

BØRSEN.

SØNDAG

SØNDAG 18. OKTOBER
2020

Når øl ikke bare er øl

Når bryggeriet Åben langer øl over disken, sælges der også en samlet oplevelse og historie. Det er en brandingmetode, som flere danske mikrobryggerier har fået øjnene op for, og på den anden side af baren står kunderne i kø. Side 4-11

Foto: Andreas Vinther

woods augusthus

Nyt fleksibelt kontorhus
med eksklusive faciliteter
og metro til døren?

Lejemål fra 502-2.519 m²

LINTRUP
NORGART &

SALE UDLÆNING RÅDGIVNING KONCEPT



Co-working



Mødesteder



Meyers



Reception



P-kælder



Metro DR Byen




Marts 2021



Hotel Zoku

Få en fremvisning
T: 7023 6330



Mikrobryggerier sælger ikke bare øl, de sælger oplevelser

Når bryggeriet Åben langer øl over disken, sælger de også en historie og en oplevelse. Det er en brandingmetode, som flere danske mikrobryggerier har fået øjnene op for, og på den anden side af baren står kunderne i kø

Philip Hulgaard sagde sit konsulentjob op og startede sit eget bryggeri i en lade i Kolding. Nu har han overtaget en gammel svalehal i Kødbyen, hvor et nyt stort bryggeri skal bygges op, så gæster kan komme og tage del i ølbrygningen. Foto: Andreas Vinther



En våd septembersøndag går en grædende Philip Hulgaard mod Køge station. Halvandet år forinden har han sagt sit konsulentjob op hos PwC i København og genstartet sit voksenliv som brygmester i en lade i Kolding. Men i dag har tvivlen sit greb i ham, mens han går mod toget. Udløst af et besøg hos en bryggerven og sparringspartner går det op for den unge brygmester, at han for første gang i sit liv er på udebane.

61 gange har han måttet hælde sit bryg i vasken og starte forfra.

Vokseværk

Det er i dag tre år siden, at Philip Hulgaard gik grådkvalt mod toget. Bryggeriejereren har nu 100 forskellige kommercielle øl på cv'et, titlen som årets danske bryggeri i 2019 og et lejemål på 1000 kvm i Kødbyen på Vesterbro i København, der venter på at blive indrettet.

Men på trods af vokseværk og eksportmuligheder i horisonten er det helt afgørende for brygmesteren, at bryggeriets hovedformål ligger i fællesskabet og i samværet.

“Jeg har altid været draget af det fællesskab, som opstår, når man mødes og er sammen. I princippet kunne det lige så godt have været cider, vin eller kaffe, jeg var gået i krig med. Essensen er, at jeg gerne vil skabe et produkt, som understøtter det gode samvær og de hyggelige stunder, som jeg drømmer om at have med mine kammerater,” siger Philip Hulgaard.

Bryggerisuccesen er ikke kommet nemt til den unge koldingenser, og han har mange gange haft brug for sparring hos konkurrenter i bryggeribranchen.

“Jeg bevægede mig ud i et felt, hvor jeg havde absolut ingen forudsætning for at gøre det rigtigt. Jeg kendte ikke til brygning, og jeg havde ingen

familiære sparringspartnere at trække på – både mine forældre og min bror er advokater, så det lå ikke i kortene, at jeg skulle gå bryggerivejen,” fortæller han og understreger, at alle de bryggerier han har været i kontakt med, har været meget hjælpsomme og interesserede i hans projekt.

Også derfor fik bryggeriet sit navn Åben.

Modningshal

I den gamle svalehal i Kødbyen, som bryggeriet rykker ind i i udgangen af 2021, skal gæsterne både mødes af en restaurant, en bar og bryggeri- og produktionsfaciliteterne.

“Tanken er, at gæster skal kunne få tilfredsstillende alle deres sanser – øl skal produceres, opleves og drikkes, og mad skal mætte sulten, mens det gode samvær skal være i højsædet,” fortæller bryggeriejereren.

3

mio. liter øl producerer bryggeriet To Øl om året i deres nye fuldautomatiserede bryggerifaciliteter i Svinninge

Hallen skal kunne rumme 350 siddende gæster, og det er hverken maden eller flere seatings pr. aften, der skal sikre bryggeriet en indtjening.

