

23. februar 2026

## Afgørelse – 2026-02 Cult Shaker Sport

### *Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)*

Alkoholreklamenævnet beskæftiger sig med markedsføring af alkohol og håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol.

### **Sagen kort**

Alkoholreklamenævnet har den 2. december 2025 modtaget klage over Royal Unibrews markedsføring af produktet ”Cult Shaker Sport”. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at produktet ikke sammenkæder alkohol og aktiv sportsudøvelse. Alkoholreklamenævnet udtaler ikke kritik.

### **Sagens oplysninger**

#### **Baggrund**

Alkoholreklamenævnet har den 2. december 2025 modtaget klage over markedsføring af Royal Unibrew. Klager har bl.a. observeret markedsføringen den 2. december 2025 på det sociale medie Facebook. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 22. januar 2026 sendt høringsbrev til Royal Unibrew med anmodning om bemærkninger til klagen. Royal Unibrew har besvaret høringsbrevet den 5. februar 2026.

#### **Indhold**

Da sagen vedrører markedsføring af et produkt, der er omfattet af Alkoholreklamenævnets retningslinjer, har nævnet kompetence til at behandle sagen.

#### *Royal Unibrews hørings svar*

Royal Unibrew har i hørings svar af den 5. februar 2026 sendt følgende bemærkninger:

- Royal Unibrew har siden 2018 ejet varemærket ”Shaker”, og ”Shaker Sport” er en blandt flere smagsvarianter. Betegnelsen ”Sport” anvendes i produktnavnet alene som angivelse af en smagsvariant, på samme måde som andre smagsbetegnelser/varianter, f.eks. lemon, appelsin, lime f.eks. ”Shaker Original”,

Shaker Pineapple”, ”Shaker Orange”, ”Faxe Kondi Appelsin”, ”Faxe Kondi Lemonade” m.v.

- Brugen af ”Sport” henviser alene til smagsvarianten, der er en velkendt og generisk betegnelse for smag i visse typer af drikkevarer, herunder sodavand, is, saft, juice osv., der har en bestemt læskende citron/lime smagsprofil. Anvendelsen af ”Sport”, forbinder ikke og har ikke til formål at forbinde Produktet eller produktnavnet med aktiv sportsudøvelse.
- Der findes på markedet en lang række produkter – både med og uden alkohol - med sportssmag. Som bilag 1 vedlægges en (ikke udtømmende) oversigt med eksempler på øvrige produkter med sportssmag [*Alkoholreklamenævnet har set og forholdt sig til vedlagte bilag*].
- ”Sport” er en almindelig og velkendt produktbetegnelse, der er anvendt i Danmark igennem mange år, og den dag i dag anvendes af en lang række producenter.
- Som bilag 2 vedlægges endvidere resultatet af en simpel Google-søgning på henholdsvis ”Er sport en smag, ”Sodavand smage” og ”sodavand og forskellige smage”. Resultatet heraf understøtter at ”Sport” ikke er en reference til udøvelse af sport eller aktivitet, men derimod en smagsvariant der er almindeligt anvendt på markedet for sodavand, is, saft m.v. [*Alkoholreklamenævnet har set og forholdt sig til vedlagte bilag*].
- Royal Unibrew anvender ikke sportsudøvere eller sportsaktiviteter i markedsføringen af Produktet, ligesom produktnavnet udelukkende anvender ”Sport” som smagsreference. Der er ikke på flasken eller dåsen, elementer, der indikerer eller forbinder Produktet til aktiv sportsudøvelse, hverken ved dets udsendende, tekst eller andre virkemidler.
- Der er ikke brugt virkemidler, der skulle virke påtrængende, provokerende eller særligt overtalende og der er intet i helhedsindtrykket af Produktet eller markedsføringen heraf, der er egnet til at forbinde forbrugerens brug/indtryk af Produktet med aktiv sportsudøvelse.
- Der er ikke noget i brugen af smagsbetegnelsen ”Sport” eller ”Sportssmag”, der fungerer som en henvisning til sportsaktiviteter eller på nogen måde er vildledende, ligesom Produktet eller udformningen heraf ikke forbinder Produktet med aktiv sportsudøvelse. På Produktet står ”Shaker” med store sorte bogstaver og ”Sport” står nedenunder i en lille blå boks som en smagsangivelse, på samme måde som smagsangivelsen er givet på andre Shaker produkter. Herudover er der angivet blå, grønne, turkise og orange ”streger”/pensel strøg over navnet og der er tydeligt anført alkohol volumen foran på flasken/dåsen.

