

Den 4. december 2024

## Afgørelse – 2024-18 Dorsia

### *Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)*

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

### **Sagen kort**

Alkoholreklamenævnet har den 2. august 2024 observeret markedsføring af alkohol fra Dorsia. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at markedsføringen af alkohol fra Dorisa er målrettet unge samt benytter personer under 25 år i markedsføringen, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Dorsias markedsføring af alkohol.

### **Sagens oplysninger**

#### **Baggrund**

Alkoholreklamenævnet har den 2. august 2024 observeret markedsføring af alkohol fra Dorisa på det sociale medie Instagram. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 5. august 2024 sendt høringsbrev til Dorisa med anmodning om bemærkninger til klagen. Dorisa har besvaret høringsbrevet den 27. august 2024.

#### **Indhold**

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

#### *Dorisas høringssvar*

Dorsia har i høringssvar af den 27. august 2024 følgende bemærkninger

- I ovennævnte sag er der tale om et opslag på Instagram, hvor der er en tekst der lyder ”A record-breaking graduation week ” samt 2 billeder fra den forgangene uge på baren.

- Vi har for alle tilfældes skyld fjernet begge billeder da vi modtog denne klage, men har følgende kommentarer til sagen som vi ønsker at nævnet tager til efterretning/drøftelse.
- Der er tale om stemningsbilleder taget på Dorsia. Hverken tekst eller foto indeholder markedsføring af alkohol.
- Da der er tale om et opslag, som omhandler ugen der er gået, der er fra barens side netop valgt en tekst og et foto, hvor der ikke markedsføres, omtales eller henviser til tilbud på alkohol, det er historie da billederne er fra et allerede afholdt arrangement.
- Der er ingen opfordring til køb af alkohol, der er ingen tilbud som nogen kan benytte, dvs. der er ingen intentioner/muligheder i dette opslag som nogen kunder kan gøre brug af, derfor betragter vi ikke dette som markedsføring.
- Da der udelukkende er tale om en billedeserie fra en weekend, hvor der ikke fremgår nogen tilbud eller markedsføring af alkohol, kan disse billeder aldrig være med til ”at lokke” nogen i byen men udelukkende være billeder af en fest som er afholdt og aldrig kommer retur igen.
- Vi anser derfor ikke materialet for at være i strid med nævnets retningslinjer.

### **Alkoholreklamenævnets afgørelse**

Alkoholreklamenævnet har vurderet, om der med markedsføringen er sket en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol § 6, stk. 1 og 2.

*§ 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.*

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.

Dorsia fremfører i deres høringssvar, at de ikke anser billederne som værende markedsføring af alkohol, da billederne omhandler et allerede afholdt arrangement, og at der ikke markedsføres, omtales eller henvises til tilbud på alkohol, samt at der ikke er opfordringer til køb af alkohol.

Alkoholreklamenævnet anser markedsføring som dækkende over enhver handling, adfærd, fremstilling eller kommerciel kommunikation, foretaget af en erhvervsdrivende med direkte relation til promovning, salg eller udbud af et produkt til forbrugerne. Det er på denne baggrund Nævnets vurdering, at opslagene fra Dorsia er at betegne som markedsføring, da de har til formål at promovere virksomheden.

I sin vurdering af, hvorvidt der er tale om *markedsføring af alkohol* lægger Alkoholreklamenævnet i sin vurdering vægt på, hvorvidt alkohol er et fremtrædende element i markedsføringen.

Nævnet gør i den forbindelse opmærksom på, at 25-års-kravet ikke gælder almindelige stemningsbilleder af gæster fra fester og arrangementer mv., når disse billeder ikke kan betragtes som markedsføring af alkohol.

I markedsføringen fra Dorsia fremgår billeder, hvor alkohol præsenteres tydeligt og fremtrædende. På billede 1 præsenteres en flaske i forgrunden af billedet ledsaget af stjernekestere. På billede 2 fremgår en person tydeligt i forgrunden af billedet, drikkende af en flaske, som uden for rimelig tvivl må formodes at indeholde alkohol. Da alkoholprodukter præsenteres fremtrædende og i forgrunden af billedet lægger Alkoholreklamenævnet til grund, at der er tale om markedsføring af alkohol.

Da størstedelen af personerne på billederne er iført studenterhuer, er det alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringen er henvendt til studenter, hvilket er i strid med retningslinjernes § 6, stk. 1.

Ud fra en helhedsvurdering, herunder at størstedelen af personerne på billedet er iført studenterhuer, er det Alkoholreklamenævnets vurdering at størstedelen af personerne på billederne er under 25 år, hvilket er i strid med retningslinjernes § 6, stk. 2.

Nævnet udtaler kritik af markedsføringen fra Dorsia.

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

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas  
Forperson



## Markedsføringsmateriale 2024-18:



whisdorsia • Følg

whisdorsia A record-breaking graduation week.

Thank you.

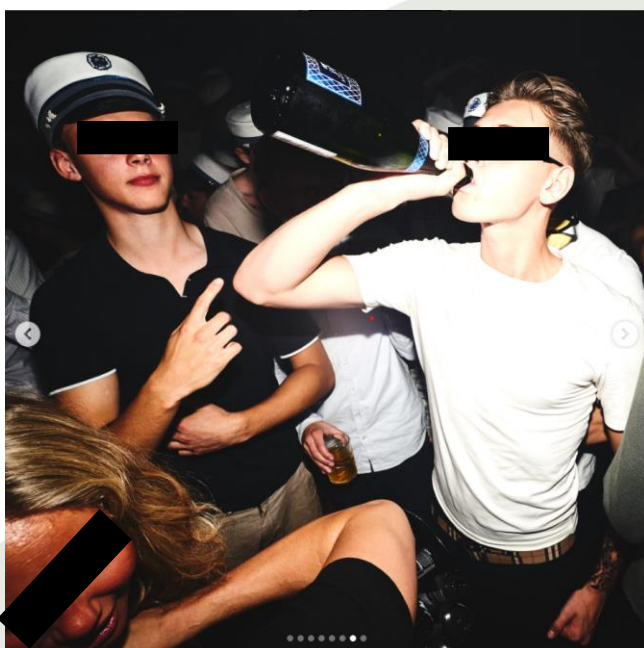
Min. 18+

4 u. Se oversættelse

301 Synes godt om  
3. juli

Tilføj en kommentar ...

Slå op



whisdorsia • Følg

whisdorsia A record-breaking graduation week.

Thank you.

Min. 18+

4 u. Se oversættelse

301 Synes godt om  
3. juli

Tilføj en kommentar ...

Slå op