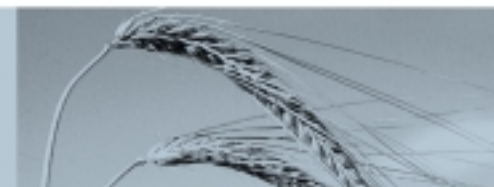


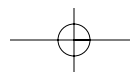
Hvad er et moderat og ansvarligt forbrug?

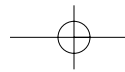
- Bryggeriforeningen definerer et moderat og ansvarligt forbrug af øl, som: **At drikke indenfor de grænser dit helbred sætter, det samfund du lever i og dine forpligtelser overfor din familie og venner.**
- Der er dog situationer, hvor selv et moderat forbrug af alkohol kan være for meget. Det er bl.a. i forbindelse med graviditet, hvis man skal ud at køre bil eller hvis man tager visse typer af medicin.
- Dvs. et **moderat og ansvarligt** forbrug kan være 1 øl eller 3 øl – eller udelukkende indtag af alkoholfrie drikke – alt afhængig af situationen.
- Der er dog særlige hensyn at tage til børn og unge. Børn skal slet ikke drikke alkohol, og det er vigtigt, at der er en klar adskillelse mellem børne-, unge- og voksenmiljøer.



Bryggeriforeningens alkoholpolitik

Bryggeriforeningen
www.bryggeriforeningen.dk
August 2003
Kopiering eller gengivelse må
kun ske med kildeangivelse.





Hvorfor en fælles alkoholpolitik?

Øl og alkohol – og alkoholens positive såvel som negative påvirkning af kroppen og humøret – er et emne, som de fleste har en mening om, og som hovedparten af den voksne danske befolkning kan tale om af egen erfaring.

Øl er et produkt, der mere end nogen anden drikkevare, er en integreret del af dansk kulturarv. Men da øl ikke kun – som bryggerierne helst så det – bliver nydt ved positive og festlige lejligheder, mener vi som branche, at en stillingtagen til misbrug af vores produkter er nødvendig.

Bryggeriforeningen er imod al form for misbrug og overforbrug af vores produkter, hvilket miskrediterer branchen og produkterne. Misbrug skaber problemer og ulykker, der rammer både virksomheder, familier og enkeltindivider.

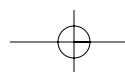
Børn og helt unge skal slet ikke drikke alkohol. Bryggeriforeningen mener derfor, at der bør tages særlige hensyn til børn og unge, så de får et naturligt forhold til øl i deres voksenliv.

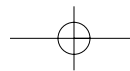
For at sikre dette er Bryggeriforeningen den største bidrager til GODA – Foreningen Gode Alkoholdninger, som udfører kampagner og deltager i dialog med unge mennesker om alkohol og de potentielle farer ved misbrug af alkohol.

Bryggeriforeningen ønsker med denne udgivelse at uddybe den samlede ølbranches syn på alkoholpolitiske problemstillinger. Vi håber, at hæftet kan danne udgangspunkt for fortsat dialog om væsentlige alkoholpolitiske emner mellem Bryggeriforeningen og andre alkoholpolitiske interessenter.

Nydelse af øl kræver omtanke - øl skal drikkes med måde og ansvar i godt selskab.

Niels Hald
Direktør, Bryggeriforeningen





Øl - et kulturprodukt

Øl har i århundreder været en del af danskernes dagligdag – til hverdag og fest – og har dermed i vidt omfang bidraget til danskernes livskvalitet.

I Danmark er der en umådelig lang tradition for at brygge øl – endog øl af højeste standard.

Øl er en lav-alkoholholdig drik, som bør nydes i fællesskab, til mad og med glæde.

Øl er blevet brygget i 7.000 år. I Danmark går øl-anerne mere end 3.000 år tilbage – til Egtved-pigen, som blev begravet sammen med bl.a. en birkespand med øl.

Den gode ølkultur

Den gode ølkultur er at nyde øl med måde og ansvar i situationer, hvor øl naturligt kan have sin plads: Til mad, ved en afslappet stund, ved festlige lejligheder eller andre sociale lejligheder i godt selskab.

