



Verdiskaping i norske småskalabryggerier 2019/20 og effekten av Covid 19.

Noen hovedfunn:

- I tolv månedersperioden fra 2019 til 2020 skapte norske småskalabryggerier verdier for vel 2,5 milliarder kroner. Det er en nedgang på ca 6,5 % fra 2018/19 (NOK 2,7 mrd.).
- Av dette var vel 811 millioner kroner avgifter til Staten, en nedgang på ca 5,5 % fra 2018/19. (NOK 858 mill.).
- Nedgangen skyldes først og fremst en dreining fra sterkøl til svakere øltyper (Klasse A, C og D), som har lavere avgifter og lavere pris ut til forbruker. Redusert totalsalg p.g.a. Covid 19-pandemien virker også inn, spesielt svikt i salget til utelivskunder.
- Covid 19 har slått forskjellig ut for ulike kategorier småskalabryggerier: Pub- og restaurantbryggerier er særlig hardt rammet, endel bryggerier har hatt økt salg gjennom dagligvare og egne utsalg, mens flertallet har hatt redusert salg.
- Reduserte alkoholavgifter for småskalabryggerier fra 01.01.2019 gir noe lavere avgiftsinngang enn for perioden 2018/19.

Analysen dekker 12-månedersperioden f.o.m. august 2019 t.o.m. juli 2020 og omfatter 133 bryggerier som rapporterte i dette tidsrommet.

Verdiskaping er definert som summen av all omsetning av småskalabryggerienes øl ut til forbruker, gjennom dagligvarehandel, Vinmonopolet, utelivssteder og egne utsalg. Prisene inkluderer alle avgifter til staten.

Småskalabryggerier er definert som bryggerier med årlig salgsvolum under tre millioner liter. Per i dag er det to bryggerier som har årlig salg på vel en million liter, alle de øvrige har i hovedsak langt lavere salg.

Småskalabryggeriene preges av lokal tilhørighet, men har svært ulik karakter innbyrdes. Noen er rene produksjonsbryggerier, til dels med nasjonal distribusjon og leieproduksjon for sk «gjøkebryggerier», andre er gårdsbryggerier, pubbryggerier, hotellbryggerier, lokale mikrobryggerier eller kombinasjoner av disse.

KILDER:

1. Omsetningstallene rapporteres månedlig til Bryggeri- og Drikkevareforeningen (BROD) fra alle medlemmer, fordelt på skatteklasser, salgskanaler og emballasjetyper. Sluttsummene skal være identiske med de volumene som rapporteres til Skattedirektoratet og Helsedirektoratet.
2. Analysen omfatter 1.596 rapporteringsmåneder fordelt på 133 bryggerier.
3. Utsalgsprisene er beregnet ut fra prislister hos Vinmonopolet, dagligvarekjedene og et utvalg serveringssteder. Imidlertid må disse prisene bygge på en viss grad av skjønn.
4. **For vurdering av mulige feilkilder og mer detaljert info om datagrunnlaget, se side 11.**

BEREGNINGSGRUNNLAG

01.01.2019 ble det innført reduserte alkoholavgifter i Klasse D for småskalabryggerier med lavere årsproduksjon enn 500.000 liter. Denne avgiftsreduksjonen er bakt inn i beregningen av avgifter til staten, men den antas ikke å ha påvirket pris til forbruker.

I 2019 var det en miljøavgift på kr. 0,41 per enhet for glassflasker. Etter at det i 2020 ble godkjent en returandel på over 95 %, falt miljøavgiften bort. Vi harv derfor beregnet en miljøavgift for glassflasker på kr. 0,17 per enhet (snittet for perioden august 2019 – juli 2020).

