

TfK2021.516
TfK2021.516

Markedsføring på Facebook med omtale af alkohol var ikke rettet mod børn og unge, jf. markedsføringslovens § 11, stk. 2, da det tiltalte diskotek havde valgt en aldersbegrænsning på 18 år for Facebook-siden.

Markedsret 1.9.

T ApS, der drev et diskotek, var tiltalt for overtrædelse af markedsføringslovens § 11, stk. 2, ved på Facebook at have anvendt markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år, der indeholdt omtale af og henvisning til alkohol, i forbindelse med markedsføring af en række arrangementer, hvor der blandt andet var anført »aldersgrænse 16+« og lignende samt priser på alkohol. Direktøren for T ApS forklarede, at aldersgrænsen for diskoteket om fredagen var 16 år, men der blev kun solgt alkohol til personer over 18 år. Byretten fandt T ApS skyldig og idømte selskabet en bøde på 75.000 kr. Landsretten lagde, da der ikke havde været anden bevisførelse, D's forklaring til grund om, at selskabet havde en aldersbegrænsning på 18 år for selskabets Facebook-side, og at denne aldersgrænse ligeledes gjaldt for adgang til annoncerne. Facebook havde en annoncepolicy og brugerpolitik, som Facebook i et vist omfang påså. Landsretten fandt på dette grundlag, at T ApS som udgangspunkt kunne gå ud fra, at brugerne gav korrekt information om deres alder, og at Facebook ikke gav personer under 18 år adgang til selskabets annoncer. Anklagemyndigheden havde ikke bevist, at de konkrete oplysninger i sagen gav T ApS grundlag for nogen anden vurdering. Der var herefter ikke ført det til domfældelse fornødne bevis for, at T ApS var skyldig i at have anvendt markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år, og det kunne ikke føre til et andet resultat, at nogle børn og unge var blevet bekendt med indholdet gennem videreformidling fra venner og bekendte. T ApS blev herefter frifundet.

Ø.L.D. 25. februar 2021 i anke 24. afd. S-768-20

(Peter Thønnings, Bloch Andersen og Anne Malling Hansen (kst.)).

Anklagemyndigheden
mod

T ApS (adv. John Reimer Larsen, Næstved, besk.)

Retten i Helsingørs dom 26. februar 2020, 1-3906/2019

Anklageskrift er modtaget den 16. oktober 2019.

T ApS er tiltalt for overtrædelse af

1.

markedsføringslovens § 11, stk. 2, jf. § 37, stk. 3, jf. stk. 7, ved på Facebook at have anvendt markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år, der indeholdt omtale af og henvisninger til alkohol, idet T ApS (der driver diskotek ...) har markedsført følgende arrangementer

1) forud for den 15. september 2017 under eventet »Full-moon Party // UV maling // Altid 16+«, med følgende tekst: »Beer Pong Corner.«

2) ved forud for den 29. September 2017 under eventet »... // Pubcrawl // Kulturmatten 2017«, med følgende tekst: »Aldersgrænse: 16+« »Happy Hour frem til kl. 01. (18+)«

1 Fl. GIN 500,- (18+)

4 Tuborg 100,- (18+)

DELTA I VORES STORE PUBCRAWL I samarbejde med ... og ... har i igen i år muligheden for at genopleve en aften med de vilde fester, spandevig af alkohol & en masse dumme beslutninger. Vi har igen i år derfor arrangeret en større pubcrawl, hvor vi går i samlet flok, med gæster, personale & guider fra

3) ved forud for den 18. oktober 2017 under eventet: »Ekstra ÅBENT // Gratis entre // 16+«, med følgende tekst: »Hvorfor skal du komme?« »1 fl. Safari 500,- Happy Hour (frem til kl. 01.) 2 Long Island eller June bug til 110,- (frem til kl. 01.).«

4) ved forud for den 20. oktober 2017 under eventet: »... Kø Alarm! 20.10.2017«, med følgende tekst: »Der følger en GRATIS drink med til alle VIP billetter!«

Bordpakke 3: 6L Belve+5L Tilbehør - 2 Flasker Shots - 10 Fri entre - 7500 kr.

Bordpakke 2: 3L Belve+3L tilbehør - 1 Flaske Shots - 7 Fri entre - 4000 kr

Bordpakke 1: 3 Alm. flasker+3L mixer - 4 entre - 2500 kr.

Adgangskrav: Minimum 16 år.

5) ved forud for den 27. oktober 2017 under eventet: »Halloween Party / Club ... / Altid 16+«, med følgende tekst: »Og vi har i det resterende af Oktober, én flaske Safari inkl. 1 kande mixer til KUN kr. 500,- (18+) Altid 16+.«

6) ved forud for den 3. november 2017 under eventet: »J-DAG // Club ... // 16+«, med følgende tekst: »Vi åbner i dagens anledning allerede kl. 20.59, med cheferne bag baren, klar til at servere lækre drinks og den længe ventede juleøl, som flyver ud af køleskabet fra 20.59. Aldersgrænse: 16+ HappyHour frem til kl.01.(18+)«

1 Fl. Vodka 500,- (18+)

4 Tuborg 100,- (18+)

7) ved forud for den 10. november 2017 under eventet: »D-Devils (live) // Club ... // 16+«, med følgende tekst: »VIP OG FRI BAR! Fri bar mellem 22-23!«

Bordpakke 3 : 6L Belve + 5L Tilbehør - 2 Flasker Shots - 10 Fri entré - 7500 kr.

Bordpakke 2: 3L Belve + 3L tilbehør - 1 Flaske Shots - 7 Fri entré - 4000 kr.

Bordpakke 1: 3 Alm. flasker + 3L mixer - 4 entré - 2500 kr.

Adgangskrav: Minimum 16 år.

7a) ved den 21. november 2017 på deres Facebook-side med henvisning til arrangementet »... (live) // Club ... // 16 +« viste billeder af div. flasker alkohol på et bord.

8) ved forud for den 17. november 2017 under eventet »Let's Dream ... 16+«, med følgende tekst: »MÅNEDENS FLASKE November // Smirnoff til 500,-« »Altid 16+.«

9) ved forud for den 24. november 2017 under eventet: »Black Friday Retro 16«, hvor arrangementet var nærmere beskrevet, med følgende tekst: »MÅNEDENS FLASKE November // Smirnoff til 500,-« »Altid 16+.«

9a) ved forud for den 4. december 2017 på deres Facebook-side med henvisning til arrangementet »Black Friday ...16+« viste billeder af børn og unge, der sad rundt om et bord, hvorpå der stod alkohol.

10) ved forud for den 1. december 2017 under eventet: »ALMOST CHRISTMAS x ALTID 16+ x ...«, med følgende tekst: »Vi ses til sjusser og julekugler!«

11) ved forud for den 26. december 2017 under eventet: »... x Icekiid (live) x 16+«, med følgende tekst:

»Bordpakke 3 : 6L Belve+5L Tilbehør - 2 Flasker Shots - 10 Fri entre - 7500 kr«

»Bordpakke 2: 3L Belve+3L tilbehør - 1 Flaske Shots - 7 Fri entre - 4000 kr«

»Bordpakke 1: 3 Alm. flasker+3L mixer - 4 entre - 2500 kr.«

12) ved forud for den 29. december 2017 under eventet: »NEW YEARS COUNTDOWN //... // 16+«, med følgende tekst: »>>>> Hjælp os med at tømme julebryggen / 10 stk. 100,- <<<<«

13) ved forud for den 31. december 2017 under eventet »nytårsfesten 2017« »... 16 Music by DJ ...« »16«, med følgende tekst:

»VIP billet koster 199 kr. og giver dig hurtigere indgang end alle andre, 1 drink og garderobe.«

Bordpakke 1: (Udsolgt) 4x Entré. 1 valgfri flaske spiritus og 1 Asti: 2000,-«

»Bordpakke 2: 6x Entré, 3,0L Belvedere og 1 Moët Imperial Magnum: 4500,-«

»Bordpakke 3: 10x Entré, 2* 3,0L Belvedere, 1,5L Moët Imperial & 20 Mokai: 7500,-«

»Spring køen over: 4x Entré, 1 Valgfri Fl. Spiritus Inkl. 1 mixer: 1500,-«

»Aldersgrænse 16+ (Husk gyldigt ID)«

»Vi ønsker at alle får den bedst mulige oplevelse og bytur med et 16+ publikum.«

14) ved forud for den 19. januar 2018 under eventet »... x ... x 16+«, hvor arrangementet var nærmere beskrevet, med følgende tekst: »Januar er godt i gang, de fleste New Year-New Me er allerede druknet i vodde/trane! Vores resident ... er bag pulten og sørger for sprøde toner i din øregang og en bas der alkoholen godt på plads i kroppen.«

