



NYT FRA BRYGGERIFORENINGEN

JUNI 2004

Illegalt salg af øl flerdoblet på ét år



Det illegale salg af læskedrikke – og i stigende grad også øl – uden moms og afgifter presser både producenter og de lovlige mindre købmænd hårdt. Projektleder for ToldSkats Task Force vedr. ulovlig handel vurderer, at det illegale ølsalg er flerdoblet alene indenfor det seneste år. Han peger på, at myndighederne i kontrolindsatsen bør have meget lettere ved at konfi-

skere varer, som er åbenlyst ulovlige, og tilmed bør få mulighed for at give højere bøder øjeblikkeligt. Bryggeriforeningen har overfor politikerne fremlagt en Aktionsplan 2 med forslag til nye tiltag i kampen mod det illegale salg.

ILLEGALT SALG, SIDE 8 - 10

Udvidet branchefællesskab

Det er ikke altid let at være brygger eller læskedrikproducent. I en stadig mere kompleks politisk verden, der spreder sig til stadig flere områder, ser flere virksomheder en fordel i at indgå i et branchesamarbejde. I starten af juni meldte det sønderjyske familiedrevne bryggeri S.C. Fuglsang sig ind i Bryggeriforeningen og blot få dage efter fik bryggeriet følgeskab af det nystartede Nørrebro Bryghus. Læs portrætter af begge bryggerier inde i bladet.

NYE MEDLEMMER, SIDE 12 - 15

Eksport af dansk øl i rivende vækst

ØLEKSPORT, SIDE 4

Vi drikker flere stærkere øl

ØLFORBRUG, SIDE 6

Salg af light-læske- drikke steget markant

LÆSKEDRIKFORBRUG, SIDE 7

Det indenlandske salg af læskedrikke falder fortsat

LÆSKEDRIKSALG, SIDE 10

Et aktivt år for Hånd- hævelsesudvalget

MARKEDSFØRING, SIDE 11

Øl er blevet billigere de sidste 25 år

Ølpriserne er ikke fulgt med de almindelige forbrugerpriser. Faktisk betaler de danske forbrugere i dag kun 2/3 af den pris, som de "burde" gøre, hvis ølpriserne havde fulgt den almindelige inflation. Benhård priskonkurrence er hovedforklaringen.

ØLPRISER, SIDE 3

Nyt nyhedsbrev – ny forening – nye medlemmer – nye tider?

LEDEREN, SIDE 2



LEDER



Nyt nyhedsbrev – ny forening – nye medlemmer – nye tider?

Velkommen til et nyt nyhedsbrev – både for nye og eksisterende læsere.

Nyt fra Bryggeriforeningen har siden sidst fået et ansigtsløft. Det afspejler, at foreningen ikke længere kun repræsenterer bryggerierne, men siden årsskiftet også tapperierne, der hidtil har været organiseret i foreningen Danske Læskedrik Fabrikker.

Vi udsender samtidig Tal fra Bryggeriforeningen 2004, der tegner et billede af markedsudviklingen og markedsbetingelserne for øl og læskedrikke i det forgangne år. En kortfattet status på situationen lyder:

De danske bryggerier gør det fremragende i udlandet. Det globale salg stiger fortsat og eksporten boomer. Det hjemlige ølmarked var i 2003 stabilt, men vi kan i første halvår af 2004 øjne en række alvorlige faresignaler. Dels den stigende illegale import af øl, som vi hidtil kun har set på læskedrikke, dels afgiftsfavoriseringen af spiritus i forhold til øl, som allerede har givet sig udslag i et vigende ølsalg i årets første måneder.

Danskerne har fået smag for de lidt stærkere øl til fordel for øl i pilsnerstyrke. Ølkulturen blomstrer – udbuddet af nye øl på hylderne er eksploderet, og nye bryggerier skyder op i landet.

For tapperierne er markedsituationen fortsat meget alvorlig. Virksomhederne er stadig pressede af eksplosiv grænsehandel og uformindsket illegal handel, hvad der ses af det fortsat faldende indenlandske salg. EUs højeste læskedrikafgift og momssats bærer et stort ansvar herfor, da de danske læskedrikpriser uden afgifter er meget konkurrencedygtige.

I en stadig mere kompleks politisk verden, der breder sig til stadig flere områder, ser flere virksomheder en fordel i at indgå i et branchesamarbejde, hvor fælles udfordringer og problemer kan drøftes. Ved årsskiftet meldte Mineralvandsfabrikken Frem sig således ind i Bryggeriforeningen, og i starten af juni fik vi indmeldelse fra bryggeriet Fuglsang i Haderslev og det nyligt startede Nørrebro Bryghus i København. Det glæder os meget at blive endnu flere.

God sommer - forhåbentlig med mere fair konkurrence på gader og stræder.

Niels Hald
Direktør i Bryggeriforeningen

Bryggeriforeningen er brancheorganisationen for bryggerier og tapperier i Danmark. Foreningens formål er at formidle og varetage branchens interesser overfor Folketing, myndigheder, medier og den øvrige offentlighed. Bryggeriforeningen medlemsvirksomheder beskæftiger globalt 32.989 medarbejdere. Heraf er 3.948 personer beskæftiget i Danmark.
Medlemmer: Albani Bryggerierne A/S, Carlsberg Danmark A/S, Ceres Bryggerierne A/S, Coca-Cola Tapperierne A/S, Faxe Bryggeri A/S, Mineralvandsfabrikken Frem A/S, Bryggeriet S.C. Fuglsang A/S, Maribo Bryghus A/S, Nørrebro Bryghus, Saltum-Neptum Bryggerier A/S, A/S Thisted Bryghus og Mineralvandsfabrik, Thor Bryggerierne A/S, Tuborg-Fredericia Bryggeri og Wilbroe Bryggeri A/S.

Nyt fra
Bryggeriforeningen

Juni 2004

Bryggeriforeningen
Faxehus, Gamle Carlsberg Vej 16
2500 Valby
info@bryggeriforeningen.dk
www.bryggeriforeningen.dk
Redaktion: Niels Hald (ansv.)
Tobias Zacho Larsen, Pia Funch Braskhøj.
Grafisk design: Oxygen A/S.
Tryk: Mohrdieck Tryk ApS.

ØLPRISER

Øl er blevet billigere i de sidste 25 år

I løbet af de sidste 25 år har vi betalt relativt mindre og mindre for vores øl. I forhold til 1980 betaler vi mindre end 2/3 af den pris, som øl "burde" koste, hvis ølpriserne havde fulgt de almindelige forbrugerpriser.

