

28. oktober 2026

Afgørelse – 2026-12 Old Irish

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)

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

Sagen kort

Alkoholreklamenævnet har den 22. juni 2026 modtaget en klage over markedsføring af alkohol fra Old Irish. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at markedsføringen af alkohol er målrettet unge og anvender personer under 25 år, hvilket er i strid med Nævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol. Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af markedsføringen fra Old Irish.

Sagens oplysninger

Baggrund

Alkoholreklamenævnet, der håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol i Danmark, har den 22. juni 2026 modtaget en klage over markedsføring af alkohol fra Old Irish på det sociale medie Instagram. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 23. juni 2026 sendt høringsbrev til Old Irish med anmodning om bemærkninger til sagen. Old Irish har ikke besvaret henvendelsen.

Indhold

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

Høringssvar

Old Irish har ikke besvaret høringsbrevet.

Alkoholreklamenævnets afgørelse

Alkoholreklamenævnet har vurderet, om der med markedsføringen er sket en overtrædelse af Alkoholreklamenævnets retningslinjer for markedsføring af alkohol § 6 stk. 1 og 2:

§ 6 stk. 1 Markedsføring af alkohol må, uanset hvilken form den antager, aldrig rette sig mod eller kobles til en sammenhæng, der retter sig mod børn og unge.

§ 6 stk. 2 Markedsføring af alkohol må kun anvende personer, herunder modeller, skuespillere og lignende, der er mindst 25 år

Alkoholreklamenævnet opererer ikke med en skarp 18-års-grænse i forhold til begrebet ”børn og unge”, hvorfor også unge over 18 år i nogle kontekster kan forstås som beskyttede af markedsføringsforbuddet i retningslinjernes § 6 stk. 1. Dette er f.eks. tilfældet, hvis markedsføring af alkohol henvender sig til kommende eller nyudklækkede studenter. Erhvervsdrivende skal være opmærksomme på situationer, hvor gruppen af børn og unge aldersmæssigt ligger omkring 18 år, det vil sige de 15-21-årige. Personer på 15-21 år findes ofte på ungdomsuddannelsesinstitutioner.

Markedsføringen består af et opslag på det sociale medie Instagram, hvor Old Irish reklamerer for, at studenter kan få en ”gave” i form af alkoholholdige produkter ved fremvisning af deres studenterhue. ”Gavens” indhold er gradueret efter den afsluttende karakters størrelse og rangerer fra ”1 flaske husets spiritus” ved højeste karakter til ”1 flaske Små Sure shots” ved laveste karakter.

I opslaget afbilledes tre kvinder med studenterhue på. I opslagets tekst indgår formuleringerne ”studenteruge” og ”vis din karakter i huen og vi kvitterer med en gave”.

På baggrund af disse elementer i opslaget vurderer Alkoholreklamenævnet, at der er tale om markedsføring af alkohol rettet mod studenter. Dette er i strid med Alkoholreklamenævnets retningslinjer § 6 stk. 1.

Dertil er det Alkoholreklamenævnets vurdering, at personerne, der er afbilledet i opslaget, er under 25 år gamle, hvilket er i strid med retningslinjernes § 6 stk. 2.

Alkoholreklamenævnet udtaler kritik af markedsføringen fra Old Irish.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale 2026-12:

Markedsføringen består af et opslag på det sociale medie Instagram.