Det er vigtigt at understrege, at god ølkultur indebærer respekt for personer, som ikke indtager alkohol. Den gode ølkultur demonstreres ved at servere alkoholfrie alternativer til de alkoholholdige drikkevarer, f.eks. vand eller alkoholfrit øl.

Øl kan bidrage til livsglæde og kan også være en del af en sund livsførelse, når det nydes i moderate mængder.

Bryggeriforeningen ønsker forbrug – ikke misbrug

Bryggeriforeningen er imod misbrug af vores produkter og modarbejder ethvert misbrug.

Misbrug skaber menneskelige, sociale og samfundsmæssige problemer og ulykker, som skal forhindres. Misbrug og overforbrug miskrediterer desuden branchen og produkterne.

Forbrug kontra overforbrug

Hovedparten af befolkningen har et uproblematisk forhold til alkohol – 90 pct. af alle kvinder over 16 år oplyser, at de drikker mindre end de anbefalede maksimumgrænser, og for mænd er tallet 85 pct.^[1] Det vurderes, at ca. 5 pct. af den voksne befolkning er afhængige af alkohol.^[2]

Derfor er det vigtigt, at den forebyggende indsats har fokus på misbruget og ikke på det almindelige forbrug. Indtag af øl er ikke i sig selv problematisk. Det er det for store forbrug af alkohol, som er et problem. Derfor skal indsatsen rettes mod de relevante målgrupper.

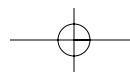
Endvidere er der særlige hensyn at tage til børn og unge for, at de ikke begynder at drikke for tidligt og for meget.

Mænd drikker i gennemsnit mere end kvinder, men i gennemsnit drikker hver dansker fra 15 år og derover, hvad der svarer til 2 øl ELLER godt 1/3 flaske vin ELLER 1/10 flaske spiritus om dagen.

Kilde: Danmarks Statistik

[1] Statens Institut for Folkesundhed (2002)
"Sundheds- og sygelighedsundersøgelserne"

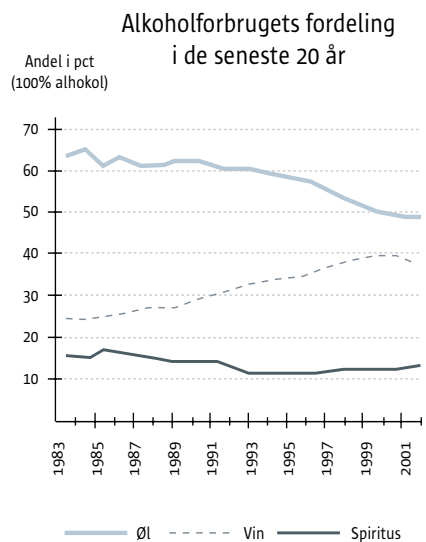
[2] Indenrigs- og Sundhedsministeret (2002)
"Den offentlige indsats på alkoholområdet"



Forbrugsmønstre

Sammensætningen af danskernes alkoholforbrug har ændret sig fra tidligere klart at være domineret af øl, til at øl- og vinforbruget vil være lige stort inden for få år, hvis udviklingen fortsætter.

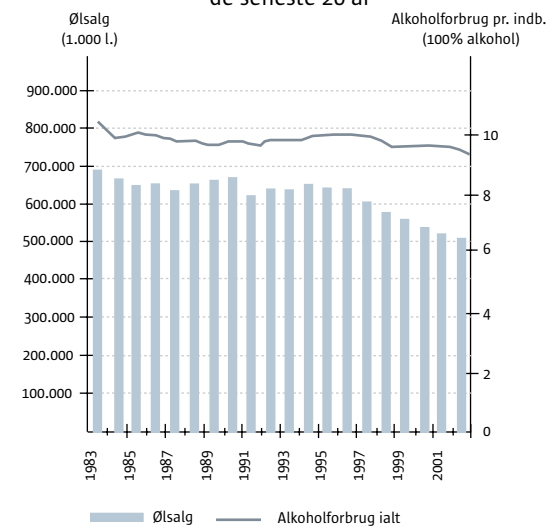
I de seneste 20 år er øls andel af danskernes alkoholforbrug faldet til i dag at udgøre lige under halvdelen af danskernes alkoholforbrug.



