

D Ó M U R

Héraðsdóms Reykjavíkur 11. október 2006 í máli nr. S-681/2006:

Ákærvaldið

(Stefanía G. Sæmundsdóttir fulltrúi)

gegn

Ásgeiri Johansen

(Þórunn Guðmundsdóttir hrl.)

Mál þetta, sem dómtekið var 20. september sl., er höfðað með ákæru útgefni af lögreglustjóranum í Reykjavík 2. maí 2006 á hendur Ásgeiri Johansen, fyrir áfengislagabrot, með því að hafa sem framkvæmdastjóri Rolf Johansen & Co ehf., látið birta eftirfarandi auglýsingar á áfengum bjór á árinu 2005:

1. Á bls. 31 í Fréttablaðinu miðvikudaginn 13. júlí með fyrirsögninni „Betri helmingurinn“ en í auglýsingunni sé texti þar sem lýst sé eiginleikum Budweiser Budvar bjórs ofan við mynd af flösku af Budweiser Budvar Czech Premium Lager.

2. Á bls. 22 í Fréttablaðinu fimmtudaginn 27. október með fyrirsögninni „Íslendingar þekkja gott vatn“ en í auglýsingunni sé texti þar sem lýst sé vatninu sem notað sé í Budweiser Budvar bjór við hlið myndar af flösku af Budweiser Budvar Czech Premium Lager.

3. Á baksíðu 4. tbl. Gestgjafans útgefni í apríl með fyrirsögninni Heineken, en í auglýsingunni sé mynd af flösku af Heineken bjór merktri „HEINEKEN LAGER BEER PREMIUM QUALITY“.

4. Á bls. 6 í Fréttablaðinu fimmtudaginn 16. júní með fyrirsögninni „Flott og sexý“ með mynd af upplýstri flösku af Heineken bjór merktri „HEINEKEN LAGER BEER PREMIUM QUALITY“, en í texta auglýsingarinnar segi jafnframt „Heineken“ og Heineken.is.

5. Á bls. 50 í Fréttablaðinu fimmtudaginn 16. júní með mynd af upplýstri flösku af Heineken bjór merktri „HEINEKEN LAGER BEER PREMIUM QUALITY“ en í texta auglýsingarinnar sé vakin athygli á tónleikum á veitingastaðnum Pravda.

Teljast framangreind brot varða við 20. gr., sbr. 27. gr., áfengislaga nr. 75/1998 og sbr. 15. gr. laga um prentrétt 57/1956.

Þess er krafist að ákærði verði dæmdur til refsingar.

Verjandi ákærða krefst sýknu af kröfum ákæruvalds og að málsvarnarlaun greiðist úr ríkissjóði.

Málavextir.

Ákæruliður 1.

Með bréfi Lýðheilsustöðvar, dagsettu 13. júlí 2005, var þess farið á leit við lögregluna í Reykjavík að hún kannaði hvort áfengisauglýsing í 187. tölublaði Fréttablaðsins, 13. júlí, stangaðist á við áfengislög nr. 75/1998. Um væri að ræða umfjöllun um Budweiser Budvar og gefið til kynna að um léttöl væri að ræða. Tók lögreglan ljósmyndir af bjórtegundinni hinn 6. september 2005 í vínbúð ÁTVR að Stuðlahálsi, og sýna þær bjórflöskur í tveimur stærðum og eina bjórdós. Þá sést á nærmynd af annarri flöskunni og dósinni, sem hvor um sig er 500 ml, að alkóhólmagn er 5,0%. Á þeim stendur Budweiser Budvar, Czech Premium Lager. Ljósmyndir þessar eru á meðal gagna málsins. Af útprentun af heimasíðu Rolf Johansen & Company má sjá að bjórtegund þessi er seld í 500 ml dósnum og í 500 ml og 330 ml flöskum. Einnig liggja frammi ljósmyndir af Budweiser Budvar bjórflösku teknar 3. nóvember 2005 hjá fyrirtækinu en á henni stendur „Acohol Free“. Þá sést í gögnum frá Einkaleyfastofunni að vörumerkið Budweiser Budvar er skráð 26. september 1997 undir vöruflokknum bjór.