Beregningen av literpris ut til forbruker bygger på de prisene som ble brukt i analysen for 2018/19 + en indeksregulering på 1,7 %:

Beregningsgrunnlag: Pris per liter ut til forbruker

Dagligvare / uteliv	Kl. A	65,85
Dagligvare / uteliv	Kl. B/C	79,01
Dagligvare	Kl. D	116,50
Vinmonopol	Sterkøl	170,18
Uteliv	Kl. D	337,33
Uteliv	Sterkøl	445,72

Beregningsgrunnlag: Avgifter til Staten

Alkoholavg. Kl A	-	per liter
Alkoholavg. Kl B/C:	12,00	per liter
Alkoholavg. Kl D:	22,83	per liter
Alkoholavg. Sterkøl	38,33	per liter
Grunnavgift	1,23	per enhet
Miljøavgift, glass	0,17	per enhet
MVA alkoholfritt - 15 % av NOK 21.253.746	318 806,90	
MVA alkohol - 25 % av NOK 2.005.091.164	501 272 791,00	

Omsetning og verdiskaping i norske småskalabryggerier

Småskalabryggerienes salg av liter per avgiftklasse							
	2018 / 2019			2019 / 2020			
AVGIFTSKLASSER	Liter	%-andel småbryggerier	%-andel Norge totalt	Liter	UTVIKLING i %	%-andel småbryggerier	%-andel Norge totalt
Alkoholfritt øl (KI A)	285 394	2,5 %	4,3 %	371 174	30,1 %	3,2 %	4,6 %
Alkoholsvakt øl (KI B og C)	59 966	0,5 %	0,9 %	70 129	16,9 %	0,6 %	0,9 %
"Butikkøl" (KI D)	8 300 031	71,9 %	91,6 %	8 405 270	1,3 %	73,1 %	91,8 %
Sterkøl	2 902 697	25,1 %	3,2 %	2 645 478	-8,9 %	23,0 %	2,6 %
Totalt salg:	11 548 088	100,0 %	100,0 %	11 492 051	-0,5 %	100,0 %	100,0 %

- Småskalabryggeriene brygger en vesentlig større andel sterkøl (23%) enn snittet for alt øl som brygges i Norge (2,6%).
- Andelen svakere øl økte imidlertid i 2019/20 på bekostning av sterkøl.
- Småskalabryggerienes totale salg falt med 0,5 % fra 2018/19 til 2019/20.

Verdiskaping, norske småskalabryggerier (pris til forbruker)							
		2018 / 2019			2019 / 2020		
AVGIFTSKLASSER / KANAL		Liter	Pris per enhet	Sum	Liter	Pris per enhet	Sum
Klasse A	Butikk	285 394	65,00	18 550 610	371 174	65,85	24 441 808
Klasse B/C	Butikk	59 966	78,00	4 677 348	70 104	79,01	5 538 917
Klasse D	Butikk	5 331 735	115,00	613 149 525	5 949 324	116,50	693 096 246
Sterkøl	Vinmonopolet	463 007	165,00	76 396 155	725 435	170,18	123 454 528
Klasse D	Uteliv	2 968 296	310,00	920 171 760	2 455 971	337,33	828 472 697
Sterkøl	Uteliv	2 439 690	440,00	1 073 463 600	1 920 043	445,72	855 801 566
		11 548 088		2 706 408 998	11 492 051		2 530 805 763

- Småskalabryggeriene sto for en samlet årlig verdiskaping på vel 2,5 mrd. kroner, mot 2,7 mrd. i 2018/19.
- Salg fra serveringssteder sto for to tredjedeler (66,6 %) av verdiskapingen i 2019/20 mot 71,4 % i 2018/19.
- I 2019/20 økte omsetningen fra dagligvarehandel og Vinmonopol (+ 18,8 %), mens omsetningen i uteliv falt med – 15,5 %.

Avgifter til staten fra norske småskalabryggerier							
		2018 / 2019			2019 / 2020		
		Liter / Enheter	Avgift per liter / enhet	Sum	Liter / Enheter	Avgift per liter / enhet	Sum
Alkoholavgift	Klasse B/C	59 966	10,00	599 660	70 104	12,00	841 248
Alkoholavgift	Klasse D	8 300 031	22,40	185 920 694	8 405 270	22,83	191 892 314
Avgiftsrabatt*	Klasse D		<i>Differensiert, 7 mnd</i>	- 7 747 670		<i>Differensiert, 12 mnd</i>	- 12 457 749
Alkoholavgift	Sterkøl (7,5 %)	2 902 697	37,80	109 721 947	2 645 478	38,33	101 401 172
Grunnavgift	Flaske / boks	21 055 944	1,21	25 477 692	20 137 608	1,23	24 769 258
Miljøavgift**	Glassflaske	10 891 103	0,41	4 465 352	3 723 485	0,17	632 992
Moms Kl. A	15 % av pris	18 559 610	16 138 791	2 420 819	24 441 808	21 253 746	3 188 061,90
Moms, alkohol	25 % av pris	2 687 858 388	2 150 286 710	537 571 678	2 506 363 955	2 005 091 164	501 272 791,00
				858 430 172			811 540 088
* Redusert alkoholavgift for småskalabryggerier, innført 01.01.2019							
** Miljøavgiften var 0,41 kr i 2019 og ble fjernet i 2020. Kr. 0,17 er snitt for 12-månedersperioden							

