

Ølsælger bider sig fast i nyt marked for lettere øl

Teedawn med Henrik Wiese i spidsen er på et år steget 80 pct. i omsætning og har fået 120 nye forhandlere. De slår sig op på en helt ny form hybridøl

Af Lars Düwel

Det er øl med halvt så mange kalorier og alkoholprocenter, som man normalt kender dem fra firmafesterne eller julefrokosterne. Dog uden at det ender ud i en omgang tyndt vand med en gul farve.



“Vi har lavet en hybrid på midten, der er brygget fra bunden med de rigtige råvarer efter gode tyske traditioner, så øllen får den rigtige smag, men med næsten halvt så meget alkohol og kalorier i,” fortæller **Henrik Wiese**, der er stifter og adm. direktør for virksomheden **Teedawn**. Han kalder den nye form for øl lowcaloric, da den har en alkoholprocent på 2,7.

Omsætningen er steget
Siden han i juni 2014 startede virksomheden, er det lykkedes Henrik Wiese at få flere og flere forhandlere til at lægge øl på bardisken.

Det har betydet, at omsætningen ved slutningen af 2015 var 80 pct. højere end i 2014. På grund af kommende forhandlinger med mulige investorer vil Henrik Wiese ikke



Henrik Wiese, stifter af og adm. direktør for Teedawn, oplever stadigt stigende salg af den alkohollette øl på 2,7 pct. Her er han iført lederhosen i gang med at fremvise øllen for kunderne i Inco i Købbyen i København. Foto: Magnus Møller

“Vi har et godt salg hos vores forhandlere, men vi er ikke der endnu, hvor folk kaster sig over vores varer, som var det udsalg i Andeby”

Henrik Wiese, stifter og adm. direktør, Teedawn

ud med, hvor meget Teedawn præcist omsætter for. Den stigende omsætning skyldes primært, at antallet af forhandlere i den samme periode er gået fra 20 til 140. Alene i sidste uge

røg syv nye forhandlere ind i folden.

“Vi har godt salg hos alle vores forhandlere. Vi er ikke der endnu, hvor folk kaster sig over vores varer, som var det udsalg i Andeby, men vi bruger rigtig meget energi på at være ude at fortælle vores historie for vores kunder,” fortæller Henrik Wiese.

En historie som i bund og grund går på, at danskerne drikker for meget alkohol, og at man derfor sagtens ville kunne skifte nogle af øllene ud med den lettere version. Senior brand manager hos **Carlsberg, Jeppe Boel**, nikker anerkendende til Henrik Wieses mission.

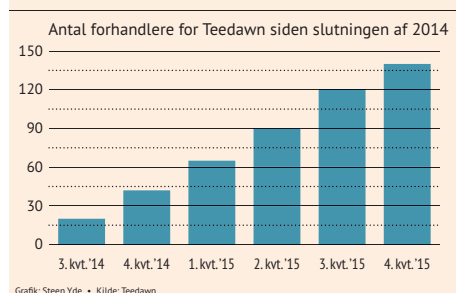
“Jeg er meget enig med ham i,

at det er et marked, som tapper ind. Vi har selv fokus på, hvordan man kan bibeholde en masse smag samtidig med, at

man ikke får så meget alkohol i kroppen,” siger Jeppe Boel.

Lige nu har Henrik Wiese markedet for øl med 2,7 pct.

120 nye forhandlere på lidt over et år



“Ud af 1600 tyske bryggerier skulle vi vælge fire”

Af Lars Düwel

1. juni 2014 kunne **Henrik Wiese** officielt begynde at knappe kapslerne af sin **Teedawn**-øl, som indeholder næsten halvt så lidt alkohol som en normal øl. Forud for denne dato, hvor han åbnede sin virksomhed, var der dog gået et år med forundersøgelser.

“Der ligger i alt ca. 1600 bryggerier i Tyskland, hvoraf

4

sydtyske bryggerier står for at producere Teedawns fire forskellige typer øl

de 600 alene ligger i det bayerske område i Sydtykland. Så til at starte med virkede det som en uoverkommelig opgave at skulle vælge lige de bryggerier, som vi skulle arbejde sammen med,” siger Henrik Wiese, der er stifter af virksomheden.

Det lykkedes dog at udvælge fire bryggerier, der alle ligger i området omkring München. Hvert bryggeri leverer så en af de fire øltyper, som Teedawn

består af. De fire øltyper er lemon beer, wheat cut, lager cut og new ale cut.

Kong Hans: Bedre øl

Hos restauranten **Kong Hans Kælder** fortæller restaurantchef **Peter Pepke**, at man gennem lang tid har haft succes med at servere Teedawn-øl.

“De folk, der køber en af de har lowcaloric øl, er glade for det. Nu er Kong Hans jo ikke et sted, hvor man primært går

hen for at drikke øl med lave procenter i, men det er alligevel et godt alternativ at have på menukortet,” siger Peter Pepke.

Men hvorfor Teedawn og ikke Carlsbergs alkoholfrie øl *Nordic* eller Unibrews *Royal Free*?

“Fordi de er et eller andet sted bare smager bedre. Det er det primære i det. Og så kan jeg rigtig godt lide historiefortællingen om det. Du er i højere grad ude i et produkt, som

alkohol for sig selv. Han frygter imidlertid ikke, at større bryggerier som Carlsberg eller **Unibrew** med tiden vil sætte sig på markedet og konkurrere med ham.

“Det ville bare være med til at lægge et fokus på, at man faktisk godt kan klare sig med en øl, der har mindre alkohol i,” siger Henrik Wiese.

Skepsis i starten

En af de forhandlere, som i længst tid har serveret Teedawn for gæsterne, er **Sokkelund - Cafe & Brasserie** på Frederiksberg. Indehaver **Martin Hildebrandt** fortæller dog, at det var med en vis skepsis i starten.

“Jeg havde en pæn portion skepsis i starten. Vi bliver præsenteret for nye ting hele tiden. Men jeg valgte så at lægge Teedawn på menukortet, og det har jeg ikke fortrudt,” siger Martin Hildebrandt og tilføjer:

“Vi sælger rigtig pænt af det, og nogle af vores stamkunder er begyndt at købe det flere gange. Det er et godt tegn. De tapper ligesom ind i den her nye trend og bliver mere og mere vant til det. Muligheden for at man vil have en olfornemmelse samtidig med, at man kan køre derfra igen.”

Når Henrik Wiese tager de langsigtede briller på, så er visionen at få udvidet folden af forhandlere til også at dække Aarhus og Allborg.

“Vi er i gang med dialoger de forskellige steder allerede. Så vi skal bredere ud i Danmark, og så skal vi også til at kigge efter et eller to eksportmarkeder,” siger Henrik Wiese og nævner i samme ombering London og Berlin som kommende Teedawn-byer.

ladu@borsen.dk

LÆS OGSÅ

Teedawns formål, mission og oversigt over forhandlere bit.ly/1MX1n7k

ladu@borsen.dk