Pressmeddelande

19 december 2011

**Dryckeskollen 2011 - en rapport om dryckestrender från Carlsberg Sverige:**

**Kvinnor allt mer intresserade av öl**

**– Vill ha öllistor på restaurangerna**

**Kvinnor har blivit mer intresserade av öl och olika ölsorter. Var tredje kvinna uppger att intresset för öl har ökat under det senaste året. 63 procent av kvinnorna gillar att testa nya ölsorter och åtta av tio kvinnor kan tänka sig att beställa en öl till maten på en finare restaurang. Det är några av resultaten i årets upplaga av Dryckeskollen – en undersökning om öltrender och svenskarnas intresse för öl som genomförs av Sifo på uppdrag av Carlsberg Sverige.**

– Vi har märkt av ett ökat intresse för öl i Sverige, inte minst bland kvinnor. Det handlar mycket om kombinationen öl och mat. Vi ser till exempel att ölsorten blir allt viktigare när man dricker en öl till maten på restaurangen och medvetenheten om vilka olika sorters öl som passar till en viss typ av mat har ökat, Joakim Losin, ölexpert och ansvarig för specialöl på Carlsberg Sverige.

Öl är det mest populära dryckesalternativet på restaurangen. 55 procent av svenskarna dricker helst en öl till maten på restaurang och åtta av tio svenskar (82 procent av männen och 76 procent av kvinnorna) skulle vilja att restaurangerna erbjöd öllistor på samma sätt som de idag har vinlistor.

De lyxiga maträtter som svenskarna helst dricker en öl till är oxfilé och löjromstoast. 28 procent av svenskarna dricker helst en öl till oxfilé medan 26 procent tycker att öl passar bäst till löjromstoast.

– Olika ölsorter kan med fördel anpassas till olika typer av mat. Undersökningen visar att svensk husmanskost fortfarande ligger i topp när det gäller vilka maträtter som svenskarna helst dricker öl till, men även amerikansk och thailändsk mat är rätter som svenskarna tycker passar bra tillsammans med öl, säger Joakim Losin.

Julmat och öl är en självklar kombination för de flesta svenskar. Dryckeskollen visar att 84 procent av svenskarna helst dricker öl till julbordet. Däremot är man inte så traditionsbunden kring att dricka samma sorts öl varje jul. 8 av 10 svenskar skulle gärna prova en ny ölsort till julmaten och endast 7 procent dricker alltid samma sorts öl till julmaten som man alltid har gjort. Endast tre procent av svenskarna föredrar vin till julmaten.

Julen är en högtid för mat och öl, men i takt med svenskarnas ökande ölintresse föredrar många att dricka öl även på nyårsafton. Hälften av männen och 20 procent av kvinnorna kan tänka sig att dricka öl till nyårsmiddagen. Nästan var tredje svensk (30 procent) kan tänka sig att skåla in det nya året med en lite lyxigare öl.

– Öl blir allt mer populärt vid olika typer av mattillfällen. Vi ser till exempel att över hälften av männen och fler än en tredjedel av kvinnorna kan tänka sig att dricka öl under parmiddagen. Nästan hälften av de svenska männen kan även tänka sig att dricka öl till bröllopsmiddagen. Här är däremot siffran för kvinnor lägre. 15 procent av Sveriges kvinnor skulle kunna tänka sig att dricka öl till bröllopsmiddagen, säger Joakim Losin.

**Fakta om Dryckeskollen 2011**

Dryckeskollen har genomförts av Sifo på uppdrag av Carlsberg Sverige. Totalt ingick 1 060 personer i åldern 20 till 79 år i undersökningen, spridda över hela Sverige. Undersökningen genomfördes under vecka 44, 2011.

**För mer information, kontakta:**

Henric Byström, PR-chef Carlsberg Sverige, 070-483 05 48, [henric.bystrom@carlsberg.se](mailto:henric.bystrom@carlsberg.se), Joakim Losin, ölexpert och ansvarig för specialöl på Carlsberg Sverige, 070-335 74 94, [joakim.losin@carlsberg.se](mailto:joakim.losin@carlsberg.se)

**Om Carlsberg Sverige**Carlsberg Sverige är Sveriges ledande bryggeri och erbjuder ett brett urval av drycker. Företaget utvecklar, tillverkar och säljer öl, mineralvatten och läsk samt distribuerar ett vin- och spritsortiment. Carlsberg Sveriges framgångar är en kombination av starka lokala och internationella varumärken, bryggartradition och hög kompetens som sträcker sig 300 år tillbaka i tiden. Carlsberg, Pripps Blå, Falcon, Ramlösa och Pepsi är några av de varumärken som ingår i sortimentet. Carlsberg Sverige ingår i den internationella koncernen Carlsberg Group, med verksamhet på 150 marknader.

Mer information på [www.carlsbergsverige.se](http://www.carlsbergsverige.se/)

**Dryckeskollen 2011**

**Sammanställning av undersökningens resultat**

**Svenskarna allt mer intresserade av öl**

* 53 procent av svenskarna skulle gärna lära sig mer om nya ölsorter
* 72 procent av svenskarna gillar att testa nya ölsorter
* 36 procent av svenskarna uppger att deras intresse för öl har ökat under det senaste året
* Det finns fortfarande en del fördomar om öl. 39 procent av svenskarna tror att välbärgade människor inte gillar att dricka öl

**Kvinnor tar gärna en öl**

* Var tredje kvinna (29 procent) uppger att deras intresse för öl har ökat under senaste året
* 37 procent av kvinnorna dricker helst en öl till maten när man äter på restaurang och åtta av tio kvinnor skulle kunna tänka sig att beställa en öl till maten på en finare restaurang
* 15 procent av Sveriges kvinnor skulle kunna tänka sig att dricka öl till bröllopsmiddagen
* 63 procent av kvinnorna gillar att testa nya ölsorter

**Öl mest populärt på restaurangen**

* 85 procent av svenskarna skulle kunna tänka sig att beställa en öl till maten på en finare restaurang
* 76 procent (78 procent av männen och 74 procent av kvinnorna) anser att ölsorten är ganska eller mycket viktig när man dricker öl till maten på restaurang
* 8 av 10 svenskar (79 procent) vill att restaurangerna ska erbjuda öllistor precis som att de har vinlistor
* 38 procent av svenskarna (48 procent av männen och 23 procent av kvinnorna) har en eller flera gånger valt ett annat dryckesalternativ än öl på restaurangen av hänsyn till sällskapet, även fast de helst ville dricka öl

**Öl en självklarhet under julen, men gärna också på nyårsafton**

* 84 procent av svenskarna dricker helst öl till julbordet och 8 av 10 svenskar skulle gärna prova en ny ölsort till julmaten.7 procent dricker samma sorts öl till julmaten som man alltid har gjort
* Endast 3 procent av svenskarna dricker helst vin till julmaten
* Hälften av de svenska männen och en femtedel av kvinnorna kan tänka sig att dricka öl till nyårsmiddagen
* Nästan var tredje svensk (30 procent) kan tänka sig att skåla in nyåret med en lite lyxigare öl

**Öl och mat**

* Oxfilé och löjromstoast är de lyxiga maträtter som svenskarna helst dricker en öl till. 28 procent av svenskarna dricker helst en öl till oxfilé. 26 procent tycker att öl passar bäst till löjromstoast. 6 procent dricker helst en öl till hummer
* Här är de maträtter som svenskarna helst dricker öl till:
  1. Svensk husmanskost
  2. Amerikans mat
  3. Indisk mat
  4. Thaimat
  5. Pasta
  6. Sushi
* Varannan svensk använder öl i maten minst någon gång om året