

SÅDAN UNDGÅR DU AT MARKEDSFØRE ALKOHOL OVER FOR BØRN OG UNGE

FORMÅL

I Danmark er der et totalforbud mod markedsføring af alkohol målrettet børn og unge, men praksis fra Alkoholreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden viser, at markedsføring af alkohol rettet mod børn og unge alligevel forekommer.

Vejledningens indhold er relevant for alle, der markedsfører alkohol og som har brug for hjælp til at tilpasse deres markedsføring, så den følger Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. For vejledning om markedsføring af alkohol i overensstemmelse markedsføringsloven henvises til [Forbrugerombudsmandens vejledning om børn, unge og alkohol](#).

HVEM ER VEJLEDNINGEN BLANDT ANDET RELEVANT FOR?

- Erhvervsdrivende, herunder underleverandører, influencere og privatpersoner, der fungerer som "ambassadører" for erhvervsdrivende.
- Ungdomsuddannelsesinstitutioner.

HVAD ER ALKOHOLMARKEDSFØRING?

Alkoholmarkedsføring dækker over enhver kommunikation foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovering, salg eller udbud af alkohol til forbrugerne.

Selvom erhvervsdrivende, fx diskoteker, ikke udsænker alkohol til børn og unge har de fortsat et ansvar, da det er selve markedsføringen af alkohol rettet mod børn og unge, der er omfattet af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol § 6 og strafbar efter markedsføringslovens § 11, stk. 2.

HVORDAN SKAL MARKEDSFØRINGEN AF ALKOHOL UDFORMES?

Al markedsføring af alkohol skal overholde både Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol og markedsføringsloven. Vurdering af om markedsføringen er i overensstemmelse med retningslinjerne for markedsføring af alkohol og markedsføringsloven, afhænger af det helhedsindtryk, som markedsføringen af alkohol er egnet til at give forbrugeren.

TJEKLISTE TIL MARKEDSFØRINGEN

Alkoholreklamenævnet har samlet en tjekliste, som er relevant for alle, der markedsfører alkohol. Tjeklisten er ikke en udtømmende liste, men et godt sted at starte. Markedsføring, der ikke er i overensstemmelse med tjeklisten, kan være i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol og ulovlig og strafbar efter markedsføringslovens § 11, stk. 2.

- 1. Markedsføring af alkohol må aldrig rettes mod børn og unge*.**
- 2. Markedsføring af alkohol må ikke rettes mod elever på gymnasier, handelsskoler mv. - heller ikke selvom det er angivet, at markedsføringen er for 18+*.**
- 3. Markedsføring af alkohol må aldrig ske på selve gymnasierne, handelsskolerne mv.***
- 4. Markedsføring af alkohol må ikke kædes sammen med studenter, fx studenterhuer.**
- 5. Markedsføring må ikke vise indtagelse af alkohol på gymnasier, handelsskoler eller universiteter - uanset hvor markedsføringen sker*.**
- 6. Erhvervsdrivende må ikke uddele fribilletter til drinks mv. på gymnasier, handelsskoler eller universiteter*.**
- 7. Erhvervsdrivende må ikke få elever eller studerende til at uddele deres markedsføring af alkohol på gymnasier, handelsskoler eller universiteter*.**
- 8. Erhvervsdrivende må ikke markedsføre alkohol på platforme, fx Facebook, som tilhører et gymnasium, handelsskole, universitet eller institutionens festudvalg*.**
- 9. Udtryk som "fri bar", "happy hour", "vi har studievenlige barpriser" eller "drinks til nyudklækkede studenter" må ikke målrettes elever på gymnasier, handelsskoler mv.***
- 10. Benyt ikke billeder, figurer, animationer, dukker, skuespillere mv. fra eksisterende børneuniverser.**
- 11. Benyt ikke kendte personer, der i særlig grad beundres af børn og unge.**
- 12. Producenter af alkohol m.fl. må ikke sponsorere idrætsevents og lignende rettet mod børn og unge.**
- 13. Personer, der bruges i markedsføring af alkohol, skal være mindst 25 år.**

* Markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år må ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til alkohol jf. markedsføringslovens § 11, stk. 2.

ANGIVELSE AF +18

Markedsføringslovens § 11, stk. 2 opererer med en 18-års grænse, hvorimod Alkoholreklamenævnets retningslinjer ikke har en skarp 18-årsgrænse og dermed har en bredere beskyttelse af børn og unge. Dette indebærer, at unge, der er fyldt 18 år, kan være beskyttet af Alkoholreklamenævnets retningslinjer. De erhvervsdrivende skal derfor i deres markedsføring være opmærksomme på de situationer, hvor gruppen af børn og unge aldersmæssigt ligger omkring 18 år, det vil sige de 15-21-årige. Aldersgruppen på 15-21 år er ofte at finde på ungdomsuddannelsesinstitutioner. F.eks. vil markedsføring af alkohol rettet mod studenter fra gymnasie- og handelsskoler være omfattet af retningslinjernes markedsføringsforbud.

