

Afgørelse – Den Dansende Viking

Alkoholreklamenævnet har den 8. marts 2019 modtaget en klage over Den Dansende Vikings markedsføring af arrangementet ”Nova+ Trafiklysfest- Fri bar all night” på Facebook 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. Nævnet ønsker samtidig at bemærke, at den faktiske administration af udskænkningen hører under politiets kompetence.

Alkoholreklamenævnet ønsker aktivt at bidrage til en forbedret alkoholkultur, ligesom at 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 Den Dansende Vikings markedsføring af arrangementet ”Nova+ Trafiklysfest- Fri bar all night” via Facebook. Af opslaget fremgik blandt andet teksten:

” [...] Trafiklys-fest som du aldrig har oplevet det før! Du får et armbånd på der afslører din score gejst, så er du rød (optaget), gul (prøv mig) eller grøn (klar på alt)? Vær nu ik alt for ærlig for så er der måske ikke en sød fyr der giver jer piger drinks! Og jo drenge det kan i sagtens give, for vi kører med den obligatoriske FRI BAR ALL NIGHT! Og vi sørger selvfølgelig for den fedeste DJ med de lækreste beats!

Hos os får i altid fri bar hele natten, garderobe og entre til kun 150!

[...]

ADGANGSKRAV: 9/10. klasser, gymnasiale uddannelser og efterskoler ELLER minimum 15 år.

[...]”

Alkoholreklamenævnet har vurderet om der er tale om alkoholmarkedsføring i strid med retningslinjernes § 6, stk. 1, hvorefter alkoholmarkedsføring aldrig må rettes mod børn og unge.

Den Dansende Viking har i sit partshørings svar oplyst, at der ikke var tale om alkoholmarkedsføring, idet baren alene bestod af sodavand, juice og energidrik.

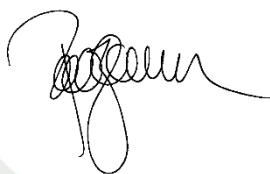
Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at der er tale om alkoholmarkedsføring idet det ikke er tydeligt markeret, at der i det konkrete tilfælde er tale om en "fri bar" og "drinks" der alene skulle indeholde alkoholfri produkter. Alkoholreklamenævnet bemærker hertil, at prisen på 150 kr. svarer til prisen der normalt knytter sig til "LILLE FRI BAR" som fremgår af Den Dansende Vikings Facebookside. Af Facebooksiden fremgår det, at "LILLE FRI BAR" indeholder entré og garderobe, "samt alt hvad der kan drikkes i sodavand, energi, kildevand, juice og øl hele natten fra 23-05".

Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at der er tale om markedsføring i strid med retningslinjernes § 6, stk. 1. Alkoholreklamenævnet udtaler på den baggrund kritik af Den Dansende Vikings markedsføring. Nævnet forventer, at markedsføringen fremadrettet indrettes således, at den er i overensstemmelse med retningslinjerne. Nævnet forventer desuden, at den markedsføring, som strider mod retningslinjerne, ophører.

Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Den Dansende Vikings 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