Ákærði var yfirheyrður hjá lögreglu 3. nóvember 2005. Kvað hann tilganginn með birtingu auglýsingarinnar í Fréttablaðinu hafa verið að kynna Budweiser Budvar léttöl og vekja athygli á vörumerkinu sem slíku. Sagðist ákærði vera framkvæmdastjóri Rolf Johansen & Co en starfsmenn á markaðssviði hafi tekið að sér auglýsingagerðina og hafi þeim verið gefnar frjálsar hendur við uppsetningu hennar. Hann hafi þó séð auglýsinguna áður en hún var birt og fallist á hana.

Aðspurður hvort og þá hvar óáfengur Budweiser Budvar bjór eða léttöl væri seldur sagði ákærði að slíkur bjór væri alla vega til sölu hjá sínu fyrirtæki en hann vissi ekki hvar annars staðar hann kynni að vera seldur.

Ákæruliður 2.

Með bréfi Lýðheilsustöðvar, dagsettu 1. nóvember 2005, var þess farið á leit við lögregluna í Reykjavík að hún kannaði hvort bjórauglýsing á bls. 22 í Fréttablaðinu, dagsettu 27. október, stangaðist á við áfengislög nr. 75/1998. Um væri að ræða umfjöllun um Budweiser Budvar og ekki væri augljóst að um óáfengan drykk væri að ræða. Af útprentun af heimasíðu Vínbúðarinnar má sjá bjórflösku þá sem sést á auglýsingunni. Hún er 330 ml og vinstyrkur er 5,0%.

Ákæruliður 3.

Með bréfi, dagsettu 12. apríl 2005, fór Lýðheilsustöð þess á leit við lögregluna í Reykjavík að hún kannaði hvort mynd af Heineken bjór, sem birtist á baksíðu Gestgjafans, 4. tbl. 2005, stangaðist á við áfengislög nr. 75/1998. Tók lögreglan ljósmyndir í Vínbúð ÁTVR af bjórtegundinni Heineken. Um er að ræða tvær tegundir af bjór, Dark Lager og Premium Quality. Á umbúðum beggja kemur fram að alkóhólmagn sé 5,0%. Liggja ljósmyndir þessar frammi í málinu. Þá liggja frammi gögn frá Einkaleyfastofunni sem sýna að vörumerkið Heineken Brouwerijen er skráð 20. nóvember 1963 undir vöruflokknum bjór.

Í skýrslutöku hjá lögreglu hinn 3. nóvember 2005 greindi ákærði svo frá að fyrir mistök hefði láðst að geta þess í auglýsingunni að um léttöl væri að ræða. Kvaðst hann sem framkvæmdastjóri Rolf Johansen & Co hafa fengið auglýsinguna til skoðunar áður en hún var birt. Aðspurður kvað hann Heineken Premium Quality bjór eins og þann sem auglýstur var ekki vera til óáfengan í verslunum hér á landi og að óáfengur Heineken bjór væri ekki til sölu hjá fyrirtækinu. Ætlunin með auglýsingunni hafi verið sú að kynna vörumerkið Heineken.

Ákæruliðir 4 og 5.

