

Afgørelse – 2018-2 The Gap, Aalborg

Alkoholreklamenævnet har behandlet klagen over The Gaps markedsføring af ”frie sjusser og shots fra 23.00-00.00 til studerende på udvalgte gymnasier” på Facebook 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. Nævnet ønsker samtidig at bemærke, at den faktiske administration af udskænkningen hører under politiets kompetence.

Alkoholreklamenævnet ønsker aktivt at bidrage til en ansvarlig 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/unge og alkohol ikke hører 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.

Ved markedsføring forstås enhver handling foretaget i erhvervsøjemed. Begrebet dækker over enhver handling, udeladelse, adfærd, fremstilling eller kommerciel kommunikation, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovering, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne. En Facebookside, hvorfra der gives generel information om åbningstider, kommende events, priser mv. vil altid blive betragtet som markedsføring.

I denne sag markedsføres en række arrangementer på Facebook. Der markedsføres med følgende faste tekster, hvor dato, dag og inviterede gymnasier løbende skiftes ud:

*”X-DAG D. X/X
FRIE SJUSSER OG SHOTS
FRA 23.00-00.00*

FOR ALLE PÅ X Gymnasium”.

*”X-DAG D. X/X
FRIE SJUSSER OG SHOTS
FRA 23.00-00.00*

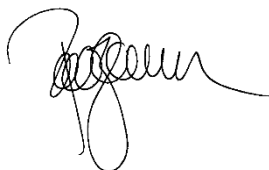
*FOR X og X Gymnasium”.
BOOK DIT BORD NU PÅ +45 XX XX XX XX*

Det følger af retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarers § 6, at markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer, uanset hvilken form den antager, aldrig må rette sig mod børn og unge.

Alkoholreklamenævnet kan konstatere, at målgruppen i den konkrete sag er studerende på gymnasiale uddannelser. Når man betegner et arrangement som værende for disse studerende, henvender man sig til en gruppe, hvor aldersgruppen normalt ligger omkring 16-19 år. Retningslinjernes børn- og ungebegreb opererer ikke med en absolut aldersgrænse på 18 år, og beskytter også grupper af børn og unge, hvor aldersgrænsen ligger omkring 18 år. Markedsføring rettet mod studerende på gymnasiale uddannelser er dermed markedsføring rettet mod børn og unge, jf. retningslinjernes § 6, stk. 1.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af The Gaps markedsføring af ”frie sjusser og shots fra 23.00-00.00 til studerende på udvalgte gymnasier” på Facebook. The Gap har 1 gang tidligere modtaget kritik for overtrædelse af retningslinjerne. Nævnet finder, at den fortsatte markedsføring, over en længere periode, er af så skærpende en omstændighed, at Nævnet har overdraget sagen til Forbrugerombudsmanden med anmodning om, at sagen tages til videre behandling efter Markedsføringslovens regler.

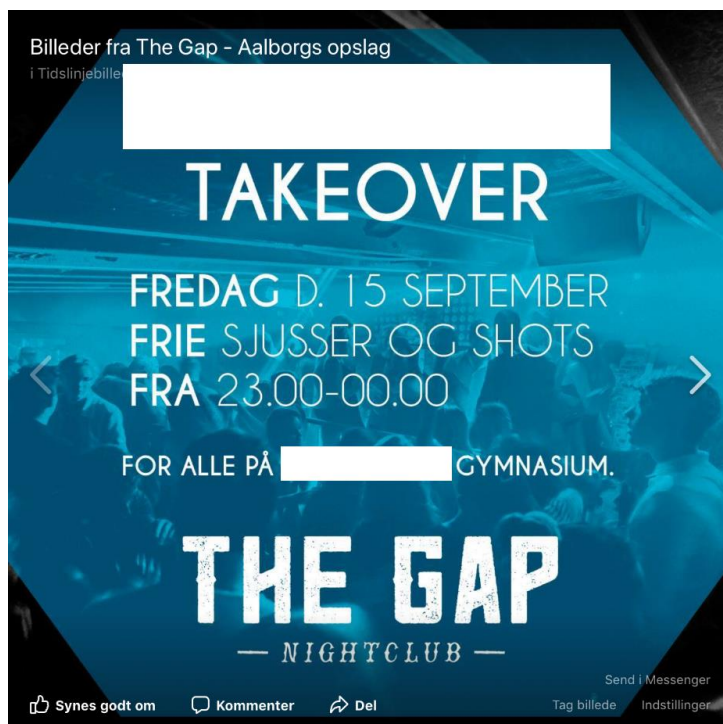
Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen
Formand

Bilag til afgørelsen 2018-2 The Gap

Billeder fra The Gap - Aalborgs opslag
i Tidslinjebille



TAKEOVER

FREDAG D. 15 SEPTEMBER
FRIE SJUSSER OG SHOTS
FRA 23.00-00.00

FOR ALLE PÅ [redacted] GYMNASIUM.

THE GAP
— NIGHTCLUB —

Synes godt om Kommenter Del Send i Messenger Tag billede Indstillinger



**THE GAP
PRÆSENTERER**

FREDAG D. 26 JANUAR
FRIE SJUSSER OG SHOTS
FRA 23.00-00.00

FOR [redacted] & [redacted] GYMNASIUM

BOOK DIT NU BORD PÅ +45 31 33 85 05

Denne begivenhed er ikke et samarbejde med hverken
festsudvalg eller gymnasierne, vi er bare i fest humør

THE GAP
— NIGHTCLUB —