

Den 28. juni 2024

Afgørelse – 2024-11 Vibe Slagelse

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol og håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol. Forhold, der vedrører alkoholbevilling, hører under politiets kompetence.

Sagen kort

Alkoholreklamenævnet har den 23. april 2024 fået videresendt en klage fra Forbrugerombudsmanden over markedsføring af alkohol fra Vibe Slagelse. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at Vibe Slagelses markedsføring af alkohol er målrettet børn og unge. Alkoholreklamenævnet udtaler skarp kritik af markedsføringen fra Vibe Slagelse og anser det som en skærpende omstændighed, at Vibe Slagelse markedsfører sig som et ”16+” koncept.

Sagens oplysninger

Baggrund

Alkoholreklamenævnet har den 23. april 2024 fået videresendt en klage fra Forbrugerombudsmanden over markedsføring af alkohol fra Vibe Slagelse på det sociale medie TikTok. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 30. maj 2024 sendt høringsbrev til Vibe Slagelse med anmodning om bemærkninger til sagen, som Vibe Slagelse har besvaret den 4. juni 2024.

Indhold

Da sagen vedrører markedsføring af alkohol, har nævnet kompetence til at behandle sagen.

Vibe Slagelses høringssvar

Vibe Slagelse har i høringssvar af den 4. juni 2024 følgende bemærkninger:

- Vibe Slagelse beklager, at videoen er blevet offentliggjort. Vi er en 16+ klub i Slagelse, som til dagligt holder ugentlige fester for alle vores 16+ årige, og tager derfor denne anmeldelse yderst alvorligt
- Vi har sammensat et stort promoterteam på diskoteket, for at markedsføre vores klub på bedste vis, og nå bredest muligt ud. Alle disse promotorer er naturligvis blevet informeret om, at det er strengt forbudt at have alkohol med i vores markedsføring, da dette strider imod lovgivningen.

- Beklageligvis har der været en video de selv har lagt op, hvor ordet “vandflaske” skulle have en underforstået mening om, at de unge drikker alkohol udenfor vores matrikel. Desværre er der sket en fejl, og de har fået offentliggjort videoen, uden at vi har nået af få den standset.
- Vi har over 70 TikTok videoer liggende i skrivende stund på siden, hvor alle er blevet gennemgået for markedsføring, så det ikke strider imod lovgivningen.
- Udover VIBE driver vi også andre barer og diskoteker i byen som dog er 18+ steder, og har gjort det i mere end 30 år. Vi har et meget tæt og godt samarbejde med politiet og de lokale myndigheder i området, og har haft det igennem mange år uden problemer.
- Vi kan derfor kun beklage at denne fejl er sket, og vil på det kraftigste indskærpe overfor vores personale og promotorer, at vi ikke fremadrettet på nogen vis associerer noget af vores markedsføring der omhandler alkohol, eller kan associeres med dette.

Alkoholreklamenævnets afgørelse

Alkoholreklamenævnet har vurderet, om der med markedsføringen er sket en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol § 6, stk. 1 og 2:

§6 Stk. 1. 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.

§6 Stk. 2. Markedsføring af alkohol må kun anvende personer, herunder modeller, skuespillere og lignende, der er mindst 25 år.

Alkoholreklamenævnet er særligt optaget af at forhindre markedsføring af alkohol rettet mod børn og unge, hvorfor det altid er en skærpet opmærksomhed, hvis markedsføring af alkohol sker i kombination med markedsføring af ”16+” arrangementer. Alkoholreklamenævnet bemærker i den forbindelse, at ”16+” arrangementer ikke i sig selv er i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkohol, når markedsføringen, på baggrund af de konkrete omstændigheder, ikke kombineres med markedsføring af alkohol.

Markedsføringsmaterialet består af en video på det sociale medie TikTok. I beskrivelsen af videoen står:

”Gode gemmesteder til jeres ”vandflasker””

I videoen ses 3 unge kvinder, der fremviser steder at gemme ”vandflasker” i nærheden af Vibe Slagelse. Ordet ”vandflasker” skrives konsekvent i anførselstegn. I to tilfælde bemærker de unge kvinder, at der allerede er gemt flasker med alkohol på de steder, hvor der opfordres til at gemme ”vandflasker”. I de tilfælde udbrydes der henholdsvis:

”Se der står allerede noget”

Og

”Hov, der ligger allerede noget. Folk er klar til på fredag”

Baseret på et samlet helhedsindtryk er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at omtalen af vandflasker henviser til flasker med alkohol. Dette er baseret på 1) den konsekvente brug af anførelstegn i omtalen af vandflasker, 2) at vandflaskerne gemmes på steder, hvor der i forvejen ligger/står flasker med alkohol, hvilket opfattes som naturligt, og 3) at behovet for at finde gemmesteder til vandflasker i sig selv antyder, at flaskerne må indeholde andet end vand.

På denne baggrund opfatter Alkoholreklamenævnet videoen fra Vibe Slagelse som en opfordring til at indtage alkohol til fester, som er markedsført som ”16+” arrangementer.

På baggrund af videoens samlede helhedsindtryk har Alkoholreklamenævnet vurderet, at der er tale om markedsføring af alkohol målrettet børn og unge, hvilket er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer § 6, stk. 1.

Alkoholreklamenævnet vurderer yderligere, at personerne i videoen med stor sikkerhed er under 25 år, og noterer sig, at der ikke i høringssvaret er blevet oplyst andet. Dette er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer § 6, stk. 2.