Lýðheilsustöðin fór þess á leit við lögregluna í Reykjavík með bréfi, dagsettu 23. júní 2005, að kannað yrði hvort auglýsing í 161. tölublaði Fréttablaðsins, frá 16. júní sama ár, stangaðist á við áfengislög nr. 75/1998. Hinn 6. september 2005 tók lögreglan ljósmyndir í Vínbúð ÁTVR af bjórtegundinni Heineken í flöskum og dósum. Um er að ræða tvær tegundir af bjór, Dark Lager og Premium Quality, en alkóhólmagn er 5% á báðum vörum. Þá liggur frammi útprentun af heimasíðu Rolf Johansen & Company þar sem vakinn er athygli á nýrri heimasíðu Heineken.is

Við yfirheyrslu hjá lögreglu hinn 16. júní 2005 greindi ákærði svo frá að tilgangur auglýsingarinnar, sem ákært er fyrir í ákærulið 4, hafi verið sá að kynna þessa nýju heimasíðu. Hann hafi fengið hana til skoðunar áður en hún var birt. Um væri að ræða Heineken Premium Quality bjór með 5% alkahólmagni. Sá bjór væri ekki til óáfengur hjá fyrirtæki hans.

Aðspurður um auglýsinguna, sem ákært er fyrir í ákærulið 5, kvað ákærði tilgang hennar þann að auglýsa tónleika á veitingastaðnum Pravda. Kvað hann auglýsinguna hafa verið unna í samstarfi við veitingastaðinn. Hann hafi hvorki vitað af henni né fengið hana til skoðunar en Pravda hafi fengið heimild til að nota mynd af Heineken Premium Quality bjór í auglýsingunni. Alkohólmagn bjórsins væri 5% og fengist hann ekki óáfengur. Taldi hann fyrirtæki sitt hafa greitt fyrir auglýsinguna.

Skýrslur fyrir dómi.

Ákærði, framkvæmdastjóri Rolf Johansen & Co ehf., greindi svo frá að fyrirtæki hans væri innflutningsfyrirtæki sem meðal annars flytti inn áfenga og óáfenga drykki. Flytti fyrirtækið meðal annars inn vörur frá Budweiser og Heineken og séu það skrásett vörumerki hjá fyrirtækinu. Ákærði kvaðst líta svo á að hann bæri ábyrgð á efni allra þeirra auglýsinga sem ákært er fyrir í málinu í krafti stöðu sinnar. Hafi þær verið í samræmi við stefnu og óskir fyrirtækisins Rolf Johansen og Co ehf. og taldi hann fyrirtækið hafa greitt fyrir þær allar.

Ákærði var spurður um þá auglýsingu sem ákæruliður 1 lýtur að og taldi hann fyrirtæki sitt hafa komið að hönnun þeirrar auglýsingar. Hann kvað það rétt sem fram kæmi í lögregluskýrslu að hann hefði fengið auglýsinguna til skoðunar áður en hún fór í prentun. Kvað hann tilgang auglýsingarinnar fyrst og fremst þann að koma vörumerkinu Budweiser Budvar á framfæri og að auglýsa léttöl. Vörumerkið væri alltaf eins án tillits til vörunnar. Þessi bjór væri til óáfengur hjá fyrirtækinu og seldur til verslana en kvaðst þó ekki geta upplýst hvar hann hefði verið til sölu á þessum tíma. Umbúðir léttölsins væru annars konar en umbúðir þess bjórs sem sæist í auglýsingunni. Þær væru þó mjög áþekkar en á léttölinu stæði „Alcohol Free“. Sá bjór sem sæist á myndinni væri venjulegur bjór með 5% áfengisstyrkleika. Hafi fyrirtækið veitt þessu athygli og væru auglýsingarnar nú með öðrum hætti.

Varðandi ákærulið 2 vísaði ákærði í svar sitt varðandi ákærulið 1 um tilgang með auglýsingunni. Hefði auglýsingin þó ekki verið sérstaklega borin undir hann en hún væri í samræmi við óskir og stefnu fyrirtækisins.

