

28. oktober 2026

Afgørelse – 2026-13 Aalborg Rød Grød

Om Alkoholreklamenævnet (Nævnet)

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

Sagen kort

Alkoholreklamenævnet har den 17. juni 2026 modtaget en klage over markedsføring af produktet ”Aalborg Rød Grød” fra Aalborg Akvavit. Alkoholreklamenævnet har vurderet, at markedsføringen af alkohol ikke er målrettet unge. Alkoholreklamenævnet udtaler ikke kritik af markedsføringen fra Aalborg Akvavit.

Sagens oplysninger

Baggrund

Alkoholreklamenævnet, der håndhæver retningslinjerne for markedsføring af alkohol i Danmark, har den 17. juni 2026 modtaget en klage over markedsføringen af produktet ”Aalborg Rød Grød” fra Aalborg Akvavit. På baggrund af markedsføringens indhold har Alkoholreklamenævnet den 30. juni 2026 sendt høringsbrev til Anora Group, der ejer Aalborg Akvavit, med anmodning om bemærkninger til sagen. Anora Group har besvaret høringsbrevet den 6. juli 2026.

Indhold

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

Høringssvar fra Anora Group den 6. juli 2026

- Anora Denmark Spirits A/S tager vores ansvar og overholdelse af regler og bestemmelser meget alvorligt. Alle medarbejdere gennemgår obligatorisk årlig træning i lovgivning og etik. I dette tilfælde er vi gjort opmærksomme på, at elementer i vores reklamemateriale kan fortolkes som markedsføring rettet mod unge voksne. Dette var ikke vores intention, og vi har straks taget affære og fjernet og konfiskeret alt dette materiale, inklusive butiksfolderen og Instagram-opslaget, med øjeblikkelig virkning.
- Derudover har vi foretaget en grundig gennemgang af alt andet materiale i forbindelse med reklamekampagnen, som omfatter mere end 100 såkaldte kreative assets. Vi har også informeret vores interne og eksterne konsulenter, der understøtter vores markedsføring, om dette.

- Aalborg Akvavit fejrer i år sit 180-års jubilæum. Dette gøres blandt andet med en kampagne, der fokuserer på fejring. Aalborg Akvavits målgruppe og kampagnefokus er voksne på 35 år og derover. Både opslaget og folderen er rettet mod et modent publikum med hensyn til både sprog og design (tone og stil). Vi ønskede at inspirere et etableret voksent publikum, til at prøve en ny måde at fejre på med Aalborg Akvavit. Opslaget fra Instagram var en story – hvor forslag til fejring scrollende i tekstfeltet øverst til højre. Blandt andet stod der “Tillykke - 60 år”. Vi mener, at kampagnen og de kreative assets er lodige – omend festlige. Ikke desto mindre har vi, for at undgå enhver risiko for, at det kan blive fortolket anderledes, som nævnt, fjernet materialet med øjeblikkelig virkning.

Alkoholreklamenævnets afgørelse

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

§ 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.

Indledningsvist bemærker Alkoholreklamenævnet, at Nævnet ikke opererer 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.

Alkoholreklamenævnet har forholdt sig til den del af markedsføringen, der består af henholdsvis en fysisk folder, der har været placeret i detailhandlen, henholdsvis et opslag på det sociale medie Instagram.

Instagramopslaget består af en video, hvor formuleringen ”Tillykke med” afsluttes af skiftende udsagn, herunder ”karakteren”. Anora Group påpeger i høringsbrevet, at udsagnet også afsluttes med formuleringer såsom ”Tillykke med 60 år” og ”Tillykke med jubilæet.”

Alkoholreklamenævnet bemærker, at henvisninger til karakterer i visse situationer kan opfattes som værende rettet mod studenter. Derfor skal erhvervsdrivende være opmærksomme på referencer til karakterer i relation til ungdomsuddannelser i deres markedsføring af alkohol. I nærværende opslag fremgår dog ikke elementer eller referencer til ungdomsuddannelser, studenter eller andre kontekster rettet mod børn og unge. På baggrund af en helhedsvurdering er det derfor Alkoholreklamenævnets vurdering, at det pågældende opslag ikke sammenkobler børn og unge med alkohol.

I folderen indgår formuleringen ”Et smukt og lækkert shot - som vi selvfølgelig kalder små nissehuer op til jul - og små studenterhuer eller Danish Dynamite til sommer.”

Erhvervsdrivende skal være særligt opmærksomme på deres brug af symboler og andre referencer, der almindeligvis forbindes til studenter, herunder studenterhuer.

Nævnet noterer sig i den konkrete sag, at formuleringen optræder i et længere tekststykke, der ikke indeholder øvrige elementer eller referencer, som almindeligvis forbindes til børn og unge. Dertil finder Nævnet det relevant, at markedsføringen er sket gennem et medie, der ikke typisk henvender sig til en ung målgruppe – en fysisk folder i en dagligvarebutik. Ud fra en helhedsvurdering finder Nævnet derfor ikke i denne konkrete sag grundlag for at konkludere, at markedsføringen har været rettet mod børn og unge.

Alkoholreklamenævnet udtaler ikke kritik af markedsføringen fra Aalborg Akvavit.

Venlig hilsen

ALKOHOLREKLAMENÆVNET



Marlene Winther Plas
Forperson

Markedsføringsmateriale 2026-13:

Markedsføringen er både observeret i detailhandelen i form af en folder placeret umiddelbart ved produktet "Rød grød shot" samt som et opslag på det sociale medie Instagram.

Sagsmateriale 1: Folder fra detailhandlen



AALBORG

RØD GRØD SHOT

MED ELLER UDEN
NYDES
AFKØLET
FLØDESKUM

**AALBORG RØD
- SMAGEN AF DANSK SOMMER**

Aalborg Rød - også kendt som Rød Grød - er den nye Aalborg, til når vi året rundt samles til fest og farver. En smag af salmodne bær, en smag af desserten kun vi danskere kan udtale - kort sagt, smagen af dansk sommer, når den er allerbedst.

Aalborg Rød er en sød, solmoden og næsten cremet oplevelse. Skål med iskold Aalborg Rød i et snapsglas til frokosten eller i et shotglas til festen. Vil du gå hele vejen? Top din Aalborg

Rød med flødeskum og fuldend din flydende rødgrød. Et smukt og lækkert shot - som vi selvfølgelig kalder små nissehuer op til jul - og små studentehuer eller Danish Dynamite til sommer.

Prøv også en sommerdrink: 4 cl Aalborg Rød, isterninger, toppet med appelsinsodavand og en skive lime = MUMS

Lavet på Aalborg Akvavit - men helt uden kommen og skarphed og behagelige 20 % i alkohol.

Sagsmateriale 2: Opslag fra Instagram



aalborg_akvavit • Følg
Originallyld

aalborg_akvavit Aalborg-flaget er en hyldest til de mange danske fejring, hvor bordet gerne må være festligt, og Dannebrog gerne må kunne skåles med øk

Flaget laver du af shotglas fyldt med iskold Aalborg RØD, og korset laver du af flødeskum, som du forsigtigt kommer på toppen 🍷

Skål og tillykke med ____

Nyd med omtanke | 18+

#AalborgRØD #RødGrødShot #AalborgFlag #AalborgFejring

Redigeret · 3 u.

♥ 💬 ↺ 🔖

34 Synes godt om
1. juni

😊 Tilføj en kommentar ... Slå op