

## Afgørelse – 2016-3 BoozyIce

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

### Afgørelse:

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol. Alkoholreklamenævnet ønsker aktivt at bidrage til en forbedret alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge.

Denne sag drejer sig om markedsføring af alkoholholdige is. Indledningsvis har Alkoholreklamenævnet undersøgt, om markedsføringen i den konkrete sag falder inden for retningslinjernes anvendelsesområde, jf. § 2 hvoraf det fremgår, at retningslinjerne finder anvendelse på markedsføring af alkoholholdige drikkevarer.

Alkoholreklamenævnet kan konstatere, at produkterne i den konkrete sag markedsføres som ”frozen cocktails” og at smagsvarianterne ”Mojito”, ”Strawberry Daiquiri”, ”Vodka Energy”, ”Melon Sour” og ”Rum Orange” i de konkrete markedsføringstiltag sidestilles med og sælges som alternativer til alkoholholdige drikkevarer. Endvidere kan Alkoholreklamenævnet konstatere, at produkterne sælges i en optøet substans, der er tiltænkt frys-selv i hjemmet. Endeligt fremgår det, at produkterne, for så vidt angår de der sælges i fysiske butikker, er placeret i disses vin- og alkoholafdelinger.

Det er herefter ud fra en samlet vurdering Alkoholreklamenævnets opfattelse, at markedsføringen i den konkrete sag falder inden for retningslinjerne, hvorfor Nævnet har kompetence til at behandle sagen.

Markedsføring af alkoholholdige is er ikke i sig selv i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Nævnet vil dog i denne sammenhæng gerne gøre opmærksom på, at man som erhvervsdrivende skal indrette markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer, således at der ikke sendes forkerte signaler – særligt ikke til børn og unge – om alkoholindtagelse. Børn og unge er underlagt et særligt beskyttelsesbehov grundet deres naturlige godtroenhed, og børn og unge og alkohol ikke hører sammen. Det er derfor helt afgørende, at der tages fornødent hensyn til børn og unge, når der er tale om et produkt der normalvis kan appellere til børn og unge.

Nævnet ønsker endvidere at gøre opmærksom på, at erhvervsdrivende har det endelige ansvar for indholdet på Facebook-sider, Instagram og lignende, som tilhører den

erhvervsdrivende. Alkoholreklamenævnet mener i denne sammenhæng, at erhvervsdrivende løbende skal kontrollere, hvad der forefindes på dennes markedsføringskanaler og sikre, at der ikke er elementer som overtræder retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer.



Nævnet henstiller til, at man som erhvervsdrivende på digitale platforme vælger at operere med administratorgodkendte indlæg. Hvis man ikke vælger at gøre dette, anbefaler Nævnet en disclaimer på platformene, som informerer om, at der sker en løbende monitorering med henblik på at sikre, at der ikke foregår ulovligheder og informerer om indholdet af reglerne. Det gælder særligt, når der er sider, der henvender sig til børn og/eller unge.

Alkoholreklamenævnet ønsker endvidere at henlede opmærksomheden på, at man i forbindelse med markedsføringen skal udvise en passende omtanke og være særlig påpasselig ved anvendelse af kendte personer. Markedsføring må ikke vise rollemodeller, som specielt appellerer til børn og unge.

Nævnet tager til efterretning, at indklagede har reageret hurtigt på Alkoholreklamenævnets henvendelse og samtidig oplyst, at de har taget og vil tage yderligere forholdsregler for at indrette sig efter retningslinjerne.

Venlig hilsen  
ALKOHOLREKLAMENÆVNET

Pernille Backhausen  
Formand