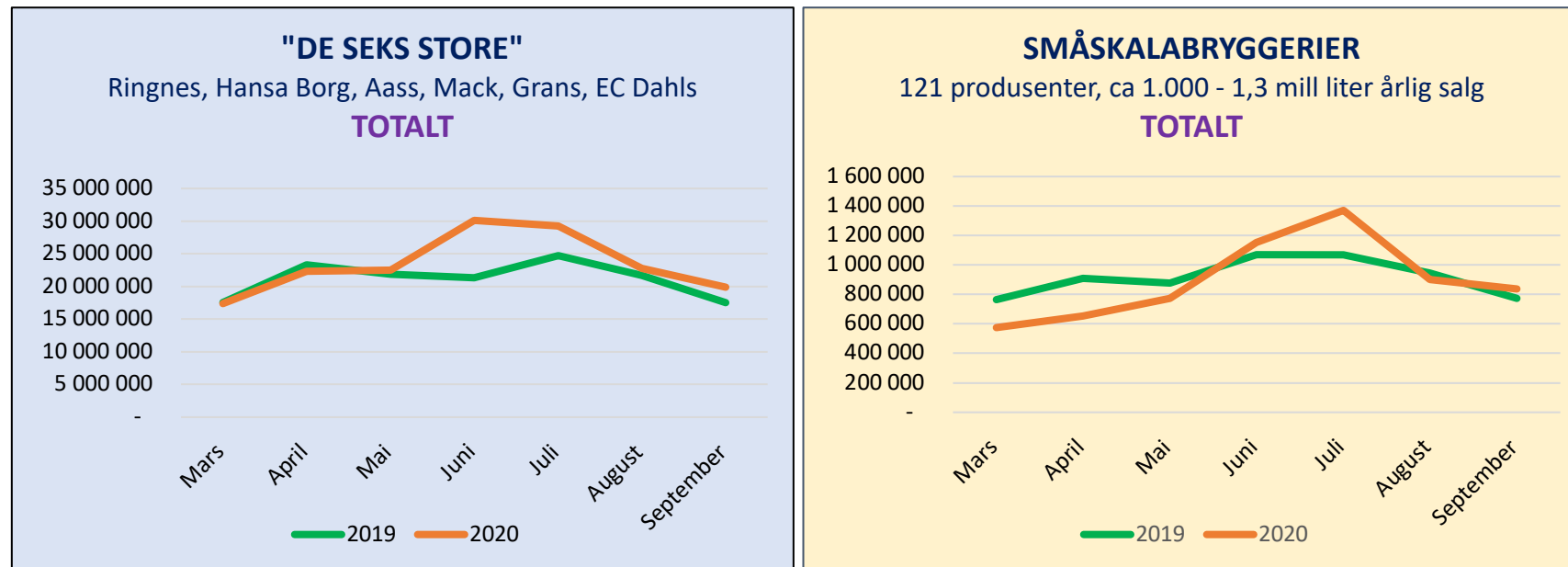
- I perioden 2019/20 skaffet småskalabryggeriene 811,5 millioner kroner i inntekt til Staten. (858,4 mill. kr. i 2018/19.)
- Dette utgjorde 32,1 prosent av den samlede omsetningen, mot 31,7 % i 2018/19.

Korona-effekten i norsk bryggeribransje

12. mars 2020 ble det innført korona-restriksjoner, som i betydelig grad har påvirket bryggerinæringen:

- Periodevis full nedstenging av utelivet, begrensede skjenketider og tak på antall gjester.
- Stengte grenser, både mht til ut- og innreise.