Kilde: Danmarks Statistik

Danskernes alkoholforbrug har været stabilt i de seneste 20 år, dog med en svagt faldende tendens. Således drak hver indbygger i Danmark i gennemsnit 9,2 liter ren alkohol i 2002, hvilket er det laveste niveau i 25 år.

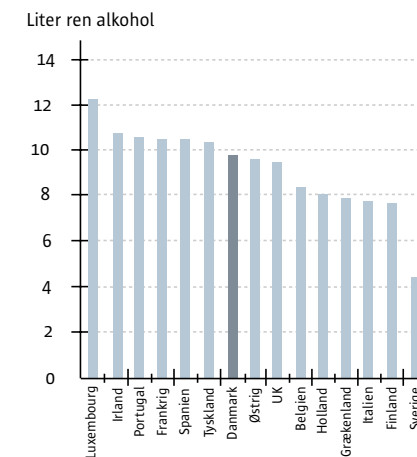
Alkoholforbrug og ølsalg i Danmark de seneste 20 år



Kilde: Danmarks Statistik

Det gennemsnitlige forbrug af alkohol pr. indbygger i Danmark er placeret i midten af alkoholforbruget i de øvrige EU-lande. [3]

Alkoholforbruget i EU i 2001 pr. indbygger



Kilde: World Drink Trends 2003

[3] En ny undersøgelse viser, at det svenske forbrug er meget højere end det officielle tal pga. stor privat indførsel, hjemmebrænderi og smugleri. Det svenske forbrug var i 2002 på 9,9 liter pr. person over 14 år. Kilde: Stockholm Universitet - Centrum för socialvetenskaplig alkohol- og drogforskning 2003.

Moderat og ansvarligt forbrug er nøgleord

Øl bør drikkes med måde og ansvar. Men hvad er ”moderat” og ”ansvarligt”? - Det afhænger af personen, situationen og de øvrige omgivelser.

Bryggeriforeningen definerer et moderat og ansvarligt forbrug af øl, som: At drikke indenfor de grænser dit helbred sætter, det samfund du lever i og dine forpligtelser overfor din familie og venner.

Der er situationer, hvor et moderat forbrug af alkohol kan være for meget. Det er bl.a. i forbindelse med graviditet, hvis man skal køre bil, eller hvis man tager visse typer af medicin.

Dvs. et moderat og ansvarligt forbrug kan være 1 øl eller 3 øl – eller udelukkende indtag af alkoholfrie drikke – alt afhængig af situationen.

Genstandsgrænser

Sundhedsstyrelsen har fastsat maksimale genstandsgrænser for voksne mænd og voksne kvinder på hhv. 21 og 14 genstand om ugen. Disse genstandsgrænser bakker Bryggeriforeningen fuldt op om.

Det illustreres bl.a. ved, at bryggeribranchen genstandsmærker emballagen, så forbrugerne kan se på etiketten, hvor mange genstande emballagen indeholder.

Selvom de anbefalede maksimale genstandsgrænser henviser til det ugentlige forbrug, skal forbruget ikke ”spares op”, således at man indtager mange genstande på én gang. Alkohols indvirkning på kroppen er meget forskellig alt efter, hvor mange genstande man drikker ad gangen.

Øl er en voksendrik

Øl er en lav-alkoholholdig drik, som skal nydes af voksne – ikke af børn.

Børn og øl hører ikke sammen. Børn skal ikke drikke øl.

Alligevel er der større børn, der drikker alkohol, og nogle unge, som drikker for meget alkohol.

Uanset årsagerne til dette, har bryggeribranchen ingen ønsker om en lav debutalder eller at unge drikker for meget.

