

# Nyt fra Bryggeriforeningen

## Omlægning af ølafgift udskydes

Skatteminister Svend Erik Hovmand har netop foreslået, at den bebudede ølafgiftsommelægning først indføres den 1. oktober i stedet for den 1. april. Skatteministeren har ønsket at imødekomme bryggeriernes ønske om, at få mere tid til omlægningen.

Forud for Folketingets 2. behandling af lovforslag L 86 om at omlægge ølafgiften, har skatteministeren besluttet, at bryggerierne skal tildeles lidt mere tid til at tilpasse sig omlægningen.

Forslaget om udskydelse kommer som følge af, at Bryggeriforeningen har gjort opmærksom på, at bryggerierne, herunder særligt de mindre bryggerier, har behov for en længere overgangsperiode for at minimere det økonomiske tab, der er forbundet med omlægningen.

- Vi er glade for, at ministeren har lyttet til os, og besluttet at give os mere tid til at gennemføre omlægningen. Vi har arbejdet med platområder og skatteklasser i over 80 år, så det er lidt af en revolution at ændre samtlige systemer, udtaler direktør i Bryggeriforeningen, Niels Hald.

### Omstilling af alle systemer

Et skifte fra det nuværende afgiftssystem, baseret på platområder og skatteklasser, til et afgiftssystem, baseret på alkoholindholdet i det færdige produkt, forudsætter nemlig, at bryggerierne skal gennemføre store forandringer i hele deres produktion, administration, marketing og salg. Næsten alle systemer, informationsmateriale, salg, bogholderi og logistik indeholder referencer til skatteklasser. Derfor nødvendiggør omlægningen gennemgribende administrative ændringer for det enkelte bryggeri, udgifter til nyt måleudstyr, udvikling af nye målingsmetoder, og efteruddannelse af medarbejdere i de nye systemer.

Der skal desuden udvikles og trykkes nye etiketter til flasker og støbes nye dåser, og lagerbeholdningen af dåser og etiketter skal i videst muligt omfang opbruges. Hvert enkelt bryggeri skal derudover revurdere hele sit produktportefølje, som er tilpasset de eksisterende regler. Endelig betyder omlægningen, at de eksisterende genstandsmærkninger og den forbrugervejledning, der lå i skatteklasse-begrebet ophæves.

### 80-årige skatteklasser

Ændringer og omlægninger af den danske ølafgift er på ingen måde hverdagskost. Ølafgiften blev første gang indført i 1891. Opdelingen i 4 skatteklasser blev introduceret i 1923. Bortset fra en enkelt mindre teknisk justering i 1993 på baggrund af to EU-direktiver har de danske bryggerier siden 1923 – altså 80 år – tilrettelagt deres produktion efter dette skatteklassesystem.

Nyt fra Bryggeriforeningen  
Nr. 4  
December 2003

Fortsættes side 2

### **Afgiftsberegningsgrundlag i EU 2003:**

**Baseret på alkoholindhold:**  
Finland, Irland, Sverige og  
Storbritannien

**Baseret på platograder:**  
Belgien, Tyskland, Frankrig,  
Grækenland, Italien, Luxem-  
bourg, Østrig, Spanien, Hol-  
land, Portugal og Danmark.



**Nyt fra Bryggeriforeningen**  
udgives af Bryggeriforeningen

#### **Redaktion**

Niels Hald (ansv.)  
og Tobias Zacho Larsen

#### **Abonnement**

Tlf. 33 12 62 41  
www.bryggeriforeningen.dk

*Fortsat fra forsiden*

- Bryggerierne vil gerne lære danskerne om de øltyper, der ikke længe kan identificeres via skatteklasser, og der ligger også en vigtig udfordring i at skabe en ny genstandsmærkning, der kan vejlede forbrugerne. Der er vigtige sundhedspolitiske aspekter i omlægningen, som vi også er nødt til at være opmærksomme på, udtaler Niels Hald.

#### **Omlægning tilgodeser udenlandsk øl**

Fremover bliver der kun én ølafgift på 58,40 kr. pr. liter alkohol. Der beskattes efter den alkoholprocent, der er mærket på etiketten. Den skattefrie grænse for øl med en alkoholprocent under 2,8% bibeholdes dog.

