

Nyt fra Bryggeriforeningen

Sænkelse af emballageafgift begejstrer

Skatteministerens meddelelse om, at han vil halvere de nuværende emballageafgifter for øl og kulsyreholdige læskedrikke vækker stor glæde hos de danske bryggerier.

Skatteminister Svend Erik Hovmand (V) vil straks efter Folketingets sommerferie foreslå, at emballageafgiften for flasker og dåser til øl og læskedrikke halveres fra årsskiftet. Det sker for at reducere grænsehandlen, styrke konkurrencen og give forbrugerne lavere priser.

Glæde hos bryggerierne

- Vi er naturligvis meget glade for, at skatteministeren har handlet så hurtigt med at sænke emballageafgifterne. Det er sjældent man ser en så markant handlekraft, som ministeren har udvist i denne sag. Vi kunne ikke ønske os en ret meget bedre nyhed at drage på sommerferie på, udtaler direktør i Bryggeriforeningen, Niels Hald.

Bryggeriforeningen påpegede i foråret, at emballageafgiften på genpåfyldelige flasker har mistet sin miljøpolitiske begrundelse, fordi det ikke giver mening at have en miljøafgift på det mest miljøvenlige alternativ for industrien. Ved den lejlighed opfordrede Niels Hald regeringen til at sænke afgiften på både genpåfyldelige flasker og engangsemballager, og han glæder sig over, at skatteministeren har fulgt opfordringen.

- Det er åbenlyst, at den parallelle sænkelse af emballageafgiften på dåser og flasker særligt vil komme engangsemballage til gode. Vi forventer derfor en markant højere dåseandel og en betydeligt større andel af engangsglas på øl- og læskedrikmarkedet. Det passer bryggerierne fint, for de havde selv regnet med og tilpasset deres investeringer efter en højere andel af engangsemballage, udtaler Niels Hald.

Han glæder sig ikke mindst over udsigterne til, at afgiftssænkelsen også vil svække incitamentet til at importere øl og læskedrikke illegalt og sælge det videre uden at svare danske afgifter. Det er et problem, som de danske tapperier har mærket meget kraftigt i de sidste par år, og som bryggerierne i stigende grad også oplever.

40 millioners provenugevinst

På baggrund af anbefalinger fra en arbejdsgruppe, der har kigget nærmere på emballageafgifterne, skønner Skatteministeriet, at de positive virkninger af bl.a. mindre grænsehandel og en større engangsemballageandel vil overstige det umiddelbare indtægtstab, således at statens finanser netto styrkes med ikke mindre end 40 mio. kr. årligt.

Nyt fra Bryggeriforeningen
Nr 2
Juni 2002



Leder

Første dåse-sommer

Det er med stor glæde, at jeg her på lederpladsen kan byde alle vores læsere velkomne til den første danske dåse-sommer i næsten en generation. Det er faktisk mere end 20 år siden, at vi sidst kunne fylde ryg-sække, kanoer og cykeltasker med danske dåser, tage dem med ud i naturen og nyde øl og læskedrikke på steder, hvor dåserne for alvor kommer til deres ret med deres kompakthed og lave vægt.

I modsætning til for 20 år siden kan vi tilmed tage dem med hjem og få pant for dem ved at aflevere dem i returautomater over hele landet. Et system, som vi har al mulig grund til at være stolte af, og hvis værdi vi allerbedst kan fornemme ved at skele til det dåsekaos, der findes i Tyskland, og som er en følge af, at hverken den tyske detailhandel eller de tyske bryggerier har villet finansiere et system til glæde for de tyske forbrugere. Det betyder, at forbrugerne i øjeblikket kun kan få deres pant tilbage, hvis de afleverer emballagen i præcis den butik, hvor den er købt.

Hvad der tilmed kan glæde de danske forbrugere i sommerlandet er visheden om, at de danske bryggerier sammen med Tyskland har Nordeuropas billigste ølpriser, hvad der netop er blevet fastslået i en stor internationale prisundersøgelse fra ACNielsen AIM.

Den eneste grund til, at øl i dagligvarehandelen er dyrere end i Tyskland er, at den danske statskasse tager ganske godt for sig mht. afgifter. Det ændrer sig dog også snart til det bedre efter at skatteministeren har meddelt, at han vil halvere emballageafgifterne for øl og læskedrikke fra årsskiftet. Udover at det vil gøre næste sommer til en endnu større dåse-fest, vil det også betyde, at det bliver mindre fristende at importere øl og læskedrikke illegalt og sælge det videre udenom skattevæsenet - en trafik de danske tapperier og bryggerier stadig lider under.