Når der i forbindelse med alkoholmarkedsføring står "Gymnasiefest" eller "Afterparty for 3.g.'erne", vurderes en del af målgruppen at være unge under 18 år, hvorfor markedsføringen vil være i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Markedsføringen kan også være i strid med markedsføringsloven. Dette gælder også selvom det i markedsføringen er angivet "+18".

SÆRLIGT OM UNGDOMSUDDANNELSESINSTITUTIONER

Markedsføring af alkohol må ikke rettes mod ungdomsuddannelsesinstitutioner eller elever på ungdomsuddannelsesinstitutioner. Al markedsføring af alkohol rettet mod gymnasie- og handelsskoleelever er derved omfattet af retningslinjernes markedsføringsforbud og strafbar efter markedsføringsloven.

ERHVERVSDRIVENDE SKAL VÆRE OPMÆRKSOMME PÅ:

- At det kan være strafbart i alkoholmarkedsføring at vise indtagelse af alkohol på ungdomsuddannelsesinstitutioner, uanset hvor markedsføringen placeres.*
- At det er strafbart at markedsføre alkohol på ungdomsuddannelsesinstitutioner.*
- At det er strafbart at uddele fribilletter til drinks, øl el.lign. på ungdomsuddannelsesinstitutioner.*
- At det kan være strafbart at markedsføre events, hvor elever og/eller ungdomsuddannelsesinstitutioner nævnes i markedsføring, og hvor markedsføringen indeholder omtale af, billeder af eller henvisninger til alkohol.*

*Markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år må ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til alkohol jf. markedsføringslovens § 11, stk. 2.

UNGDOMSUDDANNELSESINSTITUTIONER SKAL VÆRE OPMÆRKSOM PÅ:

- At ungdomsuddannelsesinstitutioner ikke må afholde fester mv. på ungdomsuddannelsesinstitutionen med udefrakommende gæster, hvor der udskænkes alkohol.
- At det kan være strafbart, hvis ungdomsuddannelsesinstitutioner giver tilladelse til, at en erhvervsdrivende markedsfører alkohol på profiler eller sider på Facebook, Instagram el.lign., som tilhører en ungdomsuddannelsesinstitution eller dennes festudvalg, elevudvalg m.v.*
- At ungdomsuddannelsesinstitutioner, festudvalg mv. gerne må markedsføre egne fester, fredagscafeer mv., hvor der udskænkes alkohol til egne elever på institutionen.
- At der kun i meget begrænset omfang må markedsføres alkohol på ungdomsuddannelsesinstitutioner, hvis der er tale om et arrangement, hvor der er givet en bevilling eller lejlighedstilladelse til udskænkning af alkohol. Markedsføringen skal være begrænset til det praktisk nødvendige, fx angivelse af pris på drikkevarerne.

SÆRLIGT OM 16+FESTER

Når et arrangement betegnes som 16+, er målgruppen unge under 18 år. Markedsføringen af 16+ fester må derfor ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til alkohol. Det indebærer bl.a., at hvis der indgår drinks, øl, shots eller anden alkohol i markedsføringen, i tilknytning til et 16+ arrangement, vil markedsføringen være i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol og strafbar efter markedsføringsloven.

Markedsføring af alkohol, hvor udtrykket "16+" ikke anvendes, men hvor markedsføringen i øvrigt henvender sig til et ungt publikum, som fx elever på ungdomsuddannelsesinstitutioner, er ligeledes i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkohol og strafbar efter markedsføringsloven.

Det bemærkes, at afholdelse af 16+ arrangementer i sig selv ikke er i strid med retningslinjerne eller markedsføringsloven, men når markedsføringen af 16+ arrangementer kombineres med markedsføring af alkohol, sker der en overtrædelse af såvel retningslinjerne som markedsføringsloven. Ovenstående gælder også for markedsføring af 15+ fester.

ERHVERVSDRIVENDE SKAL VÆRE OPMÆRKSOMME PÅ:

- At det er strafbart at udforme markedsføring af 16+ fester, der indeholder alkohol i forbindelse med tekst, billede og lyd mv.*
- At det er strafbart at henvise til alkohol som for eksempel "bordpakker", "sjusser" og "happy hour" ved markedsføring af 16+ fester.*
- At det kan være strafbart at anvende et voksent diskoteksmiljø ved markedsføring overfor børn og unge.*

* Markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år må ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til alkohol jf. markedsføringslovens § 11, stk. 2.