Koronatiltakene har imidlertid slått ulikt ut for store og små bryggerier:

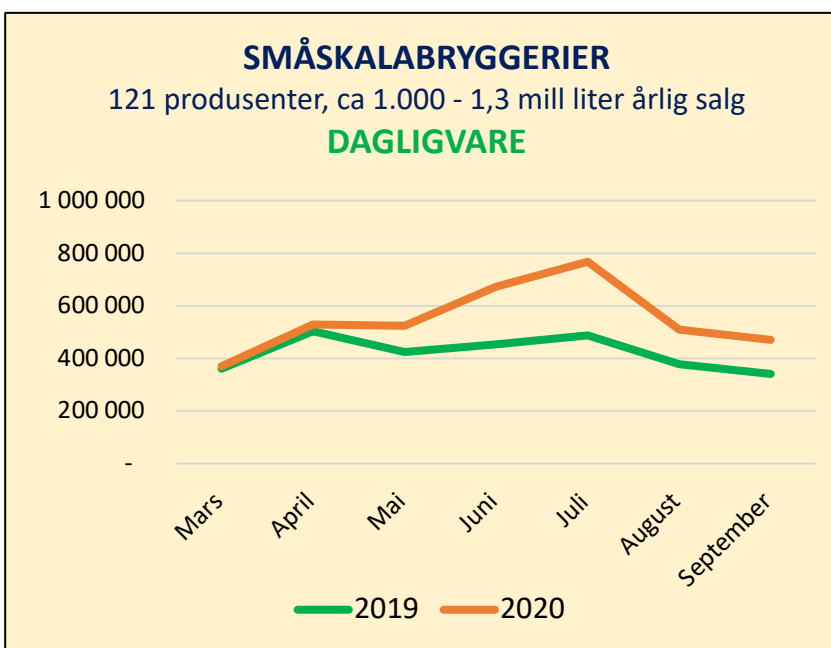
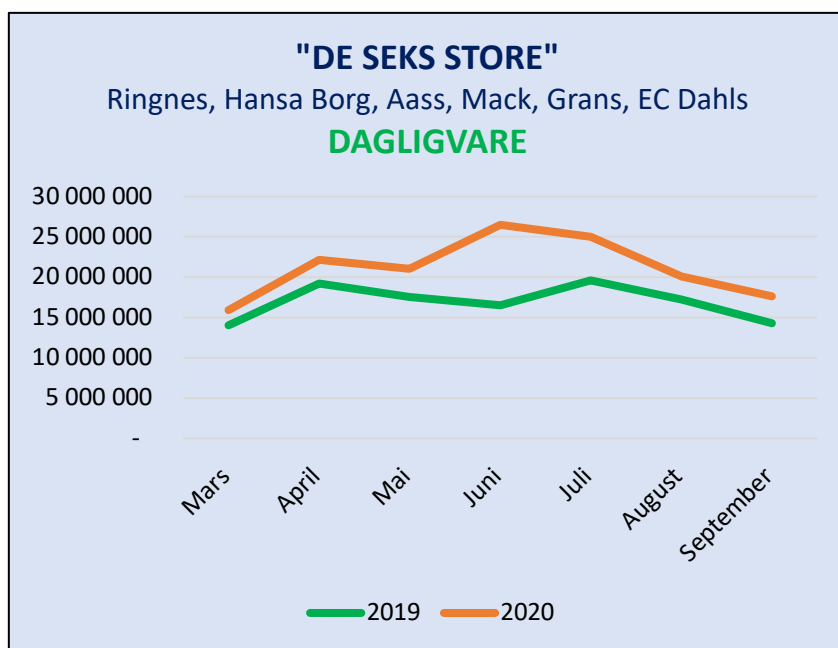


TOTALT ØLSALG: Utvikling i perioden mars – september 2020:

- Alle bryggerier hadde betydelig vekst i feriemånedene, særlig juni og juli, men totalsalget fordeler seg ulikt:
- «De seks store» økte det totale ølsalget med + 11 %, sammenlignet med mars til september i 2019. Nedgangen var størst i april med - 4 %, veksten var størst i juni: + 41 %.
- Småskalabryggeriene fikk redusert sitt salg med - 2 % i perioden. Fallet var størst i april med - 28 %, veksten størst i juli med + 28 %.

Koronaeffekten i DAGLIGVAREHANDELEN

Hel eller delvis nedstenging av utelivet, kombinert med stadig mindre reising og stengte grenser førte umiddelbart til økt ølsalg i dagligvarehandelen. Grensehandel, taxfree-salg og smugling ble kraftig redusert. I ferisesongen mistet bransjen nesten alt salg til utenlandske turister, men samtidig ferierte de fleste nordmenn i Norge. Småskalabryggeriene profiterte, relativt sett, mest på det.