De seneste razziaer fra Told & Skat har tydeligt vist, at der fortsat er behov for en intensiv kontrolindsats, men intet er dog mere effektivt end at fjerne selve grundlaget for den illegale trafik – nemlig ved at harmonisere afgifterne til vores nabolande.

Opmuntret af udsigten til, at vi fra årsskiftet bevæger os et betydeligt skridt i den rigtige retning, vil jeg ønske alle en rigtig god dåse-sommer. Og rigtig god læselyst med vores nye statistik, der tegner et grundigt billede af bryggeriernes øjeblikkelige erhvervsøkonomiske betingelser.

Niels Hald
Direktør

Nyt fra Bryggeriforeningen
udgives af Bryggeriforeningen

Redaktion
Niels Hald (ansv.)
og Tobias Zacho Larsen

Abonnement
Tlf. 33 12 62 41
www.bryggeriforeningen.dk

Dåsekaos i Tyskland fortsætter

Udsigterne til at etablere et landsdækkende pant- og retursystem for dåser i Tyskland trækker ud uge for uge. Striden om tysk dåsepant har skabt kaos for de tyske forbrugere, og har nu fået EU-Kommissionen til at udtale skarp kritik af situationen.

Et krisemøde i Berlin den 11. juni mellem den tyske miljøminister, detailhandelen og drikkevareproducenterne endte resultatløst. Dermed er der stadig intet der tyder på, at parterne kan enes om at etablere et landsdækkende pant- og retursystem for engangsemballage, der har været efterlyst lige siden ministeren fra årsskiftet indførte pant- og returkrav på dåser. Konsekvensen er, at de tyske forbrugere i øjeblikket kun kan aflevere tom engangsemballage i præcis den forretning, hvor den er købt.

Konflikten bevæger sig mod hårdknude

Miljøminister Jürgen Trittin har senest optrappet konflikten ved at true med bøder og anklage for konkurrenceforvridning, hvis industrien holder fast i sin "blokade" af dåsepanten. Dermed er der endnu større risiko for, at de store handelskæder enten ikke længere sælger øl og sodavand i engangsemballage, eller de vil etablere deres egne retursystemer, hvor forbrugerne kun kan aflevere dåser, der er købt i kædens butikker.

Denne udvikling vil på sigt betyde, at forbrugerne vil møde færre produkter på engangsemballage, og de vil blive mødt med et utal af forskellige pantmærker og retursystemer. For producenterne vil det betyde, at de tvinges til mærke deres produkter forskelligt alt efter, hvilken butikskæde, produktet skal sælges i.

EU-Kommissionen udtaler skarp kritik

I et brev sendt d. 15. maj til miljøministeren kritiseres situationen i skarpe vendinger af Frits Bolkestein (EU-Kommissær for det indre marked) for at være yderst konkurrenceforvridende og i strid med det indre markeds regler. Det gælder særligt for udenlandske producenter, der eksporterer til Tyskland, fordi de primært sælger deres produkter i engangsemballager. Kommissionen opfordrer derfor til, at der etableres et landsdækkende retursystem så hurtigt som overhovedet muligt.

- Situationen i Tyskland viser med skræmmende tydelighed, hvor horrible tilstande vi ville have haft i Danmark, hvis industrien ikke havde ventet med at introducere dåser på det danske marked. Dansk Retursystem var klar med et landsdækkende indsamlingssystem, udtaler direktør i Bryggeriforeningen, Niels Hald.

- Det viser også, hvor vigtigt det har været, at bryggerierne i Danmark valgte at tage stafetten op og lægge kapital bag etableringen af ét landsdækkende retursystem. Ingen andre gjorde det, og hvis vi også havde valgt at lade stå til, havde vi enten haft et kaos som det vi nu ser i Tyskland, eller også var dåser og engangsemballage ikke kommet på det danske marked, tilføjer han.

Engangsemballage udfases i detailhandelen

Hverken detailhandelen eller bryggerierne vil lægge den nødvendige finansiering bag etableringen af et retursystem for dåser, og flere detailhandelskæder modsætter sig indførelsen af dåsepanten ved at undlade at opkræve den eller helt at udfase drikkevarer i engangsemballage fra hylderne.

Direktør Holger Wenzel fra Tysk Detailhandel påpeger således, at salget af drikkevarer på engangsemballage allerede er faldet 90 % siden dåsepantens indførelse.

Danske ølpriser blandt Nordeuropas laveste

En omfattende, systematisk analyse af ølpriserne i de lande, Danmark normalt sammenlignes med viser, at de danske ølpriser hører til blandt de laveste, når der korrigeres for moms og ølafgifter.

