Den 14. januar 2026

Afgørelse – 2025-15 Biltesteren

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)
Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol og håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol.

Sagen kort
Alkoholreklamenævnet har modtaget en klage over markedsføring af alkohol fra Biltesteren og Heineken. Nævnet har vurderet, at markedsføringen fra Biltesteren og Heineken ikke sammenkobler alkoholindtag med bilkørsel og ikke opfordrer til et stort eller umådeholdent forbrug. Der udtales ikke kritik af Biltesteren og Heineken.

Sagens oplysninger

Baggrund
Alkoholreklamenævnet, der håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol i Danmark, har den 8. oktober 2025 modtaget en klage over markedsføring af alkohol fra Biltesteren og Heineken. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 25. november 2025 sendt høringsbrev til Biltesteren med anmodning om bemærkninger til sagen. Biltesteren og Royal Unibrew (på vegne af Heineken i Danmark) har besvaret høringsbrevet den 15. december 2025.

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

Høringssvar
Biltesteren og Royal Unibrew har i høringssvar af den 15. december 2025 indsendt følgende bemærkninger til Alkoholreklamenævnet:

- Både Royal Unibrew og Biltesteren tager kraftigt afstand fra markedsføring, der opfordrer til stort eller umådeholdent forbrug samt indtagelse af alkohol i forbindelse med risikofyldt adfærd og Royal Unibrew arbejder aktivt for til en hver tid at overholde Alkoholreklamenævnets retningslinjer.

- På intet tidspunkt i videoen vises, omtales eller opfordres til indtagelse af alkohol og Biltesteren hverken drikker eller viser enkelte øl i videoen.

- Biltesteren omtaler ikke rabatter, køb eller brug/indtagelse af alkohol i forbindelse med Heineken produkterne. Ligeledes sker der ingen form for afgivelse af

købsoplysninger, prismarkedsføring, opstilling af konkurrencer eller lign. i forbindelse med visningen af produkterne.

- Produkterne fremstilles og omtales udelukkende som målestok.

- Produkterne har ikke en "hovedrolle", og der opfordres ikke på noget tidspunkt til nogen former for indtagelse af alkohol eller produkterne i øvrigt. Tværtimod og helt eksplicit omtales produkterne udelukkende som en måle-reference til brug for at vise, hvor stort den testede bils bagagerum egentlig er.

- Der er dermed ingen, hverken direkte eller indirekte, forbindelse mellem indtagelse af alkohol og risikofyldt adfærd i form af kørsel i videoen, da Biltesteren hverken drikker, opfordrer til eller nævner indtagelse af alkohol i forbindelse med kørsel eller generelt i videoen.

- Hverken Biltesteren eller Royal Unibrew ønsker under nogen omstændigheder at bidrage til at Royal Unibrews/Heinekens produkter misforstås i nogen sammenhæng.

Ovenstående er en opsummering af hovedpunkterne i høringssvaret. Alkoholreklamenævenet har forholdt sig til høringssvaret i sin helhed.

Alkoholreklamenævnets afgørelse

Alkoholreklamenævnet har vurderet, om der med markedsføringen er sket en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol § 3 stk. 2 og § 4 stk. 6:

§ 3 stk. 2 Markedsføring af alkohol må ikke opfordre til et stort eller umådeholdent forbrug.

§ 4 stk. 6 Markedsføring af alkohol må ikke vise indtagelse af alkohol forbundet med risikofyldt adfærd.

Markedsføringen består af et samarbejde mellem Biltesteren og Heineken, hvor Biltesteren i en anmeldelse af bilen "BYD Dolphin Surf" benytter ølrammer fra Heineken til at illustrere, hvor rummeligt bagagerummet er i den pågældende bil. Segmentet indgår som en del af en længere anmeldelse af bilen, som er delt på platformen Youtube.

I videoen konstaterer Bilanmelderen, at bagagerummet rummer 308 liter, hvilet konkret svarer til 18 rammer øl, hver indeholdende 18 øl, fra Heineken.

Jævnfør Alkoholreklamenævnets retningslinjer må der ikke vises indtag af alkohol forbundet med risikofyldt adfærd. Markedsføring af alkohol må således ikke direkte eller indirekte forbindes med nogen form for kørsel.