15) ved forud for den 23. februar 2018 under eventet »... // ... 16+«, med følgende tekst:

»Der følger én GRATIS drink med til alle Early Bird Tickets!«

»Bordpakke 3: 6 l. Belve + 5 l. miks + 2 fl. Sure + 10 entrées - 7.485,-«

»Bordpakke 2: 3 l. Belve + 3 l. miks + 1 fl. Sure + 7 entrées - 3.985,-«

»Bordpakke 1: 3 alm. flasker + 3 l. miks + 4 entrées - 2.485,-«

»Eventet er 16+, husk gyldigt id! Kørekort, pas, studiekort i følge med sygesikringskort.«

15a) den 27. februar 2018 på deres Facebook-side med henvisning til arrangementet »...// ... 16+« viste billeder af børn og unge, der sad rundt om et bord, hvorpå der stod alkohol, samt børn og unge, der dansede rundt med alkohol i hånden.

16) forud for den 1. april 2018 under eventet: »... (live) // 16+«, med følgende tekst:

»Package 3: 6 l. Belvedere vodka + 5 l. mixers + 2 btl. Sour Shots + 10 x admission - 7.485,-«

»Package 2: 3 l. Belvedere vodka + 3 l. mixers + 1 btl. Sour Shots + 7 x admission - 3.985,-«

»Package 1: 3 reg. bottles + 3 l. mixers + 4 x admission - 2.885,- 16+ - strictly ID policy!«

17) forud for den 20. maj 2018 under eventet: »Øl løbe Afterparty //... //16+«, med følgende tekst:

»Traditionen tro er det kun ét sted at tilbringe denne søndag eftermiddag! Efter den lange gåtur og de ekstreme mængder pilsner, er det tid til vodka/trane på vores alle sammens ...! 16+ - STRENG ID-POLITIK!«

18) forud for den 20. juli 2018 under eventet: »Cerveza Night // ... Fridays« med følgende tekst:

»Denne gang spreder vi sommerkædhed i form af [landsdels] svar på DP, nemlig Coronas til 100,- for 3.

16+ - STRENG ID-POLITIK.«

Påstande

Anklagemyndigheden har nedlagt påstand om en bøde på 200.000 kr.

D har på vegne af det tiltalte selskab næget sig skyldig.

Sagens oplysninger

D har til retsbog forklaret:

D forklarede, at han er direktør og ejer af T ApS. Han har ejet selskabet i omkring 15 år. Der er en bestyrer og en yderligere fuldtidsansat. Herudover er der omkring 50 løst tilknyttede medarbejdere. Selskabet ejer Diskotek Der er åbent fredag og lørdag. Der betales entre. Det er et almindeligt diskotek. Fredag er aldersgrænsen for at komme ind 16 år og om lørdagen 18 år. Der er formentlig i gennemsnit omkring 300 gæster pr. aften. Der sælges få billetter i forsalg. Der sælges kun alkohol til gæster over 18 år, og selskabet har aldrig fået en bøde for at sælge alkohol til unge under 18 år.

T ApS har markedsføring på selskabets hjemmeside og på sin Facebook-side. Begge sider har selskabet haft i en længere årrække. Selskabets Facebook-profil hedder »Club...«. Selskabet har stort set ikke anden markedsføring, dog sender man nogle få gange mails til gæsterne.

Det er typisk i forbindelse med, at der fx kommer en bestemt kunstner, at man poster eventet. Opslaget sker normalt 2-3 uger før. De gamle opslag slettes ikke. I relation til Forbrugerombudsmandens henvendelse om, at man ikke måtte skrive »+16«, så har man fremadrettet undladt denne del i sine opslag. De har også i forbindelse med en senere henvendelse fra Forbrugerombudsmanden fundet og slettet nogle tidligere opslag, der indeholdt »+16«. Det er hans opfattelse, at gæsterne ikke søger på ældre opslag, hvorfor de normalt ikke kommer frem.

Annoncen med ... den 23. februar 2018 var tilsyneladende tilgængelig på Facebook den 1. februar 2019. Her er også anført bl.a., at eventet er »16+«. Han huskede ikke, hvornår henvendelsen om at slette de tidligere opslag fra Forbrugerombudsmanden kom.