Spurður um auglýsinguna samkvæmt ákærulið 3 greindi ákærði svo frá að hann hefði fengið hana til skoðunar áður en hún fór í birtingu. Hann hefði óskað eftir því, eins og sjáist á framlögðum tölvupósti, að í Heineken auglýsingum kæmi fram að um léttöl væri að ræða en það hefði farist fyrir. Að öðru leyti hafi auglýsingin verið í samræmi við óskir og stefnu fyrirtækisins. Með auglýsingunni væri fyrst og fremst verið að koma vörumerki á framfæri og framleiðandaheiti. Vörumerkið væri alltaf eins án tillits til vörunnar. Aðspurður kvað hann Heineken bjór til óáfengan hjá hinum erlenda framleiðanda og gæti hann ekki fullyrt um að hann hefði verið til sölu hjá fyrirtæki sínu á þeim tíma er auglýsingin var birt. Hann hefði verið til þar um tíma en fengist ekki núna. Ákærði staðfesti það sem eftir honum er haft í lögregluskýrslu frá 3. nóvember 2005 en þar svarar hann þeirri spurningu hvar Heineken léttöl, óáfengt eða með alkóhólmagni undir 2,25%, sé selt, svo: „Hann er ekki seldur í verslunum hér á landi og langt síðan við höfum verið með óáfengan bjór til sölu“. Spurður um flöskuna sem á myndinni sést segir hann hana eiga að sýna léttöl. Hann geti þó ekki sagt til um hvort áletrunin á óáfengum bjór frá Heineken sé hin sama og á hinum áfenga. Væntanlega myndi ekki standa á honum „lager beer“. Slíkur bjór innihaldi 5% alkóhólmagn.

Spurður um ákærulið 4 kvað ákærði sér sýnast sem um samskonar flösku væri að ræða og fjallað sé um í ákærulið 3. Tilgangur auglýsingarinnar hafi verið sá að auglýsa nýja heimasíðu sem opnuð hafi verið um þetta leyti, og þá vörumerkið í leiðinni. Kvað ákærði sig minna að hann hafi skoðað auglýsinguna áður en hún fór í prentun.

Ákærði kvað auglýsinguna, sem vísað er til í ákærulið 5, hafa fyrst og fremst verið til að auglýsa tónleika hjá Pravda. Teldi hann að um samskonar flösku væri að ræða og um ræðir í ákæruliðum 3 og 4. Þessa auglýsingu hafi hann þó ekki skoðað áður en hún birtist en hann teldi sig engu að síður bera ábyrgð á henni. Auglýsingasamstarf væri á milli Pravda og Rolf Johansen & Co en slíkt samstarf byggðist á því að fyrirtæki hans, sem seldi tiltekna vöru, tæki þátt í að auglýsa viðburði á viðkomandi skemmtistað. Líkur væru þá á því að það leiddi til þess að fleira fólk sækti staðinn og keypti vöru þeirra. Kvað hann fyrirtæki sitt hafa selt áfengan Heineken bjór til Pravda.

Niðurstaða.

Í 1. mgr. 20. gr. áfengislaga nr. 75/1998 segir svo m.a.: „Hvers konar auglýsingar á áfengi og einstökum áfengistegundum eru bannaðar.“ Í 2. mgr. greinarinnar er auglýsing meðal annars skilgreind svo að átt sé við hvers konar tilkynningar til almennings vegna markaðssetningar þar sem sýndar eru í máli eða myndum áfengistegundir eða atriði tengd áfengisneyslu, svo sem áfengisvöruheiti eða auðkenni. Þá segir í 3. mgr. greinarinnar að bannið taki með sama hætti til

auglýsinga sem eingöngu feli í sér firmanafn og/eða firmamerki áfengisframleiðanda. Þó sé framleiðanda sem auk áfengis framleiði aðrar drykkjarvörur heimilt að nota firmamerki eða merki í tengslum við auglýsingu þeirra drykkja, enda megi augljóst vera að um óáfenga drykki sé að ræða í skilningi laganna og ekki vísað til hinnar áfengu framleiðslu.

