

Den 23. februar 2026

Afgørelse – 2026-03 Små Sport

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)

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

Sagen kort

Alkoholreklamenævnet har den 7. april 2025 modtaget klage over Spritfabrikken Danmarks markedsføring af produktet ”Små Sport”. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at produktet ikke sammenkæder alkohol og aktiv sportsudøvelse. Alkoholreklamenævnet udtaler ikke kritik.

Sagens oplysninger

Baggrund

Alkoholreklamenævnet har den 7. april 2025 modtaget klage over markedsføring af Spritfabrikken Danmark. Klager har observeret markedsføringen den 7. april 2025 på det sociale medie Facebook. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 22. januar 2026 sendt høringsbrev til Spritfabrikken Danmark med anmodning om bemærkninger til klagen. Spritfabrikken Danmark har besvaret høringsbrevet den 28. januar 2026.

Indhold

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

Spritfabrikken Danmarks hørings svar

Spritfabrikken Danmark har i hørings svar af den 28. januar 2026 sendt følgende bemærkninger:

- Det er Spritfabrikken Danmarks klare opfattelse, at produktnavnet ”Små Sport” ikke forbinder alkohol med aktiv sportsudøvelse, men udelukkende anvender betegnelsen ”sport” som en veletableret og almindeligt anvendt smagsangivelse i dansk markeds kontekst.

- I Danmark har betegnelsen “sport” gennem rigtig mange år været anvendt bredt som betegnelse for en specifik smagsprofil – typisk en frisk, citruspræget smag med citron og lime – og ikke som reference til fysisk aktivitet eller sportsudøvelse. Denne anvendelse ses på tværs af en lang række produktkategorier, herunder sodavand, saftvand, energidrikke, is, aromaer og alkoholholdige drikke.
- I vedlagte bilag findes desuden massiv dokumentation på at der i en lang årrække har været markedsført andre produkter på det danske marked, hvor betegnelsen “sport” anvendes tilsvarende som smagsangivelse, herunder eksempelvis “Shaker Sport” som har været på markedet side 2019 og senere “Shaker Sport Pink”. Herudover anvendes betegnelsen “sport” i et meget omfattende antal ikke-alkoholiske produkter, hvor den entydigt forstås som en smagstype og ikke som en henvisning til sport eller motion. *[Alkoholreklamenævnet har set og forholdt sig til vedlagte bilag].*
- Det bemærkes endvidere, at Spritfabrikken Danmark i både produktets udformning og markedsføringsmateriale aktivt og tydeligt understreger, at betegnelsen “sport” udelukkende henviser til smag. Dette fremgår blandt andet af den direkte angivelse “Sports Flavour” på selve flasken samt teksten “med saftig sports-smag af lime og citron” i markedsføringsmaterialet.
- Disse formuleringer er bevidst valgt for entydigt at kommunikere smagsprofilen og for at eliminere enhver mulig fortolkning af “sport” som reference til fysisk aktivitet eller sportsudøvelse.
- Det bemærkes desuden, at produktet “Små Sport” er korrekt og lovligt mærket som alkohol og overholder alle gældende krav efter dansk og EU-retlig lovgivning vedrørende mærkning af alkoholholdige drikke, herunder tydelig angivelse af alkoholkategori og alkoholindhold.
- Produktet forhandles udelukkende i kiosk- og spiritusafdelingen i detailhandlen og markedsføres ikke i sammenhæng med sport, motion eller sportsudstyr. Produktet har således ingen faktisk eller kommunikativ forbindelse til fysisk sport eller sportsudøvelse.
- Produktet markedsføres i øvrigt ikke med visuelle, sproglige eller indholdsmæssige elementer, der henviser til sport, motion, træning eller præstation. Der indgår ingen sportsudøvere sportsmiljøer, konkurrencer, sundheds- eller præstationspåstande i markedsføringen.

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 en flaske ”Små Sport”, der beskrives som en nyhed ”med saftig sportssmag af lime og citron.” På emballagen fremgår bl.a. at produktet er med ”sports flavour”, dvs. sportssmag, og at produktet er en likør.

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.

”Sportssmag” er alment benyttet på det danske marked til beskrivelse af særligt læskedrikke og isprodukter og i få tilfælde også alkoholprodukter, hvor der aktuelt på det danske marked findes 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).

Baseret på den relativt store udbredelse og alment benyttede betegnelse gennem en længere årrække er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at det er rimeligt at antage, at forbrugeren forstår betegnelsen ”sport/sportssmag” som refererende til en specifik smagsvariant.

Foruden navnet ”Små Sport” har Alkoholreklamenævnet forholdt sig til, hvorvidt markedsføringen forbinder ”Små 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.

Der udtales ikke kritik af Spritfabrikken Danmark for den konkrete markedsføring af Små Sport.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale: Afgørelse 2026-03

Markedsføringen er observeret den 7. april 2025 på det sociale medie Facebook.

