Gør andet halvår til årets bedste



ROYAL UNIBREW

ROYAL UNIBREW ON TRADE – H2 2026

Indhold

3 FORORD

4 CSR

5 ROYAL4YOU

6 MARKEDSINDSIGTER

Et marked i vækst 7
Gæster søger nærvær, fællesskab og lokale oplevelser 8
Værdi frem for lav pris 9
Fremtidens gæst 10

12 HVERDAGSBELØNNING

En stærk partner på sodavand 13
En stærk portefølje indenfor light sodavand 14
Danskernes smag for læskedrikke spænder bredt 15
Faxe Kondi er markedsleder/størst i flere light smagsvarianter 16
Faxe Kondi er Danmarks 2. stærkeste drikkevare brand i DVH 18
Når der går sport i den – Stolt sponsor af Uno-X Cycling mobility 19
Egekilde Juicy 20
Egekilde Plus Elekrolytter 21
Nye smage driver et stærkt energidrikmarked 22
En stærk leverandør på energidrik 23
Danmarks bedst sælgende energidrik 24
Faxe Kondi Booster PET 25
Faxe Kondi PRO 26

27 GASTRO OPLEVELSER

Overblik over ølmarkedet 28
Dine kunders julemad fortjener godt øl 29
Craft er vækstet 4,8% det seneste år 30
Øg værdien af dit julesalg 31
En lille ændring i menuen – med stor effekt på omsætningen 32
Kundeudtalelse 33
44% vælger drikkevarer ud fra menukortet 34
Få adgang til vores samlede ekspertviden om mad 36
Nyheder fra Too Old To Die Young 37
3 ud af 4 danskere synes, det er godt værtskab at tilbyde gæster alkoholfri øl 38
Heineken 0.0 – 100% fadøl. Nul alkohol 39
Rebæl – Det utraditionelle glas til den gode middag 40

41 SMAG OG HYGGE

Adelhardt – Økologiske safter og lemonade 42
Rebæl – Forfriskende utraditionel 43
Pepsi Original – The Original Never Goes Out of Taste 44

46 HYGGE MED VENNER

Royal er Danmarks 2. største ølmærke 47
Royal bliver ved med at vokse 48
De lokale helte – Albani, Ceres, Fuglsang og Thor 49

50 UDENDØRS FÆLLESSKAB

Kvalitet og værdi bliver stadig vigtigere for spiritusforbrugerne 51
Cocktails på fad vinder frem 52
Royal Blanche vinder Danmarks Største Blindsmagning 54

55 FESTEN

Alkoholsodavand vækster i RTD/Cider-markedet 56
Shaker – Danmarks største Ready to Drink 57
Nye forfriskende drinks fra Royal Club 58
Faxe Kondi Booster Sort – en relevant spiller i nattelivet 59

Det brygger vi på

Forord af Louise Palsten, General Manager hos Royal Unibrew Danmark



Velkommen til vores On-Trade katalog for andet halvår af 2026.

Når vi ser frem mod andet halvår 2026, er det først og fremmest med stor taknemmelighed for det stærke samarbejde, vi har med jer. Sammen har vi navigeret sikkert gennem et marked præget af forandringer, geopolitisk uro og skiftende vejrforhold. Det har vi gjort gennem tæt dialog, fælles ambitioner og en stærk evne til at omsætte indsigt til handling.

Andet halvår byder på nye muligheder for at styrke både gæsteoplevelsen og din forretning. I dette katalog har vi samlet vores anbefalinger, nyheder og perspektiver, så I står bedst muligt rustet til at møde efterspørgslen og samtidig skabe differentiering i markedet. På tværs af otte universer sætter vi fokus på de forbrugssituationer, der driver væksten netop nu, og hvordan de kan omsættes til konkrete løsninger:

*I **Hverdagsbelønning (Læsk)** fortsætter vi med at udvikle kategorien med forfriskende nyheder og stærke brands, der rammer de mange daglige øjeblikke, hvor smag og kvalitet skal gå hånd i hånd med tilgængelighed og enkelhed.*

*Med **Hverdagsbelønning (Energi**) bygger vi videre på den stærke position i energisegmentet med fokus på både innovation og kendte favoritter, der fortsat driver høj relevans og volumen i markedet.*

*Med **Gastro-oplevelser** skærper vi fokus på, hvordan drikkevarer kan løfte den samlede gæsteoplevelse. Her spiller især alkoholfrie alternativer en stadig større rolle, hvor kvalitet, storytelling og food-pairing bliver afgørende elementer i at skabe mersalg og differentiering.*

*I **Smag og hygge** arbejder vi med variation, nysgerrighed og forkælelse – kategorier og produkter, der inviterer til små pauser og giver mulighed for at tilbyde noget ekstra til gæsten.*

***Hygge med venner** handler om at hylde de velkendte klassikere og lokale styrkepositioner, hvor autenticitet og historie fortsat er vigtige drivere for valg og loyalitet.*

*I **Udendørs fællesskab** ser vi fortsat vækst i RTD- og cocktailkategorien, hvor nemhed, kvalitet og nye smagsoplevelser spiller sammen. I dette univers introducerer vi både nyheder og stærke koncepter, der er skabt til sociale øjeblikke under åben himmel.*

*Sidst, men ikke mindst, samler vi i **Festen** de produkter, der driver de store øjeblikke med fokus på volumen, tempo og løsninger, der er lette at eksekvere og samtidig skaber høj værdi.*

Fælles for andet halvår er vores ambition om at gøre det enklere for jer at navigere i et komplekst marked og omsætte trends til konkret vækst. Som altid står vi klar som en aktiv samarbejdspartner og bidrager med indsigt, inspiration og konkrete løsninger til din forretning.

Tak for tilliden, samarbejdet og jeres engagement. Vi ser frem til et stærkt andet halvår – sammen.

God læselyst!

---

*Denne folder bygger i høj grad på **NielsenIQ data,** som afspejler markedssituationen i Off-Trade, og som er de eneste valide data tilgængelige på markedet for drikkevarer.*
*De udvalgte markedstendenser ser vi dog som værende **relevante for On-Trade markedet også,** da markedsdynamikkerne i Off-Trade i en vis udstrækning afspejler det generelle forbrugerbillede.*
*Markedsdata fra Off-Trade kan således give indikationer på forbrugernes generelle **købe- og betalingsvillighed** for de pågældende produkter – tendenser vi ligeledes finder særdeles relevante for vores On-Trade partnere, selvom angivelser af markedsandele ikke kan overføres 1:1 fra Off-trade til On-Trade.*

ROYAL UNIBREW ETABLERER NYT GRØNT OG REKREATIVT ÅNDEHUL I FAXE



Forestil dig et naturskønt område med lokal forankring, historieformidling og plads til både ro og aktivitet. Det bliver snart en realitet ved vores hovedkontor i Faxe, hvor et nyt rekreativt naturområde er på vej til glæde for borgere og besøgende.

Ambitionen er at skabe et grønt åndehul, der inviterer til både gåture, ro og uformelle pauser.

Naturområdet på knap 13.000 m^2 anlægges på Royal Unibrews arealer ved hovedkontoret i Faxe. Området udformes som et varieret, bakket landskab med højdepunkter og lavninger og et sammenhængende stisystem med både grus- og trampestier. Etableringen af naturområdet sker ved anvendelse af overskudsjord fra Royal Unibrews seneste byggeprojekter, herunder udvidelsen af lagerfaciliteterne i Faxe.

Et centralt element i det rekreative område bliver 'Nikolines Have' opkaldt efter Nikoline Nielsen, som i 1901 grundlagde Faxe Damp-Ølsbryggeri på vores matrikel i Faxe. I Nikolines Have kan besøgende blive klogere på Royal Unibrews historie og et udvalg af de urter og ingredienser, der indgår i vores produktion af drikkevarer.

Det rekreative naturområde og ikke mindst Nikolines Have er tænkt som et grønt åndehul for alle, der har lyst til at bruge det.

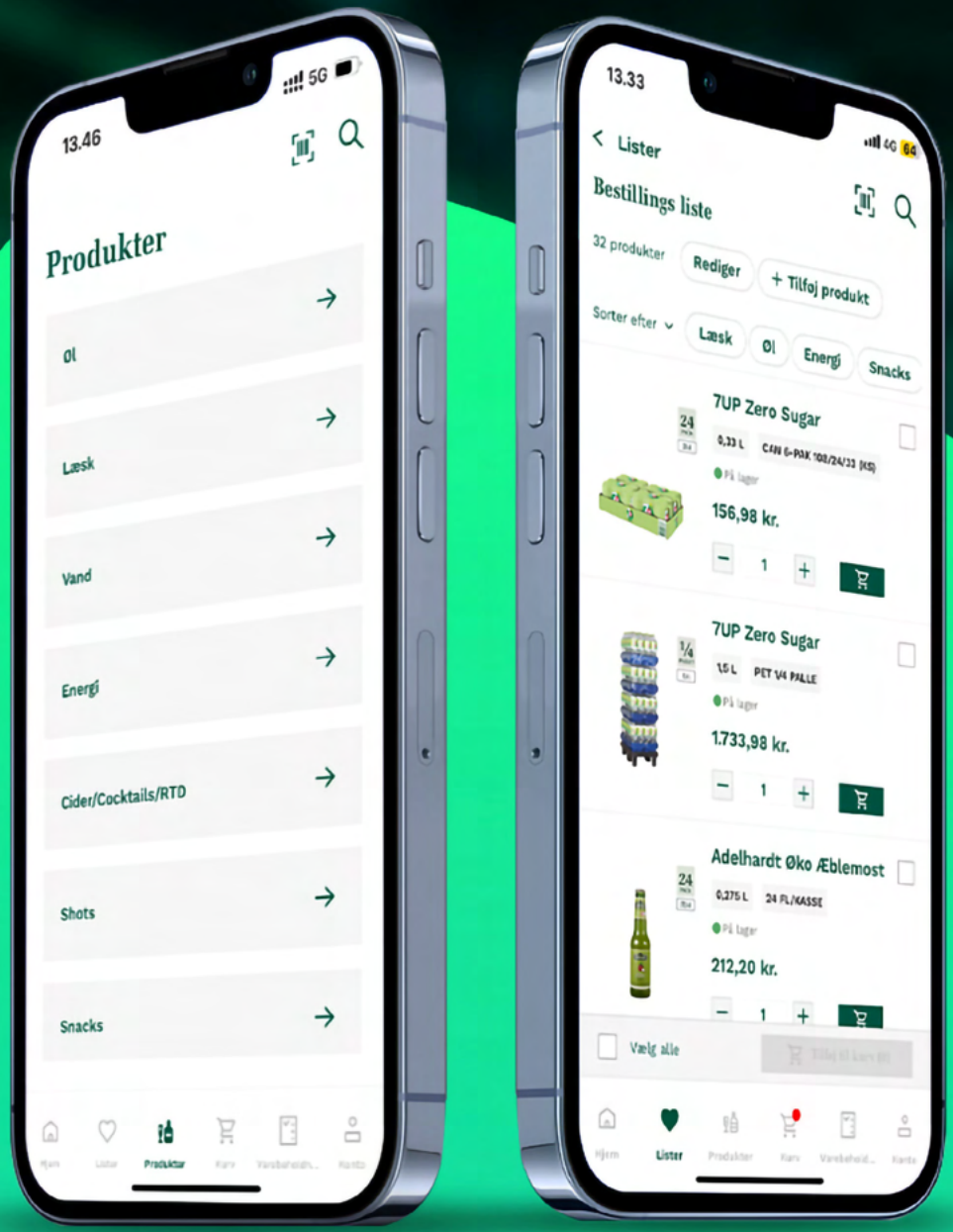
NEM OG HURTIG BESTILLING MED ROYAL4YOU-APPEN

- Bestil hvor som helst og når som helst
- Gem dine favoritter og bestil hurtigere
- Se din ordrehistorik og genbestil med ét tryk
- Se vores aktuelle kampagner
- Få en påmindelse på din bestillingsdag

SCAN QR KODEN & HENT VORES APP

Download on the App Store

GET IT ON Google Play



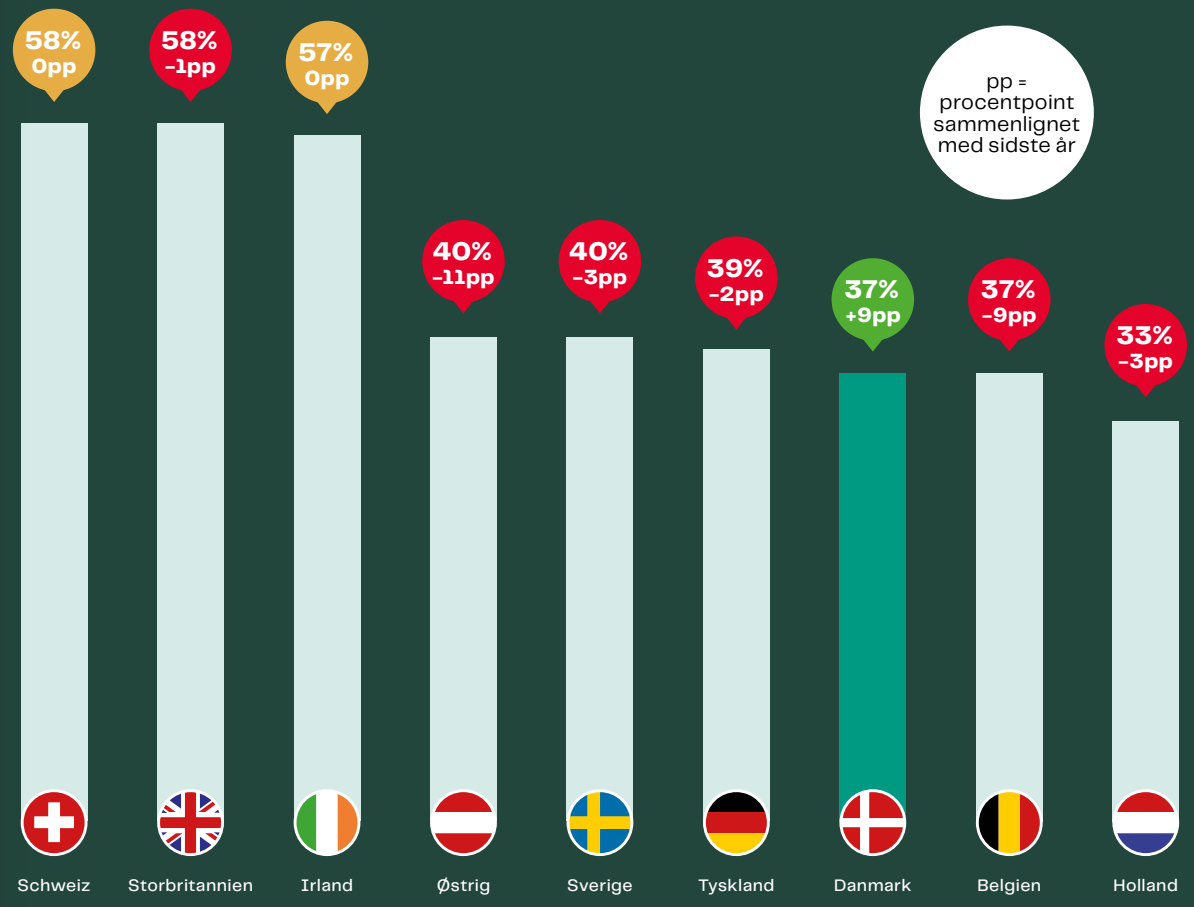


MARKEDS-INDSIGTER

Et marked i vækst

Danskerne har den stærkeste vækst i ugentlige On Trade besøg blandt sammenlignelige markeder

Andele af ugentlige On Trade besøg



Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Global, Denmark, Switzerland, GB, Ireland, Austria, Sweden, Germany, Belgium & Netherlands 2025 & 2026, sample size: 500 - 34713

64% af danskerne kan ikke undvære at gå ud.

16% Jeg elsker simpelthen at spise og drikke ude, og jeg ville være helt fortabt uden det.

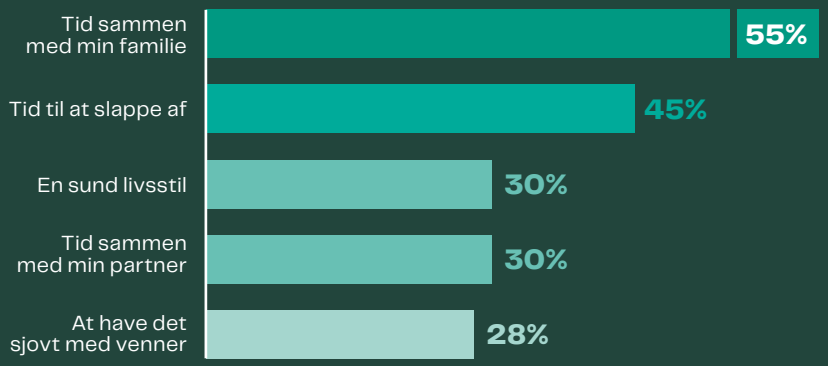
48% Jeg nyder at spise og drikke ude, og jeg ville blive skuffet, hvis jeg ikke længere kunne gøre det.

Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2025 & 2026, sample size: 497 - 499



Gæster søger nærvær, fællesskab og lokale oplevelser

Hvad er vigtigst i dit liv?



Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2026, sample size: 498 - 501



Billedet er brygget med kunstig intelligens

Danskerne går tidligere ud

+14% forventer at gå tidligere ud at spise sammenlignet med sidste år

+11% forventer at gå tidligere ud at drikke sammenlignet med sidste år

Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark, Switzerland, GB, Ireland, Austria, Sweden, Germany, Belgium & Netherlands 2026 and REACH Denmark 2025, sample size: 500 -1011

Lokalsamfundet og fællesskabsfølelsen betyder noget

43% besøger i stigende grad lokale restauranter og barer for at støtte lokalsamfundet

40% siger, at følelsen af fællesskab er vigtig for deres valg af venue

Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2025 & 2026, sample size 101 - 499

Værdi frem for lav pris

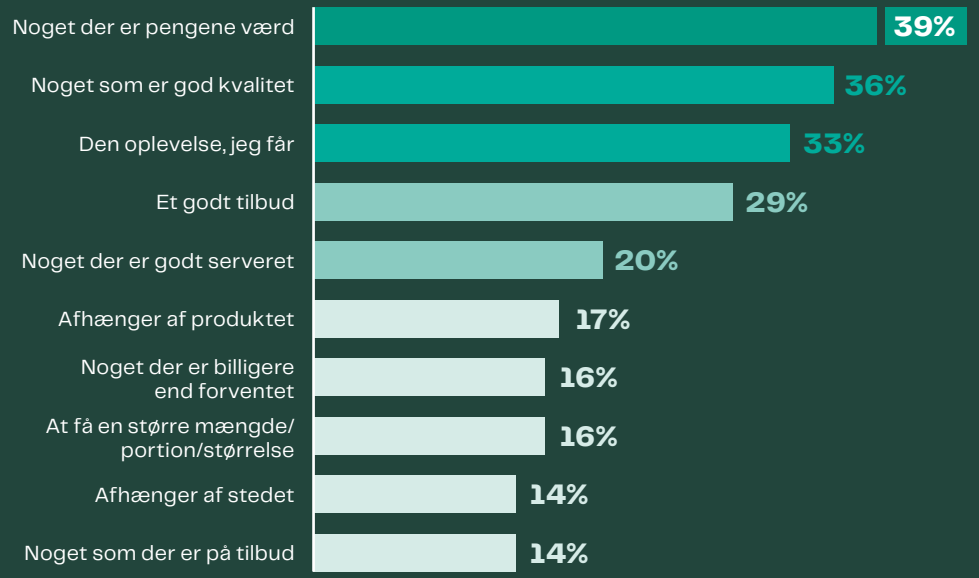
Gæsterne er prisbevidste, men jagter ikke nødvendigvis det billigste

De vigtigste faktorer, når gæsterne vælger et sted at besøge



Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2025 & 2026, sample size:499 - 500

God værdi for pengene handler om oplevelser af høj kvalitet



Kategorier rangeret efter værdi for pengene

- #1 Øl
- #2 Ingen eller lav alkohol
- #3 Cocktails
- #4 RTD
- #5 Vin
- #6 Spiritus

Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2025 & 2026, sample size 101 - 499

Fremtidens gæst

Søger kvalitet, premium og moderer deres indtag



Billedet er brygget med kunstig intelligens

+53%

af danskerne modererer deres alkoholindtag

+46%

af danskerne vurderer alkoholstyrke som en vigtig faktor ved valg af drikkevarer

Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2026, sample size: 102 - 501

Særligt den stærke alkohol forventer danskerne at drikke mindre af

Top 5 drikkevarekategorier, som forbrugerne forventer at reducere deres forbrug af

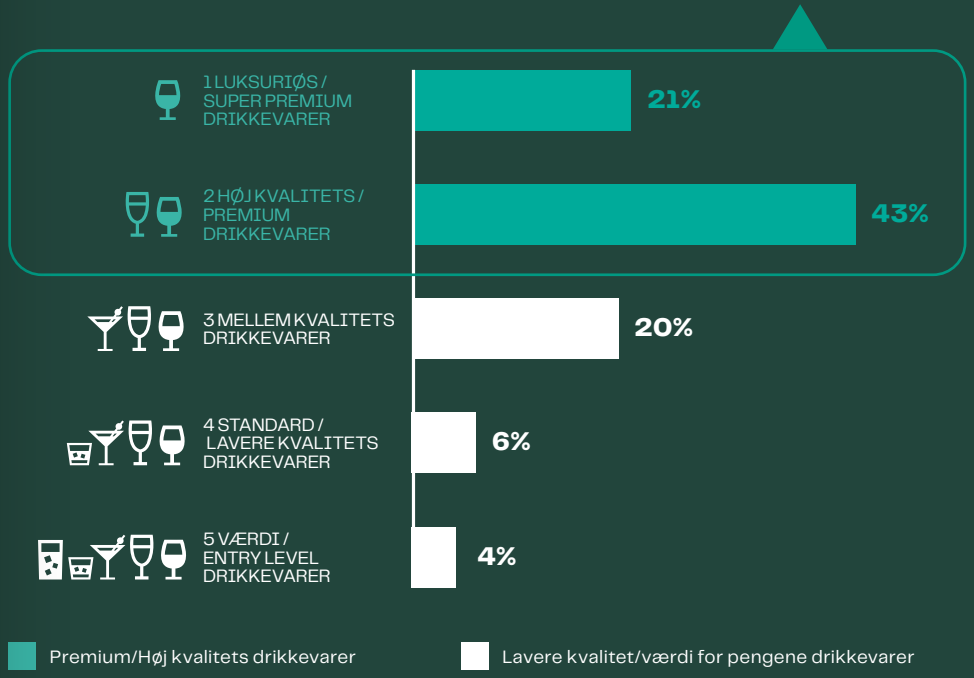
Shots	-6pp
Whiskey	-6pp
Likører	-4pp
Rom	-3pp
Hvidvin	-2pp

Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2026, sample size: 52 - 206

70%

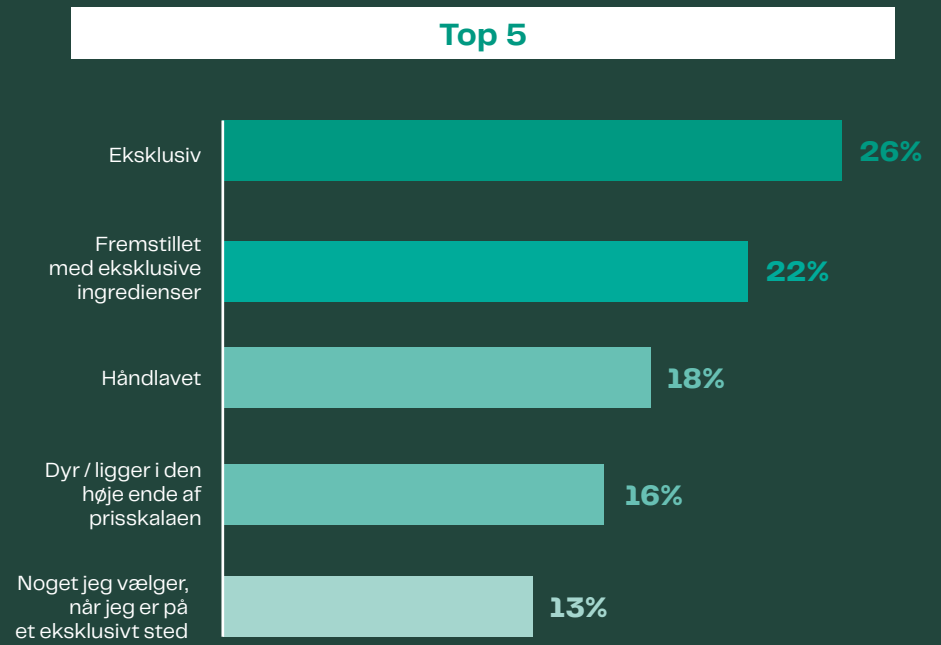
foretrækker få premium drikkevarer frem for flere standard-drikkevarer, hvis slutprisen er den samme

70%
+8pp
vs YA



Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2025 and 2026, sample size: 497 - 501

Premium forbindes i mindre grad med høj pris



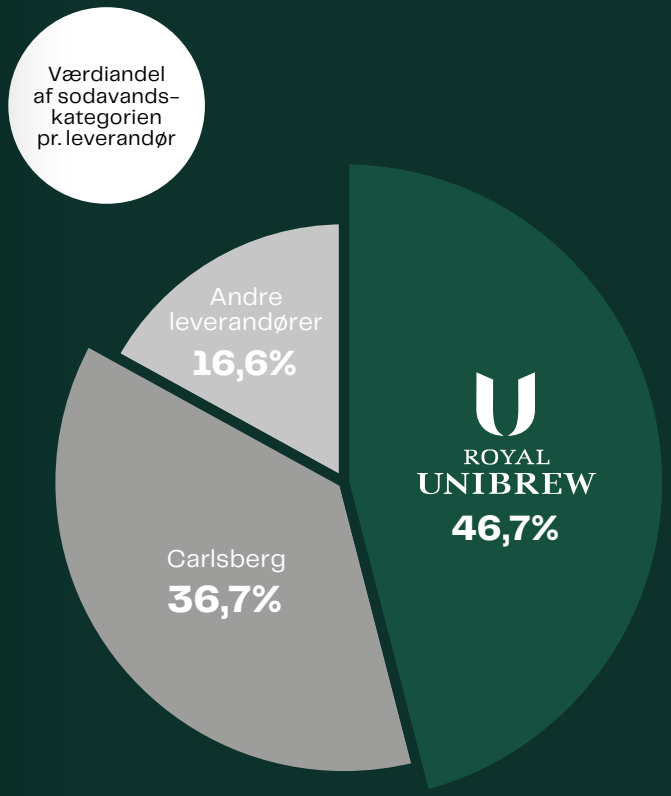
Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2025 and 2026, sample size: 500 - 501



HVERDAGS-BELØNNING

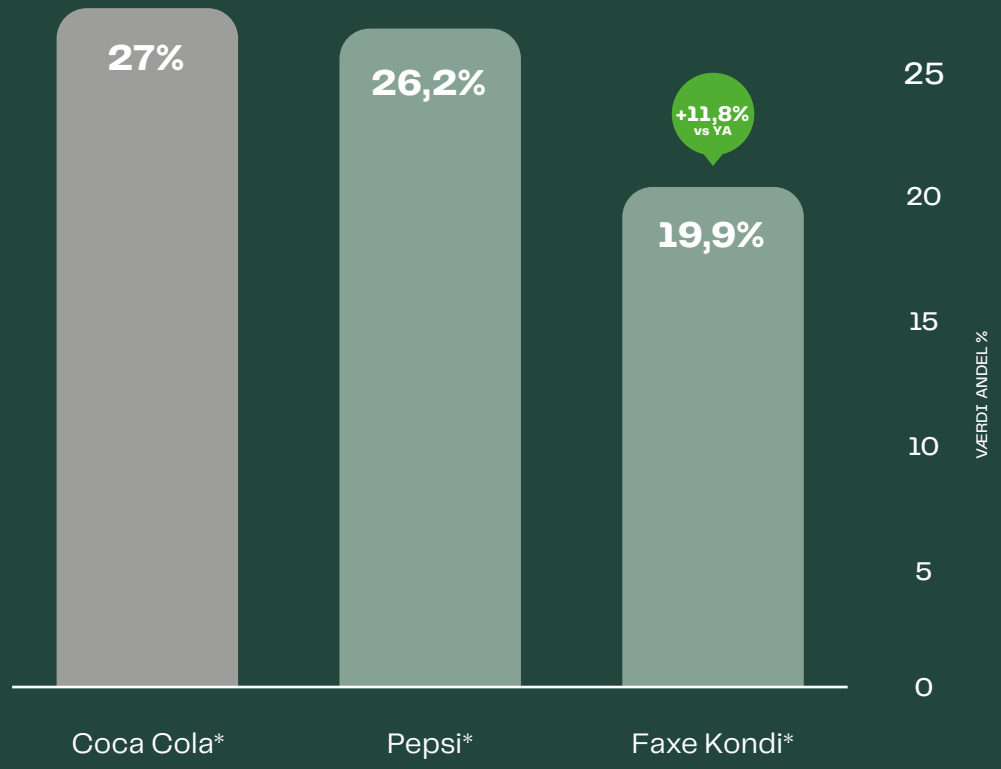
En stærk partner på sodavand

Danmarks største leverandør på sodavand



Ref.no. 07426452, Date: 2026-08-17
Kilde: NIQ RMS data for the Total Carbonated Water Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

Største trademark brands i Danmark



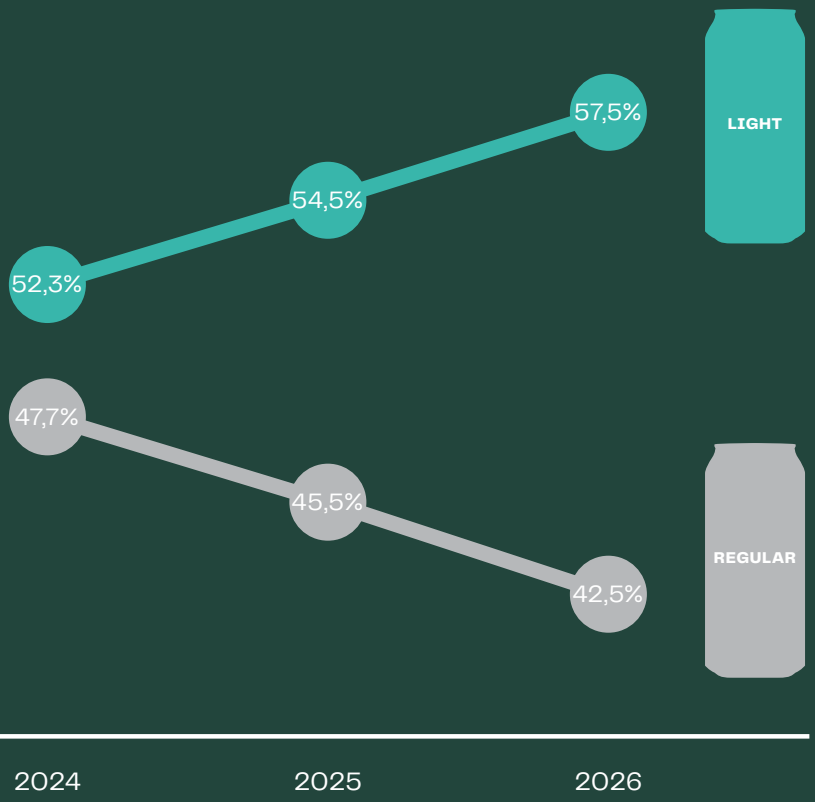
Ref.no. 07426466-, Date: 19/08/2026
Kilde: NIQ RMS data, Market DVH Convenience Incl.HD Category CSD, Fact Share of Sales Value (Product), Current 12 Mths 52week ending 26/07/2026
* Inkl. alle smage

HVERDAGS-
BELØNNING

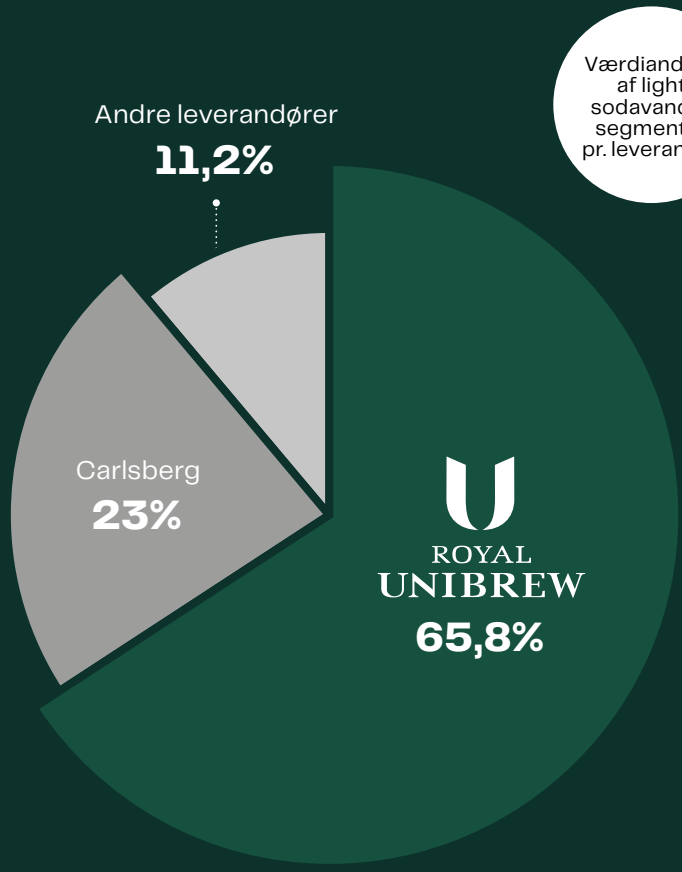
Off Trade Data

En stærk portefølje indenfor light sodavand[1]

Regular vs. Light
Sodavand[2]



Værdiandel% af light sodavands-segmentet pr. leverandør



1. Ref.no. 06771880, Date: 2026-01-13, Kilde: NIQ RMS data, DVH/CONVENIENCE INCL. HD, Total CSD Light, Share of Sales Value, MAT TY, 2025-12-28(Copyright © 2025, NIQ)
2. Ref.no. 07426476 -, Date: 18/08/2026. Kilde: NIQ RMS data, Market DVH Convenience Incl.HD Category CSD, Fact Share of Sales (L) Product, Current 12 Mths week ending 26/07/2026

Ref.no. 07426519, Date: 2026-08-17. Source: NIQ RMS data for the Total CSD Light Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

Danskernes smag for læskedrikke spænder bredt

Hvilke type læskedrikke drikker du, når du er ude?



Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2026, sample size: 209

Sodavand indtages hele dagen



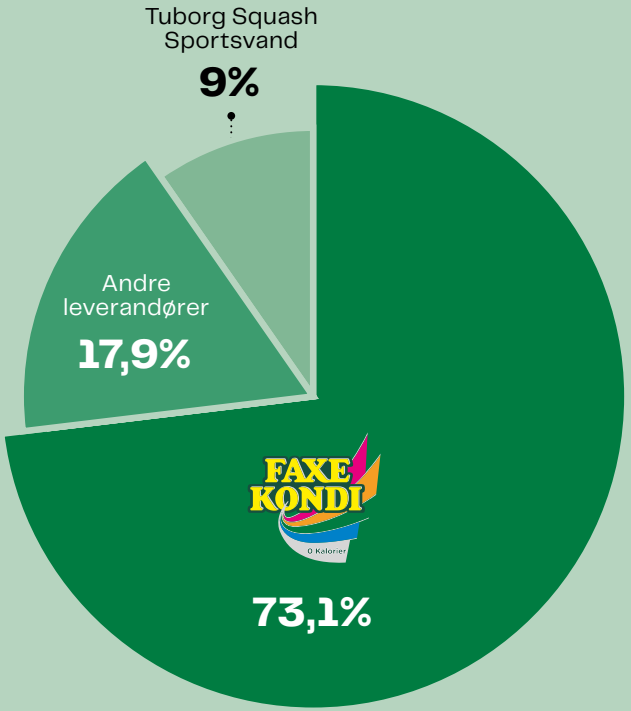
Kilde: Innova | Category Survey 2025, Carbonates Denmark

HVERDAGS-
BELØNNING

Off Trade Data

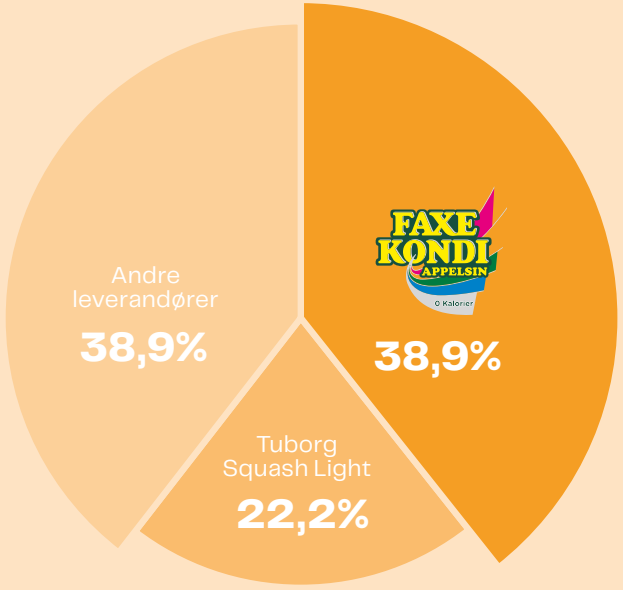
Faxe Kondi er markedsleder/størst i flere light smagsvarianter

Markedsandele i Light Lemon/Lime[1]





Markedsandele i Light Appelsin[2]

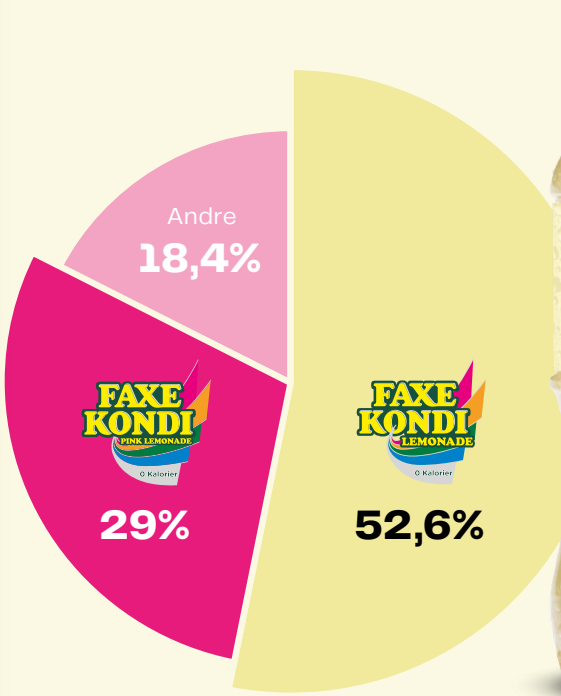




1.+2. Kilde: Ref.no. 07426537, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total CSD Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026), Nielsen Consumer LLC

Markedsandele i Light Citrus/Grape[3]

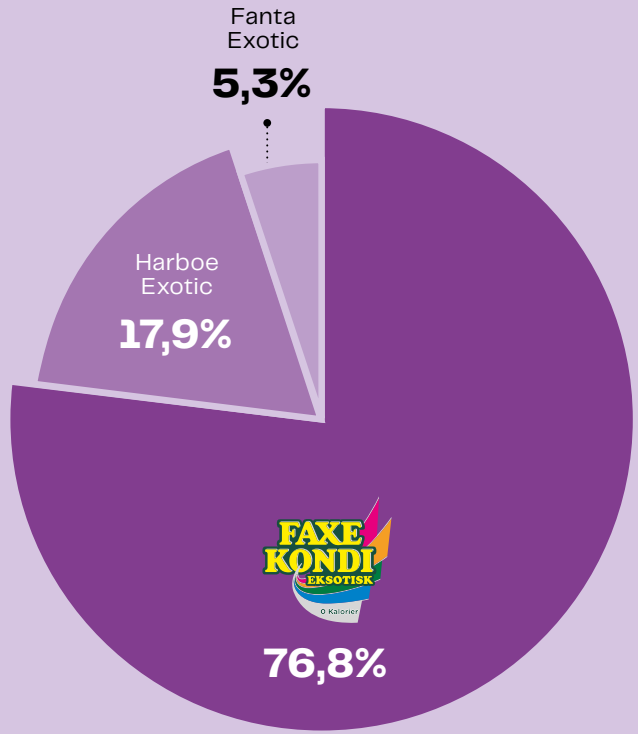
Siden lanceringen i Januar 2026





Markedsandele i Light Eksotisk[4]

Siden lanceringen i Januar 2026





3.+4. Kilde: Ref.no. 07426537_2, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total CSD Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

HVERDAGS-
BELØNNING

Off Trade Data

FAXE KONDI ER DANMARKS 2. STÆRKESTE DRIKKEVARE BRAND I DAGLIGVAREHANDLEN

OVERALL PERFORMANCE

2. STÆRKESTE DRIKKEVARE BRAND

#1	COCA-COLA	#6	ARLA
#2	HARIBO	#7	FAXE KONDI
#3	KIMS	#8	M&M'S
#4	TOMS	#9	LURPAK
#5	NUTELLA	#10	PEPSI

NYSKABENDE

FAXE KONDI ER DET MEST NYSKABENDE DRIKKEVARE BRAND

#1	KIMS	#6	TOMS
#2	HARIBO	#7	STARBUCKS
#3	FAXE KONDI	#8	REMA1000
#4	ARLA	#9	M&M'S
#5	REDBULL	#10	PRINGLES

UNIK SMAG

FAXE KONDI ER DET BRAND MED 2. MEST UNIKKE DRIKKEVARE SMAG

#1	NUTELLA	#6	AFTER EIGHT
#2	COCA-COLA	#7	TOMS
#3	M&M'S	#8	PRINGLES
#4	HARIBO	#9	KIMS
#5	FAXE KONDI	#10	LURPAK

Kilde: Brand Focus 2026, Marts 2026, n = 500. (s. 5)

NÅR DER GÅR SPORT I DEN

STOLT SPONSOR AF UNO-X CYCLING MOBILTY



HVERDAGS-
BELØNNING

EGEKILDE

JUICY

Forfriskende læskedrik baseret på naturligt mineralvand med mild brus og frugtjuice, tilsat vitamin c

79%
af forbrugerne ønsker at leve sundt

Kilde: Retail Institute, Sunde valg i kurven







3 varianter: Lemon, Blodappelsin, Rabarber i 33cl sleek format.

SMAG AF LEMON

MILD BRUS

EGEKILDE PLUS

ELEKTROLYTTER

MAGENESIUM
KALIUM
VITAMIN B6
VITAMIN B12



0 KALORIER

Sukkerfri Elektrolytdrik

med mild brus og smag af lemon

Beriget med MAGNESIUM som bidrager til elektrolytbalancen. Indeholder VITAMIN B6 & B12, som bidrager til at mindske træthed og udmattelse.

HVERDAGS-BELØNNING

Off Trade Data

Forbrugerne søger i stigende grad berigede mad & drikkevarer

Kategori udvikling, DVH, Værdi salg, 2025–2026

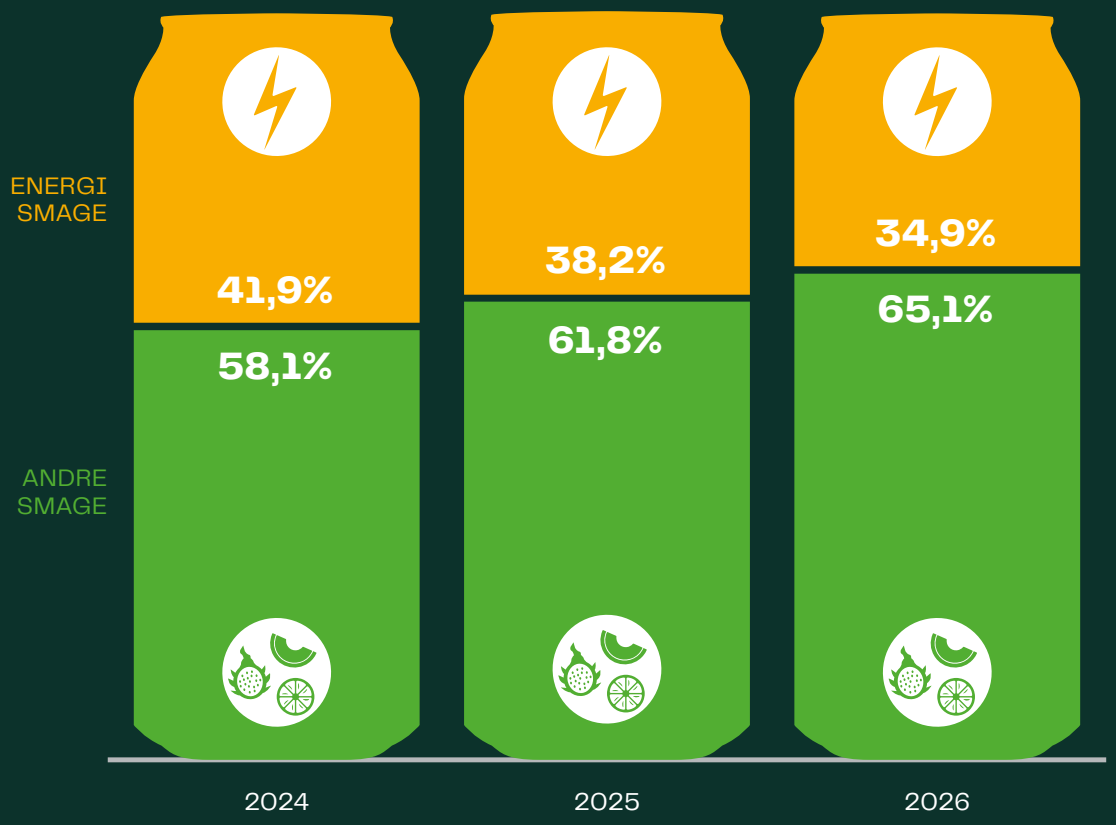
Vitamin	Elektrolytter
+10%	+8%

Kilde: Elektrolytter & Vitamin: Grand source view. Euromonitor, Nielsen IQ, Kantar brand influence

HVERDAGS-
BELØNNING

Off Trade Data

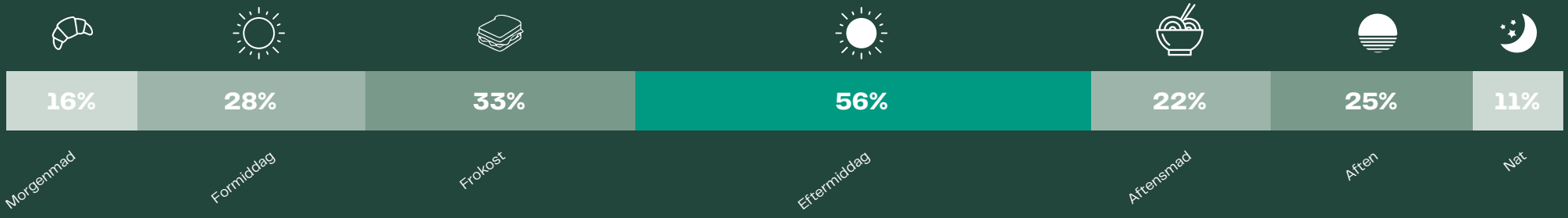
Nye smage driver et stærkt energidrik-marked



Total energidrikke. Volumenandel%[1]

1. Kilde: Ref.no. 07426564_2, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total Energy Drink Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/ CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026), Nielsen Consumer LLC

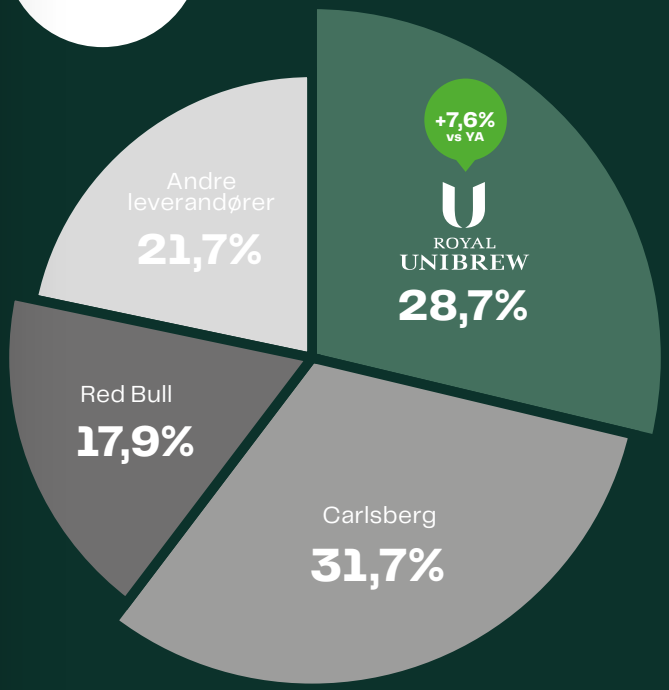
Energidrik indtages hele dagen



Kilde: Innova Category Survey 2025, Energy Drinks - Denmark

En stærk leverandør på energidrik

Volumenandel% af energidrik-segmentet pr. leverandør[1]



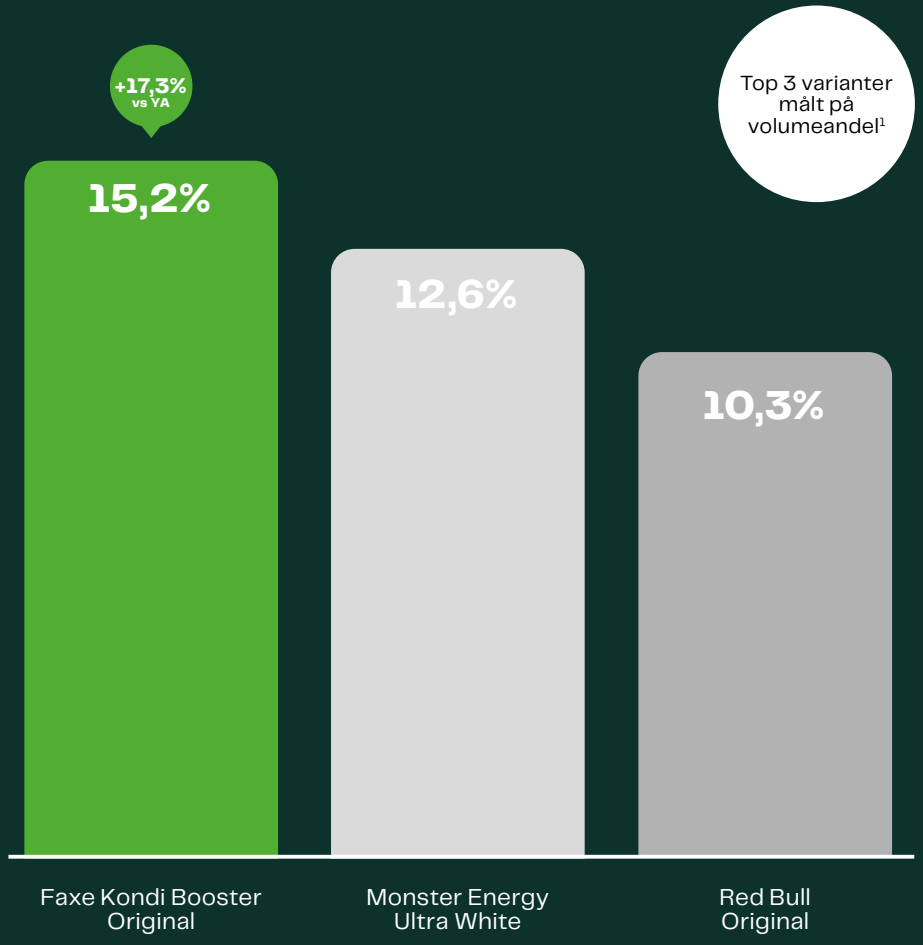
1. Kilde: Ref.no. 07426564_2, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total Energy Drink Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026), Nielsen Consumer LLC



HVERDAGS-
BELØNNING

Off Trade Data

Danmarks bedst sælgende energidrik





1. Kilde: Ref.no. 07426560, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total Energy Drink Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

DANMARKS 2. BEDST SÆLGENDE[1] ENERGIDRIK INDEN FOR PLAST-EMBALLAGE



DANMARKS BEDST SÆLGENDE[2] ENERGIDRIK INDEN FOR PLAST-EMBALLAGE

1. Kilde: Ref.no. 07426564_2, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total Energy Drink Plastic Packaging Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC
2. Kilde: Ref.no. 07426564, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total Energy Drink Plastic Packaging Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

HVERDAGS-
BELØNNING

Off Trade Data

ORIGINAL:
DANMARKS
2. STØRSTE
SPORTSDRIK

ICE:
DANMARKS
3. STØRSTE
SPORTSDRIK



RAZZ:
DANMARKS
4. STØRSTE
SPORTSDRIK

BLIV VED
MED AT BLIVE VED

Kilde: Ref.no. 07426560, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total Energy Drink Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026), Nielsen Consumer LLC

GASTRO OPLEVELSER



Billedet er brygget med kunstig intelligens

GASTRO OPLEVELSER

Off Trade Data

Overblik over ølmarkedet

Pilsner

52,6% share

-0,6% vs YA*



Classic

23,2% share

-4,7% vs YA*



IPA

6,4% share

+10,8% vs YA*



Alkoholfri

5,8% share

+6% vs YA*



Hvede

4,1% share

+2,7% vs YA*



Lager

3,5% share

+8% vs YA*



* Kilde: Ref.no. 07426621, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total Beer Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

Dine kunders julemad fortjener godt øl



ROYAL
XMAS

Blid, blød og let sødlig smag,
der harmonerer perfekt med
en afbalanceret humlebitterhed.

Flæskesteg med rødkål
Frikadeller
Lun leverpostej med bacon
Risalamande med kirsebærsovs

ALBANI
RØDHÆTTE & BLÅLYS

Albani Rødhætte er en klar, rødgylden julebryg
med en sød smag, som er fyldig og indeholder
toner af karamel.

Blålys er en fyldig og kraftig juleøl, som har været
del af de fynske juletraditioner i mange år.

Rullepølse med sky og rå løg
Svinemørbradbøffer med bløde løg
Andesteg med rødkål og sauce
Medisterpølse med grønlangkål

FUGLSANG
WHITE CHRISTMAS

Med sin mørke ravfarve og nøddeagtige duft
vækker White Christmas julestemningen så
snart, den skænkes i glasset.
Maltnoterne står forrest og skaber sammen
med den blide humlebitterhed et blødt,
afrundet smagsindtryk.

Rullepølse med sky og rå løg
Svinemørbradbøffer med bløde løg
Andesteg med rødkål og sauce
Medisterpølse med grønlangkål

GASTRO OPLEVELSER

Off Trade Data

Craft segmentet er vækstet 4,8% det seneste år

Craft

+4,8% vs YA*



Craft IPA

40,4% share

+10,5% vs YA*



Craft Alkoholfri

13,1% share

+20,1% vs YA*



Craft Pilsner

8% share

+29,9% vs YA*



Craft Lager

7,9% share

+10,6% vs YA*



Craft Hvede

4,5% share

+0,5% vs YA*



* Kilde: Ref.no. 07426621, Date: 2026-08-17. Source: NIQ RMS data for the Total Beer Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

Øg værdien af dit julesalg



NØRREBRO BRYGHUS
JULEBRYG

Mørk og fyldig økologisk ale med en sødmefuld og kompleks smag og et strejf af ingefær og nelliker samt en let bitter finish.

Lun leverpostej med bacon
Flæskesteg med rødkål
Svinemørbradbøffer med bløde løg
Andesteg med rødkål og sauce



ANARKIST
SANTA'S FRUIT

Frugtig IPA med mandarin og sødme. Jul med et tropisk twist.

Karrysild
Fiskefillet med remoulade
Tarteletter med høns i asparges
Sylte med sennep og rød
Rullepølse med sky og rå løg



ANARKIST
CHRISTMAS ALE

En balanceret øl med kompleks maltprofil, interessant humlesammensætning og smagfuld karakter, der supplerer de kraftige julesmage.

Lun leverpostej med bacon
Flæskesteg med rødkål
Andesteg med rødkål og sauce
Medisterpølse med grønlangkål

ALKOHOLFRI



ANARKIST
HAZY ZERO X-MAS

Vi har valgt at lave en alkoholfri IPA, med masser af aroma og smag fra især den New Zealandske Nectaron humle, som giver en eksplosion af noter af tropiske frugter, stenfrugter og citrus.

Karrysild
Fiskefillet med remoulade
Fiskefillet med rejer og mayonnaise
Tarteletter med høns i asparges

En lille ændring i menuen – med stor effekt på omsætning og gæsteoplevelse

Ved at kombinere retter med nøje udvalgte drikkevareanbefalinger – placeret direkte under retterne i menukortet – hjælper I jeres gæster til at træffe bedre valg. Det øger samtidig jeres gennemsnitlige salg per gæst. Vi hjælper jer med at udvikle enkle, effektive anbefalinger, der matcher jeres menu, koncept og indtjening.

Alkoholfrit

vækster i gns.

21%*

i volume

Craft

vækster i gns.

13%*

i volume



Vi hjælper jer med at matche de rigtige drikkevarer med jeres retter.

*Baseret på salgstal fra udvalgte Royal Unibrew-kunder
Billedet er brygget med kunstig intelligens

Kundeudtalelse

Cafe Victoria, Odense

En stor del af vores gæster benytter sig af anbefalingen.

Det har givet os en **øget indtjening**,
da salget flyttes fra alm. Pilsner/Classic til Craft øl, som vi har en **højere fortjeneste** på. Det giver os også mulighed for selv at have en øget indflydelse på hvad vi sælger.

Det gør betjeningen **nemmere og hurtigere**
for vores tjenere og gæster, og så giver det en bedre gæsteoplevelse ved at drikkevarerne er matchet til en bestemt ret.



Tim Hjortebjerg
Ejer af Cafe Victoria i Odense

Billedet er brygget med kunstig intelligens

GASTRO OPLEVELSER

Off Trade Data

44%* vælger drikkevarer ud fra menukortet

Her er et udvalg af vores stærke sortiment til madretter, der fortjener en plads på dit menukort.



Albani

MOSAIC IPA

En forfriskende IPA brygget med et strejf af karamelmalt, som tilfører en balanceret sødme, og gavmilde mængder Mosaic-humle, der giver frugtige noter af blåbær og citrus, afsluttet med en behagelig bitterhed af grapefrugt. Perfekt til grillmad, BBQ, krydrede retter og klassisk fastfood som pizza og burger.



ROYAL

CLASSIC

Royal Classic har en balanceret behagelig smag med noter af karamel og ristet malt, og samtidig forfriskende og let-drikkelig. Velegnet til burger og BBQ retter.



Heineken® –0.0–

Brygget første gang i 1873 af Gerard Heineken. Frisk og frugtagtig aroma fra gæren, behagelig bitterhed og let sødlig maltsmag.
Passer til: Burgere, pommes frites, krydrede retter.



NØRREBRO BRYGHUS

KINGS COUNTY

Klassisk, amerikansk Brown Ale. Mørk og fyldig ale med noter af nødder, chokolade, tørret frugt og frugtig humle med balanceret sødme og bitterhed. Passer til retter med stegt eller grillet kød, kraftige gryderetter, men også burgere og smagsrige oste.

* Kilde: NIQ powered by CGA Intelligence REACH Denmark 2025 & 2026, sample size: 241 - 249



ANARKIST

NEW ENGLAND IPA

Blød og aromatisk IPA.
Passer godt til pizza, orientalske retter eller Tex Mex, der fremhæver øllens frugtige noter.



TOO OLD TO BREW ING COM PANY DIE YOUNG

VAMPIRE CRUSH

Frugtig og syrlig sour med hindbær og solbær, som giver øllen en lækker og forfriskende smag og en flot rød farve. Let til medium krop, livlig og perlende karbonering.
God som aperitif og til frugtige desserter, som sorbetis med frisk frugt.



LAGUNITAS BREWING Co CALIFORNIA

Brygget af Lagunitas Brewing Company siden 1993. Florale noter fra humlen, gylden farve og frisk duft af citrus.
Passer til: Krydret mad, barbecue, blå ost.



BIRRA MORETTI L'AUTENTICA

Birra Moretti er brygget på kvalitetsråvarer.
Velafbalanceret med frugtige noter og moderat bitterhed.
Passer til: pizza, pasta, antipasti.



