

# Vejledning om afholdelse af fester og alkoholmarkedsføring rettet mod ungdomsuddannelserne

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol og foretager i klagesager altid en konkret vurdering af, om der er sket en overtrædelse af retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer.

Nævnet ønsker aktivt at bidrage til en ansvarlig alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge. En del heraf omfatter at beskytte børn og unge i de miljøer, hvor de naturligt færdes, som f.eks. på ungdomsuddannelserne. Børn og unge har et særligt beskyttelsesbehov blandt andet grundet deres naturlige godtroenhed, manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lettere at påvirke og nemmere at præge, og fordi børn og unge ikke hører sammen med alkohol.

Vejledningen er henvendt til erhvervsdrivende, som markedsfører alkohol samt ungdomsuddannelserne, som er målgruppe for markedsføringen. Hensigten med vejledningen er at hjælpe med at forstå og anvende retningslinjerne korrekt for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, som retter sig mod elever på ungdomsuddannelser.

## Hvad må ungdomsuddannelserne gerne?

Alkoholreklamenævnet har ikke kompetence til at træffe afgørelser omkring alkoholbevilling og udskænkning af alkohol. Denne kompetence ligger hos politiet. Afholdelse af fester og fredagscaféer for egne elever bliver i udgangspunktet betragtet som private arrangementer, hvor der ikke kræves en alkoholbevilling, og den enkelte uddannelsesinstitution kan beslutte, at der må udskænkes alkohol. Afholdes derimod åbne arrangementer på ungdomsuddannelserne med gæster udefra, kræves en alkoholbevilling, hvis der skal udskænkes alkohol.

Ungdomsuddannelserne må altså gerne afholde fester, fredagscaféer mv., hvor der udskænkes alkoholholdige drikkevarer til egne elever. Ungdomsuddannelserne og deres festudvalg mv. må desuden gerne markedsføre egne arrangementer over for de øvrige elever på ungdomsuddannelsen. Dette kan fx ske ved ophængning af plakater eller uddeling af flyers på ungdomsuddannelsen, indlæg til en fællessamling for eleverne eller ved opslag på Facebook-side, Instagram el.lign., som tilhører uddannelsesinstitutionen, festudvalget, fredagscaféudvalget eller elevrådet.

## Hvad må de erhvervsdrivende ikke?

Alkoholproducenterne må ikke markedsføre sine alkoholholdige drikkevarer på ungdomsuddannelserne. Ligeledes må diskoteker, barer mv. ikke markedsføre events, hvor der også markedsføres alkoholholdige drikkevarer, på ungdomsuddannelserne. De erhvervsdrivende må desuden ikke uddele fribilletter til drinks, øl eller andre alkoholholdige drikkevarer på ungdomsuddannelserne. De erhvervsdrivendes alkoholmarkedsføring må herudover ikke vise indtagelse af alkohol på ungdomsuddannelser, uanset hvor markedsføringen finder sted.

Eneste undtagelse til forbuddet mod alkoholmarkedsføring er, hvis der er tale om et arrangement på ungdomsuddannelsen, hvor der er givet en bevilling eller lejlighedstilladelse til udskænkning af alkoholholdige drikkevarer. I disse tilfælde skal en eventuel markedsføring dog begrænses til det praktisk nødvendige, som fx angivelse af pris på drikkevarerne. Det skal dog bemærkes, at

### Alkoholreklamenævnet

markedsføringen aldrig må rette sig mod børn og unge og dermed eleverne på ungdomsuddannelserne.

Erhvervsdrivendes markedsføring af alkoholholdige drikkevarer må derudover ikke rette sig mod elever på ungdomsuddannelser. Dette gælder, selvom man i markedsføringsmaterialet skriver, at et givent tilbud kun gælder de elever på ungdomsuddannelsen, som er over 18 år.

