



Udkast til Udviklingsplan for Danske Ølentusiaster

## En synlig og sammenhængende forening

Med udgangspunkt i 10 års visionen ”Godt øl til danskerne” og vores formålsparagraf sætter vi, Danske Ølentusiaster, følgende mål for vores arbejde i de kommende år.

Dette er en sammenskrivning af en større udviklingsplan med flere konkrete opgaver og målepunkter.

### Danmark – et førende ølland

**Mål: Danmark skal opfattes nationalt (december, 2015) og internationalt (december, 2020) som værende et af verdens førende øl-lande**

Øllet har gennem århundreder været Danmarks Nationaldrik. Den plads skal på alle måder genetableres.

Et godt og mangfoldigt udbud af øl, hvor alle øltyper er tilgængelige, skal fortsat eksistere. Som forening bidrager vi hertil ved aktivt at udbrede kendskabet til øllets mangfoldige verden og ved at understøtte at dansk øl alle steder har en høj standard.

Det er vigtigt at det mangfoldige øludbud er afspejlet på udskænkingsstederne. Det vil vi aktivt arbejde for.

Vi støtter udviklingen af *særlige danske øltyper* brygget med anvendelse af særlige danske råvarer – gerne i samspil med det nye nordiske køkken. Et førende ølland må have egne øltyper.

Gennem **kontakt til politikere** i Folketinget og Europaparlamentet – bl.a. via **Folketingets Øl Laug** (FØL) – vil vi arbejde for at højne øllets status.

Vi vil arbejde for, at Danmark bliver et ølturistland, og vil tage **kontakt til Danmarks Turistråd** for at der gøres en indsats på dette område. Et ølland med flest bryggerier pr. indbygger og hvor alle øltyper er tilgængelige.

Indsatsen skal også føre til at der i udlandet udkommer litteratur, oversat eller nyskrevet, om dansk øl, danske bryggerier og dansk ølkultur.

### Ølkendskab

**Mål: Øllets status og befolkningens almene viden om øltyper skal mindst være på et niveau, som det er for vinen i dag. Dette skal være nået i december 2015.**

En markant styrkelse af danskernes kendskab til øllets mangfoldige verden er en afgørende forudsætning for at fortsætte og udbygge ølrevolutionen.

Vi vil derfor sætte os i spidsen for et *langvarigt og massivt kampagneforløb*, hvor vi, *sammen med samarbejdspartnere* – bryggerier, importører, detailhandlen, restaurationssektoren og andre forbrugergrupper, **får udbredt kendskabet til øllet og de forskellige øltyper** til de danske ølforbrugere. Væsentlige aktiviteter vil være gennemførelse af et omfattende antal ølsmagninger landet over, hvor vi åbner nye grupperes øjne for mangfoldigheden i øllets verden. Særligt vil vi være opmærksomme på, at få



nye generationer i tale. I det langvarige kampagne forløb vil vi også kvartalsvis sætte fokus på specifikke (grupper af) øltyper.

**Etiketterne på øllet** spiller en vigtig rolle for at udbrede kendskabet til øllens mulige anvendelsesmuligheder. Det er vigtigt, at etiketten giver en grundinformation om bl.a. sødme, bitterhed og fylde, og at der gives anbefaling om øllet som ledsager til mad. Endelig skal anvendte ingredienser, brygsted og tappendato fremgå af etiketten (ærlighed i markedsføring).

Som et særligt delområde sætter vi fokus på at styrke øllets stilling på restauranterne. Vigtige dele heraf er påvirkning af kokke og tjeneruddannelsen, samt større fokus på og aktiv påvirkning af at de fører specialøl og har ølkort.

Indsatsen skal give som resultat at specialøllets markedsandel også i årene fremover øges med 1% om året.

## **Kvalitet**

**Mål: Vi ønsker at fremme den dansk fremstillede øls kvalitet (december, 2011)**

Dansk øl skal alle steder være kendetegnet af **høj kvalitet**. Det skal sikres gennem en god uddannelse af bryggerne og et løbende godt kvalitetsarbejde. Specialøl med tekniske fejl er ikke kun et problem for de bryggerier, der sender dem på markedet, men giver et dårligt billede af hele sektoren. Vi vil arbejde for at brygrelevante uddannelser finder sted til priser, som mikrobryggerierne kan betale, helst indenfor det offentlige uddannelsessystem.

Selv vil vi – forhåbentlig i samarbejde med øldommerne - opbygge et kvalificeret panel, der kan give bryggerier tilbagemeldinger på deres øl.

**Kvalificerede ølanmeldelser** i medierne er vigtig for at styrke kvalitetsbevidstheden omkring øl. Vi vil presse på for at øl anmeldes på linje med vin. I hvert nr. af ØlentusiasteN skal der anmeldes øl, både danske og udenlandske. Det kan sammenlignes med at FDMs blad Motor bringer grundige test af biler.

**Kåringer af gode og nyskabende bryg** skal sætte fokus på den gode kvalitet. Vi nedsætter et kåringsudvalg, der skal udarbejde forslag til kåringer, der kan fremme kvaliteten.