Bryggeriforeningen bad i foråret 2003 ACNielsen AIM om at foretage en grundig komparativ undersøgelse af priserne på øl i Danmark, Tyskland, Frankrig, Holland og Storbritannien med henblik på at få belyst eventuelle forskelle i ølpriser i de forskellige lande. Ønsket var, at få et så korrekt billede som muligt af de faktiske priser, som forbrugerne oplever, når de køber ind i dagligvarehandelen.

Det er retail-manager hos ACNielsen AIM, Palle Udsen, som har været hovedansvarlig for prisundersøgelsen, der blev færdiggjort i slutningen af maj. Vi gengiver her undersøgelsens hovedresultater.

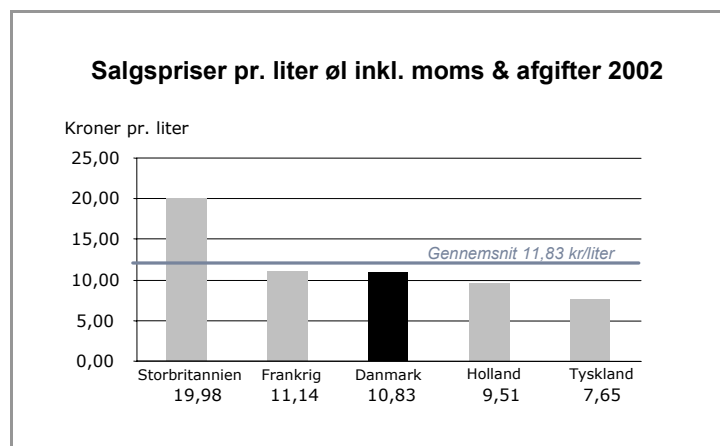
Danske priser yderst konkurrencedygtige

Helt overordnet viser prisundersøgelsen, at de danske ølpriser ikke er højere end i de udvalgte lande. Faktisk skal de danske forbrugere betale lidt mindre end gennemsnittet, når de køber øl i dagligvarehandelen.

Når der imidlertid korrigeres for de høje danske moms- og afgiftssatser får man et indtryk af, hvor meget priserne påvirkes af de forskellige moms- og afgiftssatser i de enkelte lande. Og her hører de danske ølpriser til de allerbilligste, kun overgået af Tyskland, som er 7 øre billigere pr. liter. D.v.s. kun 2½ øre pr. flaske.

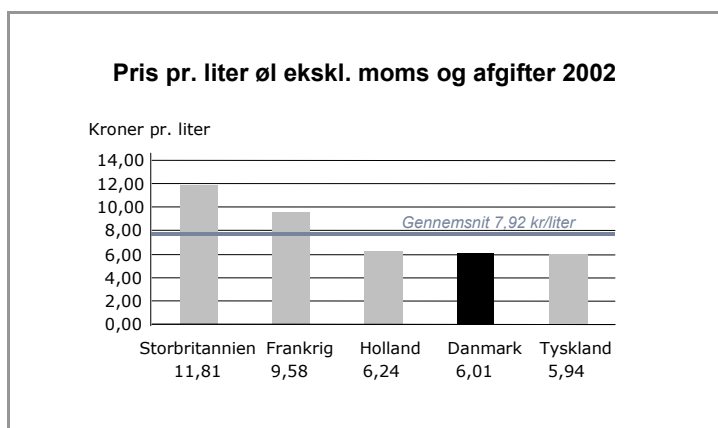
Ølpriser på dagligvaremarkedet

Forbrugernes opfattelse af prisniveauet på øl er bestemt ud fra den salgspris de møder i butikkerne. Figur 1 viser de gennemsnitspriser på øl, som forbrugerne bliver mødt med i dagligvarebutikkerne.



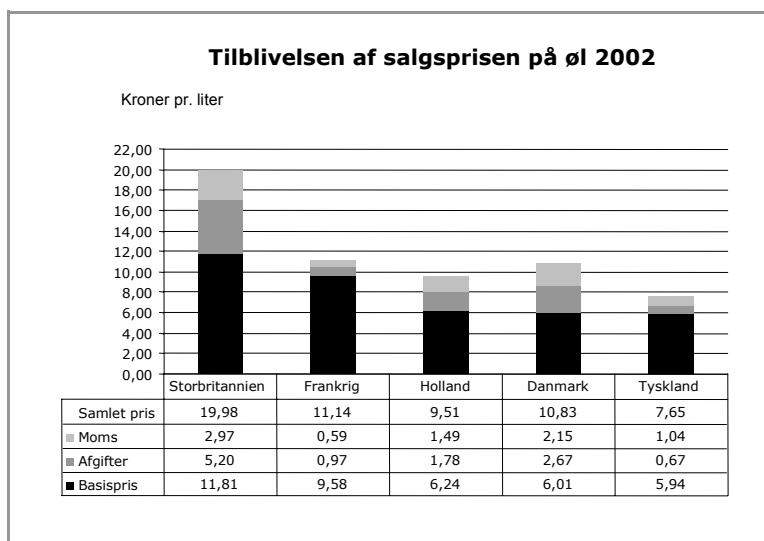
De danske ølpriser ligger i gennemsnit på kr. 3,60 pr. 33.cl. flaske og ligger dermed midt i feltet, tæt på de franske ølpriser, som de ligger lidt under. Hollænderne betaler ca. en krone mindre pr. liter øl, mens tyskerne betaler markant mindre - kun lidt over kr. 2,50 kr pr. flaske øl de køber i dagligvarehandelen.