Bryggeribranchen ønsker, at forbrugerne skal have et naturligt forhold til øl – og for tidlig debutalder og/eller overforbrug af øl skaber ikke et naturligt forhold til øl.

Bryggeriforeningen mener, at det er helt afgørende at tage hensyn til børn og unge. Børn skal ikke drikke alkohol, og det er meget vigtigt, at der er en klar adskillelse mellem børne-, unge- og voksenmiljøer.

Bryggeriforeningen bakker derfor op om en salgsforbudsalder, der understøtter adskillelsen mellem børne- og ungekultur.

Der har siden 1998 været en salgsforbudsalder og siden er andelen af børn, som køber alkohol faldet [4]. Men ethvert barn, som får lov at købe alkohol, er ét barn for meget. Loven skal overholdes og håndhæves.

Bryggeriforeningen mener, at det er uacceptabelt at fremstille eller indikere beruselse som smart eller attraktivt. Det er aldrig smart at være fuld – uanset hvor gammel man er.

[4] Andelen af børn under salgsaldersgrænsen, som har købt alkohol i butikker faldt fra 1998 til 2001 med 25 pct. ifølge Sundhedsstyrelsens ”Unge alkoholvaner 1997-2001” (2002)

De 2 seneste undersøgelser af børn og unges alkoholadfærd [5] viser samstemmende, at der er sket positive ændringer i deres omgang med alkohol – både i løbet af de seneste år og også hvis man sammenligner med udviklingen på længere sigt i de sidste 20 år.

Undersøgelserne peger på, at alkohol-debutalderen er steget væsentligt, at færre har været fulde, og at de som drikker, drikker færre genstande.

Undersøgelserne peger også på, at forældres holdning og accept af deres børn og unges alkoholforbrug har meget stor indflydelse på både alkohol-debutalderen og alkoholforbruget.

Forældreansvar

De unges drikkevaner er først og fremmest forældrenes ansvar. Og forældrenes indflydelse på deres børn har meget stor betydning for de unges vaner – helt op i 16-20-års alderen. [6]

Forældre fungerer som rollemodeller, og derfor er det vigtigt, at forældre og unge taler om alkohol og alkoholforbrug, for at forældre og de unge bliver bevidste om deres respektive holdninger – m.h.p. at hjælpe de unge med at overholde deres egne grænser.

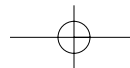
Forældre bør følge op på de aftaler, de har lavet med de unge, for at sikre, at de bliver overholdt og for at tydeliggøre, at aftalerne menes alvorligt.

Kenneth: "Forældre skal også holde øje med, at man overholder aftaler, og at man rent faktisk tager over til sin kammerat, som man har sagt, og ikke går på bartur nede i byen. Og hvis man bryder en aftale, skal de ikke være ligeglade."

Kilde: GODAs forældrekontrakt

[5] Sundhedsstyrelsen (2003): "Børn, unge og alkohol 1997-2002" og Københavns Universitet, Institut for Folkesundhedsvidenskab (2003): "Skolebørnsundersøgelsen 2002"

[6] Se bl.a. Sundhedsstyrelsen m.fl. (2003): "Unge livsstil og dagligdag 2001"



Det er vigtigt, at samfundet, herunder Bryggeriforeningen, understøtter og hjælper børn og unge med at undgå overforbrug af alkohol.

GODA – Gode Alkoholdninger

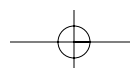
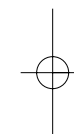
Bryggeriforeningens informations-aktiviteter om alkohol sker gennem GODA - Foreningen for Gode Alkoholdninger, som Bryggeriforeningen stiftede i 1993 sammen med Foreningen af Danske Spiritusfabrikanter og Vin og Spiritus Organisationen i Danmark.

GODAs formål er at fremme den gode alkoholkultur, og derigennem modvirke og reducere misbrugssituationer.

