



Samsalgsselskab på charmeoffensiv i Aalborg

DKMBS på slap line

AF GERT SVANBORG SLOTH

FOTO: PALLE WESTERGREEN



Claus Tarstrup, Brian Fosgaard Jensen og Niels Jørn Thomsen præsenterede grundidéen bag samsalgsselskabet og de 4 partnere i DKMBS og så gik der hul på posen med øl-politik.

Mangt et bryggeri aflægger hvert år visit hos de 59 lokalafdelinger. Men det er sjældent at et samsalgsselskab er på charmeoffensiv. Det skete sidst i april hos Lokalafdeling Aalborg. Danske Microbryggeriers Samsalg – i daglig tale DKMBS var inviteret til medlemsmøde for at præsentere samarbejdet og dets fire små bryghuse Nibe, Kerteminde, Wintercoat og Virklund og smagning af to øl fra hvert bryggeri.

Hele tre repræsentanter fra DKMBS tropede op, Brian Fosgaard Jensen, salgschef i samsalgsselskabet, Niels Jørn Thomsen fra Wintercoat og Claus Tarstrup fra Virklund Bryghus. De to sidstnævnte er i nævnte rækkefølge henholdsvis forhenværende og nuværende formand for foreningen Danske Bryghuse.

DISTRIBUTION ER AKILLESHÆL FOR SMÅ BRYGHUSE

Salgschef Brian Fosgaard Jensen startede med at fortælle lidt generelt om DKMBS. Tanken var at ansætte en person til at stå for salg og distribution af øllet, da det er de fleste små bryggeriers akilleshæl.

– Samsalgsselskabet blev etableret juli 2008 af de tre jyske mikrobryggerier Wintercoat, Baggaardsbryggeriet A/S og Nibe Bryghus A/S. I september 2008 gik Virklund Bryghus fra Silkeborg-området og Kerteminde Bryghus fra Fyn med i samarbejdet og allersenest er fem blevet til fire p.g.a. Baggaardsbryggeriets konkurs.

Fordelen ved at samarbejde om salget er, at vi kan tilbyde butikkerne et markant større udvalg end de enkelte bryggerier

kan hver for sig. Samtidig kan de enkelte bryggerier tilbyde deres øl i områder hvor de ikke kunne distribuere før, pga. alt for høje fragtomkostninger. Det er bedre at de bliver hjemme og laver det de er bedst til – nemlig at brygge øllet, siger Brian og fortsætter: Fælles for alle partnere i DKMBS er, at de er små bryggerier, der sætter kvalitet over mængde, og brygger og tapper deres øl selv hjemme på de enkelte bryggerier. Ingen fantombryggerier, ingen fjernproduktion – bare ærlig, dansk ølhåndværk, når det er bedst.

Brian er ølentusiast og samsalgsselskabets salgschef og sælger. Det er ham der kører bilen som fragter alle fire bryggeriers øl rundt i landet. Han mener, at dette er en stor fordel både for bryghusene og butikkerne.

NIBE BRYGHUS

Første bryggeri i præsentationsrunden kender Aalborg-folkene. Dels er der ikke særligt langt til Nibe og så har lokalafdelingen besøgt Nibe Bryghus og Antoni har ofte deltaget ved smagninger og præsenteret nye produkter. Rækkefølgemæssigt er øl nummer et og seks fra Nibe Bryghus. Den første er en endnu unavngivet sommer ale som er med i opløbet om at blive valgt som Nibe Festivals officielle 25-års jubilæumsbryg. Den anden er bryggeriets barley wine "Kompass", som er blandt de tre øl i Nibes flagskibsserie. Etiketten er formet som et sejl og ligesom alle andre bryg fra det lille nordjyske bryghus der ligger få meter fra Limfjorden, har det fået et maritimt navn.

KERTEMINDE BRYGHUS

Øl nummer to og øl nummer fem i rækkefølgen er fra Kerteminde Bryghus, som i 2006 blev etableret som et gårdbryggeri i den lille hyggelige landsby Bregør af ægteparret Morten Birkerod og Charlotte Frandsen. De bor privat på gården, som

ligger få kilometer fra Kerteminde. Han er kok og hun har økonomisk baggrund. De driver til daglig Tornøes Hotel i Kerteminde, og brygningen foregår derfor mest i fritiden – alligevel brygger de et par gange om ugen.