Øl er blevet relativt billigere med tiden. Følger man udviklingen i de almindelige forbrugerpriser fra 1980 til 2004, har øl ikke fulgt med. Tværtimod er øl med få års undtagelser år efter år blevet relativt billigere og billigere.

Ølpriserne har heller ikke fulgt prisudviklingen på andre fødevarer. Skulle de have gjort det, ville øl i dag være omkring 30% dyrere.

Ølpriserne faldet siden 2000

Siden 2000 er ølpriserne ligefrem faldet. Ikke bare i forhold til andre varer, men også målt i kroner og øre. På trods af en stigning i de al-

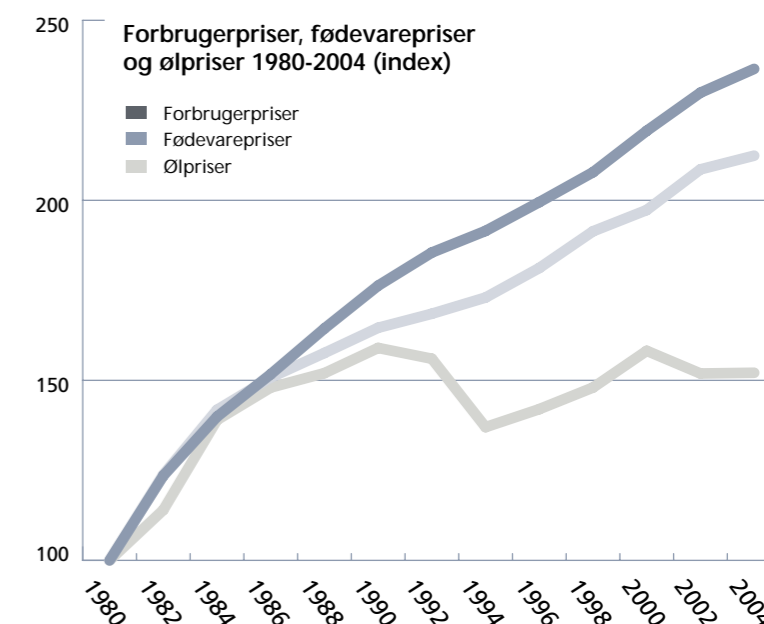
mindelige forbrugerpriser (dvs. inflation) i perioden 2000-2004 på samlet 7,8% er ølpriserne i samme periode faldet med 3,9%.

Hård konkurrence hovedforklaring

- Der er en lang række forklaringer på, hvorfor prisudviklingen på øl ikke følger prisudviklingen på andre fødevarer eller de generelle forbrugerpriser. Men den mest vægtige forklaring er den enkle, at priskonkurrencen på ølmarkedet er og har været behård, udtaler erhvervspolitisk konsulent i Bryggeriforeningen, Lotte Engbæk Larsen ■

År	Forbrugerprisindex	Fødevarerprisindex	Ølprisindex
1980	100	100	100
1982	123,5	123,8	114
1984	139,9	141,8	139
1986	151,7	150,8	148
1988	164,4	157,6	152
1990	176,3	164,6	159
1992	185,5	168,5	156
1994	191,5	173	137
1996	199,5	181,2	142
1998	207,8	191,4	148
2000	219,3	197,3	158,2
2002	229,9	208,6	151,9
2004	236,5	212,4	152,1

Kilde: Danmarks Statistik (www.dst.dk) 2004.





ØL-EKSPORT

Eksport af dansk øl i rivende vækst

2003 var et fremragende år for dansk øl-eksport. Afsætningen steg med over 80 mio. liter. Det gør Danmark til det tredjestørste eksportland af øl i verden målt pr. indbygger.

Selvom Danmark er et lille land, ligger det højt på listen over verdens mest øl-eksporterende lande. Foran ølnationer som Frankrig og USA ligger Danmark som nummer otte på listen over de mest øl-eksporterende lande i verden.

International Top 10: Øl-eksport 2003

	Total (mio. liter)	Eksport pr. cap. (liter)*
Mexico	1.440	14,2
Holland	1.300	80,7
Tyskland	1.130	13,7
Belgien	600	58,4
Irland	510	130,9
Canada	411,7	13,1
UK	391,5	6,6
Danmark**	353,2	65,7
Frankrig	228	3,8
USA	224	0,8

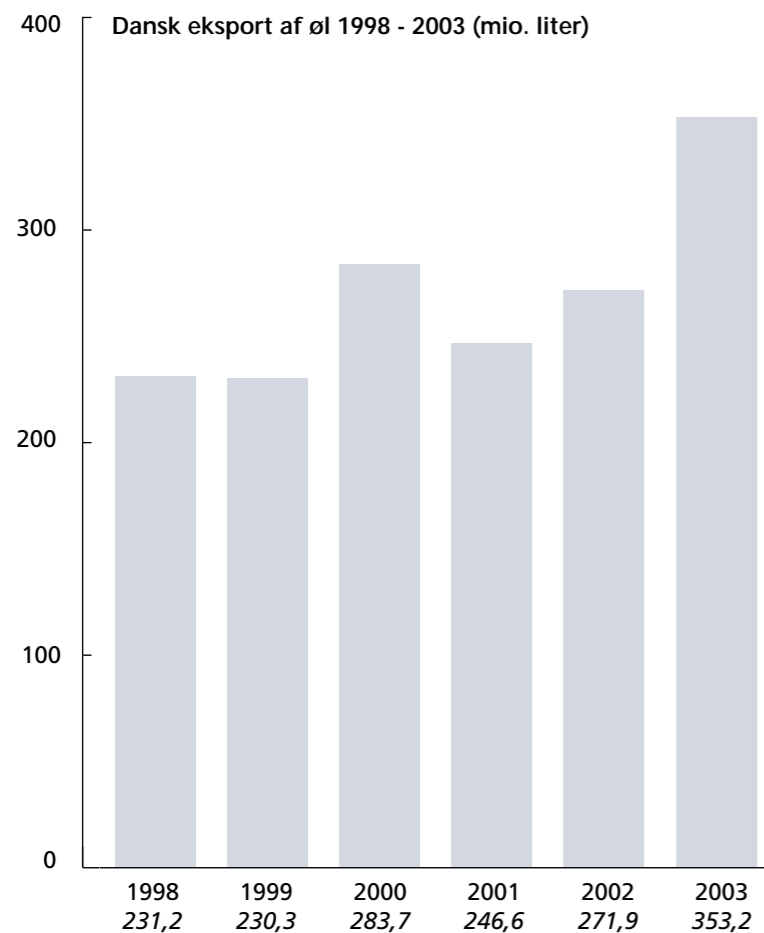
Kilde: Estimerede tal fra Canadean, Global Report 2003.
* Beregningen baseret på befolkningstal hentet fra www.oecd.org
** Kilde: Danmarks Statistik.

