

16. november 2022

Festarrangør markedsførte alkohol over for børn

Festarrangøren ToppCPH har markedsført alkohol over for børn og unge ned til 15 år i forbindelse med afholdelse af konkurrencer og invitationer til arrangementer i hovedstadsområdet.

I markedsføringen bliver gæsterne lokket med ”Billig bar med fornuftige priser” og ”Man er velkommen, hvis man bliver 16 i år 2022.”

ToppCPH har derved markedsført sine konkurrencer og arrangementer ved at opfordre unge ned til 15 år til at indtage alkohol, og Alkoholreklamenævnet vurderer, og det er en klar overtrædelse af retningslinjerne for markedsføring af alkohol.

”Børn, unge og alkohol hører ikke sammen, så det er meget alvorligt, at vi ser tilfælde, hvor erhvervsdrivende tilsidesætter etik og ansvar. Erhvervsdrivende skal indrette markedsføringen af alkohol, så der ikke sendes forkerte signaler til de unge om alkoholindtagelse, og derfor er det kritisabelt, at der markedsføres alkohol målrettet unge helt ned til 15 år”, siger formanden for Alkoholreklamenævnet, Marlene Winther Plas.

I et høringssvar har ToppCPH oplyst, at ToppCPH ikke mener at have overtrådt retningslinjerne, bl.a. fordi de screenshots, som Alkoholreklamenævnet har vedlagt sin orientering om klagen, er fra private, lukkede sider på Instagram, som kræver godkendelse for at kunne tilgås.

Alkoholreklamenævnet bemærker dog i sin afgørelse, at det har været muligt for nævnet at tilgå markedsføringsmaterialet på Instagram uden forudgående godkendelse, hvorfor markedsføringsmaterialet umiddelbart vurderes at være tilgængeligt for alle brugere af Instagram.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af ToppCPH og har desuden bedt Forbrugerombudsmanden om at vurdere markedsføringen efter markedsføringslovens regler.

Alkoholreklamenævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med ToppCPHs markedsføring af alkohol.

Yderligere info: Lea Kholghi Frederiksen, kontakt@alkoholreklamenævnet.dk, 29 27 26 23.