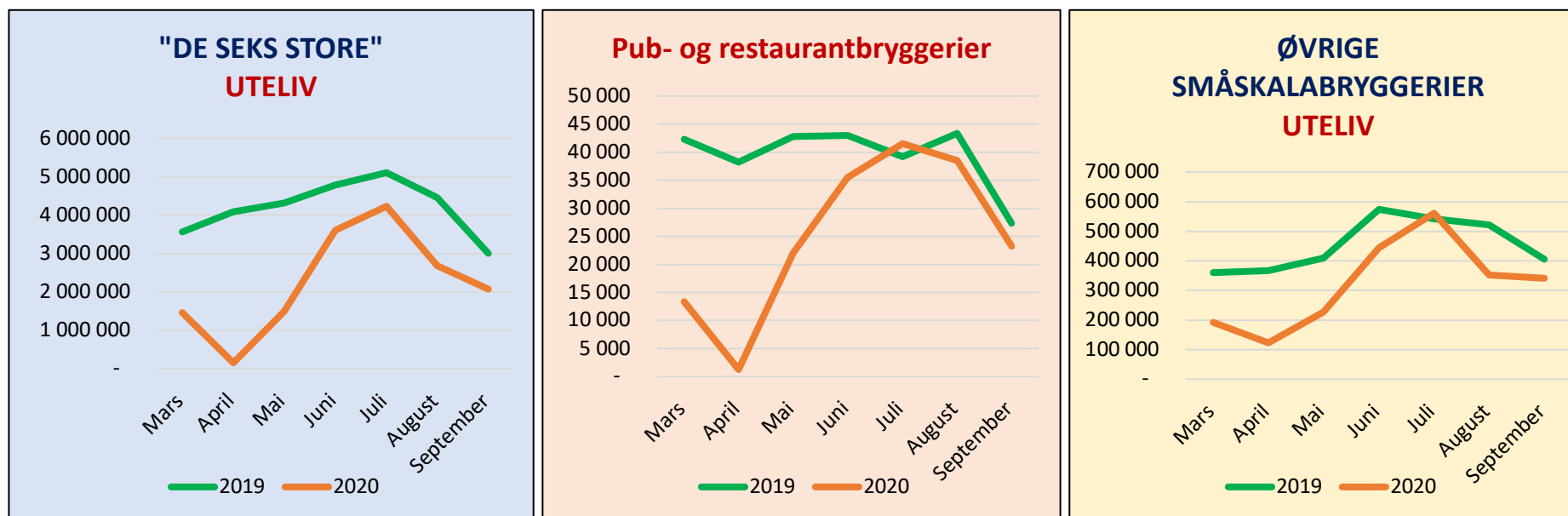


ØLSALG TIL DAGLIGVAREHANDELEN: Utvikling i perioden mars – september 2020:

- **Alle bryggerier** hadde vekst i dagligvare etter at uteliv og grenseoverganger ble helt eller delvis stengt ned.
- **«De seks store»** økte salget til dagligvare med **+ 25 %**, sammenlignet med mars til september i 2019. Økningen var størst i juni med **+ 60 %**, veksten var svakest i mars med **+ 13 %**.
- **Småskalabryggeriene** økte sitt salg med **+ 30 %** i perioden. Veksten var størst i juli med **+ 57 %** og svakest i mars med **+ 2 %**.

Koronaeffekten i UTELIVET

Koronarestriksjonene i utelivet rammet hele bryggeribransjen, men særlig rammet er bryggerier som helt eller i stor grad baserer seg på salg i- og til uteliv. Det gjelder svært mange småskalabryggerier. Pub- og restaurantbryggerier er naturligvis hardest rammet.



