

18. februar 2026

Afgørelse – 2026-05 LucyBar

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)

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

Sagen kort

Alkoholreklamenævnet har den 17. januar 2026 modtaget en klage over markedsføring af alkohol fra LucyBar. Nævnet har vurderet, at markedsføringen fra LucyBar ikke opfordrer til et stort eller umådeholdent forbrug. Der udtales ikke kritik af LucyBar.

Sagens oplysninger

Baggrund

Alkoholreklamenævnet, der håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol i Danmark, har den 17. januar 2026 modtaget en klage over markedsføring af alkohol fra LucyBar på det sociale medie Facebook. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 27. januar 2026 sendt høringsbrev til LucyBar med anmodning om bemærkninger til sagen. LucyBar har besvaret høringsbrevet den 9. februar 2026.

Indhold

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

Høringssvar

LucyBar har i høringssvar af den 9. februar 2026 indsendt følgende bemærkninger til Alkoholreklamenævnet:

- Mængden på kanden der reklameres for er 1,4L det er korrekt, men kanden der reklameres for, er vores House Pitcher som er en "let" pitcher, det vil sige med en del lavere alkoholprocent en de normale cocktail pitcher vi har. I en house pitcher er mængden af alkohol reduceret. Det vil sige der er mere is og mixer (sodavand/juice) så alkoholprocenten er den del mindre.
- Foruden det er tilbuddet kun gældende en gang ved et følge os online, og det er et "dele tilbud" det vil sige hvis man kommer en lille gruppe, får de ikke hver en pitcher samtidig.

Alkoholreklamenævnets afgørelse

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

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

Markedsføringen består af et opslag på det sociale medie Facebook, hvor LucyBar reklamerer for, at følgere af LucyBars profil på det sociale medie Instagram får et tilbud på 1,4 L "Husets pitcher" til 100 kr. I opslaget præsenterer LucyBar smagsvariationer af "Husets pitcher" og anfører, at produktet er "Perfekt til at dele."

Alkoholreklamenævnet bemærker indledningsvist, at pris- og eller produktmarkedsføring, hvor en erhvervsdrivende markedsfører et tilbud på alkoholholdige drikkevarer, ikke i sig selv er i strid med retningslinjerne for markedsføring af alkohol, men prismarkedsføring kan indgå som et element i vurderingen af, hvorvidt markedsføringstiltaget er i overensstemmelse med retningslinjerne. Eksempelvis kan tilbud, som kræver eller opfordrer til indtagelse af alkohol inden for en snæver tidsmæssig ramme – efter omstændighederne – blive betragtet som opfordring til stort eller umådeholdent forbrug.

Alkoholreklamenævnet vurderer, at markedsføringen har karakter af et almindeligt kommercielt tilbud uden elementer, der kunne forstås som en opfordring til at indtage store mængder alkohol eller til at drikke umådeholdent. Der er i tilbuddet ikke konstateret et krav eller opfordring til at indtage alkohol inden for en kort tidsramme. Ligeledes indgår der i opslaget en opfordring til at dele "Husets pitcher" med andre. LucyBar anfører dertil i deres høringssvar, at "Husets pitcher" udskænkes til hele grupper af personer og ikke til hver enkeltperson, der følger baren på Instagram.

Baseret på en helhedsvurdering kan Alkoholreklamenævnet ikke konstatere en overtrædelse af retningslinjernes § 3 stk. 2.

Der udtales ikke kritik af markedsføringen fra LucyBar.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale 2026-05:

Markedsføringen består af et opslag på det sociale medie Facebook.

