

8/12 2015

## Afgørelse – 2015-13 Dansebar Roskilde

Alkoholreklamenævnet afholdte den 18. november 2015 møde, hvor Nævnet behandlede klagen over Dansebar Roskildes 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.

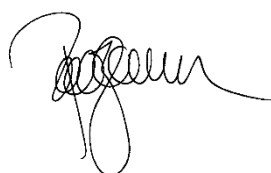
Alkoholreklamenævnet bemærker herefter, at Nævnet aktivt ønsker at bidrage til en forbedret alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge. Børn og unge er underlagt et særligt beskyttelsesbehov grundet deres naturlige godtroenhed, og børn og unge og alkohol 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.

Nævnet vil endvidere gerne gøre opmærksom på, at hvor forbuddet mod markedsføring af alkohol rettet mod børn og unge i Markedsføringslovens § 8, stk. 3 opererer med en 18 års grænse, har vi i Alkoholreklamenævnet ikke en skarp 18 års grænse i forhold til begrebet ”børn og unge” i retningslinjerne. Vores børn og unge-begreb er mere flydende, hvorfor også unge over 18 år kan være beskyttet af retningslinjerne.

I denne sag er der konstateret en generel aggressiv markedsføring særligt med den indklagede video, hvor en række unge udstilles i påvirket tilstand og samtidig bliver kraftigt opfordret til at drikke yderligere. At dette sker i et ungdommeligt miljø ser Nævnet som en skærpende omstændighed. Det samlede markedsføringstiltag opfatter Alkoholreklamenævnet som aggressiv markedsføring, der opfordrer til massiv alkoholindtagelse og dermed et umådeholdent forbrug, hvilket er i strid med retningslinjerne.

Der udtales kritik af Dansebar Roskildes markedsføring, men Nævnet tager til efterretning, at indklagede dels har lagt et aldersfilter ind i Facebook, og dels har reageret hurtigt på vores henvendelse og samtidig oplyst, at markedsføringen er ændret, med henblik på at bringe den i overensstemmelse med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer.

Venlig hilsen  
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen  
Formand