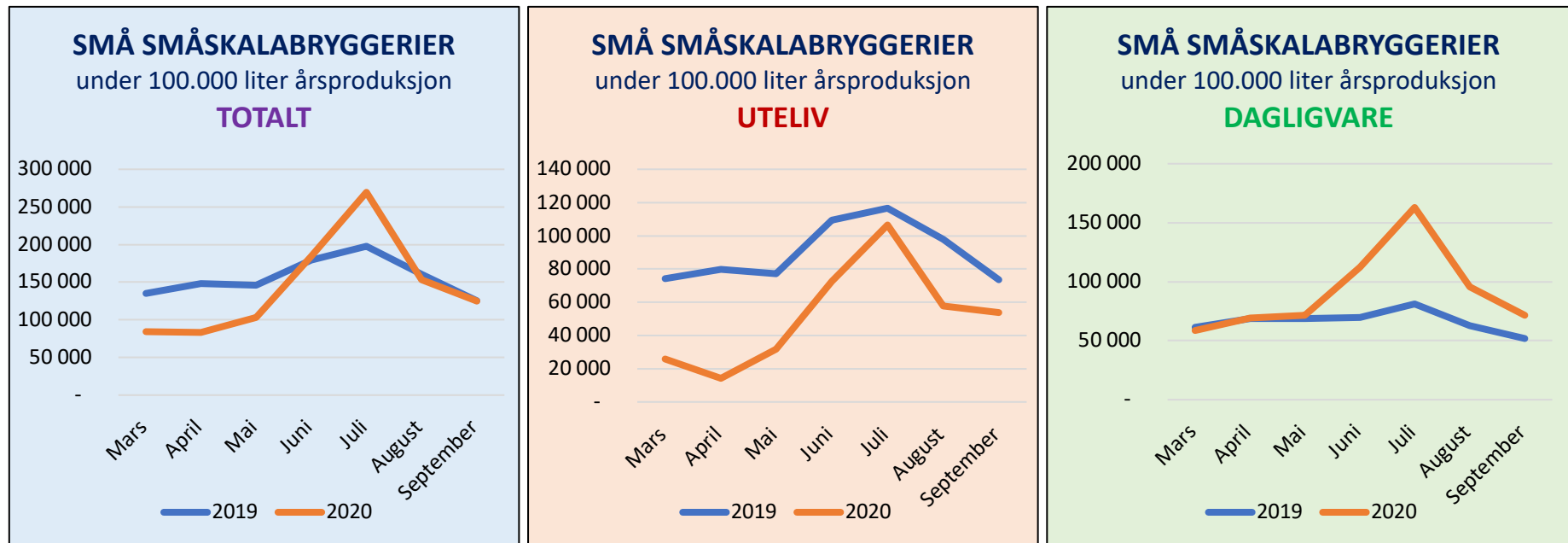
ØLSALG TIL UTELIVSSEKTOREN: Utvikling i perioden mars – september 2020:

- **Alle bryggerier** hadde fall i utelivet etter at det ble helt eller delvis stengt ned.
- **For de «De seks store»** falt salget til uteliv med **- 46 %** sammenlignet med mars til september i 2019. Fallet var størst i april med **- 96 %**. Den beste måneden var juli med **-17 %**.
- **Pub-og restaurantbryggeriene** hadde en nedgang på **-35 %** i perioden. Fallet var størst i april med **- 97 %**, mens de i juli hadde en vekst på **+ 6 %**.
- **For de øvrige småskalabryggeriene** falt salget til utelivet med **- 31 %** i perioden. Fallet var størst i april med **- 69 %**, mens de i juli hadde en vekst på **+ 4 %**.

Små småskalabryggerier: Flest tapere

79 småbryggerier brygger under 100.000 liter øl årlig. Flertallet av dem ligger i det nedre sjiktet: 68 av dem selger mindre en 50.000 liter årlig.

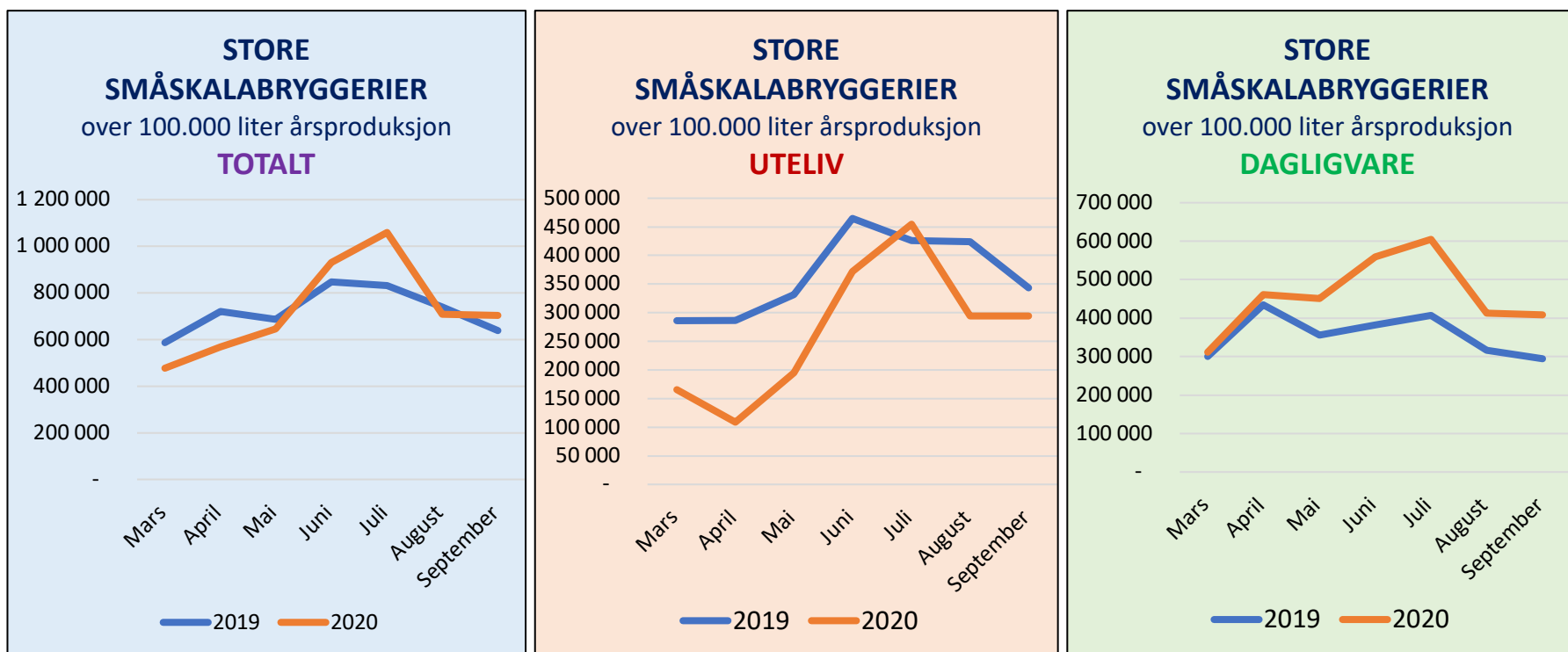
- 42 av de 68 minste bryggeriene har hatt redusert salg under koronatiltakene, mens 26 hadde økt salg.
- Av de 11 bryggeriene med salg mellom 50.000 og 100.000 liter årlig, har sju hatt økt salg, fire har hatt redusert.
- Det virker åpenbart at jo større ressurser et bryggeri rår over, jo større er muligheten for å tilpasse seg raske endringer i markedet, bl.a. ved økt satsing på egne utsalg og tilbud om gratis hjemkjøring.



- De 79 minste småskalabryggeriene hadde en samlet salgsnedgang på **- 8 %** fra mars til september. **Nedgangen var størst i april med - 44 %**. Imidlertid var det vekst i juni **(+ 3 %)** og i juli **(+ 36 %)**.
- I uteliv hadde disse bryggeriene en nedgang i salget på **- 42%**. **Nedgangen var størst i april med - 82 %**.
- I dagligvare hadde disse bryggeriene en samlet vekst på **+ 38 %** i perioden. Særlig i feriemånedene var det sterk vekst, **helt opp til + 101 % i juli**. Etter alt å dømme p.g.a. nordmenn på Norgesferie som ble fristet av lokalt øl i dagligvarehyllene.

Store småskalabryggerier: Fifty / fifty tap og gevinst

18 småskalabryggerier selger årlig fra 100.000 til vel 1 million liter øl. Av disse har ni hatt økt salg under koronatiltakene, ni har hatt redusert salg. Det er vanskelig å lese ut av statistikken hvorfor noen har lyktes bedre enn andre, bortsett fra at enkelte bryggerier som fra før hadde høy andel salg til dagligvare, har økt både volum og andel betydelig.