Hver dansker eksporterer 65 liter øl

Hvis man ser på eksporttallene i forhold til landenes befolkningstal, indtager Danmark en flot tredjeplads i verden. Det svarer til, at hver eneste dansker i gennemsnit eksporterer 65 liter øl.

- Det er glædeligt, at det går godt for dansk øl i udlandet. Udviklingen viser, at dansk øl er yderst konkurrencedygtigt på pris og kvalitet i international sammenhæng, udtaler Bryggeriforeningens direktør, Niels Hald.

De danske bryggerier afsatte 353,2 mio. liter i 2003. Det er 81,3 mio. liter mere end i 2002. Verdens mest øl-eksporterende lande var i 2003 Mexico efterfulgt af Holland og Tyskland ■



Kilde: Danmarks Statistik

GLOBALT ØLSALG

Danske bryggeriers salg af øl globalt i fortsat vækst

De danske bryggerier markerer sig i stadig stigende grad på det internationale øl-marked.

Danskejede bryggerier solgte i 2003 knap 8,5 mia. liter øl på verdensmarkedet. Det gav en omsætning på knap 50 mia. kroner. Dermed hører danske bryggerier til blandt de absolutte øl-stormagter på den globale scene.

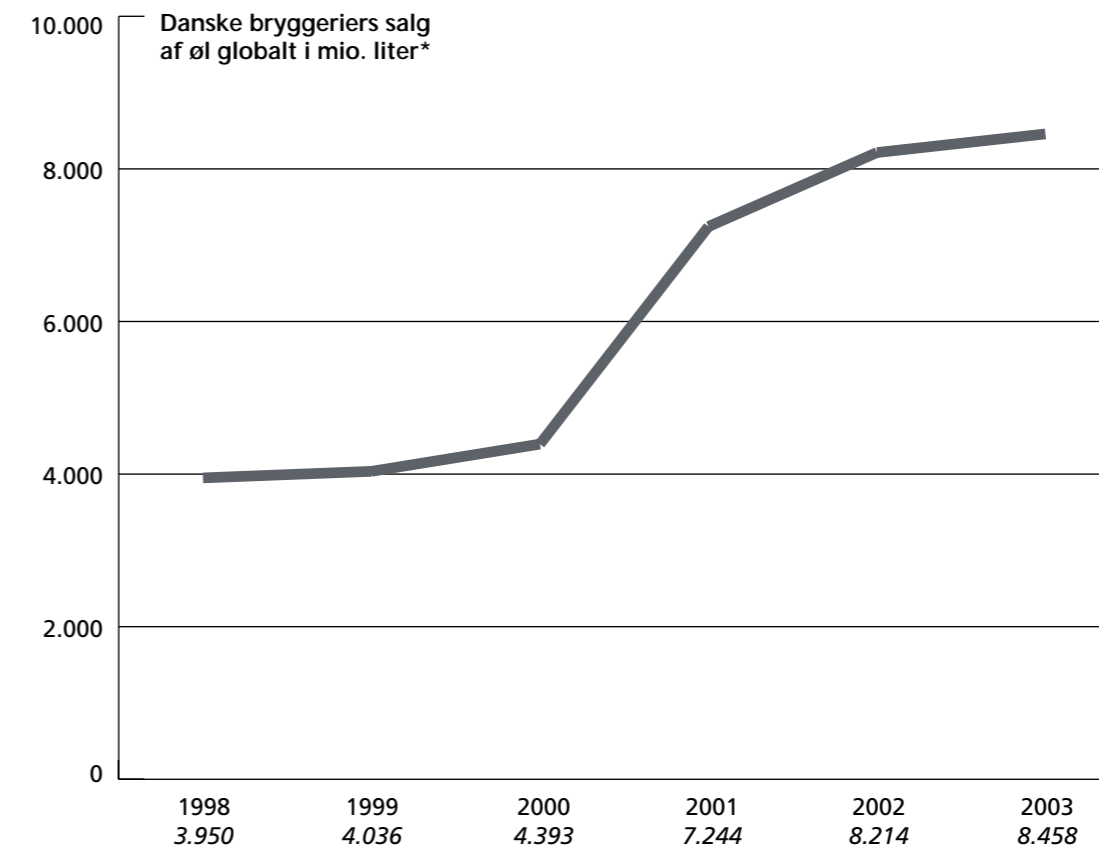
En fordobling i det internationale ølsalg

I 1999 solgte danskejede bryggerier 4.036 mio. liter øl på verdensmarkedet. I 2003 solgte de 8.458 mio. liter – det er mere end en fordobling på bare tre år.

Et flagskib for dansk økonomi

De danske bryggerier er stærkt konsolideret i hele Skandinavien. Derudover har bryggerierne de seneste år ekspanderet deres aktiviteter markant i blandt andet Østeuropa, Italien, Baltikum, Tyskland, Rusland, Fjernøsten og Asien.

- Det er nogle imponerende internationale vækstrater, vi har set gennem de seneste par år. Bryggeribranchen må i dag regnes blandt et af flagskibene for den danske økonomi, udtaler direktør i Bryggeriforeningen, Niels Hald ■



