

4. september 2015

## Afgørelse – 2015-10 Klub Kåd

Alkoholreklamenævnet afholdte den 19. august 2015 møde, hvor Nævnet behandlede klagen over Klub Kåds markedsføring.

Alkoholreklamenævnet traf følgende afgørelse på mødet;

### Afgørelse:

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol. Da klagen omhandler markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, har Nævnet kompetence til at behandle sagen. Nævnet ønsker samtidig at understrege, at den faktiske administration af udskænkningen hører under politiets kompetence.

Alkoholreklamenævnet bemærker herefter, at Nævnet aktivt ønsker at bidrage til en forbedret alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge. Børn og unge er underlagt et særligt beskyttelsesbehov grundet deres naturlige godtroenhed, og fordi børn og unge og alkohol ikke hører sammen. Nævnet lægger derfor vægt på, at de erhvervsdrivende indretter markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer, således at der ikke sendes forkerte signaler – særlig ikke til unge - om alkoholindtagelse.

Afholdelse af 16+ arrangementer er ikke i sig selv i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, men når markedsføringen af 16+ arrangementer kombineres med markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, sker der en overtrædelse af retningslinjernes § 6, idet markedsføring af alkoholholdige drikkevarer da retter sig imod børn og unge.

Når man betegner et arrangement som værende for 16-årige og opefter, som det er tilfældet her, henvender man sig til unge under 18 år. Markedsføringen må da ikke indeholde alkoholmarkedsføring. I det konkrete tilfælde er der tale om et link på 16+ eventet, hvor følgende oplyses: *"Er du 18+ og har lyst til at booke et bord, så er du garanteret en af de bedste siddepladser med vennerne. Så klik på linket eller skriv til "X" på "telefon"* (Navn og telefonnummer er Alkoholreklamenævnet bekendt) Klikker man på linket, bliver man ledt videre til en side, hvor der blandt andet findes alkoholmarkedsføring. Der forefindes ikke i øvrigt alkoholmarkedsføring eller henvisninger hertil på eventets side.

Det er Alkoholreklamenævnets holdning, at der som udgangspunkt skal være en fuldstændig adskillelse af den markedsføring, der retter sig mod 16+ segmentet og 18+ segmentet. På denne måde sikrer man sig som erhvervsdrivende, at der ikke opstår misforståelser om, hvem markedsføringen retter sig mod. Der gælder således et skærpet ansvar for erhvervsdrivende, som afholder blandede aldersfester. I den konkrete sag noterer Alkoholreklamenævnet sig, at Klub Kåd tydeligt har markeret, at linket retter sig mod de som er 18+, ligesom der ikke indikeres indtagelse af alkohol i forbindelse med linket. På baggrund heraf finder Nævnet konkret ikke, at der skal udtales kritik.

Venlig hilsen  
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen  
Formand