Erhvervsdrivendes markedsføring af events, hvor elever på ungdomsuddannelser nævnes i markedsføring, må ikke indeholde alkoholmarkedsføring. Når der eksempelvis reklameres med diverse drinks, øl og shots, er der tale om alkoholmarkedsføring. Den erhvervsdrivendes markedsføring må heller ikke indeholde indirekte alkoholmarkedsføring, hvor der eksempelvis henvises til alkohol.

Der må ligeledes ikke være alkoholmarkedsføring fra en erhvervsdrivende på profiler eller sider på Facebook, Instagram eller andet, som tilhører en ungdomsuddannelse eller dennes festudvalg, elevudvalg eller andet, der er nedsat i regi af ungdomsuddannelsen.

Markedsfører en erhvervsdrivende alkoholholdige drikkevarer til et arrangement, vil den erhvervsdrivendes brug af følgende eksempler i markedsføringen kunne føre til en overtrædelse af retningslinjerne:

- *Efter festen på [navn] gymnasium kører en bus gratis ned til diskotek [navn]*
- *Eleverne fra [navn] gymnasium kommer gratis ind denne aften*
- *Vi holder åbent på fredag, hvor der også er fest på [navn] gymnasium*
- *Beach-Party på diskotek [navn] er arrangeret i samarbejde med Emma og Tobias fra festudvalget på [navn] gymnasium*
- *Diskotek [navn] åbner dørene fredag kl. 22 og byder særligt velkommen til de nye 1.g'ere på [navn] gymnasium*
- *Diskotek [navn] fejrer studenterugen med gode tilbud til alle, som lige har fået studenterhuen på fra [navn] gymnasium*

## Hvad kan ungdomsuddannelserne selv gøre?

Alkoholreklamenævnet har med stor glæde konstateret, at mange af landets ungdomsuddannelser har en alkoholpolitik, som skal bidrage til at fremme ansvarlige alkoholvaner hos eleverne. Disse omhandler særligt, hvornår der må indtages alkohol på ungdomsuddannelserne samt på ture, der er en del af undervisningen, som fx introture og studieture.

Alkoholreklamenævnet anbefaler, at ungdomsuddannelsernes alkoholpolitik ligeledes indeholder en afstandtagen til erhvervsdrivendes markedsføring af alkoholholdige drikkevarer over for eleverne samt oplyser elever og lærere om reaktionsmuligheder, hvis de bliver opmærksomme på markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, som er rettet mod ungdomsuddannelsens elever.

På langt de fleste ungdomsuddannelser arrangeres fester mv. af festudvalg, som består af eleverne selv, og de erhvervsdrivende vil derfor oftest rette henvendelse til medlemmerne af disse udvalg, hvis de ønsker at markedsføre alkoholholdige produkter over for eleverne. Alkoholreklamenævnet opfordrer derfor til, at festudvalgene bruger bestemte Facebook-sider, Instagram-profiler mv. til markedsføring af festerne, så lærerne og ledelsen let kan følge med i, hvordan der reklameres for festerne.

En mulig formulering til ungdomsuddannelsernes alkoholpolitik kunne være følgende:

*”Skolens festudvalg og fredagscaféudvalg står for at arrangere henholdsvis fester og fredagscaféer på skolen. Til disse arrangementer må der sælges alkohol til skolens elever. Festudvalget og fredagscaféudvalget må ligeledes lave reklame for arrangementerne på skolen og online på udvalgenes profiler på Facebook og Instagram. Skolens ledelse skal være bekendt med udvalgenes profiler på de sociale medier. Udvalgene må ikke samarbejde med diskoteker eller barer om tilbud eller særlige foranstaltninger for eleverne i forbindelse med eller i forlængelse af arrangementerne på skolen. Ligeledes må udvalgene ikke modtage merchandise eller gratis drikkevarer fra en alkoholproducent.*

*På skolen er der forbud mod al alkoholmarkedsføring samt markedsføring af arrangementer, der reklamerer for alkoholholdige drikkevarer. Forbuddet mod alkoholmarkedsføring gælder også alle profiler på de sociale medier, som tilhører skolen, elevrådet, festudvalget, fredagscaféudvalget eller lignende.*