- **Samlet** hadde de 18 største småskalabryggeriene en vekst på **+ 1 %** fra mars til september. **Nedgangen var størst i april med - 21 %**. Imidlertid var det vekst i juni (**+ 10 %**), juli (**+ 27 %**) og september (**+10 %**).
- **I uteliv** hadde disse bryggeriene en nedgang i salget på **- 26 %**. **Nedgangen var størst i april med - 62 %**, mens juli-salget økte med **+ 7 %**.
- **I dagligvare** har det vært vekst under hele korona-perioden, **helt opp til + 49 % i juli**.

MULIGE FEILKILDER / VURDERINGER AV DATAGRUNNLAGET:

1. Feilrapportering vil forekomme fra enkelte aktører, men evt feil kan slå begge veier, så sluttsummene må antas å være korrekte.
2. Det er ikke mulig, uten betydelig ressursbruk, å beregne helt nøyaktige priser.
3. Lervig Aktiebryggeri (det største av småskalabryggeriene) meldte seg ut av BROD i 2018 og sluttet å rapportere salg. For Lervig er benyttet salgstill for 2017, som trolig er noe lavere enn det reelle salget i perioden august 2019 til juli 2020.
4. Et lite antall svært små bryggerier er ikke tilsluttet BROD og rapporterer heller ikke salg. Deres omsetning inngår derfor ikke i analysen.
5. Småskalabryggerienes produksjon i Skatteklasse A (alkoholfritt) og Klasse B og C (alkoholsvakt) er beskjedne (3,8 % av totalvolumet). Datagrunnlaget gjør det ikke mulig å beregne fordelingen av salg mellom dagligvarehandel og uteliv for disse produktene. Ettersom salg gjennom dagligvare antas å utgjøre størstedelen av volumet, er det her benyttet prisanslaget for dagligvare.
6. I salgsrapportene til BROD skiller det ikke mellom salg til Vinmonopolet og utelivet. Vi har foretatt en fordeling ut fra Vinmonopolets salgstill for enkeltprodusenter og brands. Fordelingen antas å ligge svært nær virkeligheten.
7. Literprisen for øl i utelivet er høyere for produkter på flaske/boks enn produkter på fat. Ut fra bryggerienes rapporter av emballasjetyper, har vi beregnet en snittpris i utelivet som skal omfatte både salg fra fat og flaske/boks.
8. En nøyaktig beregning av emballasjeavgiftene forutsetter presise data for emballasjestørrelser for de enkelte øltyper og bryggerier. De aller fleste bryggerier bruker i dag 0,33 l boks eller flaske, men enkelte bruker også 0,44 l, 0,5 l og / eller 0,75 l. Ettersom grunnavgiften beregnes per enhet har vi valgt å bruke 0,36 l som snitt-enhet for flaske/boks for å beregne disse avgiftene.
9. Glassflasker hadde t.o.m. 2019 miljøavgift per enhet på 0,41 kr. per enhet. Etter at det ble godkjent en returandel på over 95 prosent i 2019 bortfalt miljøavgiften for 2020. For enkelthets skyld er det beregnet miljøavgift på 0,17 kr. for hele perioden (5/12 av 0,41 kr.)
10. For å spare tid er avgiftsklassene B og C slått sammen til én klasse. Avgiftene her spenner riktignok mellom kr 3,51 (B) og kr. 13,18 (C) per liter, men ettersom KI C-øl utgjør den helt dominerende produktgruppen er det valgt et snitt på kr. 12,00 per liter. Volumene i Klasse B og C er svært små (0,6 % av totalt volum), så dette gir ikke utslag av betydning.
11. For sterkøl (over 4,7 % ABV) er alkoholavgiften kr 5,11 pr alkoholprosent / liter. Styrken på sterkøl varierer mellom 5,0 % ABV og 19,5 % ABV. Den desidert største andelen av produktene ligger på ca 6,5 % ABV, mens en relativt stor andel ligger mellom 6,5 % og 9,0 %. Vi har tatt utgangspunkt i et snitt på 7,5 % ABV for å beregne alkoholavgiften for sterkøl.

Til sammen tilsier dette at beregningene som framkommer er konservative. Den totale verdiskapingen fra småskalabryggeriene i perioden, var etter alt å dømme noe høyere enn våre tall viser.

*Petter Nome
Bryggeri- og Drikkevareforeningen
20.10.2020*