En uvæsentlig del af salgsprisen udgøres af moms og ølafgift, som varierer fra land til land. Når moms og afgift trækkes fra salgsprisen, fås en basispris, som i højere grad end salgsprisen afspejler det reelle prisniveau for øl i de 5 lande.

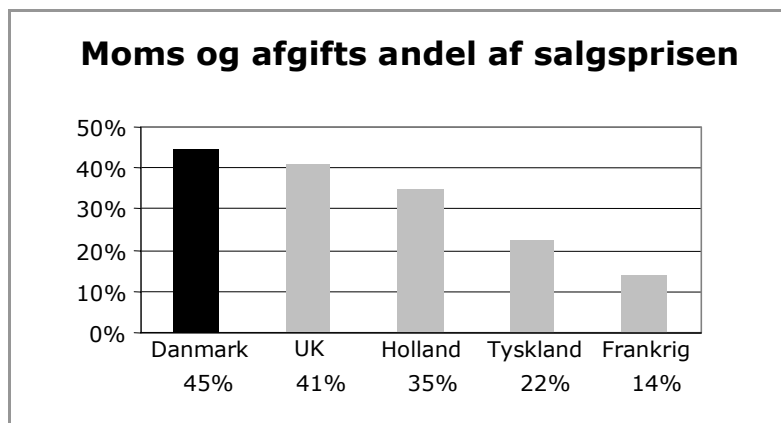


Når moms og afgifter er fratrukket priserne overhaler Danmark Hollands position som næstbilligst og de danske priser ligger sig kun 7 øre over den tyske pris for en liter øl, dvs. 2½ øre pr. flaske.

Salgsprisen kan opdeles i moms, afgift og en basispris, som kan ses af figuren nedenfor.



De store variationer i moms- og afgiftssatser har varierende betydning for salgsprisen i de forskellige lande. Det illustreres af figuren nedenfor, der viser, at moms og afgifters andel af salgsprisen er højest i Danmark med 45 pct. Dvs. næsten halvdelen af salgsprisen. I Tyskland udgør moms og ølafgift kun lidt over en femtedel af den endelige salgspris.



Undersøgelsens metode

Prisundersøgelsen tager udgangspunkt i vægtede, scanningsbaserede tal og dermed de faktiske markedspriser på "hele" ølmarkedet i dagligvarehandelen (dvs. alle skatteklasser/styrker). Derved giver prissammenligningen det mest korrekte sammenligningsgrundlag af de priser, forbrugere oplever i butikkerne. Der er således også taget højde for promotionsaktiviteter, d.v.s. prisnedsættelser over kortere eller længere perioder.

Der er brugt gennemsnitspriser for hele 2002. Moms- og afgiftssatser i de forskellige lande er blevet inddraget med henblik på sammenligning af landenes priser renset for moms og afgifter. Priserne i ACNielsen AIM's analyse er renset for pant, da ølpriserne i de pågældende lande er registreret eksklusiv pant. Alle valutakurser er et beregnet årsgennemsnit for 2002, hvor Euro-kursen har været 743,04.

De fire udvalgte lande – Tyskland, Holland, Storbritannien og Frankrig - er valgt, fordi det er lande, som Danmark ofte sammenlignes med. Det har ikke været muligt at inddrage Sverige, da ACNielsen AIM ikke har adgang til data fra det svenske Systembolaget.

Ved afgiftskorrekturene har det ikke været muligt at lave vægtede korrektioner, da præcise tal for de forskellige skattemyndigheders provenuindtægter opdelt på skatteklasser ikke har været tilgængelige. For at få det bedst mulige sammenligningsgrundlag er der i afgiftsberegningerne derfor taget udgangspunkt i afgiften for den mest dominerende ølkattegrø på markedet – oplyst af de enkelte landes bryggeriforeninger:

Land	Dominerende øltype	Ølafgift (kr./33 cl.)	Moms (%)
Danmark	Skatteklasse 1 (op til 11 plato grader)	0,89	25 pct.
Holland	11-15 Plato grader	0,60*	17,5 pct./ 19 pct.
Tyskland	11 Plato grader	0,22	16 pct.
UK	Den gennemsnitlige alkoholprocent er 3,7	1,73	17,5 pct.
Frankrig	5% i alkoholprocent	0,32	19,6 pct.

