

Henrik Wiese: TeeDawn

Henrik Wiese sagde i 2013 sit job op som ledelseskonsulent for at hellige sig sin passion for lavalkoholisk øl. Efter flere års research og besøg på bryggerier i det meste af Europa lancerede han fire forskellige typer øl, som i dag blandt andet fås på Michelin-restauranten Kong Hans Kælder. teedawn.beer



TeeDawn har gjort øl med lav alkoholprocent til en eftertragtet vare.

Hvad skal der til for at blive iværksætter?

Man skal ikke holde sin idé hemmelig, men tværtimod dele den med alle, som kan tænkes at have input. Man vil opleve, at idéen undervejs tager form, bliver skarpere og bedre end det, man startede med. Man vil møde folk, som synes, at det er verdens bedste idé, og nogle som ikke ser lyset. Det vigtigste er, at man inderst inde er sikker på sin idé. Det er bedre at fejle end at fedtspille. Man skal forberede sig på meget arbejde og forberede sine omgivelser på, at der kommer en periode, hvor fokus er på projektet. Og uanset hvor slemt man forbereder sig selv og andre på, at det vil blive hårdt, skal man gange det med tre.

Hvad fik dig til at tage springet?

Jeg er det, som man kalder en moden iværksætter, men jeg tror, at mange kan kende mit udgangspunkt: Selvom jeg var glad og tilfreds med mit vellønnede job som ledelseskonsulent, kunne jeg ikke se mig selv lave det samme de næste 15-20 år. Der skulle ske noget andet, hvis jeg ikke skulle ruste og miste gnisten. Jeg tog springet, fordi jeg var 100 procent sikker på min idé, og fordi ønsket om at inspirere mennesker til at reducere deres forbrug af alkohol gav mening for mig. Jeg var kommet til en erkendelse af, at jeg havde brug for en anden opgave i resten af mit arbejdsliv. Og når man først er dér, skylder man sig selv og sin familie at ændre situationen.

Idéen til TeeDawn opstod for tre år siden, da jeg en varm sommerdag stod i Kvickly i Holte og var kraftigt irriteret over udvalget af øl: Jeg var, som man altid er i supermarkeder og på restauranter, nærmest tvunget til at vælge mellem det alkoholfrie øl, Tuborg Light etc., som smager kedeligt, eller de stærkere specialøl, som til gengæld kan være ret kraftige. Jeg kunne populært sagt enten kede mig eller fulde og fede mig! Idéen opstod til at lave en god øl uden så mange kalorier, og hvor jeg kunne være den gode udgave af mig selv.

Hvilke forberedelser gjorde du?

Jeg brugte et år på at forberede virksomhedens start. Jeg skrev hver dag på min forretningsplan og indsamlede konstant ny viden, inspiration, statistik og nye idéer. Det inkluderede et utal af inspirations- og kaffemøder, og jeg har endnu til gode at blive afvist af mennesker, som jeg har kontaktet – også de travle og efterspurgte mennesker. Jeg gik til en masse foredrag og arrangementer for at lade mig inspirere af de bedste. Jeg læste masser af artikler og bøger, for mit mål var at blive den, som ved mest om lowcaholic øl-markedet overhovedet.

Hvad var den største hurdle?

Havde jeg havde vidst i starten, hvor svært det var, ved jeg ikke, om jeg havde sagt mit gode job op! Men i dag – hvor vi har mere end 200 faste kunder – er det fedt.

Da først projektet havde taget bo i mit hoved, fandt jeg hurtigt ud af, der ikke var nogen i Danmark, der ville lege. Jeg tog til Sverige, hvor man har tradition for letøl, besøgte en masse bryggerier og tog vareprøver med hjem. De dumpede alle smagstestene. Jeg var også forbi Tjekkiet og England. Jeg endte til sidst i Sydtykland, hvor det bayerske bryggeriforbund i München fattede interesse for mit projekt og hjalp mig med at scanne 600 lokale bryggere for at finde ud af, hvem der kunne og ville lege med. Jeg besøgte over 30 bryggerier og fandt en brygmester, der kunne få mine opskrifter oversat til en god øl med lav alkoholprocent.

En anden hurdle var opskrifterne: Vi deler hus med Asnæs & Vangstrup i Holte, der står for efteruddannelse af restaurantledere. Så hver dag i huset har vi kokke, sommelierer, restaurantchefer, folk, som lever af at kunne smage. Dem har jeg sparret med undervejs. Vi har måske været igennem over 100 forskellige bryg for at nå frem til de endelige fire ølvarianter. Der har kort sagt været mange lortedage på kontoret! Men processen har samtidig været givtig: Da vi kom ud med samples til restauranterne, var der meget få, der ikke syntes, at øllet smagte godt.

Hvad har været mest overraskende?

Der er kæmpe forskel på at være konsulent og levere et fysisk produkt: Fødevarerprodukter er komplekse og underlagt en lang række myndighedskrav. De kræver også et lager og skal transporteres, de kan gå i stykker, blive for gamle, og man kan brænde inde med dem.

Jeg blev også overrasket over, at 2 ud af 3 kvinder og 1 ud af 3 mænd gerne vil ændre deres alkoholvaner. Selvom udviklingen går nedad, så drikker vi stadig pænt. Danmark er efter Tjekkiet og Rusland, men vi er stadig i Top 10. Det forklarer måske, hvorfor TeeDawn har fået så fin en modtagelse og efter to år har mere end 200 faste kunder. Mange kan se meningen med en god øl med mindre alkohol og færre kalorier. Jeg spår, at det kommer til at fortsætte nedad. Vi taler med 4000 forbrugere om måneden i supermarkeder mm. og fortæller om vores øl. Fra uge til uge kan jeg se, at fordømmene om lavalkoholisk øl falder. Folk joker da lidt med det, men de fleste indrømmer, at de ikke drikker for at være fulde. Livet er blevet for kort til tommermænd.

“Det er bedre at fejle end at fedtspille.”

HENRIK WIESE



Henrik Weise.