

## Afgørelse – 2018-5 The Gap, Aalborg

Alkoholreklamenævnet har behandlet klagen over The Gaps markedsføring på Facebook rettet mod unge studerende.

### Afgørelse:

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol. Da klagen omhandler markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, har Nævnet kompetence til at behandle sagen. Nævnet bemærker samtidig, 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 herunder arrangementet: ”frie sjusser og shots fra 23.00-00.00” rettet mod studerende på udvalgte gymnasier” og ”studererugen” rettet mod kommende studenter på gymnasiale uddannelser.

Til arrangementerne ”frie sjusser og shots fra 23.00-00.00” markedsføres med følgende faste tekst:

*”FRIE SJUSSER OG SHOTS  
FRA 23.00-00.00”*

Nævnet kan konstatere, at det i øvrigt - enten som en del af teksten i billedet eller i teksten der hører til billedet - fremgår hvilke gymnasier markedsføringen retter sig mod.

Til arrangementet ”studerterugen” fremgår blandt andet følgende tekst:

”Til alle jer smukke, kommende studenter - Tillykke  
I har holdt det ud i 3 år (nogle 2) og er nu endelig klar til at sige farvel til jeres fra-  
værsmand/dame.

[...]

I år er der ingen armbånd, i stedet har vi lavet følgende uge til jer:

[...]

Fælles for alle dage har vi lavet følgende tilbud:

4x Tuborg for 100,-  
Fri bar fra 23-00.00 hvis man kommer samlet som klasse.  
1x Stempel I huen giver 1 shot!  
1x Instagram post fra fotovæg (Max 1 post pr. profil om aftenen): 5x Shots  
Halv pris i baren fra 23-00.00 Alle dage!

(Hold øje med vores Facebook, fede ting sker inden Studenterugen I IKKE vil

misse 🍷🍷”

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 de konkrete tilfælde 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. Endvidere udtaler Alkoholreklamenævnet kritik af the Gaps markedsføring af ”studerterugen”.

The Gap har 2 gange tidligere modtaget kritik for overtrædelse af retningslinjerne og Alkoholreklamenævnet har tidligere overdraget en sag om The Gaps markedsføring til Forbrugerombudsmanden. Nævnet finder, at den fortsatte markedsføring, over en længere periode, er af så skærpene en omstændighed, at Nævnet endnu en

gang overdrager sagen til Forbrugerombudsmanden med anmodning om, at sagen tages til videre behandling efter Markedsføringslovens regler.



Venlig hilsen  
ALKOHOLREKLAMENÆVNET

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pernille Backhausen', is centered below the text. The signature is fluid and cursive.

Pernille Backhausen  
Formand