“Jeg vil hellere have gæster, det har lyst til at blive en hel aften, end jeg vil have gæster, der ved på forhånd, at de to timer senere skal være ude af folden igen,” understreger bryggeriejereren, der også er sikker på, at gæsterne med afsæt i den oplevelse vil vende tilbage igen.

Philip Hulgaard nedprioriterer dog ikke maden, tværtimod er han på udkig efter dygtige restauranter, der kræser for måltidet, og som vil være med til at genopfinde det gode måltid.



Bryggeriet Åbens pop-up-bar i Kødbyen havde sin sidste åbningsdag lørdag den 10. oktober. På de bedste dage besøgte 800 gæster baren og smagte på bryggeriets varer. Foto: Andreas Vinther



Tore Gynther grundlagde for ti år siden bryggeriet To Øl sammen med en skolekammerat og tidligere partner. Det var Mikkeller-stifteren, Mikkel Borg Bjergsø, der inspirerede de to skoleelever efter brygundervisning i et skolekøkken på Nørrebro skolen Det Fri Gymnasium. Foto: Andreas Vinther

“Vi har set os om efter restauranter på michelin-niveau, der kunne have interesse i at deltage i projektet. Vi har fundet os en mulig partner, og hvis det bliver aktuelt, så kan jeg sige så meget, at vi har fermentering til fælles, og målet er, at vi sammen skal genopfinde brasseriebegrebet.”

Samfundstendens

Philip Hulgaard og bryggeriet Åben er ikke alene om at satse på oplevelsessalget. Tværtimod er det en samfundstendens, og det efterspørges af flere forbrugere, forklarer professor i digitale

medier og oplevelsesøkonomi ved Aalborg Universitet, Jens F. Jensen.

“På tyve år er vi gået fra at sælge produkter og tjenester til i langt højere grad at sælge oplevelser. Det er lettere at brande produkter og tjenester, hvis man kobler en oplevelse til og differentierer sig på markedet ved at lave en tillægsværdi, som adskiller sig fra konkurrenterne,” fortæller han.

For bryggeribranchen betyder det, at fokus ikke længere ligger på salg af drikkevarer. Det handler i højere grad om at skabe et univers og

en samlet oplevelse, som kan kobles med andre typer af oplevelser, eksempelvis events, understreger professoren også.

Et af de danske mikrobryggerier, der for alvor har vokset sig store på at sælge øl som en oplevelse, er nørrebrobryggeriet To Øl, der har Tore Gynther i spidsen. Bryggeriet producerer 3 mio. liter øl om året og udvider i udgangen 2020 med et destilleri.

To Øl City

I en gammel Beauvais-fabrik i Svinninge på Vestsjælland har bryggeriet To Øl fundet sig til rette. På de 26.000 indendørs kvm er bryggeriet i gang med at skabe nye fuldautomatiske bryggerifaciliteter, destilleri, bed and breakfast og butik, hvor gæster kan komme og opleve både bryggeriprocessen og destillering, men også deltage i events som koncerter og festivaler, hvor øl- og spiritussalg forenes med samvær og gode oplevelse i et nyt, stort oplevelsesmekka. Det hele går under navnet To Øl City.

Udover To Øls egen produktion har andre nystartede drikkevareproducenter også fået hjemme i den gamle fabrik. Ciderproduktion og kombuchafermstilling ligger klos op af bryggeriet, og det sikrer, at også gæster uden interesse i alkohol kan få stillet deres tørst. Samtidigt tilbyder To Øl den løbende sparring, som de nystartede producenter kan få brug for i deres opskaleringsproces.

“I vores første bryghus og bar på Nørrebro gjorde vi meget ud af at fortælle vores historie. Vores kunder køber ikke bare en øl, de køber en kulturel oplevelse som parres med smagen af god øl,” fortæller indehaver og stifter af To Øl, Tore Gynther, og understreger, at han oplever, at flere af hans kunder hellere vil kende historien om produktet, end de vil kende til prisen.

Den tendens nikker Aalborg-professor Jens F. Andersen også genkendende til.

“Det handler ikke kun om at sælge øl. Det handler også om at lave et univers og en samlet

oplevelse og koble det med andre typer af aktiviteter,” tilføjer han.

