

# Alkoholreklamenævnet

## Årsberetning

### 2025



## 25 år med ansvarlig markedsføring af alkohol.

I 2025 markerede vi, at Alkoholreklamenævnet i et kvart århundrede har arbejdet for ansvarlig markedsføring af alkohol. 25-års jubilæet gav anledning til at samle samarbejdspartnere, interessenter og eksperter på området for at diskutere, hvad vi har opnået, og hvad vi nu retter blikket mod. Vi var meget glade for den store opmærksomhed og det velbesøgte jubilæum.

De seneste år har Alkoholreklamenævnet øget overvågningen af både nye og gamle markedsføringskanaler. Selvom blikket er skærpet, er tendensen mod færre sager fortsat fra sidste år. Nævnet ser positivt på denne udvikling, der kan indikere en øget opmærksomhed på Alkoholreklamenævnets retningslinjer blandt de erhvervsdrivende. Nævnet har planlagt at øge sin monitorering yderligere for at sikre, at der ikke er sager, som ikke bliver opfanget.

For selvom mange i erhvervslivet er deres ansvar bevidst og markedsfører sig efter Nævnets retningslinjer, ser vi fortsat overtrædelser af retningslinjerne. Dertil har Nævnet videresendt flere sager til Forbrugerombudsmanden, hvoraf to sager har resulteret i en politianmeldelse for overtrædelse af Markedsføringsloven.

Langt størstedelen af sagerne fra det forgange år omhandlede uhensigtsmæssig markedsføring rettet mod børn og unge. Dette er også en fortsat tendens fra de seneste år. Det er derfor nødvendigt, at Alkoholreklamenævnet også fremover fastholder sin indsats for at beskytte for børn og unge, og at Nævnet fastholder sit fokus på sociale medier.

Fra næste år påtager Nævnet sig dertil en ny opgave. I 2025 indgik detailhandlen og alkoholproducenterne en aftale med Indenrigs- og Sundhedsministeriet om placering af alkohol i detailhandlen. Alkoholreklamenævnet blev i den forbindelse bedt om at påtage sig håndhævelsesopgaven, når aftalen træder i kraft i 2026. Nævnet ser frem til at påtage sig opgaven og det udvidede ansvar i at håndhæve aftalen om placering af alkohol i detailhandlen.

Afslutningsvis vil jeg gerne takke de mange samarbejdspartnere, der har været med til at udvikle Alkoholreklamenævnet over 25 år. Når vi til jubilæet kunne samle så mange i fællessalen på Christiansborg illustrerer det, at engagementet og dialogen for ansvarlig markedsføring både er levende og nødvendig.

God læselyst!



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Marlene Winther Plas'.

*Marlene Winther Plas*  
*Forperson for Alkoholreklamenævnet*

## Nævnets arbejde

---

Alkoholreklamenævnet har siden år 2000 håndhævet retningslinjerne for markedsføring af alkohol i Danmark.

Retningslinjerne udgør branchens fortolkning af god markedsføringsskik og god erhvervsskik, der er reguleret i markedsføringslovens § 3 og § 4. Retningslinjerne er udtryk for en etisk standard og dækker enhver form for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer, der sker på det danske marked.

Retningslinjerne har, siden de trådte i kraft i 2000, spillet en vigtig rolle i forhold til reguleringen af alkoholmarkedsføring. Erfaringerne med retningslinjerne har vist, at Alkoholreklamenævnets afgørelser bliver efterlevet. Alkoholreklamenævnet arbejder kontinuerligt for, at retningslinjerne i endnu højere grad bliver en integreret del af erhvervslivets markedsføring, så markedsføringen sker med en stadig højere grad af omtanke og aktivt medansvar.

Selve tilblivelsen af retningslinjerne skete i 1999, hvor Erhvervsministeriet forhandlede med en række

erhvervs – og forbrugerorganisationer med henblik på at udarbejde et sæt retningslinjer, der regulerede markedsføringen af alkohol. Forhandlingerne medførte vedtagelsen af retningslinjerne for markedsføring af alkohol samt oprettelsen af Alkoholreklamenævnet (dengang Håndhævelsesudvalget), der skulle administrere og håndhæve de nye retningslinjer.

I Alkoholreklamenævnet er erhvervs – og forbrugerinteresser ligeligt repræsenterede. Alkoholreklamenævnet ledes af en uafhængig formand. I tæt samarbejde med de danske myndigheder ønsker Alkoholreklamenævnet at sikre en effektiv og ensartet regulering af markedsføring af alkohol.