## **En synlig forening**

**Mål: Vi skal have en effektiv kommunikation (marts, 2011)**

Vi vil utrætteligt være ølforbrugernes talerør på alle områder. Vi vil derfor udvikle vores udadvendte kommunikation. I tilknytning til alle vigtige nyheder i den danske ølverden skal der udsendes en pressemeddelelse fra DØE. Vi kvalitetsbevidste ølforbrugere vil være meget mere synlige i medierne. Derfor vil vi allerede i år **udarbejde en kommunikationspolitik og -strategi**, hvor vi fastlægger, hvordan vi gennem vores eksterne og interne kommunikation - med hjemmesiden og bladet som de centrale medier - kan styrke understøttelsen af vores indsatsområder. Ligeledes vil vi på sigt søge at ansætte **en kommunikationsansvarlig**.

**Mål: DØE er en synlig og seriøs samfundsdebattør i forbrugerpolitiske anliggender på fødevareområdet (december, 2011)**

Gennemslagskraft i medier kræver også, at vi bliver skarpere på vores standpunkter og argumenter.



Derfor vil vi **revidere og udbygge vores ølforbrugerpolitiske program** ledsaget af en dybtgående argumentation. Hensigten er, at landsgeneralforsamlingen i 2011 vedtager et revideret forbrugerpolitisk program, som efterfølgende danner grundlag for aktiviteter.

### **En sammenhængende forening**

For at løfte disse opgaver vil vi styrke vor egen organisation. Det skal ske på alle niveauer, lokalt, regionalt og centralt.

### **Mål: Sammenhæng mellem lokalafdelingerne og landsorganisationen (december, 2012)**

Lokalafdelingernes arbejde skal understøttes bedre gennem styrket ideudveksling, **uddannelse af tillidsfolk**, ved at der skabes bedre forbindelser mellem lokalafdelingerne og landsorganisationen og ved at **lokalafdelingerne inddrages i landsorganisationens forbrugerpolitiske diskussioner og aktiviteter**. Vi nedsætter et lokalafdelingsudvalg for at varetage dette.

**Øllets Dag** har i en del byer udviklet sig til at være en betydningsfuld aktivitet i arbejdet for at udbrede kendskabet til det gode øl. Det gode arbejde skal udbygges, og **overalt i landet** skal der gennemføres udadvendte markeringer af Øllets Dag, således at det giver kraftig genlyd i både lokale og landsdækkende medier. For at det kan ske skal landsorganisationen, bl.a. ved hjælp af et idekatalog, gøre det lettere at igangsætte udadvendte aktiviteter i lokalafdelinger, der ikke i forvejen har opnået resultater på dette område. Det kunne bl.a. ske i samarbejde med butikskæder og andre lokale foreninger. En landsdækkende medlemshvervekampagne på Øllets Dag skal indgå i alle lokale aktiviteter.

Der nedsættes et **strukturudvalg**, der skal organisere, at **landsbestyrelse, regioner og lokalafdelinger drøfter om strukturen er hensigtsmæssig i forhold til udviklingsplanen**, og evt. komme med forslag til ændringerne.

### **Mål: Større professionalisering af organisationen (december, 2012)**

Landsorganisationen skal styrkes på flere områder. Der skal nedsættes et antal landsdækkende udvalg inden for centrale arbejdsområder, således at **antallet af medlemmer, der deltager i det landsdækkende arbejde** for at styrke øllets status og vor forenings synlighed, **øges betydeligt**.

Når tillidsposter skal besættes, bl.a. når de nye landsdækkende udvalg skal nedsættes, skal det sikres, at de nødvendige kompetencer er til stede.

Vi har behov for løbende at motivere og skubbe nye folk på banen til lokalformænd, festivaler, landbestyrelse osv. Det vigtigste element her er motivering, og den stærkeste faktor, som har vist sig at virke er begejstring: vi gør det her, fordi vi synes det er sjovt, giver os noget personligt og giver synlige resultater af en frivillig arbejdsindsats med en høj grad af fællesskab.

Udviklingsplanen skal være ledetråd for udvikling af organisationen. Hvert år skal udviklingsplanen justeres i henhold til de opnåede resultater, forandringer i omverdenen og nye beslutninger fra generalforsamlingen.

Vi må aldrig glemme, at vedblive med at være visionære – derfor skal der stilles krav til at det landsdækkende arbejde fremover altid vil spejle efter nye mål og visioner.



**Mål: Økonomi – bæredygtig økonomi – minimum sorte tal (regnskabsår, 2010)**

Et vist antal medlemmer er en nødvendighed for, at vi har ressourcer og opbakning til at gøre vores mål til virkelighed. Den øgede synlighed af DØE, som udviklingsplanen vil føre med sig, skal føre til, at vi igen får vækst i medlemstallet. Derfor skal der udarbejdes en **strategi og politik for hvordan de eksisterende medlemmer skal fastholdes og nye skal hverves**. Jo flere vi er, des større opgaver kan vi løfte.

En sund økonomi med plads til den løbende drift og til at skabe aktiviteter er en forudsætning for DØEs udvikling. **Løbende budgetopfølgning** skal være grundlaget for, at vi igen kan få balance i økonomien. Vi skal sikre, at den måde, som vi anvender vores ressourcer på, giver bedst mulig effekt i forhold til vores mål.

Visionsudvalget 100128