

Afgørelse – 2018-04 Sjus Bar

Alkoholreklamenævnet har modtaget en klage vedrørende Sjus Bars markedsføring af ”gaskammershots” 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 forbedret alkoholkultur, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn og unge.

Sagen omhandler Sjus Bars markedsføring af ”gaskammershots” ved et skilt foran baren samt i et opslag på Facebook.

Af skiltet foran Sjus Bar fremgår et billede af et shot med ild i, en gasmaske, samt følgende tekst:

*”Gaskammer
Prøv byens mest berygtede shot. Spørg efter en deluxe hvis du tør”*

Alkoholreklamenævnet understreger, at man som erhvervsdrivende skal udvise agtpågivenhed med hensyn til markedsføringens indhold og udformning.

Alkoholreklamenævnet finder imidlertid, at der i det konkrete tilfælde ikke er basis for at udtale kritik af markedsføringen på skiltet foran Sjus Bar.

Af opslaget på Sjus Bars Facebookside, fremgår en video af to af Sjus Bars bartendere, der under jubel og tilråb, hver indtager et ”gaskammershot”. Desuden indeholder opslaget følgende tekst:

”Sjussen har fået nye ansigter bag baren, [...]. Det er en tradition, at nye medlemmer af sjus familien, skal udsættes for et af vores berygtede gaskamre. Se med i videoen hvordan dette foregik!!

Tør du?”

Nævnet har vurderet, om der ved den pågældende markedsføring er sket en overtrædelse af retningslinjernes § 3, stk. 1, og § 4, stk. 2 som lyder:

§ 3, stk. 1: De erhvervsdrivende skal ved markedsføring af alkoholholdige drikkevarer udvise en ansvarlig adfærd ved at tage særligt hensyn til de sociale, sundhedsmæssige og forbrugermæssige aspekter, der er forbundet med alkoholindtagelse.

§ 4, stk. 2: Markedsføringen må ikke fremtræde eller virke påtrængende, eller provokerende eller på anden måde særligt overtalende.

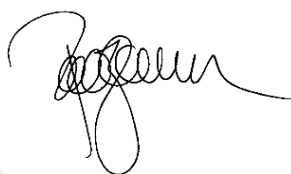
Det er Nævnets opfattelse, at bartendere i kraft af deres erhverv og position, og som repræsentant for virksomheden, bør udvise ansvarlighed overfor gæsterne og ikke må sende forkerte signaler i forhold til alkoholindtagelse. Nævnet finder, at markedsføringen i det konkrete tilfælde er i strid med retningslinjernes § 3, stk. 1.

Desuden finder Nævnet, at teksten: ”Tør du?” i direkte sammenhæng med den konkrete video, sender et uheldigt signal som kommer til at virke provokerende og overtalende. På den baggrund, er det Nævnets opfattelse, at markedsføringstiltaget endvidere er i strid med retningslinjernes § 4, stk. 2.

Nævnet udtaler derfor kritik og forventer, at Sjus Bar fremadrettet indretter sin markedsføring i overensstemmelse med retningslinjerne. Nævnet tager til efterretning, at Sjus Bar har reageret hurtigt og allerede har iværksat konkrete tiltag for at forhindre lignende tilfælde.

Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Sjus Bars 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

Bilag til afgørelsen 2018-4 Sjus Bar



Sjus Bar
1. marts · 🌟

Sjussen har fået nye ansigter bag baren, Julius og William! 🍷🍷
Det er en tradition, at nye medlemmer af sjus bar familien, skal udsættes for et af vores berygtede gaskammer. 🔥🔥
Se med i videoen hvordan dette foregik! 😊
Tør du?