GODA arbejder selvstændigt for at fremme specielt unges forståelse for en fornuftig alkoholadfærd, og har udpeget følgende områder, som højt prioriterede:

- Unge og alkohol
- Forælderrollen og alkohol
- Trafik og alkohol
- Formidling af forskning om alkohol

GODA prioriterer den direkte, målrettede kommunikation og dialog med unge og samarbejder med både nationale og lokale myndigheder om dette arbejde, bl.a. Rådet for Større Færdselssikkerhed og en række amter.



Information og kampagner

Bryggeriforeningen bakker op om kampagner og initiativer, som har til formål at reducere alkoholmisbrug.

Bryggeriforeningens opfattelse er, at den bedste og mest effektive måde at modvirke alkoholmisbrug og fremme et moderat og ansvarligt alkoholforbrug sker gennem oplysning, kommunikation og dialog, som er målrettet relevante målgrupper med differentierede budskaber.

Målrettet kommunikation kan sikre, at kampagner og andre tiltag når modtageren og får indflydelse på adfærden, således at budskabernes effektivitet optimeres – og at budskaberne ikke fejlopfattes.

Målrettet dialog er nødvendig overfor de mest udsatte børn og unge, som ikke selv kan ændre deres sundhedsadfærd blot på baggrund af information [7]. Indsatsen kræver et helhedssyn på en persons tilværelse, hvor alkoholmisbrug ofte kun er en del af problemstillingen.

Derfor er det vigtigt, at såvel forebyggelse som behandling tager udgangspunkt i andet og mere end blot selve alkoholforbruget og beruselsen.

Bryggeriforeningens bidrag sker gennem GODA.

Lovgivning løser ikke alle problemer

Alkoholmisbrug bunder ofte i komplekse problemstillinger og kan være symptom på andre problemer, som kan være socialt eller psyko-socialt betingede.

Derfor vil lovgivning aldrig kunne løse alkoholproblemerne i et samfund, selvom lovgivning ofte kan virke tillukkende og nemt, hvis man står over for et komplekst problem.

[7] Se f.eks. "Sundhed og sårbarhed" (2002) af B. Jensen

Indskrænkning af tilgængeligheden af alkoholholdige drikkevarer kan dog i særlige tilfælde være nødvendig, hvis alle andre metoder har vist sig ikke at have nogen effekt, eller hvis det drejer sig om særligt udsatte grupper.

Men lovgivningen løser ikke selve problemet - det kræver information og dialog.

Samarbejde

Bryggeriforeningen tror på, at reel dialog og samarbejde sikrer de bedste løsninger. Resultaterne er de vigtigste.

Hvis samarbejde mellem private og offentlige institutioner kan skabe bedre resultater, så skal disse søges – uanset om det gælder forebyggelse eller regler for markedsføring.

Udskænkning i restaurationer

Bryggeriforeningen ønsker at forbrugerne oplever og færdes i trygge miljøer, hvis de vælger at få serveret øl på restaurationer, diskoteker, caféer, værtshuse o.lign.

To vigtige faktorer til at sikre dette er:

- at overholde restaurationslovens bestemmelser om ikke at udskænke til personer, som ved yderligere indtagelse af alkohol kan være til fare for sig selv eller til fare eller ulempe for andre.
- at udskækningspersonale uddannes til at kunne håndtere aggressive og evt. berusede gæster. Udskækningspersonale skal have mulighed for at kunne foregribe f.eks. optræk til vold, så ballade, trusler o.lign. forhindres.

GODA udarbejder kurser for personale i caféer og restaurationer i bl.a. konfliktløsning for at forbedre og sikre gode udskækningsmiljøer.

Bryggeriforeningen anser det for meget vigtigt, at forbuddet mod at servere alkohol til unge under 18 år overholdes. Helt unge mennesker skal ikke færdes påvirkede i udskænkingsmiljøer.

Det er samtidigt vigtigt, at alle parter bakker op om, at unge under 18 år ikke må skænke eller servere alkoholholdige drikkevarer.

Markedsføring

Markedsføring er i dag en naturlig del af både forbrugernes og virksomhedernes hverdag.