### **Alkoholreklamenævnets afgørelse**

Alkoholreklamenævnet har vurderet, om der med markedsføringen er sket en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol § 4, stk. 5.

§ 4, stk. 5 *Markedsføring af alkohol må ikke forbinde alkohol med aktiv sportsudøvelse.*

Markedsføringen viser produktet ”Cult Shaker Sport” i forskellige emballageformer, herunder solgt i dåse og på flaske. I alle observerede emballagevariationer fremgår det, at produktet er alkoholholdigt.

Alkoholreklamenævnet har undersøgt brugen af ”sport” som smagsvariant.

Betegnelsen ”sportssmag” kan anvendes som smagsbetegnelse på et fødevarerprodukt uden særlige regulatoriske begrænsninger. Udtrykket er ikke defineret i EU-lovgivningen (herunder forordning (EF) 1334/2008 om aromaer) og udløser ingen specifikke krav ud over de almindelige regler for aromasammensætning og mærkning. ”Sportssmag” betragtes som en kommerciel eller sensorisk betegnelse, svarende til ”tropical”, ”fresh”, ”energy” m.fl. Konkret forstås sportssmag som en syrlig-sød smagskombination af citrus/lime/æble.

”Sport” er en alment benyttet smagsbeskrivelse på det danske marked, der særligt anvendes om læskedrikke og isprodukter, men som også benyttes i markedsføringen af nogle få alkoholholdige produkter. På det danske marked findes der f.eks. alkoholprodukterne ”Små Sport”, ”Shaker Sport” og ”Shaker Sport Pink”. At ”sportssmag” er alment benyttet som smagsvariant i læskedrikke fremgår bl.a. i rapport fra DTU Fødevarerinstitutionen ”Næringsstofindhold i drikkevarer” (2023) (se bilag A s. 44).

Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at betegnelsen ”sport/sportssmag” gennem en længere årrække har haft en relativt stor udbredelse og har været en alment benyttet betegnelse i Danmark. Nævnet anser det derfor for rimeligt at antage, at forbrugeren forstår betegnelsen ”sport/sportssmag” som refererende til en specifik smagsvariant.

Foruden navnet ”Cult Shaker Sport” har Alkoholreklamenævnet forholdt sig til, hvorvidt markedsføringen forbinder ”Cult Shaker Sport” med aktiv sportsudøvelse. Markedsføring af alkohol må ikke sættes i forbindelse med aktiv sportsudøvelse. Dette indebærer bl.a., at erhvervsdrivende skal være påpasselige med at bruge aktive sportsudøvere i reklamer for alkohol. Nævnet har ikke fundet elementer i markedsføringen, der kombinerer alkoholproduktet med aktiv sportsudøvelse.

Ud fra en helhedsvurdering er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at betegnelsen ”sport” i den konkrete kontekst henviser til en smagsvariant, der er velkendt og veletableret på det danske marked. Da Nævnet ikke kan konstatere henvisninger til aktiv sportsudøvelse, er det nævnets vurdering, at der ikke er sket en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol jf. § 4, stk. 5

Alkoholreklamenævnet gør dog opmærksom på, at alkoholproducenter bør være særligt opmærksomme ved markedsføring af alkoholprodukter med sportssmag for at undgå, at markedsføringen af produktet kobles til aktiv sportsudøvelse. Alkoholreklamenævnet konstaterer, at produkter uden alkohol, der benytter sportssmag, ofte markedsføres i forbindelse med sportsudøvelse, hvorfor der er behov for særlig opmærksomhed i markedsføringen af alkoholprodukter med sportssmag for at undgå en kobling til aktiv sportsudøvelse.

I umiddelbar sammenhæng med ovenstående er det også væsentligt at være opmærksom på at undgå en forvekslingsrisiko mellem alkoholprodukter og læskedrikke.

Der udtales ikke kritik af Royal Unibrew for den konkrete markedsføring af Cult Shaker Sport.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas  
Forperson

## Markedsføringsmateriale: Afgørelse 2026-02

Markedsføringen er observeret den 2. december 2025, bl.a. på det sociale medie Facebook. Klager har indsendt følgende billede:

