

Afgørelse – 2017-17 Café Guldhornene

Alkoholreklamenævnet har modtaget en klage vedrørende Café Guldhornenes markedsføring af arrangementet ”Breezer ridder”. Nævnet har modtaget partshøringsindlæg fra den erhvervsdrivendes advokat og har på baggrund af samtlige indlæg i sagen 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.

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

Sagen omhandler et arrangement, som på Café Guldhornenes Facebook markedsføres med, at man ved at drikke 10 Breezere i løbet af aftenen, udnævnes til Breezer-ridder af Guldhornene.

Nævnet har konstateret en generel aggressiv markedsføring, hvor der på Café Guldhornenes Facebook-side fremgik:

*”Drik 10 x slingresaft og bliv Breezer Ridder!
Kun 250,-
Tilmelding før kl. 22.00”*

Og:

”Er du fan af de eksotiske Breezer? Så kom forbi Kromutter i morgen! Nu kan du nemlig drikke 10 slingresaft og blive udnævnt Breezer ridder af Guldhornene

Ja du læste rigtigt! Så er du til de søde? Eller føler du dig lidt på den sure side? Så det godt Kromutter har hele fire forskellige varianter af det lækre boblevand!

Ses vi???”

Alkoholreklamenævnet bemærker, at prismarkedsføring i sig selv ikke kan sidestilles med opfordring til umådeholdent forbrug. Prismarkedsføring kan dog indgå som

element i vurderingen af, om der foreligger en overtrædelse af retningslinjerne. Aggressiv prisme-markedsføring i umiddelbar sammenhæng med opfordringer til omfattende alkoholindtagelse, der sidestilles med opfordring til umådeholdent alkoholforbrug kan derimod være i strid med retningslinjerne. Alkoholreklamenævnet finder, at markedsføringen opfordrer til et umådeholdent alkoholforbrug i strid med retningslinjernes § 3, stk. 2.

Nævnet har endvidere vurderet, om der ved den pågældende markedsføring er sket en overtrædelse af retningslinjernes § 4, stk. 2, som lyder: Markedsføringen må ikke fremtræde eller virke påtrængende, provokerende eller på anden måde særligt overtalende.

I vurderingen af markedsføringstiltaget har Nævnet inddraget, at der udloves en præmiering for at indtage en nærmere angivet mængde alkohol. Præmieringen knytter sig til den enkelte gæsts præstation i forhold til alkoholindtag.

Alkoholreklamenævnet finder ud fra en konkret vurdering, at markedsføringen fremtræder særligt overtalende i strid med retningslinjernes § 4, stk. 2. Nævnet finder den omtalte præmiering særligt skærpende.

Alkoholreklamenævnet har konstateret, at Café Guldhornene har markedsført et tilsvarende koncept under navnet ”Ridder af Guldhornene”

Af Café Guldhornenes hjemmeside fremgik:

”Bliv Ridder af Guldhornene og få dit eget personlige navneskilt med dato hængt op på baren. For at blive slået til Ridder af Guldhornene skal kandidaten være en mand eller kvinde og minimum 20 år gammel. Ridderslåningen foregår ved, at den pågældende drikker 10 store fra fad på samme åbningsdag! ”

Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringen opfordrer til et umådeholdent alkoholforbrug i strid med retningslinjernes § 3, stk. 2 samt at markedsføringen fremtræder særligt overtalende i strid med retningslinjernes § 4, stk. 2.

I vurderingen af markedsføringstiltaget har Nævnet lagt vægt på, at der er tale om aggressiv prisme-markedsføring i umiddelbar sammenhæng med opfordringer til omfattende alkoholindtagelse, der sidestilles med opfordring til umådeholdent alkoholforbrug. Endvidere finder Nævnet det som en særligt skærpende omstændighed, at der udloves en præmiering for at indtage en nærmere angivet mængde alkohol samt at præmieringen knytter sig til den enkelte gæsts præstation i forhold til alkoholindtag.

Der udtales derfor kritik af Café Guldhornenes markedsføring.

Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Café Guldhornenes markedsføring af alkoholholdige drikkevarer ikke er i strid med ret-

ningslinjerne. Finder Alkoholreklamenævnet yderligere overtrædelser af retningslinjerne, vil Nævnet enten selv rejse en sag eller anmode Forbrugerombudsmanden om at tage sagen op til behandling efter markedsføringslovens regler.



Venlig hilsen
ALKOHOLREKLAMENÆVNET

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Pernille Backhausen', written in a cursive style.

Pernille Backhausen
Formand

Breezer Ridder *hver torsdag*



Drik 10 x slingresaft og bliv Breezer Ridder!

Kun 250,-

Tilmelding før kl. 22.00

café **Guldhornene**