

Afgørelse – Den Knæhøje Bar

Alkoholreklamenævnet har den 7. oktober 2018 modtaget en klage vedrørende Den Knæhøje Bars markedsføring på Facebook 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 udsækningen 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.

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.

Sagen omhandler Den Knæhøje Bars markedsføring gennem et opslag på Facebook. Af opslaget fremgik teksten:

”Vi giver en bomb til alle de skønne mennesker, der har fået studenterhue på”

Desuden var der lagt et billede op, hvor to studenter er afbildet, mens de drikker fra deres studenterhue (se bilag).

Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at der er tale om alkoholmarkedsføring i det ”en bomb” fremgår som indeholdende alkohol på den erhvervsdrivendes Facebookside.

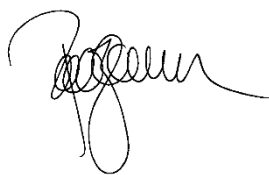
Det følger af retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarers § 6, stk. 1, at markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer, uanset hvilken form den antager, aldrig må rette sig mod børn og unge.

Alkoholreklamenævnet kan konstatere, at målgruppen i den konkrete sag er ny udklækkede studenter. Når man betegner et arrangement som værende for disse studenter, henvender man sig til en gruppe, hvor aldersgruppen normalt 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 studerende på gymnasiale uddannelser er dermed markedsføring rettet mod børn og unge, jf. retningslinjernes § 6, stk. 1.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Den Knæhøje Bars markedsføring i opslaget på Facebook. 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 Den Knæhøje Bars Facebookside.


Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Den Knæhøje Bars 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

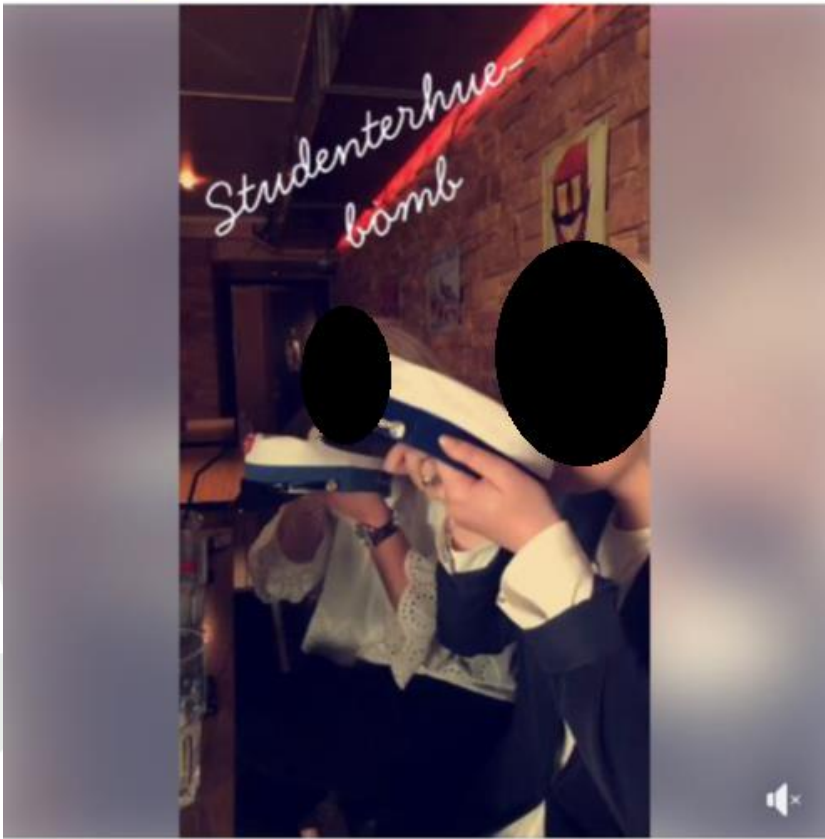


Pernille Backhausen
Formand

Bilag til afgørelsen 2018-12 Den knæhøje Bar

 **Den Knæhøje Bar** 25. juni · 🌐

Vi giver en bomb til alle de skønne mennesker, der har fået studenterhue på
Tillykke 🇩🇰 🎉



18 1 tusind visninger