Udover To Øl City har bryggeriet også etableret et nyt samarbejde med spillestedet Voxhall i Aarhus. Samarbejdet indebærer, at To Øl specialproducerer en række øl til specifikke koncerter. På den måde forsøger bryggeriet at komme endnu tættere på en kombination af en specifik oplevelse med en særlig type drikkevare.

“Jeg har fået den bedste øl mange gange. Det handler meget mere om tid og sted, end det handler om smag. Derfor skal vi også sørge for, at vores produkter kombineres med de rette oplevelser,” fortæller To Øl-stifteren.

“Jeg har altid været draget af det fællesskab, som opstår, når man mødes og er sammen”

Philip Hulgaard, ejer af bryggeriet Åben

I sommeren 2020 skulle bryggeriet på adressen i Svinninge også have afholdt en tiårs jubilæumsfestival, hvor flere kunstnere skulle gæste og spille musik for de besøgende, samtidigt skulle To Øl sælge en række af deres produkter.

“Med festivalen ville vi fejre vores tiårsjubilæum og samtidigt entrere med et koncept, som skulle sætte vores øl i relief,” siger Tore Gynther.

Ifølge To Øl-ejeren er der ingen grænser for, hvordan To Øl kan udvikle sig. Det handler ifølge



ham om at tage temperaturen på sine gæster og fornemme, hvordan man bedst muligt leverer varen.

Midlertidig pop-up bar

Tilbage i Kødbyen har bryggeriet Åben netop lukket ned for den pop-up bar, som sommeren over

har hilst gæster velkommen foran hallen på Slagtehusgade. 800 gæster har været forbi baren på de bedste dage, og bryggeriejer Philip Hulgaard er glad for interessen.

“Jeg er helt beæret over, hvor mange mennesker, der har lagt vejen forbi vores bar. Rigtig mange har spurgt interesserede ind til vores hi-



storie, og vi har på bedste vis givet dem de gode oplevelser, som er hele formålet med mit fortægende,” fortæller han.

Udover de gode oplevelser fortæller Philip Hulgaard glædeligt om, hvordan den bygmalt, der indgår i ølproduktionen, høstes på en mark 50 meter fra bryggerladen i Kolding.

FAKTA | Udviklingen i danske bryggerier

- Ved årtusindskiftet var der 12 danske bryggerivirksomheder, men siden 2003 har antallet af bryggerier udviklet sig eksplosivt – det samlede antal aktive danske bryggerier er nu oppe på 216 i 2020.
- Der er flere bryggerier pr. indbygger i Danmark end i noget andet land i verden.
- I 2020 udkom 2105 nye slags danske kommercielle øl.
- Ni bryggerilukninger blev det til i 2019. Langt de fleste valgte selv at lukke, mens kun ét bryggeri gik konkurs.
- Der er 57 forskellige danske alkoholfri øl på det danske marked, og samlet var der i 2019 en fordobling i antal alkoholfrie varianter på markedet.

Hos bryggeriet To Øl i Svinninge produceres årligt 3 mio. liter øl. De 20 medarbejderne repræsenterer syv forskellige nationaliteter og har tilsammen en massiv bryggerierfaring. Foto: Andreas Vinther

“Jeg stiftede bryggeriet med min barndomsven fra Kolding. Han er landmand, så det gav god mening, at han selvfølgelig skulle levere den bygmalt, som skulle indgå i ølproduktionen,” fortæller han og understreger, at det bidrager til den gode fortælling.

Restprodukter fra ølproduktionen som humle og mask giver han til en anden lokal landmand i Kolding, der kan bruge det til henholdsvis gødning af marker og foder til sit kvæg.

Også i Købbyen tager han ansvar for sine omgivelser. 500 meter fra bryggeriet Åbens nye arealer ligger et stofindtagelsesrum, hvor misbrugere kan indtage deres stof under kontrollerede forhold. Flere af rummets brugere er kommet forbi hos Philip Hulgaard, hvor ingen bliver afvist i døren.

“Jeg giver dem et glas vand og lidt mad og ønsker dem en god dag – hele essensen med bryggeriet er, at det skal være åbent for alle.”

ambe@borsen.dk