Þær fimm auglýsingar sem ákært er fyrir í málinu birtust annars vegar í Fréttablaðinu og hins vegar í Gestgjafanum. Sýnist ekki um það deilt að um sé að ræða auglýsingar og hefur ákærði staðfest að fyrirtækið Rolf Johansen & Co ehf., sem hann er framkvæmdastjóri fyrir, hafi óskað eftir og greitt fyrir birtingu þeirra. Hafi auglýsingarnar verið samdar á vegum fyrirtækisins og varðað tilgreindar vörur þess. Kvaðst hann sem framkvæmdastjóri fyrirtækisins því ábyrgur fyrir birtingu þeirra. Samkvæmt þessu telst ákærði höfundur þeirra auglýsinga sem ákæra tekur til í skilningi 15. gr. laga um prentrétt nr. 57/1956 og ber hann því ábyrgð á umræddum birtingum þeirra.

Hæstiréttur Íslands hefur komist að þeirri niðurstöðu í dómi sínum frá 25. febrúar 1999 í málinu nr. 415/1998 að auglýsingar njóti verndar tjáningarfrelsisákvæðis 73. gr. stjórnarskrárinnar en að heimilt sé, með skírskotun til heilsuverndarsjónarmiða, á grundvelli 3. mgr. þeirrar greinar og 2. mgr. 10. gr. mannréttindasáttmála Evrópu, að setja tjáningarfrelsinu slíkar skorður með lögum sem gert hefur verið með ákvæði 20. gr. áfengis laga.

Ákærði byggir sýknukröfu sína meðal annars á því að ákvæði 20. gr. áfengis laga fari í bága við skuldbindingar íslenska ríkisins samkvæmt EES-samningnum með því að slíkt auglýsingabann leiði til þess að erlendir áfengisframleiðendur, þar á meðal framleiðendur áfengs bjórs, standi höllum fæti gagnvart innlendum framleiðendum í samkeppni á íslenskum markaði. Er af hálfu ákærða meðal annars vísað til dóma Evrópudómstólsins svo og dóma EFTA-dómstólsins þar sem leitað var álits hans varðandi túlkun reglna EES-samningsins um frjáls vöru- og þjónustuviðskipti. Af dómaframkvæmd þessara dómstóla verður ráðin sú meginniðurstaða að reglur um frjálst flæði vöru og þjónustu standi ekki í vegi slíks auglýsingabanns nema að unnt sé að ná fram heilsuverndarmarkmiðum bannsins með aðferðum sem hafi minni áhrif á markaðsfrelsið. Lögð hafa verið fyrir dóminn ýmis gögn um niðurstöður rannsókna varðandi áhrif slíks auglýsingabanns á neytendur. Einnig liggur fyrir í málinu aðgerðaráætlun Evrópudeildar Alþjóðaheilbrigðismálastofnunarinnar (WHO) í áfengismálum 2000-2005 þar sem fram kemur að ríka nauðsyn beri til að grípa til aðgerða til að draga úr skaðsemi áfengis. Þá liggur og fyrir heilbrigðisáætlun heilbrigðis- og tryggingamálaráðuneytisins fram til ársins 2010, sem samþykkt var á Alþingi 20. maí 2001, en eitt af forgangsverkefnum hennar er áfengis-, vímuefna- og tóbaksvarnir. Kemur þar fram að eitt aðalmarkið þess verkefnis sé að draga úr áfengis- og vímuefnaneyslu ungs fólks og til að því markmiði verði náð þurfi meðal annars að fylgja eftir banni á áfengis- og tóbaksauglýsingum. Af lestri þessara gagna verður ekki annað ráðið en að vilji löggjafans og stefna í heilbrigðismálum á

alþjóðavísu sé enn sú að vinna gegn misnotkun áfengis og að hvatning til fólks til áfengisdrykkju, einkum ungs fólks, með áfengisauglýsingum, vinni gegn þeim markmiðum. Þykir ekki hafa verið í ljós leitt í máli þessu að unnt sé með öðrum aðferðum að ná fram sömu heilsuverndarmarkmiðum og liggja að baki ákvæði 20. gr. áfengislaga sem þá hefðu minni áhrif á markaðsfrelsið. Verður því ekki fallist á þessi rök fyrir sýknukröfu ákærða.