Omlægningen vil medføre, at primært udenlandsk øl vil få betydelige afgiftslettelser, mens ca. 70% af den samlede danske volumen af øl vil mærke en afgiftsstigning. Det gælder for almindeligt pilsnerøl i skatteklasse 1 på 4,6 % alk. vol. og derover, skatteklasse 3 øl på 7,9 % alk.vol. og derover og skatteklasse 4 øl på 9,0 % alk. vol. og derover.

#### **Leder**

### **Aldrig et stille liv at være brygger**

Jeg ynder hvert år i december at gøre status over det forgangne år, og hvert år kan jeg konstatere, at det er et spændende og dynamisk, men langt fra stille liv at være brygger. 2003 bød på en række glædelige tiltag. Blandt de mere markante politiske milepæle var beslutningen om at sænke emballageafgifterne i det nye år, en hårdt tiltrængt sænkelse af læskedrikafgiften og en omlægning af ølafgiften, hvor vi til alt held får ordentlig tid til at gennemføre projektet i praksis.

Håndhævelsesudvalget for markedsføring har haft en travl sæson, og vi kan med glæde konstatere, at selvreguleringen fortsat virker effektivt mhp. at beskytte forbrugerne mod uhensigtsmæssig markedsføring. Det er tilmed glædeligt at konstatere, at kurverne er knækket mht. børn og unges alkoholforbrug, hvad vi i mange år har arbejdet præventivt for.

Introduktionen af engangsemballage på det danske marked er gennemført og det fungerer godt med pæne returprocenter. Endelig kan vi konstatere en eksplosivt stigende interesse for øl. Det glæder os enormt, at vores øl opfattes med en seriøsitet, der tilsvarende den omhu hvormed det bliver brygget.

Årets eneste store skuffelse var, at vi ikke fik en ølafgiftslettelse på finansloven til trods for, at det på alle måder er den punktafgift, som koster staten dyrest at opretholde. Det er der dog rig mulighed for at rette op på til næste år, og jeg vil udtrykke dette som mit inderste jule- og nytårsønske, inden vi slukker kontorlamperne og drager på juleferie.

Niels Hald  
Direktør

## Unge drikker mindre og debutalderen stiger

Danske unge har i løbet af de seneste år ændret alkoholvaner. De drikker mindre og debutalderen stiger, viser en rapport fra Børnerådet, som blev offentliggjort den 26. november.

Færre helt unge har prøvet at være fulde, og hvis de drikker, drikker de mindre, viser Børnerådets undersøgelse, der er baseret på spørgeskemaer, besvaret af 849 unge i vilkårligt udvalgte 7. klasser i hele landet.

### Debutalderen steget markant

I 1999 havde 56 procent af danske piger haft deres alkoholdebut, der defineres som "at have prøvet at drikke en hel genstand", inden de fyldte 13 år. På fire år er tallet faldet til 44,4 procent. For drengenes vedkommende havde 70 procent i 1999 drukket en genstand, inden de fyldte 13 år. I dag er andelen faldet til 56,3 procent.

### Forældre vigtige vejledere

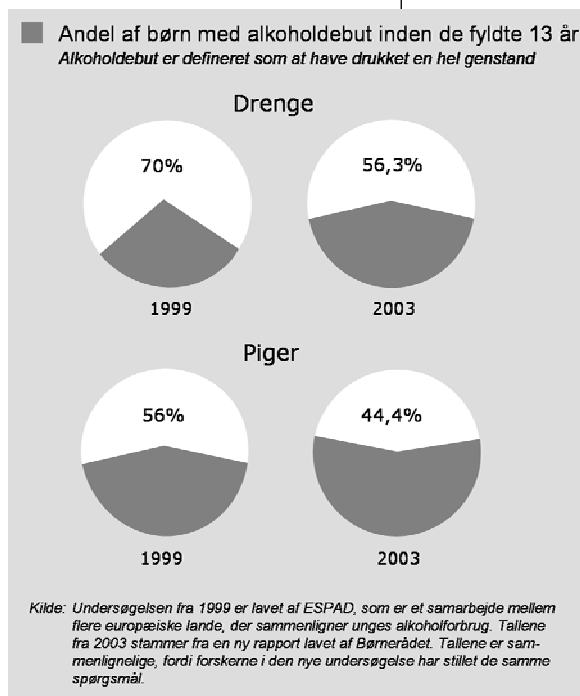
Både Børnerådet og Sundhedsstyrelsen forklarer udviklingen med, at forældre er blevet bedre til at sætte alkoholgrænser for deres børn. Undersøgelsen viser, at hvis forældrene taler om alkohol med børnene, drikker de mindre. Undersøgelsen viser også, at de unge gerne vil vejledes af deres forældre. 92,7 procent af teenagerne ønsker, at forældrene skal spille en betydningsfuld rolle i forhold til deres alkoholforbrug. Pigerne vil helst diskutere alkoholforbruget med deres forældre, mens drengene hellere vil have klare retningslinjer for, hvor meget de må drikke.

### Rollemodeller

Ifølge Børnerådet er forældrene vigtige rollemodeller for børnene. De børn, der drikker hjemme og ser forældrene drikke, får selv et større forbrug, viser undersøgelsen.

Konsulent i Bryggeriforeningen, Marianne Korsby Clasen, glæder sig over, at udviklingen går i den rigtige retning i relation til børn og unges alkoholadfærd, men påpeger, at der er stadig lang vej at gå:

- Bryggeribranchen ønsker at forbrugerne skal have et naturligt forhold til øl. Helt unge, der drikker, får ikke et naturligt forhold til øl. Tendensen med den senere debutalder er bestemt glædelig, udtaler hun.



## **Danmark som foregangsland i selvregulering**

Øget brug af uafhængig selvregulering i stedet for lovgivning er vejen frem for at optimere ansvarligheden i markedsføringen af øl i Europa. Det var hovedbudskabet til de østeuropæiske bryggeriforeninger, da Brewers of Europe holdt seminar den 14. oktober om selvregulering. Ved seminaret blev det danske selvreguleringsystem fremhævet som et forbillede på området.

Mange af de nye østeuropæiske EU-medlemslande har endnu få restriktioner med hensyn til markedsføring af alkoholholdige drikkevarer. Men det er efter alt at dømme blot et spørgsmål om tid og integration i det øvrige EU, før der bliver lavet om på dette. I hvert fald hvis det står til de nuværende EU-lande og deres bryggeriforeninger, der ønsker en ansvarlig markedsføring af alkoholholdige drikke, især over for børn og unge, i hele Europa.

Det var bevæggrunden for, at den europæiske bryggerisammenslutning, Brewers of Europe netop har afholdt seminar i Bruxelles med det formål at give de nuværende EU-lande og deres bryggeriforeninger mulighed for at videregive de bedste erfaringer med selvregulering i Europa til de nye østeuropæiske medlemslande.

### **Selvregulering øger ansvarsfølelsen**

Ved seminaret holdt en række europæiske lande oplæg om baggrunden for og ønsket om mere selvregulering. Og det er den klare erfaring fra de nuværende EU-lande, at man opnår en mere ansvarlig markedsføring af alkoholholdige drikkevarer ved at indføre selvreguleringssystemer. Ved at inddrage de involverede parter, deriblandt alkoholbranchen, skaber man en langt større forpligtelse og ansvarsfølelse overfor de definerede retningslinjer end ved lovgivning, hvor tendenserne er, at alkoholproducenterne vil søge mod grænserne af, hvad der er lovligt.

### **Danmark som forbillede**

Oplæggene blev efterfulgt af tre præsentationer fra hhv. Spanien, Tjekkiet og Danmark om, hvordan selvregulering kan foregå i praksis.

- Vi blev bedt om at holde oplæg ved seminaret, fordi vi i Danmark i relation til markedsføring af øl og andre alkoholholdige drikke har gode erfaringer med selvregulering. Det danske Håndhævelsesudvalg har eksisteret siden 2000, og selvreguleringen har vist sig at være et meget effektivt alternativ til lovgivning. At inddrage de involverede parter har vist sig at føre til langt større engagement og forpligtelse over for retningslinjerne for markedsføring og ånden i dem, udtaler Niels Hald.

- Vi er glade for at kunne videregive vores erfaringer til de østeuropæiske lande og på den måde give inspiration til at fremme en ansvarlig markedsføring af øl i Europa, tilføjer han.

#### **Danmark kåret som mønsterelev**

Danmark har ry for at være et forbillede inden for selvregulering, og blev bl.a. fremstillet som mønsterelev indenfor selvregulering i Europa i en komparativ analyse foretaget af Brewers of Europe i 2001.

Det eneste tiltag, som Danmark dengang manglede, var uddannelse af restaurationspersonale i at sikre ansvarlig brug af alkohol. Sådanne kurser er nu igangsat.

## **Markedsføring af "Vodkanissen" stoppet efter officiel kritik**

Den stærkt udskældte røde sodavand tilsat vodka og med en jule-nisse på etiketten vil ikke længere optræde i reklamer. Distributøren Kildespring har efter skarp kritik fra Håndhævelsesudvalget erkendt, at markedsføringen af "Vodkanissen" var uheldig.

Markedsføringen af "Vodkanissen" blev ændret med øjeblikkelig varsel efter officiel kritik fra Håndhævelsesudvalget d. 14. november, som hastebehandlede sagen på bare tre dage.

"Vodkanissen fremtræder som særligt rettet mod børn og unge, og det er i klar strid med reglerne om markedsføring af alkoholholdige drikkevarer", udtalte Håndhævelsesudvalgets formand, advokat Ejvind Sandal, i en pressemeddelelse om udvalgets vurdering af markedsføringen af Vodkanissen.

Distributøren Kildespring valgte at efterleve Håndhævelsesudvalgets påtale og udsendte umiddelbart efter følgende kommentar i en pressemeddelelse: *"Kildespring undskylder, at den oprindelige markedsføring af Vodkanissen har kunnet opfattes som rettet mod børn og unge. Efter kritik fra Håndhævelsesudvalget ændrer Kildespring nu markedsføringen af produktet."*

Direktør Per Slynge oplyste desuden i pressemeddelelsen, at Vodkanissen ikke ville blive markedsført yderligere i detailsektoren, at indholdet på Vodkanissens hjemmeside ville blive udskiftet, og at virksomheden fremover vil bestræbe sig på at sikre, at markedsføringen af alkoholholdige drikkevarer ikke appellerer til børn og unge.

### **Selvregulering med succes**

Direktør i Bryggeriforeningen, Niels Hald, glæder sig over, at Kildespring valgte at ændre markedsføringen som følge af kritikken.

- Sagen om Vodkanissen viser, at Håndhævelsesudvalget bliver taget meget alvorligt af branchen, og at vi har et system, der virker. Håndhævelsesudvalget er et tydeligt bevis på, at selvregulering kan være et godt alternativ til lovgivning, udtaler han.

Håndhævelsesudvalget blev etableret i 2000 af Erhvervsministeriet, Sundhedsministeriet, Forbrugerrådet og producenterne for at sikre, at retningslinierne for markedsføring af alkoholholdige drikkevarer overholdes.

Alle Håndhævelsesudvalgets hidtidige afgørelser er blevet fulgt af en øjeblikkelig efterlevelse af påtalen af de anklagede. Der har i alt været 20 sager, siden udvalget blev etableret.

### **Medlemmer af Håndhævelsesudvalget**

Håndhævelsesudvalget ledes af en uafhængig formand. Herudover er Forbrugerrådet og Bryggeriforeningen permanente medlemmer af udvalget, mens Forbrugerstyrelsen har fast observatørstatus.

De øvrige udvalgsmedlemmer er: Danske Reklamebureauers Brancheforening, Dansk Handel og Service, De Samvirkende Købmandsforeninger i Danmark, Foreningen af Danske Spiritusfabrikanter, HORESTA og V.S.O.D.

