

Afgørelse – 2017-7 The Drunken Flamingo

Alkoholreklamenævnet har modtaget en klage vedrørende The Drunken Flamingos markedsføring af ”Ildrætsdag Warm up” og har 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 ansvarlig 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/unge og alkohol hører ikke 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.

Sagen omhandler eventet ”Ildrætsdag warm up X The Drunken Flamingo”, som afholdes på diskoteket The Drunken Flamingo. Der er konstateret alkoholmarkedsføring, da der reklameres med følgende:

*”Fri bar fra kl 22:00-23:00 i sjusser og øl med armbånd
Almindelige helflasker 350 kr. M 1 kande mixer.
1 AM Rose 200 kr.
Flamingo kander 200 kr.
Flamingo Shots 200 kr. pr. flaske”*

Eventet anvender order ”Ildrætsdag”, hvorved eventet retter sig mod gymnasieelever og lignende.

Afholdelse af arrangementer rettet mod gymnasieelever og lignende er ikke i sig selv i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, men når markedsføringen af sådanne 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.

Indklagede har oplyst, at der er tale om et privat arrangement, som afholdes i The Drunken Flamingos lokaler, og at opslaget er lavet af den private arrangør. Nævnet har iagttaget, at The Drunken Flamingos logo anvendes, ligesom det er The Drunken Flamingos tilbud på alkoholholdige drikkevarer, som markedsføres.

Den erhvervsdrivende har som udgangspunkt et ansvar for, at også brugergenereret indhold, eksempelvis på en Facebook-eventsider, ikke er i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Der påhviler således den erhvervsdrivende en forpligtelse til løbende at sikre, at der ikke er sådanne stridige elementer. Denne forpligtelse er særlig skærpet, når der er tale om markedsføring rettet mod børn og unge.

Alkoholreklamenævnet udtaler derfor kritik af The Drunken Flamingos markedsføring og forventer, at The Drunken Flamingo fremadrettet indrettet sin markedsføringen i overensstemmelse med retningslinjerne.

Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at The Drunken Flamingos markedsføring af alkoholholdige drikkevarer ikke er i strid med retningslinjerne. 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



Pernille Backhausen
Formand



16. AUG. IDRÆTSDAG WARM UP x THE DRUNKEN FLAMINGO

Organiseret af Nanna Brøndum og 3 andre · Privat

? Måske

✉ Inviter

📷 Se album

⋮ Mere

🕒 I morgen klokken 22:00
I morgen

📍 The Drunken Flamingo, Jomfru Ane Gade 14

I anledning af at idrætsdagen er lige rundt... [Se mere](#)

