

Den 11. april 2023

Afgørelse – 2023-03 Markedsføring af Tuborg Classic

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 23. februar 2023 modtaget klage over Tuborgs markedsføring af Tuborg Classic. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at Tuborgs markedsføring af Tuborg Classic i sin helhed skal ses i et humoristisk lys, og at markedsføring ikke fremstiller afholdenhed eller moderat forbrug på en nedsættende måde. Alkoholreklamenævnet udtaler derfor ikke kritik af Tuborgs markedsføring. Alkoholreklamenævnet har, som følge af sagens konkrete omstændigheder, gjort Tuborg opmærksom på det særlige ansvar som er forbundet med markedsføring af alkohol, hvor brug af humor og ironi skal anvendes med påpasselighed.

Sagens oplysninger

Baggrund

Alkoholreklamenævnet har den 23. februar 2023 modtaget klage over Tuborgs markedsføring af Tuborg Classic ved et busstoppested. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 28. februar 2023 sendt høringsbrev til Tuborg med anmodning om bemærkninger til klagen.

Indhold

Da sagen omhandler markedsføring af alkohol, har nævnet kompetence til at behandle sagen.

Tuborgs høringssvar

Tuborg har i høringssvar af den 14. marts 2023 følgende bemærkninger:

- Tuborg Classic-kampagnen er rettet mod det modne publikum på 30-50 år.
- Kampagnen er udarbejdet med den hensigt at være humoristisk og har dermed ikke til hensigt at skulle taget seriøst.

- Kampagnen har til hensigt at minde om fællesskabet betydning ved brug af en humoristisk kommentar til de nye interesser, der ofte opstår i 30-50-årsalderen og pludselig – for nogen – kommer til at træde i stedet for en del af samværet med vennerne.
- Kampagnen bruger ”efterlysningen” som et kreativt greb, for at få folk til at føle, at de er ønsket og inviteret.
- Kampagnen udstiller de mange ”udeblivere” på en – klassisk dansk – humoristisk måde uden at pege fingre eller være nedværdigende.
- Brug af en ”savnet”-plakat er tiltænkt at skabe associationer til noget historisk, hvilket i denne sammenhæng er en ironisk henvisning til fællesskabet ”der var engang”.
- Kampagnen er ikke tiltænkt som en hån mod de personer, der dyrker sin hobby.

Alkoholreklamenævnets afgørelse

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

§ 3, stk. 3. *Markedsføring af alkohol må ikke fremstille afholdenhed eller moderat forbrug på en nedsættende måde.*

I bemærkningerne til § 3, stk. 3, fremgår det, at alkohol ikke må fremstilles på en sådan måde, at afholdenhed eller moderat forbrug er forkert, barnligt eller på anden måde ikke socialt accepteret. Tilsvarende er det ikke tilladt at fremstille personer, der drikker alkohol, som smartere, klogere eller mere populære end andre personer på grund af alkoholindtagelsen.

Indledningsvist konstaterer Alkoholreklamenævnet, at erhvervsdrivende, der markedsfører alkohol, har et særligt ansvar for at sikre, at markedsføringen er i overensstemmelse med retningslinjerne for markedsføring af alkohol, og at erhvervsdrivende, i den forbindelse sikrer, at markedsføringen tydeligt afspejler, at ironi og humor benyttes som virkemiddel, så der ikke hersker tvivl herom.

Den kommercielle ytringsfrihed tillader et betydeligt spillerum for kreativitet i markedsføring, hvilket bl.a. giver mulighed for at benytte humor og ironi. I forhold til markedsføring af alkohol skal der dog udvises påpasselighed.

Markedsføringen af Tuborg Classic i kampagnen ’Udebliver – Savnet’ indeholder en plakat med Tuborg Classic-flasker, hvor der er påsat en efterlysning af ”Niels”, der beskrives som værende *176 cm høj, mørkhåret og med kaldenavnet ”Jernmand”*. Derudover er der et billede af ”Niels” med rulleski, stave, sportstøj og hjelm med tilhørende tekst:

*”Opslugt af sit kondital.
Hjælp med at bringe Niels sammen med vennerne igen.”*

Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringen, ud fra en helhedsvurdering, hvor markedsføringens dominerende elementer, herunder markedsføringens indhold og udformning, indgår, fremstår som et humoristisk indslag. Når der i markedsføringen appelleres til, at venskab ikke glemmes og overskygges af ”kondital” er humor og ironi et tydeligt gennemgående virkemiddel. Brugen af humor og ironi indebærer, at markedsføringen derved ikke fremstiller afholdenhed eller moderat forbrug som hverken forkert, nedsættende eller på anden måde ikke socialt accepteret.

Derudover er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at det tydeligt fremgår af markedsføringens udformning, herunder den refererede tekst med formuleringer som ”kaldenavnet Jernmand” og ”Opslugt af sit kondital. Hjælp med at bringe Niels sammen med vennerne igen”, at der ikke er tale om en ægte efterlysning af en forsvundet person. Det bemærkes i tilknytning hertil, at der ikke er angivet kontaktoplysninger, fx til politi, i forbindelse med ”efterlysningen”. Disse omstændigheder afspejler tydeligt, at efterlysningen ikke er ægte. Denne vurdering underbygges af, at målgruppen for Tuborg Classic er voksne i alderen 30-50 år, og dermed ikke børn og unge, der, i modsætningen til voksne, er underlagt et særligt beskyttelseshensyn grundet deres naturlige godtroenhed. Derved er der i markedsføringen taget et behørigt beskyttelseshensyn.

Nævnet vurderer på den baggrund, at markedsføringen af Tuborg Classic ikke er i strid med retningslinjernes § 3, stk. 3.

Nævnet bemærker, at markedsføringen af alkohol er underlagt et særligt ansvar, og brug af humor og ironi i markedsføringen altid skal anvendes med påpasselighed.

Der udtales ikke kritik i sagen.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Formand

Markedsføringsmateriale: Afgørelse 2023-03



TUBORG

UDEBLIVER
SAVNET



OPSLUGT AF SIT KONDITAL
HJÆLP MED AT BRINGE NIELS SAMMEN
MED VENNERNE IGEN

HØJDE: 1,76 HÅRFARVE: MØRKT KALDENAVN: JERNMAND

**Det er ikke det
samme uden dig**

TUBORG
Classic
PILSNER
TRADITIONEL PILSNER

AFA JCDecaux