

Prismarkedsføring

Alkoholreklamenævnet ønsker først og fremmest at fastslå, at nævnet ikke har kompetence til at tage stilling til, *hvilken pris* de erhvervsdrivende tager for deres alkoholholdige drikkevarer.

Forbrugerombudsmanden har udarbejdet retningslinjer for prismarkedsføring, som kan ses her:

<https://www.forbrugerombudsmanden.dk/media/56754/forbrugerombudsmandens-retningslinjer-for-prismarkedsfoering.pdf>

Formålet med prismarkedsføringsretningslinjerne er at sikre en reel og loyal konkurrence mellem de erhvervsdrivende, samt at beskytte forbrugerne mod vildledning.

Forbrugerombudsmanden lægger vægt på, at forbrugerne får sandfærdige, klare og utvetydige oplysninger om priser, og at tilbud er retvisende og reelle. Ved vurderingen heraf, vil det *helhedsindtryk* forbrugeren får, være af afgørende betydning.

På samme måde vurderer Alkoholreklamenævnet også et markedsføringstiltag ud fra en helhedsbetragtning. I vurderingen *kan* markedsføring af pris indgå som et element i vurderingen.

Alkoholreklamenævnet vil ved vurderingen af et markedsføringstiltag, som indeholder *aggressiv prismarkedsføring* tillægge en *skærpet* vurdering, hvis der f.eks. er tale om:

- Tilbud rettet mod unge f.eks. studerende - herunder studierabatter – hvilket kan være problematisk i forhold til retningslinjernes § 6.
- Pakketilbud, hvor der er sat begrænsning på, hvor mange personer der må dele tilbuddet, eller hvor der er tale om ekstraordinært store mængder, kan være i strid med retningslinjernes § 3, stk. 2.
- Tilbud, som kræver eller opfordrer til indtagelse af alkohol inden for en snæver tidsramme, herunder kan fri bar koncepter, efter omstændighederne, være omfattet af den skærpede vurdering – hvilket kan være i strid med retningslinjernes § 3, stk. 2 og § 4, stk. 2.
- Adgangsbilletter til arrangementer, hvor der ikke er mulighed for at få adgang, uden at erhverve alkoholholdige drikkevarer, kan efter omstændighederne være problematisk i forhold til § 3, stk. 2.

Ovenstående er alene ment som *vejledning* til de erhvervsdrivende, og Alkoholreklamenævnet gør opmærksom på, at der altid foretages en konkret vurdering af markedsføringstiltag.