Af hálfu ákærða er og skírskotað til þess að í umræddum auglýsingum komi hvergi fram að um sé að ræða sterkan bjór. Verður um þessa málsvörn ákærða fjallað í tengslum við hvern ákærulið fyrir sig.

Ákæruliður 1.

Í auglýsingu þeirri sem hér um ræðir, og birtist í Fréttablaðinu miðvikudaginn 13. júní 2005, má sjá mynd af humli og fyrir neðan texta, þar sem eiginleikum Budweiser Budvar bjórsins er lýst, er ljósmynd af bjórflösku. Neðst í vinstra horni auglýsingarinnar stendur með örsmáu og vart greinanlegu lettri, „LÉTTÖL“. Fyrir liggur að óáfengur Budweiser hefur fengist hjá Rolf Johansen & Co á þeim tíma er rannsókn málsins stóð yfir. Við samanburð á þessum flöskum má sjá að þær eru áþekkar og á þeim báðum stendur vörumerkið Budweiser Budvar stórum stöfum þvert yfir. Undir þeirri áletrun stendur Czech Premium Lager á flöskunni með áfenga bjórnum en sá óáfengi er á sama stað auðkenndur með áletrun þar sem segir „Alcohol Free“. Einnig er sá munur á flöskunum að borðinn um háls flasknanna er mismunandi að lit, rauður á áfengu bjórflöskunni en grænn á hinni.

Á ljósmyndinni af flöskunni í umræddri auglýsingu sést ekki hvert sé áfengisinnihald bjórsins en ekki fer á milli mála, þegar litið er til ofangreinds munar á útliti flasknanna, að flaskan í auglýsingunni er undan áfengum Budweiser Budvar bjór. Hefur ákærði og viðurkennt fyrir dómi að bjórinn á myndinni sé venjulegur bjór með 5% áfengisstyrkleika. Þegar til þessa er litið er það álit dómsins að áletrunin í auglýsingunni sem segir „LÉTTÖL“ sé í engu samhengi við efni auglýsingarinnar í heild sinni og að engan veginn geti talist augljóst, sbr. 3. mgr. 20. gr. áfengislaga, að um óáfengan bjór eða „léttöl“ hafi verið að ræða í greindri auglýsingu. Verður því að telja að með birtingu hennar hafi ákærði brotið gegn 20. gr. áfengislaga um auglýsingu á áfengi.

Ákæruliður 2.

Í auglýsingu þeirri sem hér er ákært fyrir, og birtist í Fréttablaðinu fimmtudaginn 27. október 2005, er í texta lýst vatninu sem notað er við framleiðslu á Budweiser Budvar bjór. Til hliðar við textann er ljósmynd af bjórflösku og neðst í vinstra horni auglýsingarinnar stendur með örsmáu og vart greinanlegu lettri, „LÉTTÖL“. Óumdeilt er að flaskan á myndinni er eins og sú sem myndin er af í auglýsingunni

samkvæmt ákærulið 1. Með vísan til rökstuðnings hér á undan varðandi þann ákærulið er ákærði fundinn sekur um að hafa gerst brotlegur við tilgreind ákvæði áfengislaga.

Ákæruliður 3.