Alkoholreklamenævnet udtaler skarp kritik.

Alkoholreklamenævnet ser det som en skærpende omstændighed, at der er tale om markedsføring af alkohol i forbindelse med et ”16+” koncept, hvilket kan være i strid med markedsføringens § 11 stk. 2. Alkoholreklamenævnet vil på den baggrund orientere relevante myndigheder herom.

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

Venlig hilsen

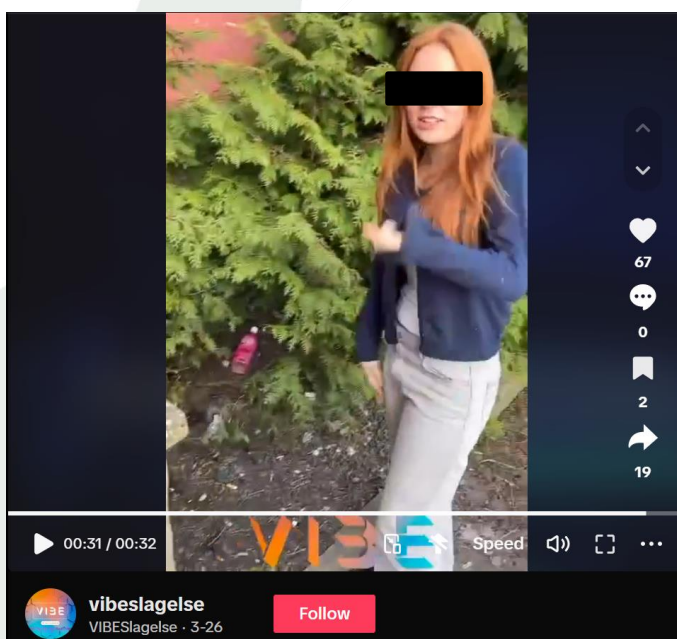
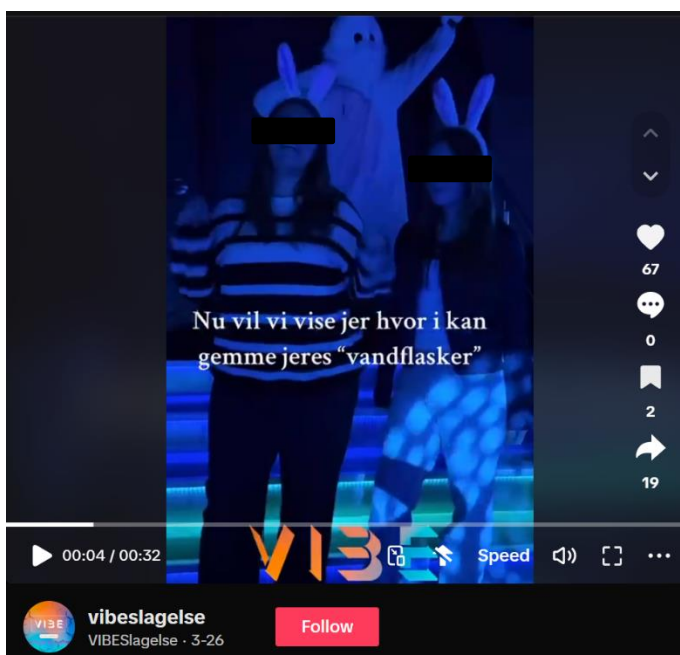
ALKOHOLREKLAMENÆVNET

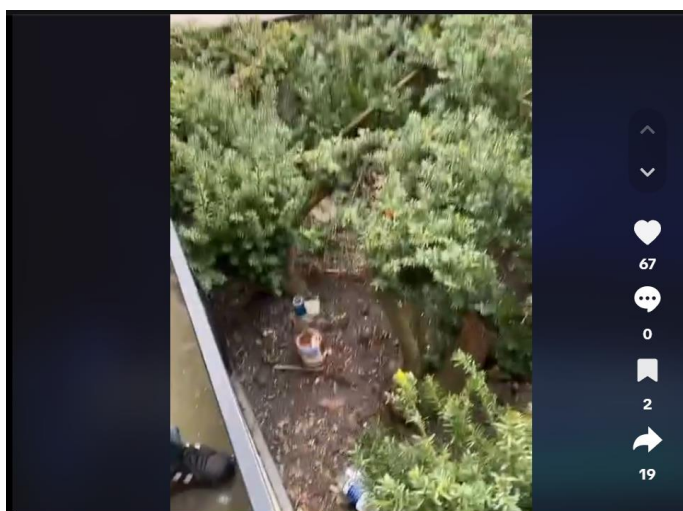


Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale: Afgørelse 2024-11

Markedsføringsmaterialet er observeret på det sociale medie TikTok den 27. marts 2024. Markedsføringsmaterialet består af en video. Billedmaterialet nedenfor er udpluk fra videoen, men det bemærkes, at det er hele videoen, som Alkoholreklamenævnet vurderer i forbindelse med behandlingen af klagen.





00:17 / 00:32

vibeslagelse
VIBESlagelse · 3-26

Follow

67
0
2
19

Speed

vibeslagelse
VIBESlagelse · 3-26

Follow

Gode gemmesteder til jeres "vandflasker" 🍷 #VIBE #fyp👉 #slagelse
#gimmesteder #vandflaske #nupåfredag #påskeferie #foryoupage
🎵 original sound - VIBESlagelse