* Den hollandske ølafgift og moms blev hævet i april 2002. Der er derfor lavet et vejet gennemsnit af ølafgiften for hele 2002.

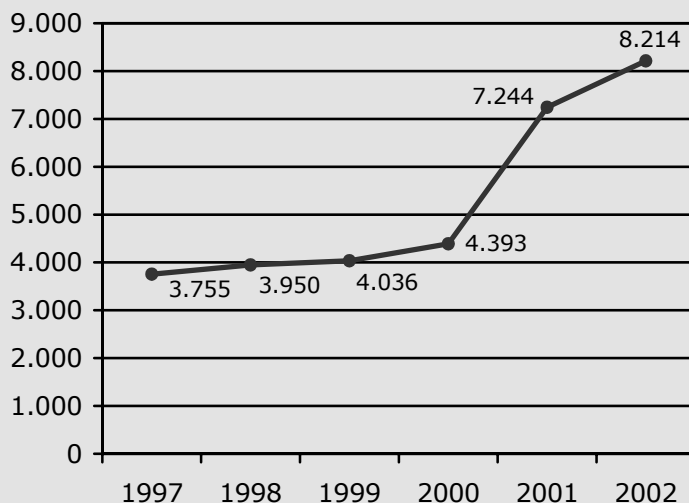
Læs hele prisundersøgelsen på www.bryggeriforeningen.dk

Fortsat international vækst i ølsalg

De danske bryggerier konsoliderer sig i stadig stigende grad på det globale øl-marked. I løbet af kun tre år er der sket en fordobling i det internationale salg af øl, som danskejede bryggerier har produceret. Fra 2001 til 2002 øgedes salget med en milliard liter øl.

Danske bryggerier solgte sidste år 8.2 milliarder liter øl på verdensmarkedet. Det er mere end dobbelt så meget som i 1999. Salget gav en omsætning på ikke mindre end 52 milliarder kroner.

Danske bryggeriers salg af øl globalt i mio. liter*



* Tallene er kun opgjort for Bryggeriforeningens medlemmer og inkluderer både indenlandsk salg og salg fra udenlandske datterselskaber.

Udover en meget stærk konsolidering i hele Skandinavien har de danske bryggerier det seneste år også ekspanderet deres aktiviteter markant i Østeuropa, Baltikum, Rusland, og Asien.

- Vi har et par brancher i Danmark, som må betegnes som flagskibe for hele den danske økonomi, og bryggeribranchen må i dag regnes blandt disse. Med de imponerende internationale vækstrater, som vi har været vidne til i de seneste år, må bryggerierne samtidig betragtes som en af de allermest internationaliserede brancher herhjemme, udtaler direktør i Bryggeriforeningen, Niels Hald.

- På trods af landets lille størrelse hører vi til blandt de absolutte ølstormagter i Europa, såvel som på den globale scene. Danske øl betragtes over hele verden som eksklusive høj-kvalitetsprodukter med meget stærke brands, hvilket i sig selv lover godt for fremtidig ekspansion, tilføjer Niels Hald.

Læs meget mere om Håndhævelsesudvalget, og se retningslinierne for ansvarlig markedsføring af alkoholholdige drikkevarer på:
www.bryggeriforeningen.dk

Officiel kritik af "Freaky Ice"

Markedsføringen af den stærkt medie-omtalte "Freaky Ice" - en sodavandsis tilsat alkohol – får nu officiel kritik af Håndhævelsesudvalget, som mener, at markedsføringen har været i strid med branchens regler for ansvarlig markedsføring.

Udvalget til håndhævelse af de vejledende regler for markedsføring af alkoholholdige drikke, "Håndhævelsesudvalget", behandlede d. 2. juni en klage over markedsføringen af "Freaky Ice", som er en frossen blanding af alkohol og sodavand med en alkoholprocent på 4,8 vol.

Freaky Ice sælges på diskoteker af unge mennesker – karakteriseret som "udklædte smilende drenge og piger". På forhandlerens hjemmeside opfordres til dannelse af et klublignende miljø omkring indtagelsen af Freaky Ice, hvor der er billedserier, hvor unge mennesker nyder produktet, og hvor der opfordres til at deltage i fotosession og fremsende billederne til vennerne. Salget har været koncentreret til særlige events, men sælges endnu ikke i detailhandelen.

