

Den 6. juli 2022

Afgørelse – 2022-31 Space Club

Om Alkoholreklamenævnet

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol. Da sagen omhandler markedsføring af alkohol, har Alkoholreklamenævnet kompetence til at behandle sagen. Alkoholreklamenævnet bemærker samtidig, at den faktiske administration af udskænkningen hører under politiets kompetence.

Alkoholreklamenævnet ønsker aktivt at bidrage til en ansvarlig alkoholkultur, ligesom Alkoholreklamenævnets retningslinjer har til formål at beskytte børn og unge. Børn og unge er underlagt et særligt beskyttelsesbehov grundet deres naturlige godtroenhed. Børn, unge og alkohol hører ikke sammen. Alkoholreklamenævnet lægger derfor vægt på, at de erhvervsdrivende indretter markedsføringen af alkohol således, at der ikke sendes forkerte signaler, særligt ikke til børn og unge, om alkoholindtagelse.

Baggrund

Alkoholreklamenævnet, der håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol i Danmark, har modtaget klager om Space Clubs markedsføring af alkohol.

Alkoholreklamenævnet har orienteret og anmodet indklagede, Space Club, om oplysninger vedrørende sagen den 10. juni 2022. Alkoholreklamenævnet har modtaget skriftligt svar fra Space Club den 15. juni 2022.

Indhold

Sagen omhandler Space Clubs markedsføring af alkohol på Instagram den 21. maj og Facebook den 23. maj 2022.

Ved markedsføring forstås enhver handling foretaget i erhvervsøjemed. Begrebet dækker over enhver handling, adfærd, fremstilling eller kommerciel kommunikation, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovring, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne. Markedsføring via Facebook og Instagram betragtes derfor som markedsføring.

Klager har den 17. maj og 21. maj 2022 anført;

- At der specifikt er tale om markedsføring målrettet mindreårige.
- At der er tale om uansvarlig opfordring til stort indtag af alkohol.

Indklagede har den 16. juni 2022 anført;

- At ”Drik dig til astronaut” blot er et godt tilbud.
- At konceptet indebærer, at gæsten drikker 9 genstande, men har HELE natten til dette. Derfor er der ingen tidsfrist.
- At gæsten kun får udleveret en genstand ad gangen og derfor foregår det stille og roligt.
- At normalprisen for de 9 genstande er: 394kr. og tilbuddet sælges til 349kr. - så det er heller ikke tilbud der gør at Space Club opfordrer til hård druk.

Alkoholreklamenævnets afgørelse

Alkoholreklamenævnet har vurderet, om der med markedsføringen er sket en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol § 3, stk. 2, § 4, stk. 3 og § 6, stk. 1.

§ 3, stk. 2. *Markedsføring af alkohol må ikke opfordre til et stort eller umådeholdent forbrug.*

§ 4, stk. 3. *Markedsføring af alkohol må ikke give indtryk af, at et vist forbrug kan være sundt, kan give succes eller kan forbedre forbrugernes mentale eller fysiske formåen.*

§ 6, stk. 1. *Markedsføring af alkohol må, uanset hvilken form den antager, aldrig rette sig mod eller kobles til en sammenhæng, der retter sig mod børn og unge.*

Alkoholreklamenævnet kan konstatere, at det af markedsføringsmaterialet fremgår:

”Drik dig til astronaut

*Drik dig igennem solsystemets 9 planeter, og hvis du gennemfører,
kan du hente den fedeste præmie i baren efterfølgende”*

Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringen er en direkte opfordring til umådeholdent indtag af alkohol, da konceptet ”Drik dig til astronaut” omfatter opfordring til indtag af 9 genstande. Den omstændighed at de 9 genstande kan indtages i hele åbningstiden uden tidsfrist, samt at der kun udleveres én genstand ad gangen, ændrer ikke på, at der er tale om indtag af 9 genstande på

én aften/nat, hvilket vurderes at være en opfordring til et stort indtag af alkohol. Dermed er markedsføringen i strid med § 3, stk. 2.

Til konceptet *”Drik dig til astronaut”* er der koblet en præmie, som kan hentes i baren, når alle 9 genstande er indtaget. Denne præmiering er en belønning for et stort indtag af alkohol. Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringsmaterialet derved er i strid med § 4, stk. 3.

Af markedsføringen fremgår det endvidere, at *”Få 15% oveni hvis du kan fremvise gyldigt studiekort.”*

Studerende på gymnasiale uddannelser, erhvervsskoler, universiteter mv. har ofte studiekort, og derved kan indehaveren af et studiekort være mindreårige, men der kan også være tale om voksne studerende.

Det er vigtigt, at erhvervsdrivende indretter markedsføringen af alkohol således, at der ikke sendes forkerte signaler til børn og unge om alkoholindtagelse. Det er herunder en særlig skærpende omstændighed, hvis markedsføringen af alkohol kobler børn og unge til et stort eller umådeholdent forbrug, jf. § 3, stk. 2. De erhvervsdrivende skal derfor særligt være opmærksomme på de situationer, hvor gruppen af børn og unge aldersmæssigt ligger omkring 18 år, det vil sige de 15-21-årige. Denne aldersgruppe på 15-21 år er ofte at finde på ungdomsuddannelsesinstitutioner.

Af markedsføringen fremgår der ikke en aldersgrænse, og derudover kan Alkoholreklamenævnet konstatere, at der ikke er benyttet aldersfilter. Dette indebærer, at markedsføringen kan tilgås af mindreårige.

Det er på den baggrund Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringen målrettes børn og unge, hvorfor markedsføringen er i strid med § 6, stk. 1.

Alkoholreklamenævnet bemærker, at prismarkedsføring ikke i sig selv kan være i strid med retningslinjerne, men prismarkedsføring kan indgå som et element i vurderingen af, hvorvidt markedsføringstiltaget er i overensstemmelse med retningslinjerne.

På baggrund af ovenstående finder Alkoholreklamenævnet, at markedsføringen er i strid med § 3, stk. 2, § 4, stk. 3 og § 6, stk. 1. På det grundlag udtaler Alkoholreklamenævnet kritik af markedsføringen. Alkoholreklamenævnet forventer, at Space Club fremadrettet indretter sin markedsføring af alkohol i overensstemmelse med retningslinjerne for markedsføring af alkohol.

Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Space Clubs markedsføring af alkohol ikke er i strid med retningslinjerne. Finder Alkoholreklamenævnet yderligere overtrædelser, vil Alkoholreklamenævnet anmode Forbrugerombudsmanden om at tage sagen op til behandling efter markedsføringslovens regler.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af markedsføringen.

Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMEALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Formand

Markedsføringsmateriale: Afgørelse 2022-31

SPACE CLUB
30. april kl. 05:29 · 🌐


SPACE CHALLENGE - DRIK DIG TIL ASTRONAUT!
Klubben har lavet den sprødste party-starter! 🍹 Drik dig igennem solsystemets 9 planeter, og hvis du gennemfører kan du hente den fedeste præmie i baren efterfølgende 🍷

Pris før 00 - 349,-
Pris efter 00 - 439,-

Selvom dette i forvejen er et tilbud, kan du stadig få yderligere 15% oveni, hvis du kan fremvise gyldigt studiekort 🔥

For mere info, spørg personalet 🗨️

// Space Team



CLUBSPACE.DK
Club Space i Jomfru Ane Gade
Vores servitricer er klar til at servicere dig med lækre drinks og kolde øl. Kom f...

Læs mere