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



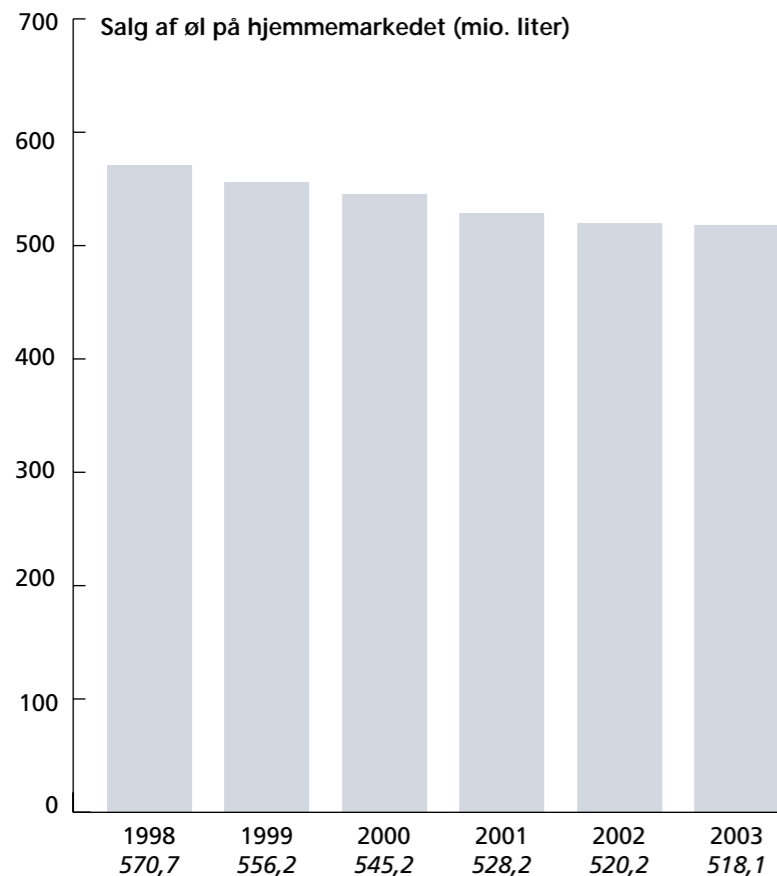
ØLFORBRUG

Vi drikker flere stærkere øl

Salget af øl i både guld- og luksusølsstyrke oplevede en klar fremgang mellem 2002 og 2003, mens andelen af øl i pilsnerstyrke gik lidt tilbage.

Danskerne har i stigende grad fået øjnene op for de lidt mere stærke øl. Selvom øl med pilsnerstyrke (skattekategori 1) stadig tegner sig for broderparten af det danske ølsalg med 83,9%, er andelen af øl i guldølsstyrke (skattekategori 2) pludselig vokset mellem 2002 og 2003.

Fra at have ligget på 46-47 mio. liter siden 1998, er salget af guldøl fra 2002 til 2003 pludselig steget til 52,1 mio. liter, dvs. med over 11%.



Kilde: ToldSkat og egne beregninger.

Ølsalg fordelt på skatteklasser (mio. liter)

	2002	2003
Klasse 1	443,4	434,7 (83,9 %)
Klasse 2	46,8	52,1 (10,1 %)
Klasse 3,4 & 5	18,1	19,7 (3,8%)
Afgiftsfrit øl	11,9	11,6 (2,2 %)
I alt	520,2	518,1 (100 %)

Kilde: ToldSkat og egne beregninger.

Det betyder, at hver tiende solgte øl i dag er af guldølsstyrke.

Salget af luksusøl stiger også

Efterspørgslen på de endnu kraftigere luksusøl, dvs. skattekategori 3 og derover, er også i fremgang. Salget heraf udgjorde i 2003 3,8% af det samlede marked.

Det hjemlige ølsalg stabilt

Set over hele 2003 var ølsalget på det danske marked på sammenlagt 518,1 mio. liter, dvs. stort set identisk med 2002, hvor der solgtes 520,2 mio. liter.

– Salgstallene for øl i 2003 vidner om, at ølmarkedet sidste år befandt sig ganske stabilt. Med den gennemførte store afgiftslettelse på spiritus og den tilsyneladende stærkt stigende illegale import af øl frygter branchen dog, at det bliver vanskeligt at sikre et uændret salg for 2004, udtaler Niels Hald, direktør i Bryggeriforeningen ■

LÆSKEDRIKFORBRUG

Salget af light-sodavand stormer frem

Gennem de seneste år er forbruget af light-sodavand i Danmark steget markant. Knap hver femte sodavand, der drikkes i Danmark, er nu sukkerfri.

Jolly Time Light, Frem Appelsin Light, Saltum Lemon Light, Pepsi Twist og Coca-Cola Light. Der bliver flere og flere variationer af de såkaldte light-sodavand – og det er ifølge Bruno Christensen, direktør i Retail Institute Scandinavia, ikke uden grund.

- Samfundet har i dag mere fokus på krop og sjæl end på noget tidligere tidspunkt. Når vi ser på væksten i forbruget i de skandinaviske lande, kan vi konstatere, at alt relateret til sundhed vokser mere end alle øvrige områder. Alt i alt er forklaringen på det øgede forbrug af light-sodavand sket på baggrund af en ændret indkøbsadfærd, der igen udspringer af holdninger og prioriteringer til livet, der sætter sundhed øverst, forklarer Bruno Christensen.

“ Anlægger vi en tidshorisont på fem år, vil det ikke overraske, hvis salget af light-sodavand vil have passeret 25%.

BRUNO CHRISTENSEN

Ny trend

De seneste tal fra Bryggeriforeningens medlemmer viser, at næsten hver femte sodavand, der drikkes i Danmark, er et light-produkt, og at salget af sukkerfri læskedrikke er vokset med 16% i 2003.

- Tallene kommer ikke som nogen overraskelse. Gennem de seneste år har vores medlemmer

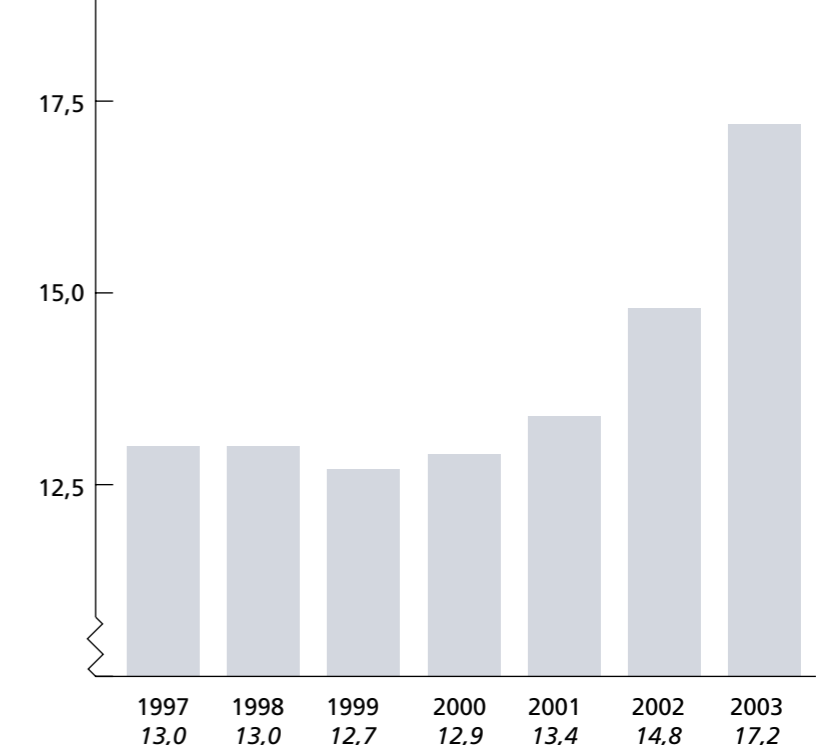
udviklet og markedsført flere nye sukkerfrie varianter, udtaler direktør i Bryggeriforeningen, Niels Hald.

Det stigende forbrug af light-sodavand er en trend, der ses over hele Europa. I Norge er 28% af læskedrikmarkedet light-sodavand, og i England er hele 60% af markedet light-sodavand.

- Vi ser en klar tendens til at udviklingen i salget af light produkter vil fortsætte. I Danmark er andelen i dag ca. 17%. Anlægger vi en tids-horisont på fem år, vil det ikke overraske, hvis salget af light-sodavand vil have passeret 25%, spår Bruno Christensen ■

Udvikling i salg af lightprodukter i procent af læskedrikmarkedet (%)*

* kskl. hvid vand





ILLEGALT SALG

Illegalt salg af øl flerdoblet på ét år

Projektlederen for ToldSkats Task Force vedr. ulovlig handel vurderer, at det illegale salg af mærkevareøl er flerdoblet indenfor det seneste år. Han mener, at kraftigere sanktionsmuligheder er nødvendige, hvis udviklingen skal vendes.

Øjeblikkelig konfiskation og mulighed for at udstede høje bøder på stedet, hvis det kan konstateres, at der for et parti fødevarer er overtrådt en række love – f.eks. manglende afgifts- og momsbetaling, pantmærkning og fødevaremærkning. Det er de to vigtigste redskaber, som myndighederne – herunder konsulenterne i ToldSkat – burde udstyres med, hvis man vil dæmme effektivt op for det illegale salg. Det mener projektlederen for ToldSkats Task Force vedr. ulovlig handel, Palle Møller-

Nielsen, som vurderer, at den illegale handel med mærkevareøl er flerdoblet på bare ét år.

for sanktionsmuligheder, som har langt større præventiv effekt.

- Med den nylige vedtagelse af krav om næringsbrev håber jeg, at det bliver muligt at indføre "bro-bro-brille"-princippet. Dvs. tredje gang man bliver grebet i at lave unddragelse af afgiftsbetaling, skal næringsbrevet fratages. For at sikre at en forretning ikke bare fortsætter i et familiemedlems navn, skal der være karantæne i et større tidsrum for at drive forretning på en given adresse. Selvom det er et drastisk skridt, er jeg sikker på, at det er den type sanktioner, der skal til, hvis man vil det illegale salg til livs, udtaler Palle Møller-Nielsen.

Politiet bør aktiveres i efterforskningen

Han peger på, at en stor hemske for ToldSkats arbejde er den megen administration, som spærrer vejen for en effektiv oprydning. Desuden mener han, at det ville være oplagt, hvis ToldSkat også fik bemyndigelse til at kunne iværksætte sanktioner, hvis produkter mangler pantmærkning. Endelig efterlyser han en større støtte fra politiet i efterforskningen af de store straffesager mhp. at bringe sager for domstolene.

- Det er frustrerende, at politiet ikke er mere aktive i de store sager mhp. optrævelingen af det illegale salg. Politiet går kun ind i sager, hvis vi kan fremlægge 100% vandtæt bevismateriale, selv i meget store sager, hvor vi skønner, at der er unddraget afgifter for millionbeløb, udtaler Palle Møller-Nielsen.

Han foreslår, at en måde hvorpå politiet kunne aktiveres til efterforskning ville være, hvis afgiftsloven og overtrædelse heraf henviste direkte over til straffeloven.

Store fangster på lagre

ToldSkat København har i foråret afviklet færre kioskrazziaer, fordi de bøder, som er udstedt ved gentagelsestilfælde, nu prøves ved domstolene. De første domme ventes at falde i september. I stedet har man koncentreret sig om de større lagre, hvor man for nyligt har gjort nogle bemærkelsesværdige fangster.

- Vi har fundet frem til adskillige større lagre, hvor vores foreløbige vurderinger er, at der sammenlagt har været unddraget for moms og afgifter for to-cifrede millionbeløb, udtaler Palle Møller-Nielsen.

Han vurderer i øvrigt, at det ulovlige mærkevareøl primært kommer fra Tyskland, mens de ulovlige mærkevare-læskedrikke primært kommer fra Sverige.

Nærbutikkerne slår alarm

Ifølge formanden for Nærbutikkernes Landsforening, Torben Pedersen, risikerer lovlige butikker at måtte dreje nøglen om, hvis udviklingen i det illegale salg ikke snart vendes.

- De lovlige butikker er mere presset end nogensinde før. Det er tvingende nødvendigt, at man snart kommer ulovlighederne til livs. Hvis ikke, kan det simpelthen tvinge ærlige forretningsdrivende til også at handle ulovligt for at klare konkurrencen. Ellers kan de meget vel risikere at lukke, udtaler Torben Pedersen.

Næringsbrev giver nye muligheder

Folketinget vedtog den 1. juni lov om næringsbrev til fødevarerbutikker, som træder i kraft 1. juli 2005. Udover at sikre overholdelse af fødevarerelovgivningen er formålet med loven at kunne skride ind overfor unfair konkurrence fra virksomheder med sort økonomi.

For at få næringsbrevet skal indehaverne bestå en prøve, der viser, at de har fornødent kendskab til skatte- og afgiftslovgivningen, fødevarer sikkerhed, hygiejne, og arbejdsmiljø. Overtræder virksomhederne den relevante lovgivning groft eller gentagne gange kan næringsbrevet inddrages, og de vil derefter ikke kunne drive forretning i mellem ét til fem år.

fortsættes side 10

Det er frustrerende, at politiet ikke er mere aktive i de store sager mhp. optrævelingen af det illegale salg ...

PALLE MØLLER-NIELSEN

Burde fungere som færdselsloven

- Det burde i princippet være ligesom færdselsloven. Hvis du kører for stærkt eller bliver taget uden sikkerhedssele, får du en bøde på stedet. Det burde ToldSkat også kunne.

- Vi burde f.eks. kunne beslaglægge et parti varer med det samme, hvis vi har stærk begrundet mistanke om, at partiet er ulovligt importeret og sælges uden afgifter. Viser det sig ikke at være rigtigt, og kan ejeren efterfølgende finde regnskab og afgiftsbilag frem, vil han selvfølgelig få udleveret varerne. Mit gæt vil være, at det stort set aldrig vil ske, udtaler Palle Møller-Nielsen.