Der påhviler de, der markedsfører alkohol, et særligt ansvar for at tage alle rimelige skridt til at minimere potentielle skadevirkninger af alkohol, herunder sikre at børn ikke drikker, og at unge får en sen debut. Det er hensigten med retningslinjerne at styrke forbrugerbeskyttelsen og medvirke til, at markedsføringen af alkohol ikke får u hensigtsmæssige konsekvenser.

*Alkoholreklamenævnets 25-års jubilæum blev afholdt i Fællessalen på Christiansborg i oktober 2025.*



# Samarbejde med Forbrugerombudsmanden

Retningslinjerne om markedsføring af alkohol supplerer markedsføringslovens bestemmelser.

I 2008 indgik Alkoholreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden en sagsbehandlingsaftale, som indebærer gensidig orientering om modtagelse, behandling og afgørelse af klager.

Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet stræber efter koordineret sagsbehandling ved, at Forbrugerombudsmanden og Alkoholreklamenævnet gensidigt orienterer hinanden. Bl.a. er der enighed om, at Forbrugerombudsmanden i prioriteringen af sager lader det indgå i sine overvejelser, hvorvidt Alkoholreklamenævnet har kompetence til at behandle sagen, og om Alkoholreklamenævnets sagsbehandling må forventes at føre til et passende skridt over for den pågældende markedsføring.

Se mere om Alkoholreklamenævnets samarbejdsaftale med Forbrugerombudsmanden [her](#).



*Forbrugerombudsmanden, Torben Jensen, deltog i Alkoholreklamenævnets 25-års jubilæum og gav et oplæg om, hvordan Alkoholreklamenævnet og Forbrugerombudsmanden kan samarbejde om at beskytte børn og unge.*



# Alkoholreklamenævnets medlemmer 2025

---

## Alkoholreklamenævnets forperson



Marlene Winther Plas  
Advokat, Partner (L)  
DLA Piper Advokatpartnerselskab

## Sekretariat



Rasmus Sand  
Sekretariatschef  
Alkoholreklamenævnet

## Alkoholreklamenævnets medlemmer



Daniel Mathias Bager  
Seniorjurist,  
Forbrugerrådet



Maria Vegger Bjerrehus  
Juridisk seniorrådgiver,  
Kreativitet & Kommuni-  
kation