Affligem

Ægte belgisk klosterøl med historie tilbage til 1074. Frigiver smukke humlearomaer og noter af banan.
Kompleks smag fra anis og lakrids til blød karamelsmag.
Passer til: Stegt kød, lagrede oste, mørk chokolade.

Få adgang til vores ekspertviden om mad- og drikkevaresammensætning

Omsæt faglig viden til vækst med drikkevareanbefalinger, der er tilpasset jeres menu.

Møller samler Royal Unibrews ekspertviden fra sommeliere, drikkevarespecialister, Palle Bøgely, underviser ved ølsommelieruddannelsen på Kold College, og et omfattende fagligt vidensgrundlag. Anbefalingerne bygger på de samme principper, som vores specialister anvender i deres daglige rådgivning.

Mød nogle af eksperterne bag





Royal Unibrews
sommelier og specialister



Palle Bøgely
Underviser på ølsommelieruddannelsen,
Kold College

Tal med din konsulent og få hjælp til at matche drikkevarer med jeres retter.



Møller
Digital ølsommelier

Møller samler Royal Unibrews ekspertise inden for mad- og drikkevaresammensætning.

Billedet af Møller er brygget med kunstig intelligens

NYHEDER FRA TOO OLD TO DIE YOUNG



Jesper Larsen
Too Old To Die Young

"Med **Flammende Palme** og **Face Melt** har vi leget med to yderpunkter af IPA-universet.

Flammende Palme er vores bud på en moderne West Coast – sprød, tør og pakket med citrus, tropisk frugt og et klassisk bittert bid.

Face Melt er det modsatte: en tung, hazy TIPA med massiv humle, cremet mundfølelse og lag på lag af saftige tropiske noter.

En IPA er ikke bare en IPA – de er altid i bevægelse i en ny og spændende retning. Fælles for begge øllene er kærligheden til humle – bare fortolket i to vidt forskellige udgaver."





Billedet er brygget med kunstig intelligens

3 ud af 4

danskere synes, det er godt værtskab at tilbyde gæster alkoholfri øl som alternativ til drikkevarer med alkohol

SKÅL UDEN ALKOHOL
ALKOHOLFRI ØL ER VOKSET MED
16,2%
DET SENESTE ÅR I HORECA[1]
SKÅL UDEN ALKOHOL



1. Kilde: Bryggeriforeningen, MAT Juni 2025 - Juni 2026

Heineken® 0.0

NYHED

100% FADØL. NUL ALKOHOL.

Giv dine gæster et alkoholfrit valg på fad – uden at gå på kompromis med smagsoplevelsen.

Alkoholfri øl vokser med **over 16,2%**[1] i HoReCa, og er en vigtig del for at sikre et attraktivt øludvalg

Heineken 0.0 er brygget på **100% naturlige ingredienser** – uden kunstige tilsætningsstoffer

Kontakt din premium specialist hos Royal Unibrew for mere information

1. Kilde: Bryggeriforeningen, MAT Juni 2025 - Juni 2026

Billedet er brygget med kunstig intelligens

Det utraditionelle glas til den gode middag

Vores Gastro serie er skabt med kompromisløs fokus på smag, så de kan løfte enhver middag til noget helt særligt.

Som et utraditionelt, alkoholfrit alternativ til vinmenuen giver Gastro serien en oplevelse, der matcher fra glas til tallerken.

Rebæl



Gastrodrik - Stikkelsbær

Fungerer godt som aperitif eller til lette anretninger, såsom rå fiskeretter og aromatiske grønne retter



Gastrodrik - Æble

Fungerer godt til forretter, hvor der indgår stegt fisk og aromatiske saucer, samt brødserveringer og retter med kål



Gastrodrik - Kirsebær

Fungerer godt til lette kød- og fjerkræsretter, såsom tartar af oksekød, stegt due og retter med svampe



Gastrodrik - Rabarber

Fungerer godt til lettere kolde desserter med chokolade, rødgrød og eksempelvis panna cotta med friske bær

SMAG OG HYGGE



Billedet er brygget med kunstig intelligens

ADELHARDT – ØKOLOGISKE SAFTER OG LEMONADE

Fremstillet af de reneste økologiske råvarer med fokus på forrygende smag. Søde, genkendelige smage i høj kvalitet, der har gjort Adelhardt kendt i over 50 år.



Forfriskende utraditionel.

Rebæl











"Vores lemonader er skabt med udgangspunkt i de klassiske smage, dine gæster elsker – men altid med et twist, der gør hver variant unik. Vi tror på, at smag er nøglen til mindeværdige oplevelser, og derfor udvikler vi produkter, der løfter indlevelsen og giver dine gæster noget at tale om."

Hvad siger kunderne?

Renè Spindler Ousen / Moesgaard Museum

Vi lægger vægt på at tilbyde vores gæster produkter, der afspejler kvalitet og omtanke. I samarbejde med Rebæl har vi fundet en partner, der leverer økologiske drikkevarer med smag, karakter og en tydelig profil.

Gustav Vilholm / Restaurant Palægade

Vi valgte Rebæl for at hæve kvaliteten på vores standard saftprodukter. Vi valgte også Rebæl på grund af den øgede efterspørgsel på alkoholfrie alternativer, hvor Rebæl har noget extra.

SMAG OG HYGGE

NYHED

The Original Never Goes Out of Taste



NU I ALLE FORMATER. INKL. BIB

PEPSI ORIGINAL TASTE

Made With Sugar

Pepsi Original Taste hylder den ikoniske Pepsi-smag i et nostalgisk retrodesign.

Den klassiske cola med sukker er skabt til forbrugere, der ønsker den originale Pepsi-smagsoplevelse, og styrker samtidig porteføljen med et tydeligt alternativ til Pepsi Max.

PEPSI REGULAR-SERIEN UDGÅR I Q3 2026.
ERSTATTES AF PEPSI ORIGINAL TASTE.

Din første levering inkluderer en neckhanger til BIB-systemet, som informerer om den nye smag.





HYGGE MED VENNER

Billedet er brygget med kunstig intelligens

ROYAL ER DANMARKS 2. STØRSTE ØLMÆRKE[1]

Royal har vækstet **3,1%**[2] det seneste år

NYT CLASSIC DESIGN
Tester bedre på tværs af køn og alder[4]

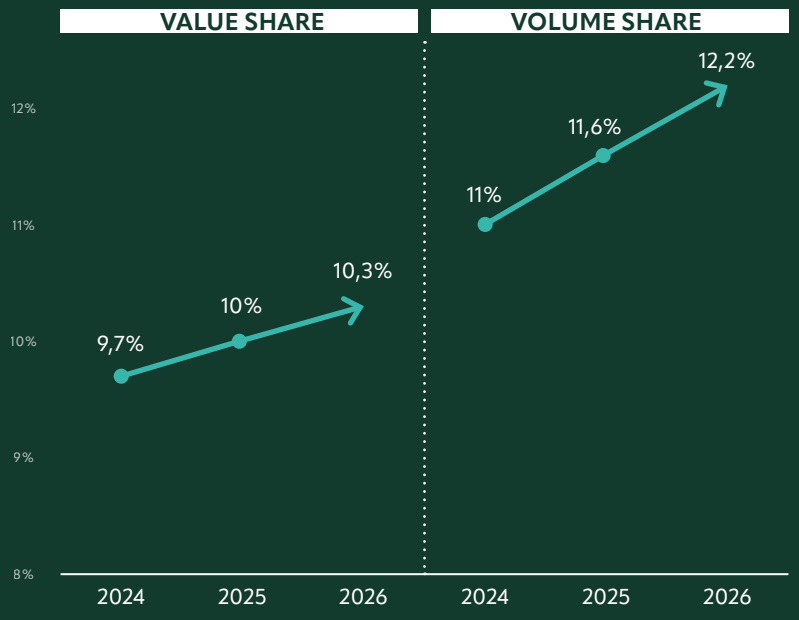
NY SMAG
Markant forbedring af friskheden i den nye Royal Classic[3]



1+2. Kilde: Ref.no. 07426633-, Date: 18/08/2026. Kilde: NIQ RMS data, Market DVH Convenience Incl. HD Total Beer Category , Fact Sales Value (L) Product, Current 12 Mths week ending 26/07/2026(Copyright © 2026, NIQ)
3. Kilde: Megafon: Classic øl smagstest (blindsmagning), n = 250, December 2025
4. Kilde: Cambri: Royal Classic pack design test, n = 300, December 2025

ROYAL BLIVER VED MED AT VOKSE

Royal vokser i både værdi og volume



Kilde: Ref.no. 07426633-, Date: 18/08/2026. Source: NIQ RMS data, Market DVH Convenience Incl. HD Total Beer Category , Fact Sales Value (L) Product, Current 12 Mths week ending 26/07/2026(Copyright © 2026, NIQ)

Vokser i Brandpower



Kilde: Kantar Equity tracker November 2025

Billedet er brygget med kunstig intelligens

De lokale helte

Det er blevet vigtigere for gæsterne, at deres drikkevarer er lokale[1].
De lokale helte er klar med et bredt sortiment, når der skal hygges med vennerne på dit sted.