Alle kan se opslagene. Der er opsat et aldersfilter. De vælger typisk at målrette deres opslag til aldersgruppen 18-25 år, nogle gange en lidt højere alder afhængigt af det konkrete arrangement. Opslagene rettes til personer i lokalområdet. Hvis de valgte at sende deres opslag til unge under 18 år, ville Facebook hurtigt lukke deres konto. Unge under 18 år får således ikke automatisk opslaget, men de kan finde opslaget, hvis de søger på Club Der er ikke særskilt annoncering af de forskellige events, hvor de 16-17-årige kan deltage. De har ikke et ønske om at blive et ungdomssted. Det er fint nok, at denne aldersgruppe fylder noget af diskoteket op, fx 50-80 gæster, men gruppen må ikke fylde for meget.

Han ved ikke, hvad omsætningen i form af indtægter fra billetsalg har været til gruppen af de 16-17-årige foranlediget af opslagene. Måske er der kommet omkring 10 ekstra gæster i denne aldersgruppe til hvert event.

Det er hans bestyrer, der har udarbejdet opslagene. Bestyreren lægger også opslagene på Facebook. I praksis viser bestyreren ham nogle gange opslagene, inden de slås op. Opslagene sker efter selskabets retningslinjer. Som nævnt poster de ikke opslag til unge under 18 år.

Personerne på de viste fotos, hvor man kan se alkohol, er alle over 18 år. Det ved han, fordi personer under 18 år får et kryds på hånden. Det betyder, at de ikke kan købe alkohol. Formålet med at poste fotos med gæsterne er gæsternes ønske om at se sig selv feste.

De skriver ikke længere »+16«, da det kan misforstås. De sælger som nævnt alene alkohol til personer over 18 år. »16+« i opslagene skal ses som udtryk for alderspolitikken om, hvornår man kan komme ind på diskoteket. Som sagt skal man være mindst 16 år som gæst om fredagen. Om lørdagen skal man være 18 år.

Udgifterne til at poste opslagene ligger på mellem 0-400 kr. pr. opslag. Man betaler 400 kr. hos Facebook for at opslagene kommer frem som en nyhed.

Alle kan synes godt om selskabets Facebook-side, også personer under 18 år. Men personer under 18 år får ikke de samme oplysninger, som dem over 18 år. Facebook ændrer løbende deres algoritmer, men det er hans erfaring, at personer under 18 år ikke modtager oplysningerne i opslagene.

Rettenes begrundelse og afgørelse

De omhandlede opslag indeholder alle teksten »+16«. Retten lægger til grund, at opslagene vedrører events, der har fundet sted på fredage, hvor Club ... har en aldersgrænse på 16 år mod 18 år om lørdagen. Alle opslagene indeholder oplysning om en eller anden form for alkohol i kombination med en eller anden form for tekst eller billede, der relaterer sig til »fest« og »gang i den«.

Opslagene er efter det oplyste postet på selskabets hjemmeside og på selskabets Facebook-side. Det betyder, at opslagene automatisk tilgår de personer, der blandt andet er venner med selskabet på Facebook. Opslagene deles også af modtagerne.

Der er for retten ikke tvivl om, at opslagene er i strid med markedsføringslovens § 11, stk. 2, hvorefter handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år ikke må indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol. Det forhold, at opslagene på Facebook alene fra selskabets side direkte rettes til personer, der er registreret med en alder på 18 år eller mere, kan ikke føre til en anden vurdering.

Selskabet er derfor skyldig i den rejste tiltale.

Straffen fastsættes til en bøde på 75.000 kr., jf. markedsføringslovens § 37, stk. 3, jf. stk. 7, jf. § 11, stk. 2.

Ved fastsættelsen af bøden har retten lagt vægt på karakteren og grovheden af overtrædelserne af forbuddet mod at reklamere for alkohol til børn og unge. Retten har endvidere lagt vægt på den muligt tilsigtede økonomiske gevinst ved overtrædelserne og det relativt beskedne antal børn og unge, der konkret må antages at have modtaget opslagene.

Thi kendes for ret

T ApS skal betale en bøde på 75.000 kr.

Tiltalte skal betale sagens omkostninger.

Østre Landsrets dom

Retten i Helsingørs dom af 26. februar 2020 (...) er anket af T ApS med påstand om frifindelse, subsidiært formildelse.

Anklagemyndigheden har påstået domsfældelse i overensstemmelse med byrettens bevisresultat samt skærpselse.

Forklaringer

Der er i landsretten afgivet supplerende forklaring af tiltalte, T ApS (T), ved direktør D.

