

Den 11. september 2024

Afgørelse – 2024-23 Brokmans

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol og håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol.

Sagen kort

Alkoholreklamenævnet har den 2. juli 2024 modtaget en klage over markedsføring af alkohol fra Brokmans. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at markedsføringen af alkohol fra Brokmans er målrettet unge samt kombinerer markedsføring af alkohol med opfordring til riskofyldt adfærd, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Brokmans markedsføring af alkohol.

Sagens oplysninger

Baggrund

Alkoholreklamenævnet har den 2. juli 2024 modtaget en klage over markedsføring af alkohol fra Brokmans på det sociale medie Facebook. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 5. august 2024 sendt høringsbrev til Brokmans med anmodning om bemærkninger til klagen. Brokmans har besvaret høringsbrevet den 14. august 2024.

Indhold

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

Brokmans hørings svar

Brokmans har i hørings svar af den 14. august 2024 følgende bemærkninger:

- Det afholdte event var for studenter, som alle var minimum 18 år.
- Vi havde et mindre afgrænset område i havnebassinet, afgrænset med et fylde-bånd af vores havnefoged, hvor det var muligt at hoppe i, sammen med en masse badedyr.

- Vi havde både en livredder og en Falck redder til at holde øje med området, hvor der både var stige og redningskrans, ingen valgte dog at hoppe i.
- Vi er opmærksom på markedsføringen af alkohol, vi syntes vi havde taget alle forholdsregler, og henvendte os udelukkende til myndige personer.

Alkoholreklamenævnets afgørelse

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

§ 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.

§ 4, stk. 6. Markedsføring af alkohol må ikke vise indtagelse af alkohol forbundet med risikofyldt adfærd.

Forbuddet mod markedsføring af alkohol målrettet børn og unge, jf. § 6, stk. 1, indebærer, at erhvervsdrivende ikke må markedsføre alkohol målrettet studenter. I tilknytning hertil bemærkes det, at Alkoholreklamenævnets retningslinjer ikke opererer med en skarp 18-årsgrænse i forhold til begrebet ”børn og unge”, hvorfor unge over 18 år, ud fra konkrete omstændigheder, kan være beskyttet af markedsføringsforbuddet i retningslinjerne for markedsføring af alkohol. Dette er f.eks. tilfældet, når markedsføringen er rettet mod kommende eller nyudklækkede studenter. I den relation indgår det i Alkoholreklamenævnets vurdering, om der er billeder med studenter eller studenterhuer i tilknytning til alkoholmarkedsføring, hvilket er i strid med retningslinjerne. De erhvervsdrivende skal 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.

Markedsføringen fra Brokmans består af at opsalg på det sociale medie Facebook. På billedet, der ledsager opslaget, ses en kvinde iført studenterhue, badetøj og badevinger stå på kanten af et havnebassin. Kvinden har en øl i hånden og er i færd med at kaste et badedyr i havnen. Opslaget er ledsaget af teksten:

*”HOP I LEMVIG HAVN MED BROKMANS
Vi giver et stempel i huen og en iskold Høker Bajer
..og bare rolig vi hjælper dig også op og får dig spulet bagefter”*

Da personen på billedet holder en øl, og der i teksten tilbydes en gratis øl, er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at der er tale om markedsføring af alkohol. Da denne markedsføring sker i sammenhæng med billede af en person iført studenterhue og med reference til studenterhue i teksten er det alkoholreklamenævnets vurdering, at

markedsføringen er henvendt til studenter på ungdomsuddannelser. Dette er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer § 6, stk. 1.

Vedrørende alkohol og risikofyldt adfærd har Alkoholreklamenævnet forholdt sig til opfordringen til at hoppe i havnen i sammenhæng med alkohol. Baseret på billedmaterialet er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at opfordringen til at hoppe i havnen kan forstås, som en opfordring til at hoppe i havnen efter at have drukket alkohol og ikke før. Alkoholreklamenævnet bemærker i denne forbindelse, at badning og alkohol i kombination ikke per automatik er at forså som risikofyldt adfærd, men må bero på en konkret vurdering. I betragtning af at man som udgangspunkt ved badning i en havn er i situation, hvor vandet er for dybt til at bunde i kombination med, at forholdene for at komme op af vandet er begrænsede, er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at badning i en havn er at opfatte som risikofyldt adfærd når dette kombineres med alkoholindtag. Dette også med henblik på de ulykker som sker i forbindelse med personer, der efter alkoholindtag er faldet i vandet ved havnemoler.

Alkoholreklamenævnet tager til efterretning, at Brokmans har beskrevet hvordan den faktiske situation var mindre risikobetonet end markedsføringen gav indtryk af. Brokmans oplyser, at der var både en falckredder og en livredder til stede, samt at det tiltænkte område var aflukket. Alkoholreklamenævnets må dog forholde sig til den viste markedsføring. Ud fra en helhedsvurdering baseret på ovenstående argumentation er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringen kobler alkohol med risikobetonet adfærd, hvilket er i strids med Alkoholreklamenævnets retningslinjer § 4, stk. 6.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik efter retningslinjerne for markedsføring af alkohol § 6, stk. 1 og § 4, stk. 6.

Alkoholreklamenævnet gør opmærksom på, at det jf. retningslinjerne for markedsføring af alkohol § 6 stk. 2 ikke er tilladt at bruge personer, herunder modeller, skuespillere og lignende, der er under 25 år i markedsføring af alkohol. Nævnet finder dog i denne konkrete sag ikke tilstrækkeligt belæg til at foretage en vurdering vedr. denne bestemmelse.

Nævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Brokmans markedsføring af alkohol ikke er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale 2024-23:



Brokmans — her: **Brokmans**.

Reels · 6 d. · 🎵 Fred again · 🌐

HOP I LEMVIG HAVN MED BROKMANS 🎉💙💛
Vi gir et stempel i huen og en iskold Høker Bajer
🍺 .. og bare rolig vi hjælper dig også op og får
dig spulet bagefter 🥰

