

Afgørelse – 2018-04 Angry Geeks

Læskedrikreklamenævnet har behandlet sagen om et markedsføringstiltag i form af sponsering under e-sportsarrangementet ”HornsletLAN #5” arrangeret af Angry Geeks og har truffet følgende afgørelse:

Afgørelse:

Læskedrikreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af læskedrikke. Da klagen primært omhandler markedsføring af læskedrikke, har Nævnet kompetence til at behandle sagen.

Læskedrikreklamenævnet ønsker aktivt at bidrage til, at de erhvervsdrivende udviser en etisk adfærd og tager sundheds- og forbrugermæssige hensyn i deres markedsføring, ligesom Nævnets retningslinjer har særligt til formål at beskytte børn under teenagealderen. Børn og unge er underlagt et særligt beskyttelsesbehov grundet deres naturlige godtroenhed. Nævnet lægger vægt på, at de erhvervsdrivende indretter markedsføringen af læskedrikke således, at der ikke sendes forkerte signaler – særlig ikke til børn under teenagealderen - om indtagelse af læskedrikke.

Denne sag drejer sig om CULT’s sponsorat af begivenheden ”HornsletLAN #5” arrangeret af Angry Geeks.

Nævnet har vurderet, om der ved den pågældende markedsføring er sket en overtrædelse af retningslinjernes § 8.

Det følger af § 8 i retningslinjerne for markedsføring af læskedrikke, at læskedrikke ikke må markedsføres over for børn under teenagealderen. Markedsføringen af læskedrikke må eksempelvis ikke finde sted ved begivenheder, der særligt retter sig mod børn ligesom markedsføring af læskedrikke ikke må finde sted i form af sponsering af begivenheder, der særligt har børn som målgruppe.

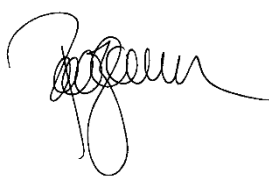
Læskedrikke der indeholder mere end 150 mg/l koffein, bør ikke indtages af børn og Læskedrikreklamenævnet understreger, at der ved markedsføring af energidrikke skal udvises særlig påpasselighed.

Det er Nævnets vurdering, at der i den konkrete sag er tale om et arrangement der særligt har børn som målgruppe. Af markedsføringsmaterialet fremgår det blandt andet, at der ikke er en aldersgrænse for, hvem der kan deltage ved arrangementet. Kravet er alene at ”man skal kunne tage vare på sig selv”. Endvidere foreligger der på arrangørens facebookside billedmateriale der giver indtryk af, at

arrangementet i væsentligt omfang var besøgt af børn. Nævnet bemærker, at CULT er blevet hørt i sagen, men ikke er kommet med kommentarer.

Nævnet finder ud fra en samlet vurdering, at markedsføringstiltaget er i strid med retningslinjerne og udtaler kritik.

Venlig hilsen
LÆSKEDRIKREKLAMENÆVNET



Pernille Backhausen
Formand