*Der henvises desuden til Alkoholreklamenævnets vejledning om afholdelse af fester og alkoholmarkedsføring rettet mod ungdomsuddannelser, ligesom klager over alkoholmarkedsføring på skolen eller over for skolens elever skal rettes til Alkoholreklamenævnet.”*

## Eksempler fra praksis

Alkoholreklamenævnet har de seneste år behandlet flere sager, som har omhandlet markedsføring rettet mod elever på ungdomsuddannelser. Det drejer sig blandt andet om følgende afgørelser:

[The Gap, Aalborg \(03.07.17\)](#), [Introfesten – hele Sjællands introfest \(04.01.17\)](#), [Introfesten – Retro \(13.12.16\)](#), [Crazy Daisy Horsens \(25.03.14\)](#), [Crazy Daisy Randers \(11.06.13\)](#), [Byens Bedste Scorested \(11.06.13\)](#), [Oktuborg Fest \(15.05.13\)](#), [Unicafeen Kommunen \(15.05.13\)](#), [Danmarks største fredagsbar \(28.11.12\)](#) og [Uddannelsesinstitutioner og J-dag \(28.02.12\)](#).

## Reglerne

Markedsføringsloven indeholder en bestemmelse, som omhandler handelspraksis, som er rettet mod børn og unge. Bestemmelsen er følgende:

**§ 11, stk. 2** *Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år må ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol.*

Markedsføringsloven indeholder herudover bestemmelser omkring god skik, som er følgende:

**§ 3** *Erhvervsdrivende skal udvise god markedsføringskik under hensyntagen til forbrugere, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser.*

**§ 4** *Erhvervsdrivende skal i sin handelspraksis over for forbrugerne udvise god erhvervsskik.*

Desuden findes regler for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer rettet mod elever på ungdomsuddannelser i Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Alkoholreklamenævnets retningslinjer har til formål at udfylde den retlige standard for god markedsføringskik og god erhvervsskik i markedsføringslovens § 3 og § 4.

De relevante bestemmelser fra Alkoholreklamenævnets retningslinjer er følgende:

**§ 4, stk. 7** *Markedsføringen må ikke vise indtagelse af alkoholholdige drikkevarer på arbejdspladser eller på uddannelsesinstitutioner.*

**§ 5, stk. 2** Markedsføringen må ikke finde sted på arbejdspladser, på uddannelsesinstitutioner eller kollegier.

**Stk. 3** I det omfang, der er givet bevilling eller lejlighedstilladelse til udskænkning af alkoholholdige drikkevarer på de i stk. 2 anførte steder, kan markedsføringen finde sted, såfremt den begrænses til det praktisk nødvendige.

**§ 6, stk. 1** Markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer må, uanset hvilken form den antager, aldrig rette sig mod børn og unge.

Alkoholreklamenævnet vil gerne gøre opmærksom på, at hvor forbuddet mod markedsføring af alkohol rettet mod børn og unge i markedsføringslovens § 11, stk. 2 opererer med en 18 års grænse, har Alkoholreklamenævnet ikke en skarp 18 års grænse i forhold til begrebet "børn og unge" i retningslinjerne. Nævnets børn og unge-begreb er mere flydende, hvorfor også unge over 18 år kan være beskyttet af retningslinjerne, hvis der f.eks. markedsføres mod en gruppe af børn og unge, hvor aldersgrænsen ligger omkring 18 år. Dette gør sig gældende for elever på ungdomsuddannelserne, hvorfor alkoholmarkedsføring rettet mod elever på ungdomsuddannelser er en overtrædelse af retningslinjernes § 6. Dette gælder, selvom man i markedsføringsmaterialet skriver, at et givent tilbud kun gælder de elever på ungdomsuddannelsen, som er over 18 år.

Alkoholreklamenævnets retningslinjer kan findes [her](#).

Markedsføring af alkoholholdige drikkevarer skal altid overholde al gældende lovgivning, hvorfor der kan være yderligere bestemmelser end de i denne vejledning oplyste, som de erhvervsdrivende skal overholde.