

Afgørelse – 2018-10 TemaBar Middelfart

Alkoholreklamenævnet har den 20. juni 2018 modtaget en klage vedrørende TemaBar Middelfarts markedsføring af arrangementet ”BeerPong” 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 TemaBar Middelfarts markedsføring af arrangementet ”BeerPong” på Facebook.

Af TemaBar Middelfarts opslag fremgår følgende:

Tirsdag den 14 bliver dørene slået op i øllene og spillenes tegn! Dørene åbner kl. 21, hvor vi står klar med en masse sjove spil!

- Adgang med studiekort (Middelfart Gym, IBC, EUC)
 - Beerpong Battle
 - Bund øl konkurrence
 - 2L øl for kun 100 kr!
 - 4 Budweiser for 100 kr !

*Holdet i baren er mere end klar til at give jer noget af en konkurrence!
Skal i ha'et bord med på vejen?[...]*

Alkoholreklamenævnet kan konstatere, at målgruppen i den konkrete sag er studerende på gymnasier. Når man betegner et arrangement som værende for studenter, henvender man sig til en gruppe, hvor aldersgrænsen ligger omkring 18 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 studenter er dermed markedsføring rettet mod børn og unge, jf. retningslinjernes § 6, stk. 1.

Afholdelse af arrangementer rettet mod studenter er ikke i sig selv i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, men når markedsføringen af sådanne arrangementer kombineres med markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, er det Nævnets opfattelse, at der sker en overtrædelse af retningslinjernes § 6, idet markedsføring af alkoholholdige drikkevarer da retter sig imod børn og unge.

Nævnet har endvidere vurderet, om der ved TemaBar Middelfarts markedsføring er sket en overtrædelse af retningslinjernes § 3, stk. 1, som lyder: ”De erhvervsdrivende skal ved markedsføring af alkoholholdige drikkevarer udvise en ansvarlig adfærd ved at tage særligt hensyn til de sociale, sundhedsmæssige og forbrugermæssige aspekter, der er forbundet med alkoholindtagelse”.

Det er Nævnets vurdering, at et markedsføringstiltag som ”bund øl konkurrence”, uanset mængden af øl, er problematisk i forhold til retningslinjernes § 3, stk. 1.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af TemaBar Middelfarts markedsføring. Nævnet forventer, at markedsføringen fremadrettet indrettes således, at den er i overensstemmelse med retningslinjerne. Nævnet forventer desuden, at den markedsføring, som strider mod retningslinjerne, fjernes fra TemaBar Middelfarts Facebook-side.

Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at TemaBar Middelfarts 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