ALKOHOLBEVILLING

Forhold der vedrører alkoholbevillinger, hører under politiets kompetence.

Der må kun i meget begrænset omfang markedsføres alkohol på ungdomsuddannelsesinstitutioner, hvis der er tale om et arrangement, hvor der er givet en bevilling eller lejlighedstilladelse til udskænkning af alkohol. Markedsføringen skal være begrænset til det praktisk nødvendige, fx angivelse af pris på drikkevarerne. Markedsføringen kan være strafbar efter markedsføringsloven.

PRIVAT VS. OFFENTLIGT ARRANGEMENT

Afholdelse af fester og fredagscaféer for egne elever bliver i udgangspunktet betragtet som private arrangementer, hvor der ikke kræves en alkoholbevilling, og den enkelte uddannelsesinstitution kan derfor selv beslutte, om der må udskænkes alkohol på ungdomsuddannelsesinstitutionen. Hvis det er et offentligt arrangement, er der behov for alkoholbevilling fra politiet.

ALKOHOLREKLAMENÆVNETS AFGØRELSE

Alkoholreklamenævnet vil ud fra en konkret helhedsvurdering afgøre, om markedsføringen eller dele heraf er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Markedsføring, som vurderes at kunne være en overtrædelse af markedsføringslovens § 11, stk. 2, om forbud mod markedsføring af alkohol målrettet børn og unge, oversendes til Forbrugerombudsmanden.

FIND EKSEMPLER PÅ TIDLIGERE AFGØRELSE HER:

- [Afgørelse – Crazy Daisy Haderslev](#)
- [Afgørelse – Zurf Bar](#)
- [Afgørelse – Rive Event](#)
- [Afgørelse – Aurora Club](#)
- [Afgørelse – Kenza Club](#)
- [Afgørelse – Den Dansende Viking](#)
- [Afgørelse – Beta House](#)
- [Afgørelse - SuperBrugsen](#)

BRUG AF ALDERSFILTRE PÅ SO-ME

Ved markedsføring af alkohol via internettet kan erhvervsdrivende benytte et aldersfilter til at afskære børn og unge fra at få adgang til hjemmesider med indhold om alkohol. I praksis indebærer et aldersfilter, at brugeren ikke kan få adgang til den erhvervsdrivendes hjemmeside og/eller opslag på et socialt medie, hvis brugeren er under, den i filteret angivne alder, ifølge brugerens aldersoplysning.

Brug af aldersfiltre indgår i Alkoholreklamenævnets samlede vurdering af, om en erhvervsdrivende retter alkoholmarkedsføring mod børn og unge.

REGLER OM BØRN, UNGE OG MARKEDSFØRING

RETNINGSLINJERNE FOR MARKEDSFØRING AF ALKOHOL RETTET MOD BØRN OG UNGE

§ 4, stk. 7 Markedsføring af alkohol må ikke vise indtagelse af alkohol på uddannelsesinstitutioner.

§ 5, stk. 2 Markedsføring af alkohol må ikke finde sted på uddannelsesinstitutioner eller kollegier.

§ 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.

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

Stk. 3. Markedsføring af alkohol må aldrig finde sted i det offentlige rum, i medier, eller i øvrig sammenhæng, hvor publikum primært er børn og unge.

Stk. 4. Markedsføring af alkohol må aldrig vise rollemodeller eller anvende billeder, personer, tegneserier, animationer, ikoner, influenter mv., der specielt appellerer til børn og unge.

MARKEDSFØRINGSLOVEN

§ 11, stk. 2. Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år må ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til (...) alkohol, der er uegnede for børn og unge under 18 år.

Bemærkning til reglerne

Markedsføringslovens § 11, stk. 2 opererer med en 18-årsgrænse, hvorimod Alkoholreklamenævnet i retningslinjerne ikke har en skarp 18-årsgrænse i forhold til begrebet "børn og unge". Dette indebærer, at markedsføring af alkohol heller ikke må rettes mod unge, selvom de er fyldt 18 år.

Efter sanktionsniveauet for overtrædelse af markedsføringsloven blev skærpet den 1. januar 2022, er udgangspunktet en bøde på 10.000 kr. pr. opslag med omtale af, billeder af eller henvisninger til alkohol, som er rettet mod unge under 18 år. Eksempelvis når en virksomhed specifikt skriver "16+" eller "Gymnasiefest" i reklamer for festarrangementer, vurderes en del af eller hele målgruppen at være under 18 år.