

PRESSEMEDDELELSE

10. januar 2024

Producent af "Sismofytter" og "Dracula" skal ændre emballagen

Spritifabrikken Danmark retter sin markedsføring mod børn og unge, når den anvender tegneseriefigurer fra kendte slikprodukter og afbildning af slik på sine alkoholprodukter, konkluderer Alkoholreklamenævnet i en afgørelse.

Markedsføring af alkohol må, uanset hvilken form den antager, aldrig rette sig mod eller kobles til en sammenhæng, der retter sig mod børn og unge. Derfor er det en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol, at Spritifabrikken Danmark anvender billeder af slik og tegneseriefigurer kendt fra slikposer på sine spiritusprodukter "Sismofytter Original", "Sismofytter Caramel" og "Dracula Classic".

Det fremgår af en afgørelse fra Alkoholreklamenævnet, på trods af at Spritifabrikken Danmark over for nævnet bl.a. har anført, at "Sismofytter" og "Dracula" især er kendt af personer, der var unge i 70'erne og 80'erne, da mærkerne blev lanceret som slik. Spiritusproducenten fremhæver også, at mange alkoholprodukter lanceres i farvestrålende emballage, og at det er helt normalt at se konfekturprodukter optræde i spiritusversioner. Samtidig understreges det i Spritifabrikken Danmarks høringssvar, at flaskerne med "Sismofytter" og "Dracula" er forsynet med teksten "kun for voksne".

I sin afgørelse bemærker Alkoholreklamenævnet, at alene den omstændighed at et alkoholholdigt produkt er farverigt, ikke er tilstrækkeligt til at konkludere, at produktet appellerer til børn og unge.

Alkoholreklamenævnet konstaterer ligeledes, at der eksisterer flere alkoholprodukter på markedet, hvor smagsvarianten er inspireret af eksisterende slikprodukter, men bemærker, at en sådan variant i sig selv ikke er tilstrækkelig til at konkludere, at produktet appellerer til børn og unge.

I de konkrete tilfælde fra Spritifabrikken Danmark er der foruden farverig emballage også benyttet afbildning af slik og tegneseriefigurer kendt fra eksisterende slikemballage.

"Slik kan være henvendt til både børn og voksne, men erhvervsdrivende bør som udgangspunkt afholde sig fra at benytte slik ved markedsføring af alkoholholdige produkter af hensyn til beskyttelse af børn og unge", siger Alkoholreklamenævnets forperson, Marlene Winther Plass, der også pointerer, at der ved markedsføring af alkohol ikke må benyttes figurer fra kendte børneuniverser.

Ud fra en helhedsvurdering er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at markedsføringens kombination af afbildning af slik og tegneseriefigurer fra kendte slikprodukter er et udtryk for markedsføring, der er målrettet børn og unge, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer.

Alkoholreklamenævnet udtaler derfor kritik af markedsføringen af "Sismofytter Original", "Sismofytter Caramel" og "Dracula Classic", og nævnet forventer, at Spritfabrikken Danmark ændrer produkternes emballage.

Nævnet vil i den kommende periode holde særligt øje med, at Spritfabrikken Danmarks markedsføring af alkohol ikke er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.

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