Læs mere om Håndhævelsesudvalget på [bryggeriforeningen.dk](http://bryggeriforeningen.dk)

## Øl på skoleskemaet

Hvordan brygger man øl og hvordan kan man anvende øl i mad og øl til mad? Sådanne spørgsmål var på dagsordenen, da Bryggeriforeningen introducerede et helt nyt undervisningsmateriale om øl rettet mod tjener- og kokkeelever på en workshop for kokke- og tjenerlærere fra hele landet i slutningen af oktober.



Elevmappe og lærermappe i undervisningsmaterialet "Kend din øl".

Workshoppen for tjener- og kokkelærere fra landets seks største tjener- og kokkeskoler blev afviklet den 28 oktober i København. Anledningen var Bryggeriforeningens lancering af undervisningsmaterialet "Kend din øl", der er målrettet kokke- og tjenerelever.

Materialet kombinerer teori og praksis og indeholder bl.a. en lærermappe, en elevmappe og et minibryggeri, hvor eleverne kan brygge deres eget øl for at opnå en bedre forståelse af den komplicerede brygproces.

### Øl er oppe i tiden

Skolerne mødte talstærkt op til workshoppen, og interessen var fra start overvældende. Bryggeriforeningen orienterede i sin velkomst til workshoppen om, at formålet med materialet bl.a. er at give eleverne øget viden om de råvarer, man bruger til ølbrygning og om de processer, der indgår i brygningen:

- Vi håber, materialet vil betyde, at kokke og tjenere i fremtiden i højere grad bliver i stand til at kunne fortælle deres gæster om de forskellige malt- og humletyper, der indgår i de mange ølsorter, der er på markedet i dag. Ligesom de i dag fortæller om de forskellige druesorter, der bruges til vinfremstilling, udtaler Mariane Furbo, cand.brom. og fødevarekonsulent i Bryggeriforeningen.



Under brygningsprocessen bredte der sig en duft af malt og humle i køkkenet.

Arne Thang Petersen, uddannelseschef på Silkeborg Tekniske Skole deltog i workshoppen og udtalte efterfølgende:

- Vi fornemmede at materialet var gennemtænkt og veludviklet og så derfor frem til at deltage i workshoppen. Derudover oplever vi en stigende interesse for øl blandt vores elever. Øl er jo kommet op i tiden. Jeg er sikker på, at både elever og lærere vil få glæde af dette flotte materiale, udtalte han.

### Humlen ved ølbrygning

Det var brygmester og forstander ved Den Skandinaviske Bryggerhøjskole, Mogens Toftegaard Petersen, der stod for at undervise deltagerne, så de fremover kan anvende minibryggeriet i praksis.

Og det var ikke så få oplysninger og anvisninger, som lærerne skulle have styr på. Mæskning, urt, jodtest og refraktometermålinger var blot nogle af de begreber, lærerne blev introduceret for under de praktiske øvelser i køkkenet.

#### **Æbleskiver med øl**

Udover ølbrygning var øl og mad på dagsordenen. Et hold kokkeelever havde fået til opgave at stå for frokosten, og det resulterede i et bombardement af små delikate retter, der alle havde øl som ingrediens: kamuslinger marineret i øl, rigellette med øl, æbleskiver med øl, fragilité af hvid chokolademousse med svesker marineret i øl og meget andet.

#### **Alle valgte øl som valgfag**

Workshoppen blev holdt på Hotel- og Restaurantskolen i København, der også har været samarbejdspartner i forbindelse med udviklingen af materialet. Skolen har testet materialet og har efterfølgende taget det i brug.



*Kokkeeleverne præsenterer buffeten, der bestod af en række små delikate retter, der alle har øl som ingrediens.*

- Vi har foreløbigt kørt undervisningsforløbet som valgfag. Sidste gang valgte alle tjenereleverne "Kend din øl" som valgfag på nær to. Det var helt overvældende, for pludselig var der alt for mange tilmeldt, fortæller Carsten Pedersen, tjenerlærer på Hotel- og Restaurantskolen i København.

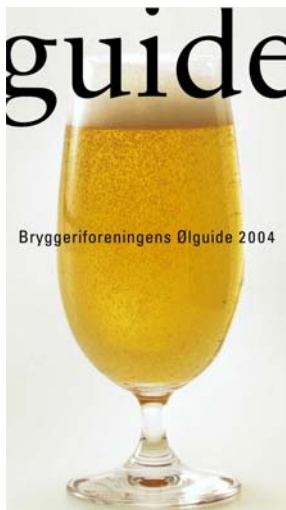
Deltagerne afsluttede dagen med at drøfte evalueringsformer for undervisningsforløbet, og Bryggeriforeningens kommunikationsmedarbejder, Pia Funch Braskhøj, der har været dybt involveret i udviklingen af materialet, afsluttede med at afsløre nogle af foreningens planer om at gennemføre et uofficielt danmarksmesterskab i ølkendskab for eleverne.

*Undervisningsmaterialet er udarbejdet af Bryggeriforeningen i samarbejde med Den Skandinaviske Bryggerhøjskole og Hotel- og Restaurantskolen i København.*

*Materialet er blevet introduceret på Silkeborg Tekniske Skole, CEU Kolding, Aalborg Tekniske Skole, Hotel- og Restaurantskolen i København, EUC Vest (Esbjerg) og Dalum Tekniske Skole.*

#### **Kend din øl - på nettet**

Undervisningsmaterialet kan ses og downloades fra **ØLGUIDEN**, [www.olguiden.dk](http://www.olguiden.dk)



### **Vidste du at...**

Porter og chokolade går godt i spænd?

### **Vidste du at...**

Vikingerne bl.a. drak øl tilsat et afkog af rød fluesvamp?

### **Vidste du at...**

Humle er blevet brugt som beroligende middel og som fyld i puder?

## **Få tjek på skummet**

Det bobler og skummer i den danske ølverden, og interessen for øl er stadig stigende. Det afspejler sig endnu langt fra i den tilgængelige litteratur om øl. Derfor har Bryggeriforeningen udgivet en overskuelig og lettilgængelig ølguide, der giver en grundig introduktion til det danske ølunivers.

Der findes en øl til enhver lejlighed. Som forbruger kan man dog hurtigt fare vild i de mange muligheder, der efterhånden findes på det danske ølmarked, hvor stadig flere bryggerier og øl ser dagens lys. Bryggeriforeningen lancerer nu en ølguide, som giver forbrugerne indblik i øllets fornøjelige og velmagende univers.

- Vi har gennem de seneste år oplevet en stigende interesse for øl. Øl er ikke kun noget man snupper en kasse af og serverer iskold på flaske. I stedet er der flere og flere, der forholder sig til f.eks. hvilken type øl det er, de drikker, eller hvilken type malt, der er brugt til at smags- og farvetilsætte øllet med, fortæller Bryggeriforeningens kommunikationschef, Tobias Zacho Larsen.

- Den stigende interesse er glædelig, men vi oplever, at interessen langt fra afspejler sig i den tilgængelige litteratur om øl. Derfor har vi forsøgt at lave en overskuelig og kompakt guide, som er skræddersyet til den store del af befolkningen, som har fået øjnene op for øl, men som mangler et 'sprog' og gode råd til, hvordan de kan optimere håndteringen af øl, udtaler Tobias Zacho Larsen.

### **Porter til chokolade**

Bryggeriforeningens Ølguide 2004 tager på sine 152 sider læseren med på en rejse i øllets verden. Guiden præsenterer knap 100 forskellige øl og giver desuden gode råd til, hvordan man smagsbedømmer og serverer øl; hvilken temperatur øllet skal have, hvilke glas egner sig bedst, og hvordan hælder man øllet op, så der dannes tilpas skum. Og så er der gode råd til, hvilke øltyper der passer til forskellige former for mad – det er nok de færreste, der ved, at porter og chokolade går godt i spænd?

Ølguiden indeholder desuden en fortælling om øllets historie, en beskrivelse af 14 øltyper og en gennemgang af den komplicerede brygproces – hvordan byg bliver til bryg.

Guiden distribueres af DBK og sælges i landets boghandlere til en vejledende udsalgspris på 59,95 kr. inkl. moms.