

Henrik Wiese drømmer om at skabe verdens bedste og mest inkluderende alkoholkultur. Derfor brygger han øl.

# EN MAND MED EN VISION

“E

fter en lidt ”våd” sommer for to år siden gik det op for mig, at jeg var blevet lidt godt i stand.

Det første, jeg tænkte var, at jeg var nødt til at kigge på mine alkoholvaner. På det tidspunkt havde jeg et helt normalt nordsjællandsk overforbrug. Det vil sige lidt for mange hyggelige middage, hvor god vin er et naturligt akkompagnement, og mange anledninger i løbet af ugen, hvor det var blevet en vane at nyde en øl. Jeg gik i de lokale supermarkeder og købte alt, hvad de havde af alkoholfrie øl og begyndte at smage mig igennem udvalget. Det var hurtigt gjort, for udvalget var ikke stort, og kvaliteten var mildest talt ringe. Jeg forsøgte mig også med light- og letøl med samme resultat, og så var det, jeg tænkte, at det måtte kunne gøres bedre.” Henrik Wiese var på det tidspunkt ledelseskonsulent, tæt på de 50 og langsomt ved at være modtagelig for sin indre stemme, der forsøgte at fortælle ham, at han burde skifte retning, selvom forretningen gik rigtigt fint. ”Jeg havde lyst til at lave noget, der i højere grad havde et formål. Pludselig smeltede de to ting sammen, og opgaven var klar: Vi skulle inspirere mennesker til at reducere deres forbrug af alkohol – uden at tage fornøjelsen fra dem.”

## En reduktion på 40%

I irritation over at producenterne kun gav forbrugere valget mellem alt for stærkt eller for kedeligt øl, gik Henrik Wiese gik i gang med at afdække markedet for ”lowcaholic” øl, der definerer drikkevarer med 40-50% mindre alkohol og tilsvarende færre kalorier.

”Udover Danmark var jeg Sverige, England, Tjekkiet og Tyskland og endte i Bayern, hvor de ikke kun ved noget om at brygge øl, men også en masse om, hvordan man håndbrygger øl, der smager af en masse, selvom alkoholprocenten er moderat.”

Et samarbejde blev indledt med diplom-brygmesteren Martin Engelbrecht Schau, der har været med til at udvikle TeeDawn øl-serien, som for et år siden blev sendt i handlen.

Der er tale om fire forskellige typer som passer til enhver anledning og smag; Wheat Cut, en hvedeøl, Lager Cut, som er at sammenligne med en pilsner, New AleCut, en mørk ale, og Lemon Beer, som er en helt ny kategori, der forener øl og læskedrik. Alkoholprocenten er på

## Her kan du blandt andet købe TeeDawn

Meny i Hellerup, Virum, Bistrup, Hørsholm og Frederiksberg. Holte Vinlager i Gentofte, Virum, Holte, Hørsholm og Hillerød. Købmanden i Søllerød, Super-Brugsen i Trørød, Irma Axeltov Løgmose i Magasin, Garden-shop i Høsterkøb. TeeDawn kan desuden nydes på en lang række bedre restauranter og cafeer i København og Nordsjælland, f.eks. Kong Hans Kældrer, Brasserie Sokkelund, Bistrot Boheme, Dag H, Letz Sushi, Gl.Holtegaard, Bomhuset, Sølyst, Skodsborg Kurhotel, The Standard Jazzclub, Regatta Pavillonen, og Frk. Friis. Komplet oversigt kan findes på [www.teedawn.beer](http://www.teedawn.beer)

max. 2,7%, hvilket svarer til en reduktion på 40-50% sammenlignet med den gængse øl, som de fleste danskere drikker. Mængden af kalorier reduceres tilsvarende.

## Utraditionel markedsføring

Således var produktet på plads, men i et særdeles broget marked er det sin sag også at få udbredt kendskabet. ”I Danmark lanceres over 1000 nye øl hvert år og udover de to store bryggerier er der 120 mindre aktører. Det var med andre ord ikke den klogeste branche, at bevæge sig ind i. Jeg var klar over, at markedsføringen skulle foregå på en utraditionel måde.” Med en bevidsthed om værdien af netværk, identificerede Henrik Wiese og hans team 112 såkaldte ”Seedere”, der på baggrund af deres integritet, netværk, og evne til at inspirere og



Der er fire øl i serien; en hvedeøl ved navn Wheat Cut, en pilsner ved navn LagerCut, en mørk øl, der naturligt bærer navnet New AleCut, og den læskende og frugtagtige Lemon Beer.

påvirke deres omgivelser, fik tilbud om at modtage en kasse TeeDawn hver måned med opfordring til at dele den i deres netværk og sprede budskabet. Missionen lykkedes, i dag forhandles TeeDawn i ca. 30 forretninger og på 60 bedre spisesteder, foreløbig i København og Nordsjælland.

”Jeg er ikke missionær, og jeg elsker selv øl og vin. Der er bare for mange problemer forbundet med et stort indtag af alkohol. Selvom man selv synes man er skarp efter nogle glas, er sandheden, at man generelt bliver en ringere udgave af dig selv. Du kan ikke



Henrik Wiese drømmer om at skabe verdens bedste og mest inkluderende alkoholkultur. Derfor brygger han kvalitetsøl med 40% mindre alkohol og kalorier.

køre bil, funktions- og debatniveauet falder, og du har tømmermænd næste dag. Vores høje forbrug af alkohol er også ekskluderende for dem, som ikke har lyst til at drikke så meget eller slet ikke. Jeg drømmer om, at vi kan skabe verdens bedste og mest inkluderende alkoholkultur.”

I 2004 drak hver dansker over 14 år ifølge Danmarks Statistik 11,3 liter ren alkohol. Tallet var i 2013 faldet til 9,4 liter. Begge tal skal tillægges 20% i grænsehandel, men tendensen er klar. ”Det viser, at forbrugernes interesse for alkohol er for nedadgående. Til gengæld er producenterne begyndt at øge mængden af alkohol i øl og vin, for jo højere alkoholprocent, jo mere smag og fylde. Efterfølgende er det vanskeligt for folk at gå den modsatte vej, det er som at gå fra sødmælk til minimælk. Men vi tror fuldt og fast på, at vi kan vænne folk til en øl, der smager godt, og som sikrer, at vi stadig er os selv, når vi har drukket den,” slutter Henrik Wiese.