

Afgørelse – 2015-15 Stereo Bar

Alkoholreklamenævnet har behandlet klagen over Stereo Bars markedsføring og truffet følgende afgørelse:

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 ønsker aktivt at bidrage til en forbedret alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge.

I denne sag er der konstateret en generel aggressiv markedsføring med udtryk som *"tag dine 4 bedste/mest fortrukne venner"*, *"2L KÆMPE Jægerbomb"*, *"det kan godt gøres hurtigere"* i sammenhæng med reklame for en drikkekonkurrence. Det samlede markedsføringstiltag opfatter Alkoholreklamenævnet som markedsføring, der opfordrer til massiv alkoholindtagelse og dermed et umådeholdent forbrug, hvilket er i strid med retningslinjernes § 3, stk. 2.

Der udtales derfor kritik af Stereo Bars markedsføring, og det forventes, at markedsføringen tilpasses omgående og fremover, så den er i overensstemmelse med retningslinjerne.

Nævnet finder det endvidere utilfredsstillende, at I ikke har taget skridt til at svare på vores henvendelse, så en dialog kunne være etableret. Såfremt I ikke ændrer jeres markedsføring, så den følger retningslinjerne, vil der blive rettet henvendelse til Forbrugerombudsmanden med anmodning om at tage sagen op.

Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen
Formand