D har supplerende forklaret blandt andet, at Club ..., så vidt han ved, umiddelbart er det eneste diskotek i [landsdel], der holder fester med adgang for unge fra 16 år og op. Der kommer formentligt ind imellem gæster fra områder uden for [landsdel]. De fører ikke statistik herover. Disse fester afholdes typisk fredage. Om lørdagen er der kun adgang for personer fra 18 år og op.

Gæster under 18 år får ved indgangen af personalet sat et stort kryds med sprittusch på håndryggen. Gæster fra 18 år og op får et andet stempel på håndryggen. Personalet sælger ikke alkohol til gæster med et kryds på håndryggen. Det er ikke utænkeligt, at 18-årige køber alkohol til 16-17-årige, men der er vagter på diskoteket, og indtager en person med kryds på hånden alkohol, bliver den pågældende bedt om at forlade stedet. De gør, hvad de kan, og overholder dette til stor ros fra politiet.

Han har spurgt bestyrerne, om de kender gæsterne på de fremlagte fotos. De kender stort set alle deres gæster. De siger, at ingen af disse gæster er under 18 år. De lægger aldrig fotos af personer

under 18 år på Facebook. På fotoet ekstraktens side 134 kan man se det cirkelformede stempel på håndryggen, hvorefter det fremgår, at personen er over 18 år.

Personer under 18 år kan gå ind på T's hjemmeside, men ikke selskabets Facebook-side. På hjemmesiden er en almindelig kalender med oplysning om eventuelle gæstesolister og anden generel information. Man kan ikke videresende annoncerne på selskabets Facebook-side til personer under 18 år. En videresendelse kræver, at man tager et screendump eller et foto og sender dette udenom Facebook. Facebooks alkoholannonceringspolitik var den samme i 2017 og 2018, som anført i bilag A.

Når man opretter en Facebook-profil, skal man angive sin fødselsdato. Idet en 16-17-årig kan få en 18-årig til at indsætte sit billede som den 18-åriges Facebook-profilbillede, er visning af en Facebook-profil på mobiltelefonen ikke god nok dokumentation for ens alder i indgangen.

Facebook har ikke haft påtalt selskabets brug af angivelsen »16+«. Det var angivet i et tekstfelt som en information til alle. Derved adviserede man bl.a. det ældre publikum om, at der også kom 16-17-årige.

Forbrugerombudsmanden meddelte selskabet, at annoncerne ville være målrettet mod de 16-årige, når selskabet skrev »16+«. Selskabet fjernede det så. De blev overrasket over bagefter at få et bødeforlæg.

Selskabet havde formentlig en omsætning i 2017 på 3,3 mio. kr. og i 2018 på 2,3-2,4 mio. kr. Reklameudgiften til at poste opslag var 400 kr. Så reklameudgifterne var 400 kr. gange 18.

Landsrettens begrundelse og resultat

Markedsføringsloven indeholder i § 3, stk. 2, og § 11, stk. 2, følgende bestemmelser:

§ 3, stk. 2:

»Handelspraksis rettet mod børn og unge, eller hvor børn og unge er særligt sårbare over for den pågældende handelspraksis, skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lettere at påvirke og nemmere at præge, jf. dog stk. 3.«

§ 11, stk. 2:

»Handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år må ikke indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til rusmidler, herunder alkohol.«

I det lovforslag, lovforslag nr. 40 af 12. oktober 2016 (Folketingstidende 2016-17), der ligger til grund for bestemmelsen i § 3, stk. 2, anføres side 47-48 blandt andet følgende:

»Det skærpede beskyttelsesniveau omhandler kun handelspraksis, der er rettet mod børn og unge. En erhvervsdrivendes handelspraksis vil f.eks. blive anset for at rette sig mod børn og unge, hvis den erhvervsdrivendes hjemmeside i sig selv eller markedsføringen af hjemmesiden eller centrale produkter fra hjemmesiden særligt henvender sig til børn og unge.

Handelspraksis, der ikke primært retter sig mod børn og unge, er som udgangspunkt ikke omfattet af bestemmelsen. Det gælder uanset, om f.eks. reklamer optræder steder, hvor børn også færdes, f.eks. på metrostationer, ved busstoppesteder og på stadions m.v. Konkrete forhold kan dog medføre, at en erhvervsdrivendes handelspraksis må anses for at være rettet mod børn og unge, selvom dette ikke er den primære målgruppe. Det forhold, at en handelspraksis både appellerer til voksne og børn og unge udelukker således ikke, at den pågældende handelspraksis kan anses for at være omfattet af bestemmelsen.

