

Afgørelse – 2018-09 Den Røde Baron

Alkoholreklamenævnet har den 20. juni 2018 modtaget en klage vedrørende Den Røde Barons markedsføring på Facebook. Klagen er oversendt fra Forbrugerombudsmanden. Alkoholreklamenævnet har 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 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.

Sagen omhandler Den Røde Barons markedsføring af et arrangement på Facebook. Af Den Røde Barons opslag fremgår følgende:

Ekstra åbent! På grund af vinterferie og mange forespørgsler holder baronen åbent i morgen torsdag, så skal du og vennerne afsted så kan du vinde denne startpakke som inkluderer:

*4x Tuborg
4x Jägerbombs
10x valgfri sure shots*

*Det eneste du skal gøre, er at like og dele opslaget og kommentere hvem du kunne tænke dig at starte festen sammen med!
Ses i morgen på Baron*

Klager har blandt andet oplyst, at baren retter alkoholmarkedsføring mod mindreårige ved at invitere til et arrangement, hvor vinterferien angives som anledning, da det kun er elever i folkeskolen og på ungdomsuddannelser der officielt har vinterferie. Endvidere har klager oplyst, at konkurrencen retter sig mod børn og unge, da enhver kan deltage og da kravet for at deltage alene er, at man liker opslaget og kommenterer hvem man kunne tænke sig at starte festen sammen med.

Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at ordet ”vinterferie” ikke i sig selv er nok til, at der er tale om markedsføring rettet mod børn og unge.

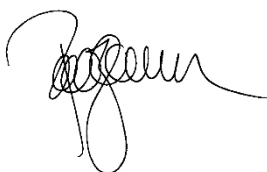
Facebook er et socialt medie, der anvendes af såvel, børn, unge og voksne. Når man ved et opslag opfordrer til at tagge venner, er risikoen for, at også børn og unge tagges til stede. Alkoholreklamenævnet ønsker at henlede opmærksomheden på, at erhvervsdrivende skal udvise særlig agtpågivenhed ved en markedsførings udformning og indhold, hvor markedsføringen kan nå børn og unge. Det er Nævnets opfattelse, at erhvervsdrivende som minimum bør angive en minimumsaldersgrænse, når der anvendes konkurrencer i markedsføringen for alkoholholdige drikkevarer. Dette gælder i særlig høj grad ved markedsføringstiltag for produkter, der efter udseende eller indhold kan appellere til børn og unge.

Alkoholreklamenævnet finder herefter, at konkurrencen blandt andet retter sig mod børn og unge, hvilket er i strid med retningslinjernes § 6, stk. 1.

Nævnet udtaler derfor kritik og forventer, at Den Røde Baron fremadrettet indretter sin markedsføring i overensstemmelse med retningslinjerne.

Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Den Røde Barons markedsføring af alkoholholdige drikkevarer ikke er i strid med retningslinjerne. Finder Alkoholreklamenævnet yderligere overtrædelser af retningslinjerne, vil Nævnet enten selv rejse en sag eller anmode Forbrugerombudsmanden om at tage sagen op til behandling efter markedsføringslovens regler.

Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen
Formand

Bilag til afgørelsen 2018-09 Den Røde Baron



Den Røde Baron

15. februar · 🌐

Ekstra åbent! På grund af vinterferie og mange forespørgsler holder baronen åbent i morgen Torsdag, så skal du og vennerne afsted så kan i vinde denne startpakke som inkluderer

4 x Tuborg

4 x Jægerbombs

10 x valgfri sure shots.

Det eneste du skal gøre er at Like og dele opslaget og kommentere hvem du kunne tænke dig at starte festen sammen med!

Ses i morgen kl 21:00 på Baronen 📍