Hér er ákært fyrir auglýsingu sem birtist á baksíðu tímaritsins Gestgjafans í apríl 2005 með fyrirsögninni Heineken. Er í auglýsingunni mynd af Heineken bjórflösku sem merkt er þannig að þvert yfir flöskuna er áritað vörumerkið HEINEKEN og fyrir ofan stendur, bogadregið, HEINEKEN LAGER BEER og fyrir neðan vörumerkið stendur, bogadregið, PREMIUM LAGER BEER. Af framburði ákærða, bæði hjá lögreglu og fyrir dómi, og öðrum gögnum málsins verður ótvírætt ráðið að bjórflöskur eins og sú sem sést á umræddri mynd innihaldi áfengan bjór og að óáfengur bjór eða „léttöl“ frá Heineken hafi á umræddum tíma ekki verið á boðstólum hjá umboðsaðilanum, Rolf Johansen & Co. Með vísan til þessa telst ákærði hafa með birtingu auglýsingar þessarar gerst brotlegur við tilgreind ákvæði áfengislaga í ákæru. Breytir í því sambandi engu sá framburður hans, sem styðst við fyrirliggjandi tölvupóst, að hann hafi óskað eftir því við undirmann sinn að allar Heineken auglýsingar væru „með annaðhvort „léttöl“ eða „0,0%“ og að mistök hafi orðið til þess að hvergi var í þessari auglýsingu tekið neitt fram um léttöl.

Ákæruliður 4.

Hér er ákært fyrir auglýsingu sem birtist í Fréttablaðinu fimmtudaginn 16. júní 2005 með fyrirsögninni „Flott og sexý“. Er í auglýsingunni mynd af upplýstri flösku af Heineken bjór sem merkt er á sama hátt og flaskan í ákærulið 3. Jafnframt segir í texta auglýsingarinnar „Heineken“ og „www.heineken.is“. Með vísan til rökstuðnings hér á undan vegna ákæruliðs 3 er það niðurstaða dómsins að með birtingu umræddrar auglýsingar hafi ákærði gerst brotlegur við tilgreind ákvæði áfengislaga.

Ákæruliður 5.

Hér er um að ræða auglýsingu sem birtist í Fréttablaðinu 16. júní 2005 þar sem auglýstir eru tónleikar á skemmtistaðnum Pravda. Er í auglýsingunni mynd af upplýstri flösku af Heineken bjór sem merkt er á sama hátt og flaskan í ákærulið 3. Kom fram í skýrslu ákærða fyrir dómi að auglýsingasamstarf væri á milli Pravda og Rolf Johansen & Co en slíkt samstarf byggðist á því að fyrirtæki hans tæki að sér að auglýsa viðburði á viðkomandi skemmtistað með það að markmiði að fleira fólk sækti staðinn og keypti þar vöru fyrirtækisins. Í tilviki Pravda þá hefði söluvaran verið áfengur Heineken bjór. Með vísan til rökstuðnings hér á undan vegna ákæruliðs 3 er það niðurstaða dómsins að með birtingu umræddrar auglýsingar hafi ákærði gerst brotlegur við tilgreind ákvæði áfengislaga.

Ákvörðun refsingar og sakarkostnaður.

Samkvæmt fyrirbyggjandi sakavottorði hefur ákærði ekki áður gerst sekur um refsiverðan verknað sem áhrif hefur á refsimat í máli þessu. Að því virtu að um fimm brot er að ræða, að brotin eru framin í ávinningsskyni og varða mikilvæga hagsmuni þykir refsing ákærða hæfilega ákveðin sekt í ríkissjóð að fjárhæð 600.000 krónur og komi 32 daga fangelsi í stað sektarinnar verði hún ekki greidd innan fjögurra vikna frá birtingu dómsins.

Ákærði greiði málsvarnarlaun skipaðs verjanda síns, Þórunnar Guðmundsdóttur hæstaréttarlögmanns, sem þykja hæfilega ákveðin 199.200 krónur að meðtöldum virðisaukaskatti.

Af hálfu ákæruvaldsins flutti málið Stefanía G. Sæmundsdóttir, fulltrúi lögreglustjórans í Reykjavík.

D ó m s o r ð:

Ákærði, Ásgeir Johansen, greiði 600.000 króna sekt til ríkissjóðs innan fjögurra vikna frá birtingu dóms þessa en sæti ella fangelsi í 32 daga.

Ákærði greiði málsvarnarlaun skipaðs verjanda síns, Þórunnar Guðmundsdóttur hæstaréttarlögmanns, 199.200 krónur að meðtöldum virðisaukaskatti.

Ásgeir Magnússon.