Forhandleren, Atak & Co ApS, har selv erklæret, at firmaet ikke mener, at markedsføringen er i strid med reglerne. I en netop udsendt pressemeddelelse giver Håndhævelsesudvalget imidlertid udtryk for den modsatte holdning. Af pressemeddelelsen fremgår udvalgets afgørelse:

"Der er udvalgets opfattelse, at markedsføringen af Freaky Ice er i strid med de vejledende regler for markedsføring af alkoholholdige drikke. Dette skal særligt ses på baggrund af produktets særlige karakter - et is-produkt, der umiddelbart forbindes med børn og unge.

Markedsføringen fremtræder og virker påtrængende, provokerende og i særlig grad overtalende og kan give indtryk af, at et vist forbrug, kan give succes eller kan forbedre forbrugerens mentale eller fysiske formåen. Dette sammenholdt med, at der i markedsføringen anvendes billeder af børn og unge giver indtryk af, at unge mennesker indtager alkoholholdige produkter.

Udvalget udtaler herefter sin kritik af markedsføringen, som den sker. Udvalget udtaler endvidere, at såfremt Freaky Ice markedsføres i detailledet, skal der udvises overordentlig tilbageholdenhed, da det er hensigten, at forbrugerne selv skal nedfryse produktet og opbevare den i dybfrysere, hvor der normalt opbevares anden konsum-is til børn."

Alle hidtidige afgørelser fra Håndhævelsesudvalget er blevet fulgt af en øjeblikkelig efterlevelse af påtalen. Hvis ikke den indklagede imødekommer kritikken og reviderer sin markedsføring, kan Håndhævelsesudvalget i yderste konsekvens lægge sag an ved Sø- og Handelsretten.

Symposium om unge og alkohol

I anledning af, at Foreningen Gode Alkoholdninger, GODA, til oktober har eksisteret i ti år som alkohol-industriens forebyggende organ, afholder foreningen et stort symposium om unges alkoholforbrug i det sidste årti.

Det er i samarbejde med SMAB – Scandinavian Medical Alcohol Board, at GODA d. 9. oktober inviterer til symposium i Landstingssalen på Christiansborg. Symposiumet vil sætte fokus på unges alkoholforbrug i de forgangne 10 år.

En række forskere vil belyse unges alkoholforbrug og forsøge at indkredse, hvilke faktorer der ligger bag forandringerne i forbruget. Symposiumet falder i tre dele. Første del tegner et billede af unges forbrug og de ændringer, som har fundet sted, mens anden del søger forklaringsmodeller bag ændringerne. Blikket vil i tredje del blive rettet fremad og give inspiration til nye veje i forebyggelsesindsatsen.

Program for symposiet "Unge og alkohol i det hyperkomplekse samfund"

Torsdag den 9. oktober kl. 9.00-16.00 i Landstingssalen:

1. session: Hvad ved vi om unges alkoholvaner?

- *Velkomst* v. Indenrigs- og Sundhedsminister Lars Løkke Rasmussen
- *Alkoholkultur og drikkemønster blandt unge i Danmark de sidste 10 år* v. lektor Pernille Due
- *Den unge alkoholmisbruger* v. afdelingslæge Henrik Rindom

2. session: Hvorfor drikker de unge, som de gør?

- *Konsekvenser af alder ved alkoholdebut* v. læge Erik Skovenborg
- *Ungdomskulturer: Ændringer i de sidste 10 år* v. professor Birgitte Simonsen
- *Ungdomskulturer med særlige problemer* v. dr. phil. Per Schultz Jørgensen

3. session: Hvordan når vi de unge – nye forslag og ideer

- *Forældrenes rolle* v. cand.scient.pol. Kresten Schultz Jørgensen
- *Skolens rolle* v. cand. psych. Knud-Erik Sabroe
- *Kammeraternes rolle* v. forskningslektor ph.d. Lars Holmberg
- *Diskotekernes rolle* v. projektleder Ronni Abergel
- *Interaktion i forebyggelsen. Metodik bag samt præsentation af "Fryspunkt"* v. socialantropolog Bjarte Bøe og psykolog Tore Børtveit

Afslutning: v. formand for GODA, Knud Hedeager Nielsen

Tilmelding

Tilmelding til symposiet kan foretages på fax nr.: 33 13 03 84 eller e-mail: info@goda.dk Deltagergebyret (inkl. frokost) er 150 kr.

For yderligere oplysninger, kontakt GODAs sekretariatschef Anett Wiingaard, tlf. 3313 9383



Erik Skovenborg
Speciallæge i almen medicin.
Grundlægger af Scandinavian Medical Alcohol Board
og medlem af Alcohol in Moderation Editorial Board.

