

Letøl blev hans skæbne

Ledelseskonsulent Henrik Wiese er træt af at sælge varm luft. Nu slår han sig på flasken med kvalitetsøl med lav alkoholprocent. Restauratører er positive

DE MODNE IVÆRKSÆTTERE

Af Susanne Tholstrup

Det går ellers fint med at sælge gode råd inden for strategi, marketing og kommunikation – alt inden for varmluftsafdelingen, som han kalder det.

Pengene kommer ind i en lind strøm. Alligevel er **Henrik Wiese** ikke tilfreds med livet.

“Der sker noget med biologien, da jeg nærmer mig de 50 år. Jeg savner en mission i arbejdslivet. Det er ikke meningsfyldt nok,” fortæller Henrik Wiese.

Øllet har været hans skæbne siden sidste sommer, hvor han kastede sig over sin nye mission på fuld tid: Salg af kvalitetsøl med lav alkoholprocent.

“Vi drikker alt for meget i Danmark. De lette øl, frokostøl, er forsvundet. Stort set i hele Europa. Og de svenske øl er ringe. Hvis jeg nu kunne stoppe bevægelsen hen imod mere og mere alkohol i øl og vin, vil det give mening for mig,” siger han og forsikrer, at han personligt elsker øl.

“Jeg er ikke missionær, men der er for mange negative ting forbundet med alkohol. Jeg vil gerne drikke en god øl til frokosten, men forblive den gode udgave af mig selv”.

Får brygget i Bayern

Han allierede sig med freelancebryggeren **Martin Engelbrecht Schau**, der sammen med fire forskellige slotsbryggerier i Bayern i Tyskland har udviklet opskrifterne på fire øl med en alkoholprocent på 2,7. Det svarer til en reduktion i såvel alkoholprocent som kalorietallet på 40 pct. i forhold til de gængse danske øl.

Under navnet **Teedawn** og med prædikatet *lowcaloric* markedsføres og sælges øllene



Sådan gør Henrik Wiese

Den tidligere ledelsesrådgiver har fundet et mere meningsfyldt indhold i livet

Af Susanne Tholstrup

- **Har formuleret en mission, som giver ham mening.** **Henrik Wiese** vil dæmpe overforbruget af alkohol og de afledte skader ved at sende først kvalitetsøl – senere vine – på markedet med omkring 40 pct. mindre alkohol.
- **Har indgået en alliance med en freelance-ølbygger.** Brygger **Martin Engelbrecht Schau** har sammen med fire tyske slotsbryggerier i Bayern udviklet opskrifter på fire øltyper, som nu markedsføres og sælges i f.eks. trendsættende restauranter i København og Nordsjælland. Det sker fortrinsvis gennem netværk og et korps af udvalgte ambassadører.
- **Har udvalgt smagsdommere i restaurationsbranchen.** Egne smagsøg er eroderet efter opvækst i GL Holte med palmin og stegemargarine. Ølsmagningen er overladt til et bredt udsnit af aktører i restaurationsbranchen, der frekventerer hustruens lederkurser.

nu til udvalgte supermarkeder og restauranter i den bedre ende i København og Nordsjælland, hvor promilleindtaget er størst.

I erkendelse af, at det er omkring metropolerne, at nye trend vokser frem, er næste stop ikke Randers, men London, hvor øllerne er vist frem og prøvesmagt på en designmesse. Den ene af Henrik Wieses lette øl, hvedeøl, kan han godt glemme alt om at sælge i England. Men de tre andre har briterne taget pænt imod i en smagstest. Metropolstrategien følger også virksomheder som **Sticks 'n' Sushi**.

Glade restauratører

Sokkelund Café & Brasserie på Frederiksberg er blandt de restauranter, der har sat de nye, lette øl på menukortet. Restauratør og indehaver **Martin Hildebrandt** tror på idéen.

“Salget udvikler sig kraftigt, om end det ikke eksploderer. Før havde vi blot en enkelt let øl på kortet, men nu er der

stor nysgerrighed om de nye øl. Folk vil vide mere om dem, selv om de ikke altid vælger dem. Vi har nu øldrillere, som tidligere valgte soft drink,” siger han og understreger:

“Min kone og jeg har efterhånden fået en robust privatøkonomi, så jeg har hældt sparepenge i mit firma og lånt lidt til opstarten”

Henrik Wiese, iværksætter, Teedawn

“Jeg tror på idéen, og jeg er god at måle på, da jeg ikke selv er øldriller. Det er et seriøst alternativ smagsmæssigt”.

Målet er at nå breakeven i 2016 og nå en omsætning på 50 mio. kr. i 2019.

Hvis iværksætteren Henrik Wieses mission flopper, er han og familien afklaret med det.

“Bare vi rokker en smule ved den her alkoholproblematik og får folk til at reflektere og debattere den, så er det ok at tabe nogle penge”.

Omvendt. Hvis det lykkes ham

at få gang i salget af det tynde øl, er næste stop udvikling af gode vine med en alkoholprocent på ikke over 8.

“Min kone og jeg har efterhånden fået en robust privat-

økonomi, så jeg har hældt sparepenge i mit firma og lånt lidt til opstarten. Med de eksterne investorer ser økonomien fornuftig ud,” siger Henrik Wiese og understreger:

“Min kone og jeg er begge drevet af andet end at tjene penge. Der skal være en mening med galskaben”.

Henrik Wiese har to investorer i foretagendet. Dels hustruens firma, **Asnæs & Vangstrup**, og en eksternt investor fundet i netværket.

stho@borsen.dk