Brygmæssigt føler parret sig ikke bundet af traditioner – bryggeren er jo kok, og smagen kommer i første række. Der har gennem generationer været tradition for ølbrygning på gården, og øllet, der var velkendt for sin kvalitet, blev i folkemunde kaldet "Præstens Skræk". Efter overtagelsen af gården fandt parret de gamle originale opskrifter, som lå gemt i brygkarrene, fra den tidligere frue på gården og genskabte "Præstens Skræk". De fleste af stedets øl er opkaldt efter lokale personligheder og stednavne. Med sig til Aalborg har Brian valgt at tage "Overraskelsen" og "Præstens Skræk"

WINTERCOAT

Øl nummer tre og otte er fra Wintercoat og de præsenteres af brygger Niels Jørn Thomsen som, sammen med sin kone Disa Fink, i 2002 indrettede sit lille håndbryggeri på sin fødegård ved Sabro uden for Århus. Han har været håndbrygger i mere end 25 år og har været oldermand i Haandbryggerlauget af 1970 i Brabrand. Der er indrettet smagerum, bar og butik og som noget helt unikt tilbyder parret overnatning under sloganet "Beer, Bed and Breakfast".

Bryggeren laver fortrinsvis engelsk inspirerede øltyper. Med sig til Aalborg har Niels Jørn valgt at tage "Vildmoseøl", der er brygget til Vildmosecentret – i denne øl har han valgt at bruge tørverøget malt samt at krydre brygget med porse og rønnebær.

Den anden øl han har med er "Cockney Imperial Stout", som han i sin tid bryggede på forespørgsel fra Mike Wilson, ejer af Cockney Pub i Århus. Niels Jørn var ikke meget for at lave 800 liter af den – han troede ganske enkelt ikke at den kunne sælges... Men efter fem uger var det hele solgt og det eneste sted man havde kunnet købe det var på den århusianske pub. Nu hører den blandt de øl som Wintercoat eksporterer til USA. Begge medbragte øl har været store succeser for Wintercoat. Niels Jørn fortæller, at han gerne lader sig inspirere af kundernes ønsker og

i de senere år er interessen for at krydre øllet med lokale ingredienser fra naturen steget hos ham.

VIRKLUND BRYGHUS

I industrikvarteret i den lille by Virklund få kilometer fra Silkeborg etablerede Claus Tarstrup i 2006 Virklund Bryghus. Her fremstiller han friskbrygget specialøl – all-grain, naturligvis. Filosofien er at lave håndværksfremstillet øl og lade malten gøre arbejdet. Claus er uddannet ingeniør og var i sin studietid i firserne medlem af Polyteknisk Forenings bryggerklub. Han fortæller, at de pt. er to mand, der laver seks mands arbejde. Senest har han og makkeren Martin Rademacher udviklet Virklunder-serien, der består af tre øl: Lys, Rød og Mørk. Inspirationen til denne serie er kommet fra studier af de belgiske klostres brygtraditioner koblet med en lyst til at eksperimentere. Med sig til Aalborg havde Claus valgt at tage "Virklunder Lys" og "Virklunder Mørk", der blev præsenteret som henholdsvis øl nummer fire og syv.

SÅ GIK DER ØLPOLITIK I DEN...

At være bryggeri-ejer under en finanskriser er tilsyneladende ikke særligt sjovt. Vi kunne i hvert fald forstå at øl-markedet har ændret sig meget i negativ retning. Folks nysgerrighed er måske kølnet og måske er der for mange bryghuse på markedet. I øjeblikket er der mange som går konkurs eller lukker og det er en tendens, der ikke stopper lige med det samme. Rundt regnet sådan kan man referere mange af de udsagn som Niels Jørn og Claus kom med om den aktuelle situation.

Claus er nuværende formand for foreningen Danske Bryghuse og Niels Jørn er forhenværende formand og sidder stadig i bestyrelsen for danske mikrobryggeriers interesseorganisation. Foreningen er stiftet for fem år siden af en række bryghuse med det formål at sikre udviklingen og eksistensgrundlaget for mindre bryghuse. Foreningen arbejder for at synliggøre de danske bryghuse og deres produkter. Danske Bryghuse ønsker at sikre sine medlemmer en tilstrækkelig mangfoldighed og produktionskapacitet til at kunne levere til blandt andet specialbutikskæder og restaurantfællesskaber, så de enkelte bryghuses produkter kommer ud over det lokale niveau.

Overgæret & Undergæret



Ølfestival i Esbjerg

Ølfestivalen i Esbjerg begynder allerede torsdag den 22. oktober. Festivalen kommer til at foregå i Musikhuset, og åbningstiderne er:

Torsdag d. 22. oktober kl. 17–23
Fredag d. 23. oktober kl. 15–23
Lørdag d. 24. oktober kl. 12–23

Pris for entre, smageglas, katalog og 5 poletter bliver 150 kr. Medlemspris kun 125 kr.

Begynd allerede nu at reklamere for festivalen på arbejdspladser og uddannelsessteder. I løbet af kort tid har vi reklamematerialet klart.

I LOVE HOR

Horsens har søsat en stor reklamekampagne for byen, som Bryghus Horsens også bidrager til. Men I LOVE HOR, hvor etiketten er kampagnens logo, er ikke nogen ny øl.

Til gengæld er det en lidt forvirrende øl. I nogle flasker er der Pilsner No. Uno og i andre Tugthusbajer. Der skete en mindre fejl ved tapningen, som nu foregår på Indslev.

