

Alkoholreklamenævnet

Årsberetning

2024



Beretning 2024

Skærpet tilsyn med fokus på børn og unge

Alkoholreklamenævnet havde i 2024 fortsat sit fokus på uhensigtsmæssig markedsføring rettet mod børn og unge. Størstedelen af sagerne det forgange år omhandlede således markedsføring overfor børn og unge. En overvægt af disse sager bestod af situationer, hvor personer under 25 år blev benyttet i markedsføring af alkohol på sociale medier.

Nævnet har også i 2024 gjort en ekstra egen indsats for et skærpet tilsyn med fokus på screening af uhensigtsmæssig markedsføring på sociale medier. Dette har givet en stor andel sager af egen drift sammenlignet med tidligere år.

På trods af den øgede fokus på screening og sager af egen drift, er det samlede antal af sager i Nævnet faldet fra 2023 til 2024. Faldet udgør et knæk i de seneste års tendens, hvor der år for år har været et stigende antal sager. Nævnet ser positivt på denne udvikling, der kan indikere, at der sker færre overtrædelser af Alkoholreklamenævnets retningslinjer.



Marlene Winther Plas

Forperson for Alkoholreklamenævnet

Politisk har der i 2024 været et stort fokus på uhensigtsmæssig markedsføring overfor børn og unge. Særligt Erhvervsministeren har løftet denne dagsorden med et klart fokus på markedsføring af usunde fødevarer på sociale medier. Det politiske fokus er meget velkommet og en anledning til at fremhæve, at vi i Alkoholreklamenævnet er stolte og tilfredse over at have leveret en kontinuerlig indsats for ansvarlig selvregulering på alkoholområdet gennem næsten et kvart århundrede.

Afslutningsvis vil jeg gerne takke Forbrugerombudsmanden for et tæt samarbejde gennem året. Både Alkoholreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden har været enige om at fastholde et særligt fokus på beskyttelsen af børn og unge. Det er min forventning, at dette vigtige fokus fortsætter i 2025, hvor Alkoholreklamenævnet også fejrer sit 25-års jubilæum.

God læselyst!



Nævnets arbejde

Alkoholreklamenævnet har siden år 2000 håndhævet retningslinjerne for markedsføring af alkohol i Danmark.

Retningslinjerne udgør branchens fortolkning af god markedsføringssskik og god erhvervsskik, der er reguleret i markedsføringslovens § 3 og § 4. Retningslinjerne er udtryk for en etisk standard og dækker enhver form for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, der sker på det danske marked.

Retningslinjerne har, siden de trådte i kraft i 2000, spillet en vigtig rolle i forhold til reguleringen af alkoholmarkedsføring. Erfaringerne med retningslinjerne har vist, at Alkoholreklamenævnets afgørelser bliver efterlevet. Alkoholreklamenævnet arbejder kontinuerligt for, at retningslinjerne i endnu højere grad bliver en integreret del af erhvervslivets markedsføring, så markedsføringen sker med en stadig højere grad af omtanke og aktivt medansvar.

Selve tilblivelsen af retningslinjerne skete i 1999, hvor Erhvervsministeriet forhandlede med en række erhvervs – og forbrugerorganisationer med henblik på at udarbejde et sæt retningslinjer, der regulerede markedsføringen af alkohol. Forhandlingerne medførte vedtagelsen af retningslinjerne for markedsføring af alkohol samt oprettelsen af Alkoholreklamenævnet (dengang Håndhævelsesudvalget), der skulle administrere og håndhæve de nye retningslinjer.

I Alkoholreklamenævnet er erhvervs – og forbrugerinteresser ligeligt repræsenterede. Alkoholreklamenævnet ledes af en uafhængig formand. I tæt samarbejde med de danske myndigheder ønsker Alkoholreklamenævnet at sikre en effektiv og ensartet regulering af markedsføring af alkohol.

Der påhviler de, der markedsfører alkohol, et særligt ansvar for at tage alle rimelige skridt til at minimere potentielle skadevirkninger af alkohol, herunder sikre at børn ikke drikker, og at unge får en sen debut. Det er hensigten med retningslinjerne at styrke forbrugerbeskyttelsen og medvirke til, at markedsføringen af alkohol ikke får u hensigtsmæssige konsekvenser.



Møde i Alkoholreklamenævnet, DLA Piper, 2024

Samarbejde med Forbrugerombudsmanden

Retningslinjerne om markedsføring af alkohol supplerer markedsføringslovens bestemmelser.

I 2008 indgik Alkoholreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden en sagsbehandlingsaftale, som indebærer gensidig orientering om modtagelse, behandling og afgørelse af klager.

Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet stræber efter koordineret sagsbehandling ved, at Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet gensidigt orienterer hinanden. Bl.a. er der enighed om, at Forbrugerombudsmanden i prioriteringen af sager lader det indgå i sine overvejelser, hvorvidt Alkoholreklamenævnet har kompetence til at behandle sagen, og om Alkoholreklamenævnets sagsbehandling må forventes at føre til et passende skridt over for den pågældende markedsføring.

Se mere om Alkoholreklamenævnets samarbejdsaftale med Forbrugerombudsmanden [her](#).



Møde mellem Alkoholreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden, DLA Piper, 2024



Forbrugerombudsmanden, Torben Jensen



Alkoholreklamenævnets medlemmer 2024

Alkoholreklamenævnets forperson:



Marlene Winther Plas
Advokat, Partner (L)
DLA Piper
Advokatpartnerselskab

Sekretariat:



Rasmus Sand
Sekretariatschef,
Alkoholreklamenævnet

Alkoholreklamenævnets medlemmer:



Marie Frank-Nielsen
Seniorjurist,
Forbrugerrådet



Maria Vegger Bjerrehus
Juridisk seniorrådgiver,
Kreativitet & Kommunikation



Martin Jørgensen
Advokat, Fagchef for Markeds-
føringsret, Dansk Erhverv



Matthias Korth Vesterdal,
Sekretariatschef,
VSOD



Nick Hækkerup
Direktør,
Bryggeriforeningen



Claus Bøgelund Nielsen
Vicedirektør,
DSK



Kaare Friis Petersen
Erhvervsjuridisk chef,
HORESTA



Birgitte Wad
ESG Chef,
DRC

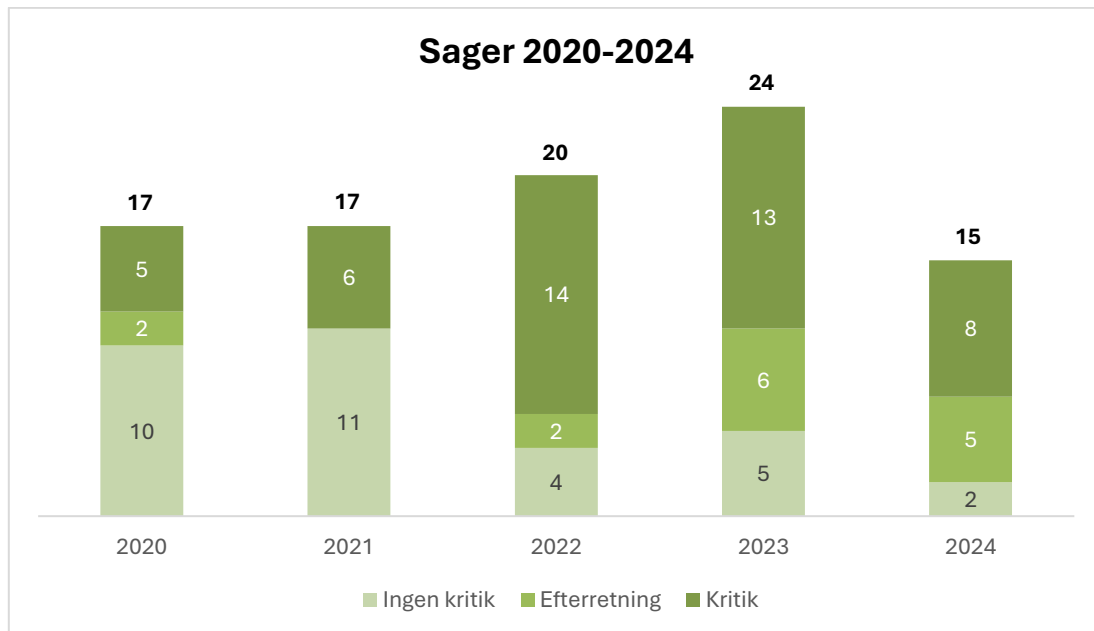
Observatør:



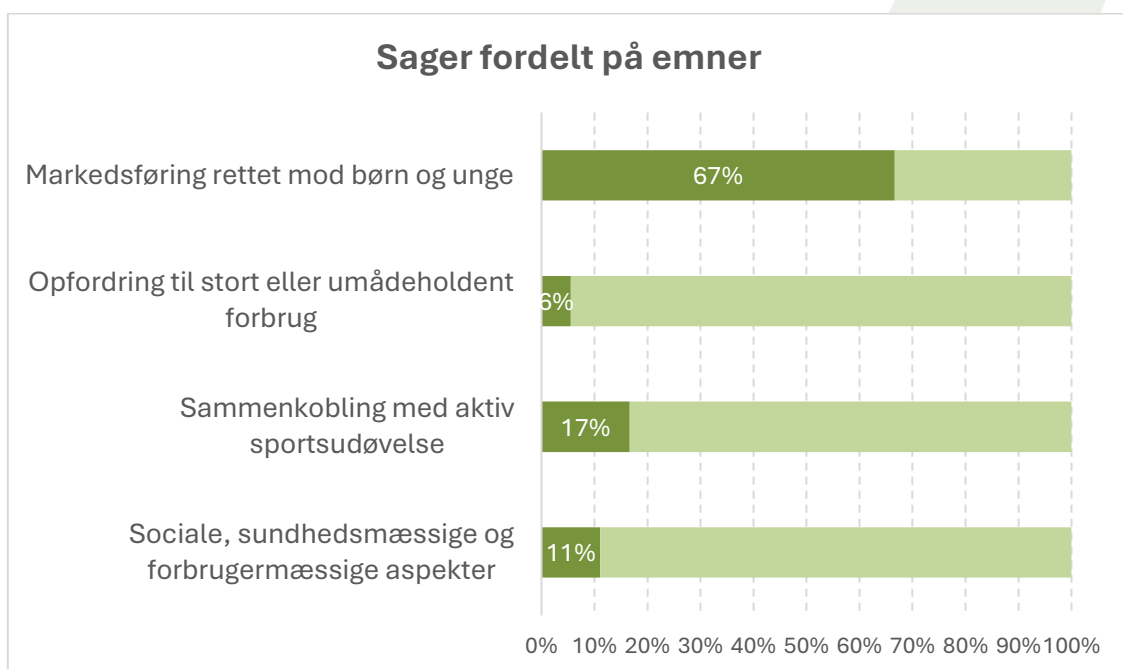
Lea Therese Ørum Molsted
Fuldmægtig,
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

Statistik 2024

I 2024 traf Alkoholreklamenævnet afgørelse i 15 sager, hvoraf der blev udtalt kritik i 13 af sagerne. Flere sager, som Alkoholreklamenævnet behandlede, er blev drøftet med eller videresendt til behandling hos Forbrugerombudsmanden.



I 2024 omhandlede 67% af de behandlede sager "Markedsføring rettet mod børn og unge". Dette er konsistent med tidligere år, hvor 68% af sagerne i 2023 omhandlede markedsføring rettet mod børn og unge.



Afgørelser 2024

Nedenstående skema giver et kort overblik over Alkoholreklamenævnets afgørelser i 2024. Afgørelserne kan læses i deres fulde længde ved at følge linket til hver enkelt afgørelse på Alkoholreklamenævnets hjemmeside.

Sag	Klagens genstand	Afgørelse
SuperBrugsen Coop	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet fandt ikke, at Coops markedsføring på Facebook var særligt henvendt til børn eller unge. Der udtales ikke kritik.
Carlsberg Nordic	Forveksling mellem alkoholholdig og alkoholfrit produkt, Sammenkobling med aktiv sportsudøvelse	Nævnet vurderede, at markedsføringen af Carlsberg Nordic ikke indeholdt elementer, der bidrog til en forvekslingsrisiko mellem alkoholfrie og alkoholholdige produkter. Da der ikke blev vurderet en forvekslingsrisiko, har Alkoholreklamenævnet ikke forholdt sig til en evt. sammenkobling mellem alkohol og aktiv sportsudøvelse. Der udtales ikke kritik. Forbrugerrådet Tænk indgav dissensudtalelse.
Hugos Garage	Sammenkobling med aktiv sportsudøvelse, Opfordring til stort eller umådeholdent forbrug, Anvendelse af kendt person	Nævnet vurderede, at Hugos Garages markedsføring benyttede en kendt artist (Emil Lange) til opfordring til umådeholdent indtag af alkohol. Der udtales kritik af dette forhold. Nævnet fandt ikke at henvisning til "beer pong" var en sammenkobling til aktiv sport.
Vibe Slagelse	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet vurderede, at Vibe Slagelses markedsføring af alkohol var målrettet børn og unge. Det anses som en skærpende omstændighed, at Vibe Slagelse markedsfører sig som et "16+" koncept. Der udtales skarp kritik.
Bilka Holstebro	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet vurderede, at Bilka Holstebros markedsføring af alkohol var målrettet studenter, hvilket er imod Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.