Bro-bro-brille princippet

Han mener, at der i det hele taget er behov

Bryggeriforeningens Aktionsplan 2 mod illegal handel

På baggrund af drøftelser med medlemmer og kontrolmyndigheder har Bryggeriforeningen udarbejdet en aktionsplan 2 med forslag til nye tiltag i kampen mod det illegale salg. Hovedpunkterne i aktionsplanen, som i fuld længde kan læses på bryggeriforeningen.dk, er:

- Uformindsket og synlig kontrol over for kiosker.
- Kontrolaktioner skal også omfatte HoReCa-sektoren.
- Ulovlige varer (kontanter og varelagre) skal kunne konfiskeres på stedet.
- Domfældelse vedr. ulovlig handel skal medføre fratagelse af næringsbrev.
- Oprettelse af central, landsdækkende Task Force, specialiseret i at optrevle organiseret og professionel illegal handel, og som skal kunne indlede politisager (bedrageri).
- Koordinering af ToldSkat, Miljøstyrelsen og Fødevarerregionernes kontrolbesøg.
- Yderligere reduktion af både læskedrikafgiften og ølafgiften for at fjerne kilden til illegal handel - det økonomiske incitament.



fortsat fra side 9

- Næringsbrevet giver muligheder for at gribe meget effektivt ind over for virksomheder, som systematisk bryder loven, og vi er glade for, at man fulgte vores forslag om,

at overtrædelse af afgiftslovgivningen også kan medføre fratagelse af næringsbrevet.

- Men loven kommer til at virke mest effektivt, hvis der følges op med øgede ressourcer til kontrol og håndhævelse, udtaler afdelingschef i Bryggerforeningen, Knud Loftlund ■

LÆSKEDRIK-SALG

Det indenlandske salg af læskedrikke falder fortsat

EUs højeste læskedrikafgift, en eksplosiv grænsehandel og et uformindsket illegalt salg af læskedrikke sætter fortsat sine tydelige spor i branchen. 2003 blev salgsmæssigt endnu et skuffende år for de danske tapperier.

De danske tapperier er fortsat pressede. Gennem de seneste tre år er der sket et markant fald i det indenlandske salg af læskedrikke. I 2003 blev der solgt 465 mio. liter læskedrikke – det er 66 mio. liter mindre end i 2000. Og det kan mærkes på tapperiernes omsætning.

Dyrkøbt afgiftsforhøjelse

Meget tyder på, at en hovedforklaring på det markante fald i indenlandsk salg af læskedrikke de seneste tre år er, at læskedrikafgiften fra 1. januar 2001 blev hævet med 65%. Det igangsatte nemlig umiddelbart efter en betydelig illegal import og en eksplosiv stigende grænsehandel.

Den seneste rapport fra Institut for Grænseregionsforskning viste bl.a., at læskedrikke er den næstmest efterspurgte vare i grænsehand-

len efter øl. Således indkøbte 57% af alle som handlede ved grænsen læskedrikke, hvilket betød, at danskerne i 2003 sammenlagt hjemtog 118 mio. liter læskedrikke. Det svarer til en vækst på 162% sammenlignet med 2001.

Europas højeste læskedrikafgift

Til trods for at læskedrikafgiften blev sænket med 30% fra 1. oktober 2003 har Danmark fortsat den suverænt højeste læskedrikafgift i EU - mere end dobbelt så høj som den belgiske læskedrikafgift, som er EUs næsthøjeste. Kun fem lande i EU har en læskedrikafgift ■

Salg af læskedrikke, hvide vande med kulsyre og iste i Danmark (mio. liter)

1997	543,0
1998	517,2
1999	529,7
2000	532,0
2001	489,0
2002	483,3
2003	465,2

Kilde: ToldSkat samt egne beregninger.

MARKEDSFØRING

Et aktivt år for Håndhævelsesudvalget

Håndhævelsesudvalget havde i 2003 fjorten sager - det største antal i udvalgets historie. Alle udvalgets påtaler er blevet efterlevet af de indklagede, og det viser, at selvregulerings-systemet fungerer effektivt, mener udvalgets uafhængige formand.

formand for Håndhævelsesudvalget advokat Ejvind Sandal ■

I Håndhævelsesudvalgets årsberetning for 2003 beskrives de klager over markedsføring af alkoholholdige produkter, som Håndhævelsesudvalget har behandlet sidste år. Og antallet af sager har betydet, at Håndhævelsesudvalget for alvor har skullet stå sin prøve.

- Med sager som "Vodkanissen" har der været stor politisk og offentlig opmærksomhed omkring udvalget og dets arbejde. Men det er glædeligt, at vi endnu engang har fået bekræftet, at det system og regelsæt, som er blevet etableret vedr. markedsføring af alkohol, fungerer effektivt og efter hensigten, udtaler



Håndhævelsesudvalgets årsberetning kan downloades fra bryggeriforeningen.dk, hvor der også kan findes yderligere informationer om udvalget.

ALKOHOLPOLITIK

ID-kort til unge, der vil købe alkohol

Fra den 1. juli skal unge mellem 16 og 17 år fremvise et ID-kort, hvis de vil købe alkohol og tobak.

Fra den 1. juli træder loven om forbud mod salg af tobak og alkohol til unge under 16 år i kraft, hvorved aldersgrænsen

for køb af alkohol hæves med ét år.

Sundhedsstyrelsen vil op til lovens ikrafttræden afvikle en landsdækkende kampagne om de nye regler. Håndhævelsesudvalget, hvori Bryggerforeningen er permanent med-

lem, vil bidrage til kampagnen ved at sende henvendelser ud til reklamebranchen og butikker. Udvalget vil bl.a. opfordre butikkerne til ikke at optage alkoholholdige drikkevarer i deres sortiment, som i udseende specielt henvender sig til børn og unge under 16 år ■



NYT MEDLEM

Sønderjysk islæt til branchefællesskabet

Bryggeriet S.C. Fuglsang A/S har siden 1865 brygget øl til sønderjyderne. Fra 1. juni har bryggeriet meldt sig ind i Bryggeriforeningen. Vi bringer her et interview med direktør Henning Fuglsang om begrundelserne for indmeldelsen og verden set fra et lokalbryggeri i Sønderjylland.

Hvorfor har I meldt jer ind i Bryggeriforeningen?

Vi ser det mest af alt som et fællesskab, hvor man mødes med sine konkurrenter og drøfter sager og problemstillinger, som angår os alle. Det er vigtigt med alle de politiske ting, der sker og som påvirker vores virksomhed meget direkte.

