

## Afgørelse – LEVEL

Alkoholreklamenævnet har den 11. oktober 2018 modtaget en klage over natklubben LEVELs markedsføringsmaterialet omdelt på et gymnasium og 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. 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 at 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 hører ikke 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.

Klager har observeret, at natklubben LEVEL har ophængt plakater og uddelt fordelskort på et gymnasium.

Følgende tekst fremgik af fordelskortene:

*”Tag et fordelskort og få:  
- 2 gratis små sure s....  
- Entré for 100,- inkl. FRI B.. hele natten”*

Det følger af Alkoholreklamenævnets retningslinjers § 5, stk. 2, at markedsføring af alkoholholdige drikkevarer ikke må finde sted på arbejdspladser, på uddannelsesinstitutioner eller kollegier. Endvidere følger det af retningslinjernes § 6, stk. 1, at markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer, aldrig må rette sig mod børn og unge.

Selvom Natklubben LEVEL i sit partshørings svar gør opmærksom på, at der ikke er tale om alkoholmarkedsføring, idet man bevidst har udeladt produkter og undladt at

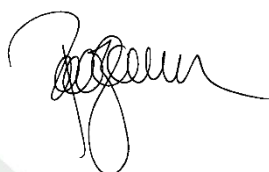
skrive teksten til ende, er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at der er tale om alkoholmarkedsføring. Alkoholreklamenævnet har lagt vægt på, at sætningerne utvivlsomt rummer en underforstået henvisning til ”små sure shots” og ”fri bar”.

Afholdelse af arrangementer rettet mod gymnasieelever og lignende 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, sker der en overtrædelse af retningslinjernes § 6, idet markedsføring af alkoholholdige drikkevarer da retter sig imod børn og unge.

Alkoholreklamenævnet udtaler på baggrund heraf kritik af LEVELs markedsføring på uddannelsesinstitutionen. Nævnet har noteret sig, at natklubben LEVEL fører eller har ført flere ”skolekampagner”. Nævnet forventer, at den markedsføring, som strider mod retningslinjerne, bringes til ophør.

Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at LEVELs 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 2018-14 LEVEL