Hold hjernen frisk med en øl og et spil kort

Af Erik Skovenborg, specialelæge i almen medicin

Forskning peger på, at en øl eller to serveret under et spil kort med vennerne giver et godt bidrag til at holde hjernen frisk for ældre mennesker.

Som årene går, får mange af os fra tid til anden observeret problemer med hukommelsen. Heldigvis drejer det sig i de fleste tilfælde om GAG (Godartet Aldersrelateret Glemsomhed), men det kan også være det første trin i udviklingen af demens.

Meget gamle mennesker mister ofte både syn og hørelse men ikke nødvendigvis hukommelsen – forstanden kan bevares til det sidste. Godt halvdelen af ældre over 85 år har dog ingen tegn på demens.

Demens manifesterer sig ved, at ældre oplever problemer med at bestrebe vanskelige opgaver under krævende arbejdsforhold. Efter nogen tid vil de svigtende evner blive mærkbare i hjemmet. Den ældre får svært ved at overskue sin økonomi og løse ikke-rutineprægede opgaver som f.eks. at købe ind til gæster eller at foretage rejser på egen hånd.

Efterhånden vil også de daglige rutineopgaver, som at vælge en passende påklædning, volde problemer. Når siden sproget og evnen til at varetage personlig hygiejne begynder at svigte, er situationens alvor åbenbar for enhver. For den demente er det en trøst i nøden, at man ret tidligt i forløbet mister fornemmelsen for, hvor galt det står til. Det kniber simpelthen med at huske de pinlige episoder.

Hvordan holder vi hjernen frisk?

Vores kendskab til årsagerne til Alzheimers sygdom er desværre meget begrænset. Hos 10-15% af de demente menes arveanlæg for sygdommen at spille en stor rolle, men i langt de fleste tilfælde danner årsagerne til sygdommen et broget og forvirrende billede. Hvad vaskulær demens angår (se boks), spiller de kendte risikofaktorer for hjertekarsygdom en rolle: for meget kolesterol, for højt blodtryk og for mange cigaretter. Her følger nogle råd om, hvordan man bedst holder hjernen frisk:

- 1 Læs aviser og følg med i, hvad der sker.
- 2 Spil kort, læs bøger og dyrk dine hobbyer.
- 3 Vær sammen med din familie og dine venner.
- 4 Gå ture i frisk luft og dyrk noget sport.
- 5 Få lægen til at tjekke blodtryk og kolesteroltal.
- 6 Læg cigaretterne på hylden.
- 7 Spis grøntsager og frugt hver dag.
- 8 Drik alkohol med måde

Med disse råd følger ingen garanti mod demens. Til gengæld går de fleste af rådene ud på fornøjelige aktiviteter, der ikke koster mange penge.

Tørstige krigsveteraner

I mange år har der været historier fremme om hvor høj prisen i hjerneceller var for en drink for slet ikke at tale om prisen for en brandert. Det vakte derfor nogen opstandelse at en australsk undersøgelse af 209 krigsveteraner i 1991 ikke kunne påvise nogen sammenhæng mellem deres alkoholforbrug og deres resultater i undersøgelser af hjernens præstationsniveau. Heller ikke graden af hjernesvind (bedømt ved hjernescanning) hos den enkelte veteran havde nogen sammenhæng med vedkommendes alkoholforbrug.

Nu kan man sagtens forestille sig at en flok gamle soldater, der har klareret sig igennem en lang krigs farer og strabadser, er gjort af et særlig solidt tømmer, men en amerikansk undersøgelse fra 2000 har undersøgt risikofaktorer for demens hos almindelige mennesker. I MIRAGE-studiet sammenlignede forskerne 238 amerikanere med Alzheimers sygdom med en referencegruppe af raske deltagere i Framingham-undersøgelsen. Risikoen for demens var kun godt den halve i gruppen af amerikanere, der drak to eller flere drinks om dagen, i sammenligning med gruppen af afholdende.

Rotterdam-undersøgelsen

Det seneste og hidtil vægtigste bidrag til diskussionen om alkohol og demens kommer fra Holland - en nation med stolte traditioner for at brygge og drikke godt øl. Flere forhold bidrager til at styrke troværdigheden af den nye undersøgelses konklusioner:

- 1 Resultaterne er publiceret i the Lancet; et af verdens mest anerkendte lægevidenskabelige tidsskrifter.
- 2 Rotterdam-undersøgelsen bygger på data fra 5.395 mænd og kvinder i alderen 55 år og derover, der blev undersøgt for demens tre gange i en 6-års opfølgingsperiode.
- 3 Der er solide data om alkoholforbrug og test-resultater hos hele 99.7% af deltagerne i hele perioden; kun at miste 0.3% af deltagerne i en undersøgelse af denne karakter er usædvanlig flot.

