

13. december 2016

Afgørelse – 2016-5 Introfesten på Club Retro

Alkoholreklamenævnet har behandlet klagen over Club Retros markedsføring af ”Introfesten” 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. Børn og unge er underlagt et særligt beskyttelsesbehov grundet deres naturlige godtroenhed, og børn og unge og alkohol hører ikke sammen. Nævnet lægger derfor vægt på, at de erhvervsdrivende indretter markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer, således at der ikke sendes forkerte signaler – særlig ikke til unge - om alkoholindtagelse.

Nævnet har konstateret, at der på facebook-siden for eventen reklameres med følgende bordpakker, der indeholder alkoholholdige drikkevarer:

”DEN BILLIGE

*1 flaske spiritus (Vodka, Captain Morgan osv.)
1 Mixer
4 Entre
Pris.: 795 kr.*

MÆRKEDYRET

*1 Flaske Belvedere 0,7 L
1 Flaske Møet 0,7 L
2 Mixer
8 Entre
Pris.: 1195*

DEN TØRSTIGE

*1 Flaske spiritus (Vodka, Captain Morgan osv.)
1 Flaske shot
1 Flaske husets champagne
1 Mixer
6 Entre
Pris.: 1195*

LEGENDEN

*1 Flaske Belvedere 3 L
24 Red Bull
12 Entre
Pris.: 3995”*

I denne sag er der konstateret en generel aggressiv markedsføring hvor følgende blandt andet fremgik på facebook-siden for eventen:

”Et nyt år er startet, og vi er et skridt tættere på vores drømmeliv. Meget skiftes ud. Bollevenner, kærester, skole og drukvaner. Nye bekendtskaber skal indvies, og hvad er indvielse uden en INTROFEST! Over 100 Skoler/Gymnasier fra hele Nordsjælland inviteres med til Sjællands største introfest. Hele 2 etager i totalt nyombyggede lokaler!

Introfesten er et kendt og berygtet event fra alle studieretninger i hele Danmark. Det er ikke bare en fest, det er FESTEN! Drik dig ind i det nye skoleår med resten af Nordsjællands elever. - Nyt, år, ny klasse, ny introfest, vi ses til Introfesten 2016!”

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.

Det samlede markedsføringstiltag opfatter Alkoholreklamenævnet som aggressiv markedsføring, der opfordrer til massiv alkoholindtagelse og dermed et umådeholdent forbrug, hvilket er i strid med retningslinjernes § 3, stk. 2.

Alkoholreklamenævnet kan konstatere, at målgruppen i den konkrete sag er rettet mod elever på ungdomsuddannelser.

Afholdelse af 16+ arrangementer er ikke i sig selv i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, men når markedsføringen af 16+ arrangementer kombineres med markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, sker der en overtrædelse af retningslinjernes § 6, idet markedsføring af alkoholholdige drikkevarer da retter sig imod børn og unge.

Nævnet finder, at der i det for Alkoholreklamenævnet fremlagte materiale er tale om alkoholmarkedsføring, der opfordrer til umådeholdent forbrug, og at alkoholmarkedsføringen er rettet mod børn og unge.

Der udtales derfor kritik af Club Retros markedsføring, men Nævnet tager til efterretning, at indklagede har reageret hurtigt på vores henvendelse og samtidig oplyst, at markedsføringen vil være ændret fremadrettet.

Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen
Formand