Med vores størrelse mener vi ikke, at vi selvstændigt kan præge vigtige politiske beslutninger med mindre vi blev medlem.

Hvad ser du som hovedfordelen ved medlemskab?

Vi føler, at vi får meget mere at vide om, hvad der sker politisk, og vi fornemmer også, at vores stemme bliver hørt.

I forbindelse med beslutningen om at skatteklasesystemet for øl skulle opløses og afløses af en glidende skala, blev der lagt op til en meget kort frist fra Skatteministeriets side. I den sag blev vi af Bryggeriforeningen inviteret med ind til foretræde for Folketingets skatteudvalg for at forklare dem, at det ville være svært at gennemføre en sådan omlægning med så kort varsel uden tab. Jeg tror, det var medvirkende til, at vi fik forlænget fristen med et halvt år. Det var af meget stor betydning for os.

Hvad betragter du som foreningens væsentligste rolle?

Primært er det selvfølgelig at være talerør for bryggerierne og sikre, at der i det politiske system er forståelse for vores forhold og vores synspunkter. Desuden mener vi, at Bryggeriforeningen har en vigtig rolle at spille i at oplyse offentligheden om øls egenskaber ud fra et sundheds- og helbredsmæssigt synspunkt.

Hvad er den største udfordring for jer som virksomhed i disse år?

Der er en hård konkurrence på ølmarkedet både i detailhandelen og i restaurationssektoren, så overordnet handler det om at sikre, at man er "med". Vi har hidtil været meget lokalt orienteret, men vi forsøger nu at komme mere bredt ud i hele landet med vores distribution.

Det har indførelsen af emballagefrihed og Dansk Retursystem været med til at gøre meget lettere.

Vores ambition er at være det foretrukne mærke overalt i Sønderjylland, være til stede med vores produkter i grænsehandelen, hvor de fleste sønderjyder køber ind, og desuden vinde fodfæste landsdækkende.

Føler I jer pressede af det store ølubud, der findes i øjeblikket?

Jeg synes, det er imponerende så stor mangfoldighed, vi har fået i Danmark i løbet af de seneste år. Der er i øjeblikket meget fokus på udenlandsk øl og øl fra mikrobryggerier, og det repræsenterer selvfølgelig konkurrerende produkter. På den anden side har det store udbud også været med til at åbne folks øjne mere for øl, så udviklingen har set fra den synsvinkel været positiv.

Jeg tror, det er vigtigt, at man som bryggeri fortsætter med at lave det, som man er god til, og ikke spreder sig på for mange forskellige typer øl. Man skal ikke lave nyt bare for at lave nyt. Vi er jo selv en del af mangfoldigheden.

Hvordan ser du udviklingen på ølmarkedet i fremtiden?

Jeg tror, at den nuværende udvikling med større mangfoldighed er kommet for at blive. Der er stadig plads til flere bryggerier i Danmark. Men det er klart, at den øjeblikkelige udvikling bæres frem af nyhedens interesse.

Efter et par år, når tingene har fundet et naturligt leje, vil alle de igangværende mikrobryggeri-initiativer næppe bestå. Men har man et godt produkt og investerer rigtigt, så tror jeg, at der er gode chancer for, at man kan drive en sund forretning. Det samme gælder udenlandsk øl. Man kan ikke blive ved med at holde høje avancer på øl, blot fordi det er uden-

landsk. Men de bedste udenlandske øl vil man garanteret kunne finde på hylderne i årene fremover.

Ved siden af bryggeriet driver I malteri. Hvor stor en del af jeres forretning udgør det?

Sophus Fuglsang, Export-Maltfabrik A/S, som producerer pilsner- og münchenermalt, er faktisk væsentlig større end bryggeriet omsætningsmæssigt. Vi bruger selv kun 1% af malten i bryghuset, 25% sælges til de fleste andre danske bryggerier. De sidste tre fjerdedele går til eksport til Skandinavien, Nordtyskland, Baltikum, Mellemamerika og Fjernøsten. Danmark er en af verdens bedste byg malt-producenter, fordi klimaet nærmest er optimalt ■

Bryggeriet S.C. Fuglsang A/S
Bryggerivej 2
6100 Haderslev
tlf. 7352 6100
www.fuglsang.dk

Produktion 2003: ca. 37.000 hl øl
Ansatte: 35



Bryggeriet og maltfabrikkens historie

Bryggeriet blev grundlagt i 1865 af Søren Christian Fuglsang kort efter den dansk/tyske krigs afslutning. Blot et par år efter etableredes et lille malteri i tilknytning hertil. Sønnerne Peter Sophus Fuglsang og Christian Fuglsang overtog hver for sig henholdsvis maltfabrikken og bryggeriet, som blomstrede op. De to virksomheder har været drevet af familien Fuglsang lige siden – i dag på 5. generation.



NYT MEDLEM

En øl-pionér til foreningen

Nørrebro Bryghus meldte sig den 1. juni ind i Bryggeriforeningen. Vi bringer her et minipor-træt af øl-pionér, direktør og brygmester Anders Kissmeyer, som for knap et år siden satte "Alt på spil" ved etableringen af bryggeriet i København N.

Hvorfor har I valgt at melde jer ind i Bryggeriforeningen?

Fordi vi gerne vil være med til at diskutere de generelle politiske vilkår for bryggerierne sammen med vores kolleger. Derudover vil vi gerne trække på foreningens ekspertise og rådgivning, og endelig håber vi, at vores tilstedeværelse måske kan være med til at bygge bro over til foreningen Danske Bryghuse. Jeg håber faktisk på sigt, at alle bryggerier kunne samles i én forening, for jeg er sikker på, at alle parter er bedst tjent med, at branchefællesskabet er så bredt som overhovedet muligt.

I den aktuelle diskussion af, hvordan den nye, om-lagte ølafgift skal administreres, som er af meget stor betydning for både store og små bryggerier, er det f.eks. en svaghed at kommunikationen til det politiske system sker gennem to separate kanaler.

Hvad ser du som hovedfordelen ved medlemskab?

At kunne følge uformelt med i, hvad der rører sig i den øvrige branche og i det politiske system, at skabe netværk til kolleger og endelig at kunne holde sig à jour med, hvad der sker af ny national lovgivning og ny EU-lovgivning, særligt indenfor fødevareregler og alkoholpolitik.

Hvad er dine ambitioner med bryghuset?

Det er – på et økonomisk sundt og forsvarligt grundlag - at hoppe med på bølgen med alternativ ølkultur i Danmark. Og det er faktisk hidtil lykkedes meget godt, synes jeg.