De deltagere i undersøgelsen, som indtog op til tre genstande per dag, havde en klart lavere risiko for demens end gruppen af afholdende. Med den relative risiko (RR) for at udvikle demens sat til 1.0 hos afholdende fandtes reduktionen af risiko såvel tilstede for demens i almindelighed (RR 0.58) som for vaskulær demens i særdeleshed (RR 0.39). Desuden så den beskyttende virkning af et let-moderat alkoholforbrug (1-3 genstande/dag) ud til at være mere udtalt hos mænd (RR 0.39) end hos kvinder (RR 0.80).

Resultatet af undersøgelsen er et tungt lod i vægtskålen for den hypotese, at en øl eller to serveret under et spil kort med vennerne giver et godt bidrag til at holde hjernen frisk.

Fakta:

Hjernens udvikling og afvikling

Alzheimers sygdom, hvor hjernecellerne gradvis går til grunde, er den hyppigste årsag til demens. En anden hyppig form for demens er vaskulær demens, der skyldes en gradvis forkalkning af hjernens blodkar.

Ved en fremadskridende demens tabes evner og færdigheder efter SIFU-princippet: Sidst Ind - Først Ud. I sproget tabes navneord først. En færdighed som f.eks. evnen til at gå sikkert afvikles over et lignende tidsrum som det i sin tid tog at lære den.

Udviklingen i danskernes samlede alkoholforbrug 1993 – 2002 (100% alc.)

1993	9,7
1994	9,9
1995	10,0
1996	10,0
1997	9,9
1998	9,5
1999	9,5
2000	9,5
2001	9,5
2002	9,2

Kilde: Danmarks Statistik

Laveste alkoholforbrug i 25 år

Danskernes forbrug af alkohol faldt sidste år til det laveste niveau i 25 år. Nye tal fra Sundhedsstyrelsen viser desuden, at også de unge drikker mindre. Sammenlagt drikker danskerne dermed mindre end gennemsnittet for de øvrige EU-lande.

Sidste år drak danskerne hvad der svarer til 49,5 mio. liter ren alkohol. Det er 900.000 liter færre end året før og svarer til et gennemsnitligt forbrug for alle indbyggere på 9,2 liter. Man skal helt tilbage til 1978 for at finde et tilsvarende lavt alkoholforbrug.

Det lavere alkoholforbrug skyldes primært at vinforbruget er faldet med 3,1 pct. i forhold til 2001. For at finde lignende nedgang i vinforbruget skal man tilbage til 1980'erne. Forbruget af øl – målt på hjemmemarkedssalg - faldt med 1,4 procent sammenlignet med 2001. Ølsalget på hjemmemarkedet har været faldende siden 1995, men faldet sidste år har været det mindste fald i perioden. Spiritusforbruget er til gengæld steget med 2,4 procent i forhold til året før, målt i ren alkohol.

Unge drikker mindre

Helt nye tal fra Sundhedsstyrelsen viser desuden, at det faldende alkoholforbrug også slår igennem hos de unge. I 2002 var debutalderen for de unges første beruselse steget, og alkoholforbruget for de 11-13-årige var det lavest målte, siden første tilsvarende undersøgelse fra 1997.

- Det er meget glædeligt, og helt i overensstemmelse med de initiativer, bryggerierne - bl.a. via foreningen GODA - støtter i relation til unge, udtaler konsulent i Bryggeriforeningen, Lotte Engbæk Larsen.

Vi drikker under EU-gennemsnittet

Rapporten World Drink Trends opgør hvert år de senest sammenlignelige tal for forbruget af alkohol i en lang række lande. Den nyeste udgave fra 2003, som angiver forbrugstal fra 2001, afslører, at danskerne drikker mindre end gennemsnittet for de 15 nuværende EU-lande, som er 9,31 liter alkohol pr. indbygger pr. år.

Luxembourg er det land, hvis indbyggere har EU's suverænt største alkoholforbrug. Dernæst følger Irland, Portugal, Frankrig, Spanien og Tyskland. Danskerne kommer på en delt 7. plads med Østrig, hvis indbyggere også drikker 9,2 liter om året.

- Tallene punkterer en af de mest sejlivede myter om, danskerne skulle have et særligt stort alkoholforbrug i forhold til andre lande. Langt de fleste danskere har et naturligt forhold til alkoholholdige drikkevarer, som de nyder i moderate mængder, siger Lotte Engbæk Larsen.