Alkoholreklamenævnet konstaterer i den konkrete video, at ølrammerne på intet tidspunkt befinder sig andre steder end i bagagerummet, at der på intet tidspunkt er en åben øl, og at alle ølrammerne er ubrudte.

Der er heller ikke andet i ord eller handling i videoen, der indikerer indtagelse af alkohol.

Ud fra en helhedsvurdering, er det således ikke Alkoholreklamenævnets vurdering, at videoen kobler kørsel med alkoholindtagelse. Alkoholreklamenævnet kan således ikke konstatere en overtrædelse af retningslinjernes § 4 stk. 6.

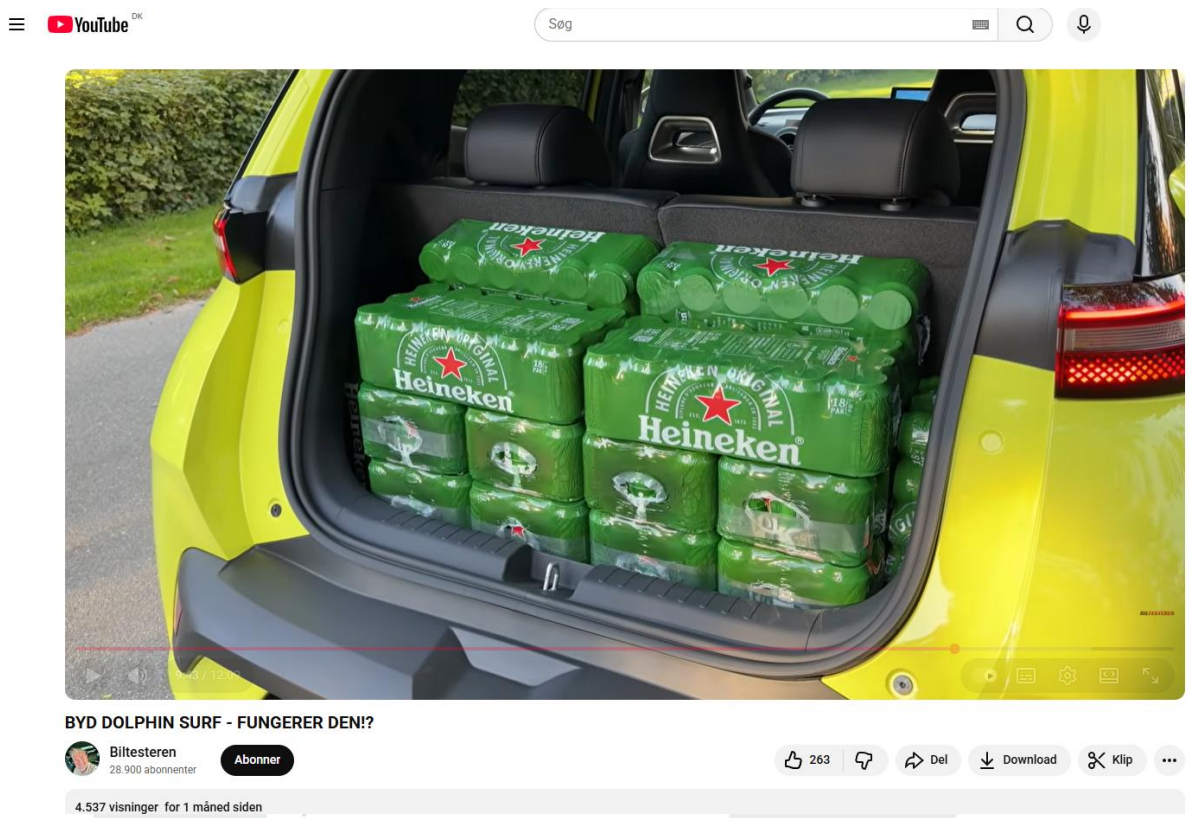
Ligeledes er der ikke opfordring til indtag af alkohol i nogen mængde. Alkoholreklamenævnet kan derfor ikke konstatere en overtrædelse af retningslinjernes § 3 stk. 2.

Der udtales ikke kritik af markedsføringen fra Biltesteren og Heineken.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET

Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale 2025-15:

Markedsføringen består af en video på mediet Youtube. Alkoholreklamenævnet har i sin afgørelse forholdt sig til videoen i sin helhed.