

Den 28. maj 2026

Afgørelse – 2026-06 Queens Pub

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)

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

Sagen kort

Alkoholreklamenævnet har den 18. marts 2026 fået oversendt en klage fra Forbrugerombudsmanden vedrørende markedsføring af alkohol fra Queens Pub. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at markedsføringen opfordrer til et stort eller umådeholdent alkoholforbrug. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af markedsføringen, men tager til efterretning, at Queens Pub reagerede hurtigt på henvendelsen fra Alkoholreklamenævnet og fjernede den pågældende markedsføring.

Sagens oplysninger

Baggrund

Forbrugerombudsmanden har den 13. februar 2026 modtaget en klage over markedsføring af alkohol fra Queens Pub. Forbrugerombudsmanden har den 18. marts 2026 oversendt klagen til Alkoholreklamenævnet til behandling efter Nævnets retningslinjer.

Klager har observeret markedsføringen den 13. februar 2026 på det sociale medie Instagram. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 24. marts 2026 sendt høringsbrev til Queens Pub med anmodning om bemærkninger til klagen. Queens Pub har besvaret høringsbrevet den 26. marts 2026.

Indhold

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

Queens Pubs høringssvar

Queens Pub har i høringssvar af den 26. marts 2026 sendt følgende bemærkninger:

- Vi tager naturligvis henvendelsen meget alvorligt og ønsker at understrege, at Queens Pub til enhver tid bestræber sig på at overholde gældende retningslinjer for markedsføring af alkohol.
- Det omhandlede markedsføringsmateriale tog udgangspunkt i et udbredt koncept, som anvendes af en række aktører i branchen under forskellige betegnelser og variationer. Konceptet er ikke udviklet af os, men har alene været anvendt som inspiration til markedsføringen.
- Det skal i den forbindelse præciseres, at det pågældende arrangement ikke blev realiseret eller afholdt.
- Det relevante markedsføringsmateriale er endvidere fjernet fra vores platforme
- Den pågældende markedsføring har haft til formål at promovere en social begivenhed i trygge rammer, hvor fokus er på fællesskab, oplevelse og god stemning – ikke på at opfordre til et stort eller umådeholdent alkoholforbrug.

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 en video på det sociale medie Instagram. I videoen bliver det kommunikeret, at Queens Pub ”leder efter” deltagere til et event, hvor deltagerne skal forsøge at drikke 100 shots fadøl på 100 minutter. Seerne af videoen opfordres til at ”tagge” en bekendt i kommentarsporet, som de mener kan klare denne ”challenge” (udfordring). Desuden fortælles der i videoen, at udfordringen vil blive live streamet på det sociale medie Facebook.

Alkoholreklamenævnet har til sin vurdering benyttet en neutral genstandsberegner til at bestemme, at 100 shot fadøl (svarende til 4 liter fadøl under antagelse af, at et shot måles til 4 cl) udgør 12 genstande. Det er Alkoholreklamenævnets vurdering, at en opfordring til at indtage 12 genstande på 100 minutter er at opfordre til stort eller umådeholdent forbrug.

Alkoholreklamenævnet gør opmærksom på, at erhvervsdrivende generelt bør være særligt opmærksomme ved markedsføring, hvor der opfordres til indtag af en bestemt mængde af alkohol inden for et begrænset tidsrum.

I høringsvaret oplyser Queens Pub, at det pågældende arrangement ikke er blevet realiseret eller afholdt. Alkoholreklamenævnet vurderer dog, at rammesætningen af eventet som en udfordring med alkohol i centrum opfordrer til socialt pres med henblik på at indtage store mængder alkohol på kort tid.

Det er på den baggrund Nævnets vurdering, at der er sket en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer § 3 stk. 2.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af Queens Pub for markedsføringen, men tager til efterretning, at Queens Pub har reageret hurtigt på henvendelsen fra Alkoholreklamenævnet og slettet de pågældende opslag.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale: Afgørelse 2026-06

Markedsføringen er observeret den 13. februar 2026 på det sociale medie Instagram. Markedsføringen består af en video, hvor Alkoholreklamenævnet har forholdt sig til videoen i sin helhed.