En anden ambition har været at åbne folks øjne for kombinationen øl og mad, som jeg betragter som et meget uopdyrket land. Jeg tror, at det kan være med til at styrke ølkulturen, hvis det generelt bliver mere udbredt, og dermed kan det være med til at styrke øls position på bekostning af vinen.

Hvornår ser man den første flaske fra bryghuset?

Vi befinder os i den tidlige idéfase til, hvordan vi i nær fremtid kan tappe på flasker og levere fadøl til andre udskænkingssteder. På lidt længere sigt kunne jeg faktisk godt tænke mig at etablere en mindre, mere traditionel bryggerivirksomhed med produktion og tapning af øl i høj-eksklusiv-klassen. Det er et både stort, tungt og ganske givet besværligt projekt, for det kræver et andet produktionsanlæg, som i så fald skal ligge et andet sted geografisk. Men det er ikke desto mindre drømmen.

Hvordan tror du, det vil gå de mange små bryggerier, som i øjeblikket skyder op overalt i landet?

Jeg tror, der er et kæmpe vækstpoteiale for mikrobryggerier og mindre bryghuse, fordi vi i Danmark har en meget stærk ølkultur. Om 10-20 år ville det ikke undre mig, om de små kunne have en markedsandel på 10-20%. Jeg tror faktisk også, at små danske bryggerier, som laver specielle øl, vil kunne tage et stort indhug i de udenlandske øls markedsandel.

Folk er generelt glade for lokalbryggede ting, forudsat at det er af god kvalitet.

Hvad er i dine øjne "god kvalitet"?

Kvalitetsbegrebet bruges jo med meget forskellig betydning i debatten om øl. I mine øjne har kvalitet intet at gøre med bredden af øludbudet. Det har ikke noget med øl-type at gøre - altså den tanke, at nogle øl-typer er bedre eller ædlere end andre. Det handler om, hvorvidt man har "tænkt" sin øl ordentligt. En non-alcoholic øl kan være af ligeså høj kvalitet som en trappist-øl. Det er respekten for produktet, det handler om – det er det, som er vigtigt.

Mange små bryghuse og mikrobryggerier startes af iværksættere uden den bryggerfaglige baggrund, som du selv besidder – tror du, at de får det svært på sigt?

I øjeblikket er efterspørgslen langt større end udbuddet af øl fra de helt små bryggerier. Der er en glødende entusiasme og masser af gå-på-mod

hos en række af mine kolleger, og det er helt afgørende, hvis man vil drive det til noget.

Men på et tidspunkt vil det ikke længere være nok at være lille og lokal. Der vil det være vigtigt, at man har et vist niveau af teknisk og faglig kunnen for at kunne variere sit sortiment. I den situation er man selvfølgelig bedre stillet, hvis man har en faglig baggrund, men en sådan vil de fleste også kunne tilegne sig med den rette efteruddannelse. Det vil der til gengæld også være et stigende behov for fremover ■

Nørrebro Bryghus

Ryesgade 3
2200 København N
Tlf. 3530 0530
www.noerrebroyghus.dk

Produktion pr. mdr.: 9 - 10.000 liter øl.

Ansatte: 2½ i bryghuset, i alt 30 personer i hele virksomheden (inkl. køkken og restaurant).

Nørrebro Bryghus – den korte historie

I efteråret 2003 åbnede én af Københavns største ølattraktioner i en tidligere metalvarefabrik fra 1857 i Ryesgade på Nørrebro. Manden bag er brygmester Anders Kissmeyer, som efter 16 års tjeneste hos Carlsberg besluttede sig for at realisere sin store drøm.

Inspirationen til at åbne bryggeriet boblede frem efter en rejse til USA, hvor Anders Kissmeyer blev introduceret til de amerikanske pubbryggerier. Efter utallige måneders hårdt slid - som mange stiftede bekendtskab med i TV2-programmet "Alt på spil" - kunne Anders Kissmeyers i september 2003 åbne dørene op. Nørrebro Bryghus har været en succes lige siden – både målt på antal besøgende og offentlig bevågenhed.





Bryggeriforeningen
Faxehus
Gamle Carlsberg Vej 16
2500 Valby

Telefon 72 16 24 24
www.bryggeriforeningen.dk



PP DANMARK

Magasinpost
ID. NR. 46211

Indvielse af nyt tempel for bryggeri- og tapperibranchen

Bryggeriforeningen, Den Skandinaviske Bryggerhøjskole og Foreningen Gode Alkoholdninger (GODA) er flyttet sammen i et nyt domicil. Det blev fejret med en stor reception torsdag den 3. juni i husets gamle have.

Bagende sol fra en skyfri himmel, 250 gæster og kolde drikkevarer fra landets bedste bryggerier og tapperier. Stemningen var i top, da "Faxehus" blev indviet torsdag den 3. juni.



Skatteminister Svend Erik Hovmand (V).

Skatteministeren indviede huset

Skatteminister Svend Erik Hovmand havde trods den igangværende afslutningsdebat i Folketinget taget tid sig til at komme forbi og fejre indvielsen af huset.

Under sin indvielsestale påpegede han det gode samarbejde og den konstruktive dialog, som skattemyndighederne havde med branchen. Svend Erik Hovmand glædede sig også over den boblende ølkultur, som han mente ville blive yderligere forstærket ved efterårets omlægning af ølafgiften.

Udvidet branchefællesskab

Udover fejringen af det nye domicil, var en anden milepæl ved dagen offentliggørelsen af, at Bryggeriforeningen udvider sin medlemskreds.

Ved årsskiftet meldte Mineralvandsfabrikken Frem sig ind i foreningen, og i slutningen af maj meldte yderligere to bryggerier sig ind – bryggeriet Fuglsang i Haderslev og det nyligt startede Nørrebro Bryghus ■

Bryggeriforeningens jubilæumslegat 2004 til Albani-brygmester

Brygmester og formand for Bryggeriforeningens Brygmesterkorps, Leif Typkær, modtog på receptionen Bryggeriforeningens jubilæumslegat 2004 på 25.000 kroner.

– Du er en meget velfortjent modtager af legatet. Du er en branchens mand helt ud til fingerspidserne, og uden din indsats havde tusindvis af danskere kun vidst en brøkdel af det, de i dag ved om øl, sagde Bryggeriforeningens formand og adm. direktør i Carlsberg, Lars Pahlson, da han overrakte legatet til Leif Typkær.



Brygmester Leif Typkær og formand for Bryggeriforeningen, Lars Pahlson.