Martin Jørgensen  
Advokat, Fagchef for  
Markedsføringsret,  
Dansk Erhverv



Matthias Vesterdal,  
Sekretariatschef,  
VSOD



Nick Hækkerup  
Direktør,  
Bryggeriforeningen



Claus Bøgelund Nielsen  
Vicedirektør,  
DSK



Kaare Friis Petersen  
Erhvervsjuridisk chef,  
HORESTA



Birgitte Wad  
ESG Chef,  
DRC

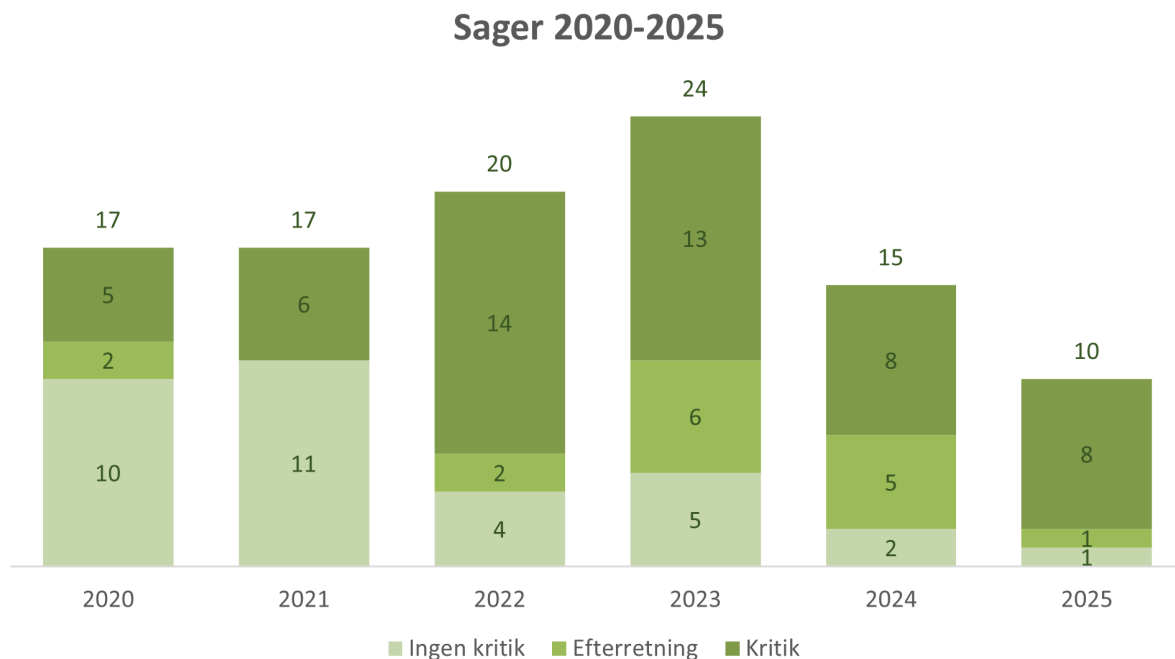
## Observatør



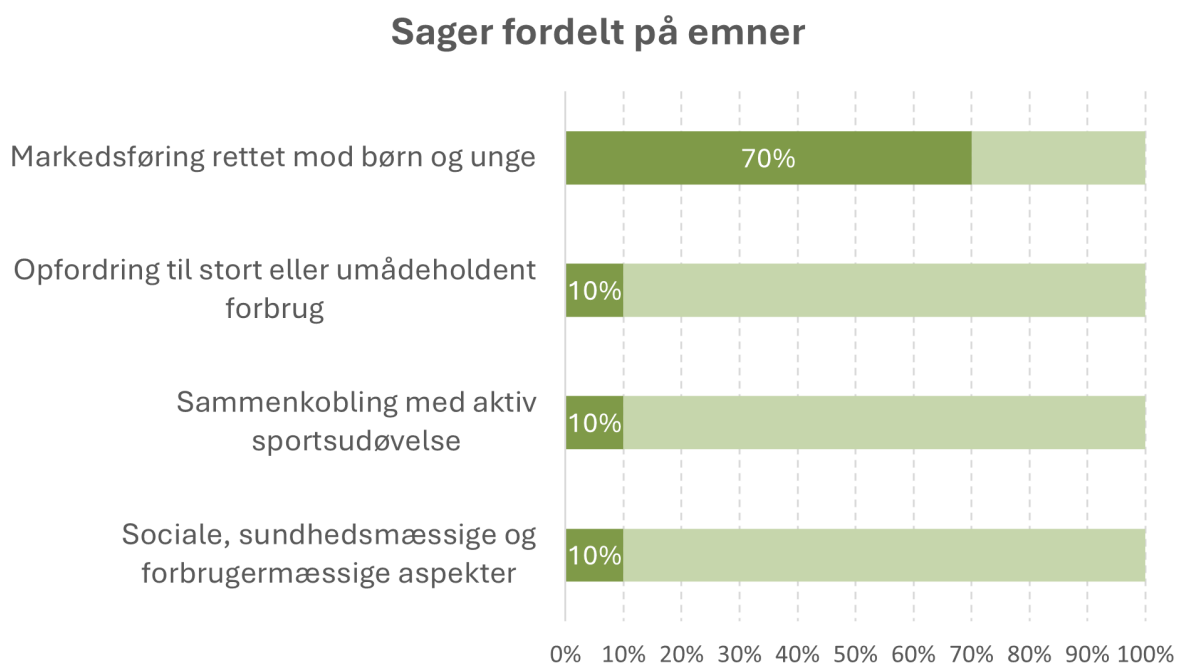
Lea Therese Ørum Molsted  
Specialkonsulent  
Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen

# Statistik 2025

I 2025 traf Alkoholreklamenævnet afgørelse i 10 sager, hvoraf der blev udtalt kritik i 8 af sagerne. Flere sager, som Alkoholreklamenævnet behandlede, er blev drøftet med eller videresendt til behandling hos Forbrugerombudsmanden.



I 2025 omhandlede 70% af de behandlede sager ”Markedsføring rettet mod børn og unge”. Dette er konsistent med tidligere år, hvor 68% af sagerne i 2023 og 67% af sagerne i 2024 omhandlede markedsføring rettet mod børn og unge.



