

Afgørelse – 2016-2 Penthouse

Alkoholreklamenævnet har behandlet klagen over Penthouses markedsføring og truffet følgende afgørelse:

Afgørelse:

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol. Da klagen omhandler markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, har Nævnet kompetence til at behandle sagen.

Alkoholreklamenævnet ønsker aktivt at bidrage til en forbedret alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge.

Klager har observeret markedsføringstiltaget fra Penthouse på seks stationer i og omkring det centrale København. Markedsføringstiltaget består af outdoor-reklamer placeret i eksisterende reklamestandere på stationerne. I reklamerne fremhæves teksten ”Penthouse”, ”Fri bar, Tempt, flaskeøl, Fakse Kondi Booster, Sodavand”, ”500 meter”.

Nævnet har vurderet, om der sker en overtrædelse af retningslinjernes § 3, stk. 2, som lyder: Markedsføring af alkoholholdige drikkevarer må ikke opfordre til et stort eller umådeholdent forbrug og § 4, stk. 2, som lyder: Markedsføringen må ikke fremtræde eller virke påtrængende, provokerende eller på anden måde særligt overtalende.

Alkoholreklamenævnet finder ikke, at der i forhold til de omhandlede outdoor-reklamer skal udtales kritik. Om end disse markedsføringstiltag, som er placeret i det offentlige rum, blandt andet indeholder teksten ”Fri bar, Tempt, flaskeøl, Fakse Kondi Booster, Sodavand”, er det ikke på en sådan måde, at Nævnet efter en samlet konkret vurdering anser dem som udtryk for markedsføring, der opfordrer til et stort eller umådeholdent forbrug.

Alkoholreklamenævnet finder endvidere ikke, at der er tale om påtrængende, provokerende eller på anden måde særligt overtalende markedsføring eller øvrige elementer i strid med retningslinjerne. Alkoholreklamenævnet bemærker dog, at jo større eksponering et markedsføringstiltag har, jo større påpasselighed skal den erhvervsdrivende udvise. Endvidere bemærker Alkoholreklamenævnet, at man skal være særlig påpasselig ved markedsføring af produkter, som appellerer til unge. Således må

markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer, uanset hvilken form den antager, aldrig rette sig mod børn og unge, jf. retningslinierne § 6, stk. 1.

Dette ændrer dog ikke ved, at det er nævnets opfattelse at markedsføringstiltaget i den konkrete sag, ud fra en samlet vurdering, er i overensstemmelse med retningslinjerne.



Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMENÆVNET

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pernille Backhausen', written in a cursive style.

Pernille Backhausen
Formand