I lyset af at alkoholholdige drikkevarer kan misbruges, ønsker Bryggeriforeningen, at markedsføringen af alkoholholdige produkter skal være underlagt særlige regler. De nuværende regler har været i brug siden 2000.

Markedsføringsreglerne for alkoholholdige drikke blev udarbejdet i 2000, og Erhvervsministeriet nedsatte ved den lejlighed et udvalg – Håndhævelsesudvalget – med en uafhængig formand, som behandler klager over markedsføring af alkoholholdige drikkevarer.

Reglerne sikrer bl.a. at markedsføring af alkohol aldrig må ske overfor børn og unge under 18 år, hvilket Bryggeriforeningen fuldt ud støtter og bakker op om.

Regelsættet fastslår desuden, at markedsføringen ikke må give udtryk for, at indtag af alkohol kan fremme præstationer eller give øget succes – eller opfordre til uansvarligt eller umådeholdent forbrug af alkohol.

Regelsættet og information om klageadgang kan ses på Bryggeriforeningens hjemmeside:
www.bryggeriforeningen.dk

Reklamers effekt

Talrige undersøgelser viser, at ølreklamer ikke øger forbruget af øl, men flytter markedsandele mellem forskellige ølmærker og mellem f.eks. øl og vin.

Markedsføring positionerer produkter over for hinanden, dvs. markedsføring er en del af konkurrencen om markedsandele.

Opdateret dokumentation og information om reklamers effekt kan hentes på Bryggeriforeningens hjemmeside www.bryggeriforeningen.dk

Påvirkning af helbredet

Mange undersøgelser har igennem årene påvist, at et moderat forbrug af øl kan beskytte mod en lang række sygdomme, f.eks. hjertekarsygdomme, knogleskørhed og galdesten.

De positive helbredseffekter på bl.a. hjertekarsygdomme og hjerteanfald er bl.a. blevet anerkendt af WHO i ”WHO Health Report 2002”^[8]

Nogle forskningsprojekter har forsøgt at forbinde de positive helbredseffekter med forskellige alkoholholdige drikke. Men megen nyere forskning peger på, at det primært er alkoholen, som er den beskyttende faktor i forbindelse med de positive helbredseffekter.

Et for stort indtag af alkohol vil imidlertid ikke medføre de positive effekter, men vil føre til negative helbredseffekter – både på kort og langt sigt.

[8] Se kapitel 4 i ”WHO Health Report 2002”

Internationalt samarbejde

Det er ikke kun den danske bryggeriforening, som er optaget af at medvirke til at fremme det ansvarlige og moderate forbrug af øl.

I den europæiske bryggeriforening "The Brewers of Europe" samarbejder Bryggeriforeningen med de øvrige europæiske bryggeriforeninger om at udveksle erfaringer med ansvarlige markedsføringsregler, kampagner og oplysningsmateriale om unge & alkohol, spirituskørsel og trygge udsænkningsteder.

Samarbejdet sikrer, at bryggeribranchen hele tiden bliver bedre til at medvirke til at reducere misbrugssituationer og til at fremme det **ansvarlige** og **moderate** forbrug af øl i hele Europa.

Tablet over antal genstande i en række drikkevarer

		Antal genstande
1 alkoholfri øl	(33 cl., max. 0,1% alk.vol.)	0 genstande
1 letøl	(33 cl., 2,6% alk.vol.)	1/2 genstand
1 alm. pilsner	(33 cl., 4,6% alk.vol.)	1 genstand
1 "guldløl"	(33 cl., 5,8% alk.vol.)	1 1/4 genstand
1 stærk øl	(33 cl., 7% alk.vol.)	1 1/2 genstand
1 flaske vin	(75 cl., 12% alk.vol.)	6 genstande
1 flaske vin	(75 cl., 14% alk.vol.)	7 genstande
1 lille glas spiritus	(2 cl., 38% alk.vol.)	1/2 genstand
1 stort glas spiritus	(4 cl., 38% alk.vol.)	1 genstand
1 RTD-flaske	(27 1/2 cl., 5,6% alk.vol.)	1 genstand
En genstand svarer til 12 gram alkohol		