## Afgørelser 2025

Sag	Klagens genstand	Afgørelse
<a href="#">La Bonita</a>	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet fandt, at La Bonitas markedsføring på det sociale medie Instagram var særligt henvendt til børn eller unge og benyttede personer under 25 år i markedsføringen.  Nævnet udtalte kritik.
<a href="#">Crazy Daisy Haderslev</a>	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet vurderede, at Crazy Daisy Haderslevs markedsføring på det sociale medie Instagram var særligt henvendt til børn eller unge og benyttede personer under 25 år i markedsføringen.  Nævnet udtalte kritik.
<a href="#">Dansebar Roskilde</a>	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet vurderede, at Dansebar Roskilde benyttede personer under 25 år til at markedsføre sig på det sociale medie Instagram.  Nævnet udtalte kritik.
<a href="#">Scandlines Bordershop</a>	Opfordring til stort eller umådeholdent forbrug	Nævnet fandt, at markedsføringen af Scandlines Bordershop via en "drikkevareberegner" opfordrede til et stort eller umådeholdent forbrug af alkohol.  Nævnet udtalte kritik.
<a href="#">To Kolde</a>	Sammenkobling med aktiv sportsudøvelse,  Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet vurderede ikke, at henvisninger til alment kendte sportsbegreber satte alkohol i forbindelse med aktiv sportsudøvelse.  Nævnet modtog dokumentation på, at de medvir-kende i markedsføringsmaterialet var over 25 år.  Nævnet udtalte ikke kritik.
<a href="#">Bar3 Aarhus</a>	Markedsføring rettet mod børn og unge	Nævnet fandt, at Bar3 Aarhus' markedsføring på det sociale medie Instagram benyttede personer under 25 år i markedsføringen.  Nævnet udtalte kritik.  HORESTA indgav dissensudtalelse.

<p><u>Spritsfabrikken Suspekt</u></p>	<p>Uansvarlig adfærd, Markedsføring rettet mod børn og unge, Anvendelse af kendt person.</p>	<p>Nævnet har ikke vurderet, at rapgruppen Suspekt appellerer særligt til børn og unge eller kan betegnes som rollemodeller. Nævnet fandt derfor ikke grund til at kritisere samarbejdet med Suspekt og Spritsfabrikken Danmark.</p> <p>Nævnet fandt, at betegnelsen ”rent slik” på et alkoholholdigt produkt var uansvarlig markedsføring.</p> <p>Nævnet udtalte kritik af brugen af denne betegnelse.</p>
<p><u>Mikropolis</u></p>	<p>Markedsføring rettet mod børn og unge</p>	<p>Nævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol fra Mikropolis var målrettet unge på grund af emballagens udtryk.</p> <p>Nævnet udtalte kritik.</p> <p>Nævnet tager til efterretning, at Mikropolis trak den pågældende emballage tilbage, da de blev bekendt med klagen.</p>
<p><u>Crazy Daisy Haderslev</u></p>	<p>Markedsføring rettet mod børn og unge</p>	<p>Nævnet vurderede, at Crazy Daisy Haderslevs markedsføring på det sociale medie Instagram benyttede personer under 25 år i markedsføringen.</p> <p>Nævnet udtalte kritik.</p> <p>Nævnet anser det som en skærpende omstændighed, at Crazy Daisy Haderslev inden for de seneste 12 måneder har modtaget kritik fra Alkoholreklamenævnet for markedsføring af alkohol til unge.</p>
<p><u>Torden Bar og Natklub</u></p>	<p>Markedsføring rettet mod børn og unge</p>	<p>Alkoholreklamenævnet vurderede, at markedsføringen af alkohol fra Torden Bar og Natklub var målrettet unge i strid med Alkoholreklamenavnets retningslinjer for markedsføring af alkohol.</p> <p>Nævnet udtalte kritik.</p>

# Kontaktoplysninger

---

## **Kontakt Nævnet**

Gamle Carlsberg Vej 16

1799 København V

Tlf.: +45 20 90 61 51

E-mail: [Kontakt@alkoholreklamenævnet.dk](mailto:Kontakt@alkoholreklamenævnet.dk)

## **Klageadgang**

Det er muligt at klage til Alkoholreklamenævnet over et eller flere konkrete markedsføringstiltag, der omhandler markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Der er fri klageadgang til Nævnet, dvs. at både privatpersoner, virksomheder og organisationer har mulighed for at klage til Nævnet.

En klage skal indgives skriftligt. Dette kan ske til Alkoholreklamenævnets sekretariat enten via brev, e-mail eller udfyldelse af en online klageformular. Se online klageformular [her](#).

## **Forhåndsvejledning**

Som erhvervsdrivende kan du, så vidt det er muligt, få vejledning vedrørende et planlagt markedsføringstiltag og en udtalelse fra Alkoholreklamenævnet om, hvorvidt markedsføringstiltaget vurderes at være i overensstemmelse med Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Det kan fx dreje sig om markedsføring på sociale medier, annoncer eller i forbindelse med en planlagt kampagne.

Forhåndsvejledningen er bindende for Alkoholreklamenævnet. Alkoholreklamenævnet forbeholder sig dog altid retten til at udtale kritik, hvis der er elementer i den realiserede markedsføring, der måtte stride mod Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Forbrugerombudsmanden kan i øvrigt anfægte lovligheden, og i sidste ende er det domstolene som afgør eventuelle spørgsmål om, hvorvidt en konkret markedsføringsindsats er lovlig.

Læs mere om forhåndsvejledning [her](#).