

Den 11. april 2023

## Afgørelse – 2022-46 Discoteque Tordenskjold Kolding

### *Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)*

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol og håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol. Forhold, der vedrører alkoholbevilling, hører under politiets kompetence.

### **Sagen kort**

Alkoholreklamenævnet har den 26. august 2022 observeret alkoholmarkedsføring fra Discoteque Tordenskjold Kolding på Facebook. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at Discoteque Tordenskjold Koldings markedsføring opfordrer til umådeholdent indtag af alkohol, samt at markedsføringen er målrettet børn og unge, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Alkoholreklamenævnet udtaler derfor kritik af Discoteque Tordenskjold Koldings markedsføring af alkohol, og forventer, at Discoteque Tordenskjold Kolding indretter markedsføringen i overensstemmelse med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Det er en skærpende omstændighed, at Alkoholreklamenævnet i 2020 og 2022 har udtalt kritik af Tordenskjold Koldings markedsføring af alkohol.

### **Sagens oplysninger**

#### **Baggrund**

Alkoholreklamenævnet, der håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol i Danmark, har den 26. august 2022 observeret alkoholmarkedsføring fra Tordenskjold Kolding på Facebook. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 26. august 2022 sendt høringsbrev til Discoteque Tordenskjold Kolding med anmodning om Discoteque Tordenskjold Koldings bemærkninger til sagen.

#### **Indhold**

Markedsføring af begivenheder på Facebook, der omfatter alkoholmarkedsføring, er omfattet af anvendelsesområdet for Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol, hvorfor nævnet har kompetence til at behandle sagen.

#### *Discoteque Tordenskjold Koldings hørings svar*

Discoteque Tordenskjold Kolding har i hørings svar af den 29. august 2022 indsendt følgende bemærkninger til Alkoholreklamenævnet:

- Det er kun muligt at tilgå Facebooksiden Tordenskjold Kolding, hvis man er over 18 år (det er en indstilling via Facebook, der begrænser dette)
- ”Drik dig til borgmester” var et tiltag, der på ingen måde opfordrede til umådeholdent alkoholindtag, da der er tale om 10 enheder og ikke 10 genstande som i øvrigt,

ud fra sundhedsstyrelsens regler, kun svarer til 6 genstande, da flere af enhederne kun indeholder 2 cl. alkohol og der jo skal 4 cl. til 1 genstand.

- Torsdagen var ”Part 4” og Tordenskjold Kolding holdt åbent i 9 dage dvs. tilbuddet kunne bruges 6 dage endnu = 6 Genstande (10 enheder) på 6 dage.
- I opslaget er det anført ”Drik Ansvarligt” da dette er noget vi er meget opmærksomme på. Derudover står der min. 18 år.
- De 2 modeller på billedet er fuldtidsansatte og begge over 25 år gamle, men blot udstyret med en studenterhue pga. temaet.

### **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 og 2.

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

§ 4, stk. 3. Markedsføringen 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.*

§ 6, stk. 2. *Markedsføring af alkohol må kun anvende personer, herunder modeller, skuespillere og lignende, der er mindst 25 år.*

Af markedsføringsmaterialet fremgår det:

*”Vi udlodder hele 10 styks ’Drik dig til borgmester’, som kan afhentes i dag og som kan anvendes hele ugen!”*

*”Alle studenterhuer og armbånd kan få fingrene i et ’Drik dig til borgmester’ kort med 10 gange lækkerier til kun 100 kr.! ((Værdi, +500kr.)  
Det kan bruges hele studenterugen!”*

*”Minimum 18 år, drik ansvarligt”*

Konceptet ”Drik dig til Borgmester” omfatter indtag af 10 alkoholholdige enheder, der kan anvendes i løbet af en uge. Ud fra markedsføringsmaterialets indhold er det derved ikke et krav, at gæsten skal indtage alle 6 enheder ved samme lejlighed, hvilket er en formlidende omstændighed. Det er dog Alkoholreklamenævnets vurdering, at koncepter, der indledes med ”Drik dig til...”, er at betragte som en opfordring til at indtage alkohol store mængder alkohol, og at indtaget belønnes med en gevinst eller titel, eksempelvis borgmester.