		Der udtales kritik, men det tages til efterretning at Bilka Holstebro reagerede hurtigt og slettede markedsføring efter kontakt fra Alkoholreklamenævnet.
Club Wolf Aalborg	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol fra Club Wolf Aalborg var målrettet unge samt benytter personer under 25 år i markedsføringen. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Club Wolf Aalborgs markedsføring af alkohol. Det tages til efterretning, at Club Wolf Aalborg har ændret deres markedsføringspraksis.
Herslev Bryghus	Sammenkobling med aktiv sportsudøvelse	Nævnet vurderede, at Herslev Bryghus' markedsføring af "øl-yoga" indeholdt en sammenkobling mellem alkohol og aktiv sportsudøvelse, hvilket er i strid med Nævnets retningslinjer. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Herslev Bryghus, men tager til efterretning, at Herslev Bryghus imødekommer kritikken og vil tilpasse fremtidig markedsføring.
Beta House Grenaa	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol fra Beta House Grenaa var målrettet unge, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik.
Buddy Holly Hobro	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol fra Buddy Holly Hobro var målrettet unge samt benyttede personer under 25 år i markedsføringen, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Buddy Holly Hobros markedsføring af alkohol. Nævnet tager til efterretning at Buddy Holly Hobro efter henvendelsen fra Nævnet har rettet markedsføringen.
Café Sidewalk	Markedsføring rettet mod børn og unge	Alkoholreklamenævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol fra Café Sidewalk var målrettet unge i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.

		Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Café Side-walks markedsføring af alkohol.
Brokmans	Markedsføring rettet mod børn og unge, Alkohol forbundet med risikofyldt adfærd	Alkoholreklamenævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol fra Brokmans var målrettet unge samt kombinerer markedsføring af alkohol med opfordring til risikofyldt adfærd, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer. Der udtales kritik af markedsføringen.
Fantombryg og Louise Torp Schougaard	Markedsføring rettet mod børn og unge	Alkoholreklamenævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol blev koblet til en sammenhæng rettet mod børn og unge, og at der blev benyttet børn i markedsføringsmaterialet. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af markedsføringen fra Fantombryg og Louise Torp Schougaard.
Fantombryg	Markedsføring rettet mod børn og unge	Alkoholreklamenævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol blev koblet til en sammenhæng rettet mod børn og unge. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af markedsføringen.
Discoteque Tordenskiold Kolding	Markedsføring rettet mod børn og unge	Alkoholreklamenævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol fra Discoteque Tordenskiold Kolding var målrettet unge samt benyttede personer under 25 år i markedsføringen, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Discoteque Tordenskiold Koldings markedsføring af alkohol. Nævnet anser det som en skærpende omstændighed, at Discoteque Tordenskiold Kolding modtog kritik for en tilsvarende sag i 2023.
Dorsia	Markedsføring rettet mod børn og unge	Alkoholreklamenævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol fra Dorisa er målrettet unge samt benytter personer under 25 år i markedsføringen, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik.

Kontaktoplysninger

Kontakt Nævnet

Gamle Carlsberg Vej 16
1799 København V
Tlf.: +45 20 90 61 51
E-mail: Kontakt@alkoholreklamenævnet.dk

Klageadgang

Det er muligt at klage til Alkoholreklamenævnet over et eller flere konkrete markedsføringstiltag, der omhandler markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Der er fri klageadgang til Nævnet, dvs. at både privatpersoner, virksomheder og organisationer har mulighed for at klage til Nævnet.

En klage skal indgives skriftligt. Dette kan ske til Alkoholreklamenævnets sekretariat enten via brev, e-mail eller udfyldelse af en online klageformular. Se online klageformular [her](#).

Forhåndsvejledning

Som erhvervsdrivende kan du, så vidt det er muligt, få vejledning vedrørende et planlagt markedsføringstiltag og en udtalelse fra Alkoholreklamenævnet om, hvorvidt markedsføringstiltaget vurderes at være i overensstemmelse med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Det kan fx dreje sig om markedsføring på sociale medier, annoncer eller i forbindelse med en planlagt kampagne.

Forhåndsvejledningen er bindende for Alkoholreklamenævnet. Alkoholreklamenævnet forbeholder sig dog altid retten til at udtale kritik, hvis der er elementer i den realiserede markedsføring, der måtte stride mod Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Forbrugerombudsmanden kan i øvrigt anfægte lovligheden, og i sidste ende er det domstolene som afgør eventuelle spørgsmål om, hvorvidt en konkret markedsføringsindsats er lovlig.

Læs mere om forhåndsvejledning [her](#).