Ålbani

Mest sælgende øl brand på Fyn[2]



CERES



Fuglsang



Thor



1. Kilde: CGA Global REACH April-May 2024. Sample: 30.108.
2. Kilde: NIQ RMS data, Beer, Shares of Sales Value, DVH/CONV EXCL. HD - REG. 5 - FYN during Curr 12 Mths - 52 w/e 26/07/2026

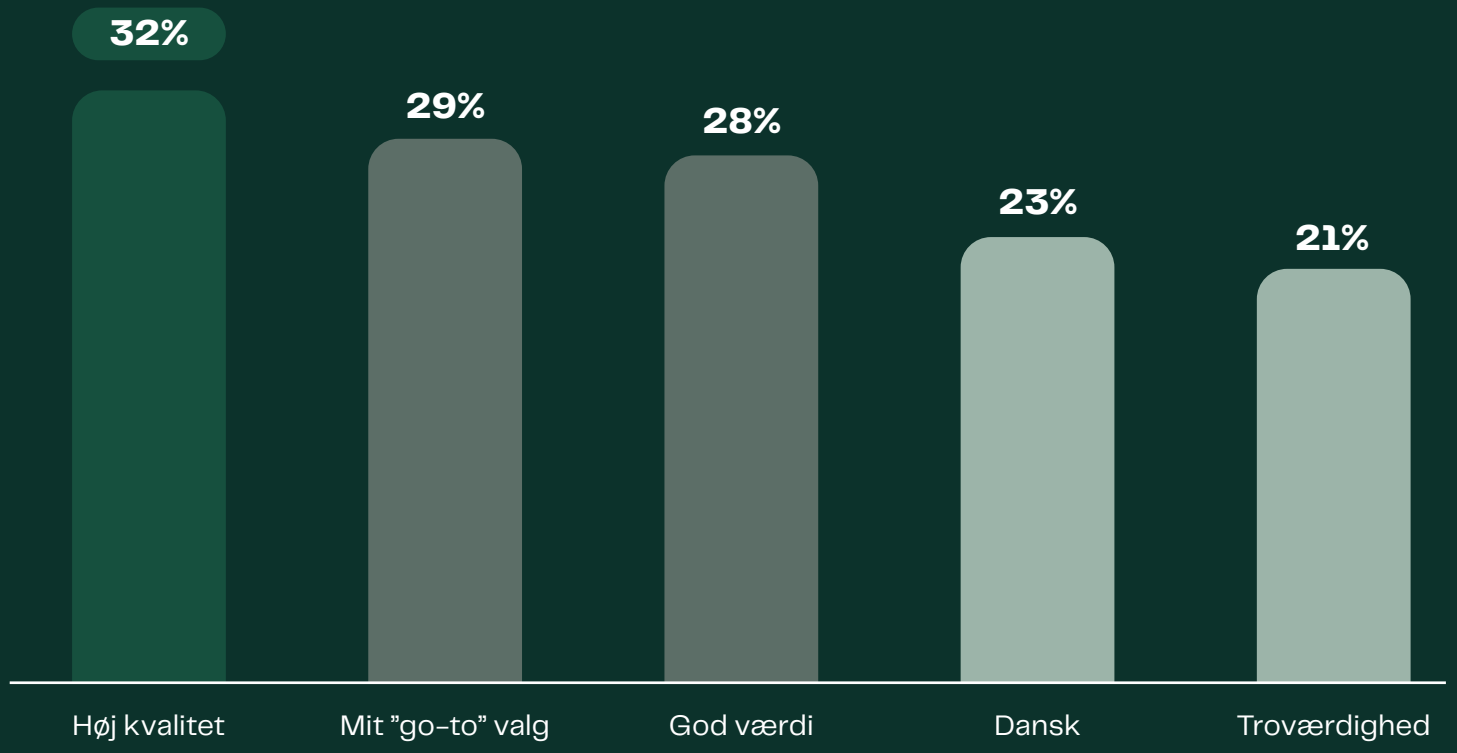
UDENDØRS FÆLLESSKAB



Billedet er brygget med kunstig intelligens

Kvalitet og værdi bliver stadig vigtigere for spiritusforbrugerne

Sammenlignet med for 12 måneder siden er det nu vigtigere for mig, at min drik er...



Kilde: CGA by NIQ OPUS Lite Denmark 2025, sample size: 97

UDENDØRS FÆLLESSKAB

Off Trade Data

Cocktails på fad vinder frem – 60% af cocktaildrikkere finder konceptet attraktivt



CGA by NIQ OPUS Lite Denmark 2025, sample size: 107 - 501

4 brands – 12 SKU'er

Drinks/cocktails er vækstet **5,1%** det seneste år

URBAN Cocktails













NØRREBRO BRYGHUS





Happy Joe — CIDER —





Kilde: Ref.no. 07426649, RTD / CIDER / DRINKS/COCKTAILS, DVH/CONVENIENCE INCL.HD, 52 w/e 26/07/26, Sales Value % Chg YA, Last period in the database: 52 w/e 26/07/26 Date: 17/08/2026 Source: NIQ RMS data for the (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

UDENDØRS
FÆLLESSKAB

Royal Blanche vinder Danmarks Største Blindsmagning*



DANSKE ØLENTUSIASTER

1. Royal Blanche
2. Svaneke Blanca
3. Hoegaarden
4. Skovlyst Lumberjack
5. Herslev Blanche
6. Kronenbourg 1664 Blanche

Danmarks Største Blindsmagning* på **Danske Ølentusiaster Ølfestival 2025** havde i 2025 fokus på Blanche-stilen.

I et stærkt felt løb Royal Blanche med sejren!

*Danmarks Største Blindsmagning fandt sted på Danske Ølentusiaster Ølfestival 2025 med et panel på 39 deltagere.

Billedet er brygget med kunstig intelligens

FESTEN



Billedet er brygget med kunstig intelligens

Alkoholsodavand vækster i RTD/Cider-markedet

RTD/Cider markedet har vækstet

9,1%[1]

i værdi det seneste år

1. Kilde: Ref.no. 07426661, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total RTD/CIDER Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

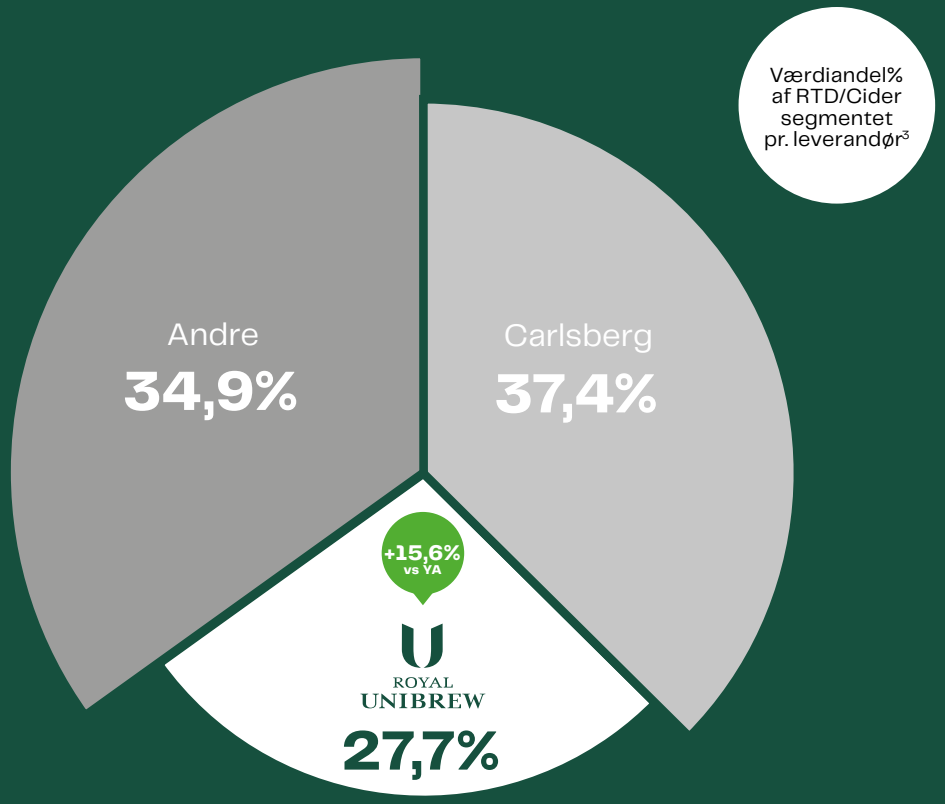
Alkoholsodavand har vækstet

11,2%[2]

i værdi det seneste år

2. Kilde: Ref.no. 07426661_2, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total RTD/CIDER Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

En stærk partner i RTD/Cider-markedet



3. Kilde: Ref.no. 07426661_3, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Total RTD/CIDER Category for the 12-month period ending 26/07/2026 for Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

DANMARKS STØRSTE READY TO DRINK[1]



NYHED
SHAKER SPORT MED ET TWIST AF BLÅBÆR

SKRU OP FOR FESTEN



1. Kilde: Ref.no. 07426669, Date: 2026-08-17. Kilde: NIQ RMS data for the Subsegment RTD, Share of Sales - Sales (L) – Product, Sales (L) % Chg YA,12-month period ending 26/07/26, Denmark total DVH/CONVENIENCE INCL. HD market (Copyright © 2026], Nielsen Consumer LLC

GLÆD DIG TIL NOGET ANDET

NYE FORFRISKENDE DRINKS FRA ROYAL CLUB

Royal Club er kommet fantastisk fra start og har fået 6,3%[1] volume share siden sin lancering



Gin & Grape: Forfriskende Gin Drink med smag af grapefrugt. De modne noter fra Gin samt de bitre noter af grapefrugt. Nydes iskold



Gin & Passion: Forfriskende Gin Drink med smag af passionsfrugt. De modne noter fra Gin blandet med syrlig sødme fra passionsfrugt. Nydes iskold



Vodka & Lime: Forfriskende Vodka Drink med smag af lime. Forfriskende og letdrikkelig med let sødme og den friske smag af Lime. Nydes iskold

1. Kilde: ilde: RMS data for the RTD/CIDER Category, Subsegment RTD, Shares of Sales - (L), 26/07/2026

FAXE KONDI BOOSTER SORT – en relevant spiller i nattelivet







On Trade Only



REKOM NIGHTLIFE PROFESSIONALS

Smukfest

NOX network

Natten

FAXE KONDI BOOSTER SORT voksede med 3%[1] det seneste år!

1. Kilde: Baseret på volumetal fra Royal Unibrew



SIMON BAK NIELSEN
Internal Sales Consultant



SARAH BEUCHERT PEDERSEN
Internal Sales Consultant



LINE DALSGAARD GUTFELT
Internal Sales Consultant



LIZZIE HACKE
Internal Sales Consultant



AMALIE JØRGENSEN
Trainee



ANICA LARSEN
Trainee



EMILIA JESPERESEN
Internal Sales Consultant



LAURA KORFF PETERSSON
Internal Sales Consultant



NICKI PEDERSEN
Internal Sales Consultant



CAMILLA OLSEN
Internal Sales Consultant



KARINA SKOVHAVE ANDERSEN
Internal Sales Consultant



CHRISTIAN RØNNBERG
Internal Sales Consultant



CECILIE JENSEN
Internal Sales Consultant



LIS KISBYE
Internal Sales Supporter



MARTIN HOFFMANN
Internal Sales Supervisor



JESPER ROCK REINBACH
Callcenter & Customer Service Manager

Bestil på

WWW.ROYAL4YOU.COM

Brug for hjælp? Kontakt kundeservice på
telefon +45 56 77 16 00 eller skriv til call.center@royalunibrew.com

Download on the App Store

GET IT ON Google Play