Det er på den baggrund Alkoholreklamenævnets vurdering, at der alene, som følge af konceptets navn ”*Drik dig til Borgmester*”, sker en opfordring til et stort indtag af alkohol, uagtet at der i teksten står, at gæsten kan fordele indtaget over en uge, jf. § 3, stk. 2. Derudover er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringen giver indtryk af, at et vist forbrug kan give succes og vil blive belønnet med en titel som ”*Borgmester*”, jf. § 4, stk. 3.

Af markedsføringen fra Discoteque Tordenskjold Kolding fremgår det, at markedsføringen er målrettet kommende studenter, hvilket er at betegne som markedsføring rettet mod gymnasie- og handelsskoleelever, da kommende studenter er tilknyttet en ungdomsuddannelsesinstitution. Alkoholreklamenævnet opererer ikke med en skarp 18 års-grænse i forhold til begrebet ”børn og unge”, hvorfor også unge over 18 år kan være beskyttet af retningslinjerne for markedsføring af alkohol, hvis der f.eks. markedsføres mod en gruppe af børn og unge, hvor aldersgrænsen ligger omkring 18 år. De erhvervsdrivende skal derfor 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.

Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringen er i strid med retningslinjernes markedsføringsforbud, jf. § 6, stk. 1. Alkoholreklamenævnet lægger til grund, som oplyst af indklagede, at modellerne på billedet er over 25 år. Brugen af modellerne er derved ikke i strid med § 6, stk. 2 i retningslinjerne for markedsføring af alkohol.

På baggrund af ovenstående finder nævnet, at markedsføringen er i strid med § 3, stk. 2, § 4, stk. 3 og § 6, stk. 1. Det bemærkes, at det er en særlig skærpene omstændighed, at Discoteque Tordenskjold Koldings markedsføring af alkohol kobler børn og unge til et stort eller umådeholdent forbrug, jf. § 3, stk. 2. På det grundlag udtaler nævnet kritik af markedsføringen.

Nævnet konstaterer, at Discoteque Tordenskjold Kolding benytter aldersfilter ved markedsføringen, så børn og unge beskyttes mod alkoholmarkedsføring. Dog, uagtet brugen af aldersfilter eller formuleringer som ”*Minimum 18 år. Drik ansvarligt*”, skal selve markedsføringen efterleve Alkoholreklamenævnets retningslinjer.

Nævnet forventer, at Discoteque Tordenskjold Kolding fremadrettet indretter sin markedsføring af alkohol i overensstemmelse med retningslinjerne for markedsføring af Alkohol, og nævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Discoteque Tordenskjold Koldings markedsføring af alkohol ikke er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Finder nævnet yderligere overtrædelser fra Discoteque Tordenskjold Kolding, kan det give grundlag for at oversende sagen til Forbrugerombudsmanden, for at få sagen vurderet efter markedsføringslovens regler.


Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas  
Formand

## Markedsføringsmateriale: Afgørelse 2022-46:

 Discoteque Tordenskiold, Kolding  
34 min. · 🔒

KONKURRENCE TID, TORSDAGSFEST PART 4 🍷🔥  
❌ VI UDLODDER 10x DRIK DIG TIL BORGMESTER ❌

Hvilken farve bliver den næste borgmester, rød eller blå!? 🟠 🟡

Vi udlodder hele 10 styks 'Drik dig til borgmester', som afhentes i dag og som kan anvendes hele ugen! 🍷

Skriv hvilken farve den næste borgmester bliver, og hvem du skal afsted i byen med i dag! 🍷

Alle med studenterhuer og armbånd kan få fingrene i et 'Drik dig til borgmester' kort, med 10 gange lækkerier, til kun 100.-! (Værdi, +500.-)  
Det kan bruges hele studenterugen! 🍷

Minimum 18 år, drik ansvarligt