Der skal foretages en konkret helhedsvurdering fra sag til sag, hvor flere forskellige forhold kan være af betydning for, om en handelspraksis kan siges at være rettet mod børn og unge. I

vurderingen kan der bl.a. lægges vægt på den konkrete handelspraksis udformning og indhold, hvor den konkrete handelspraksis optræder, det markedsførte produkt, og om der anvendes børn i den konkrete handelspraksis.

En reklame, der bringes gennem et medie, som ikke primært retter sig mod børn og unge, f.eks. en fildelingstjeneste, vil alligevel kunne anses for at være rettet mod børn og unge, hvis selve reklamen på grund af indholdet eller produktet, der reklameres for, må anses for også at appellere særligt til børn og unge. Det kan f.eks. være tilfældet, hvis det produkt, der reklameres for, er legetøj, slik eller lignende, som særligt fanger børns interesse.

I tilfælde hvor den erhvervsdrivende med rimelighed må formode, at en given handelspraksis er egnet til væsentligt at påvirke børn og unge, da de er særligt sårbare over for denne praksis, er det ikke en forudsætning, at den pågældende handelspraksis primært er rettet mod børn og unge. I forhold til f.eks. markedsføring via internettet ses der i praksis forskellige eksempler på, at erhvervsdrivende benytter et aldersfilter til at afskære børn og unge fra at få adgang til den pågældende hjemmeside. Sådanne filtre vil indgå i den samlede vurdering af, om en hjemmeside retter sig mod børn og unge. Filtre, hvor der ikke foretages en eller anden form for kontrol af de afgivne oplysninger, kan imidlertid kun tillægges en begrænset betydning. Et aldersfilter, hvor man f.eks. blot skal indtaste sin fødselsdato eller svare ja eller nej til, om man er over 18 år, men hvor der ikke sker nogen yderligere kontrol af oplysningerne, vil således normalt ikke i sig selv være tilstrækkeligt til at antage, at den pågældende hjemmeside ikke retter sig mod børn og unge.

I forhold til blogs og lignende vil også bloggerens alder kunne tillægges betydning. F.eks. vil indholdet af en blog som udgangspunkt blive anset for rettet mod børn og unge, hvis bloggeren er under 18 år, eller en ikke ubetydelig del af bloggerens følgere m.v. ligeledes er under 18 år.

Det kan tillægges betydning, hvorvidt en virksomhed anvender tekniske foranstaltninger, som kan kontrollere alderen på brugerne af det sociale medie, som markedsføringen bliver vist for. Hvis brugerne skal oplyse deres alder ved oprettelsen af en profil på det sociale medie, og det sociale medie på denne baggrund giver de erhvervsdrivende adgang til at vælge en aldersbegrænsning, når de opretter en side, må den erhvervsdrivende som udgangspunkt kunne gå ud fra, at brugerne giver korrekt information om deres alder.«

Tiltalen vedrører handelspraksis i form af annoncering gennem Facebook.

Landsretten lægger - uden anden bevisførelse - efter direktør D's forklaring til grund, at T ApS i 2017 og 2018 havde valgt en aldersbegrænsning på 18 år for selskabets Facebook-side, og at denne aldersgrænse ligeledes gjaldt for adgang til annoncerne.

Facebook har en annoncepolitik og brugerpolitik, som Facebook i et vist omfang påser.

Landsretten finder på dette grundlag, at T som udgangspunkt kunne gå ud fra, at brugerne opgav korrekt information om deres alder, og at Facebook således ikke gav personer under 18 år adgang til selskabets annoncer.

Anklagemyndigheden har ikke bevist, at de konkrete oplysninger i sagen gav T grundlag for nogen anden vurdering heraf.

Herefter og efter indholdet af de pågældende Facebook-annoncer finder landsretten, at anklagemyndigheden ikke har ført det til domfældelse i en straffesag fornødne bevis for, at T er skyldig i at have anvendt markedsføring rettet mod børn og unge under 18 år som anført.

Landsretten bemærker, at det ikke kan føre til et andet resultat, at det vel må antages, at nogle børn og unge under 18 år er blevet

bekendt med indholdet af selskabets annoncer gennem videreformidling fra venner og bekendte m.v.

Landsretten frifinder derfor T.