



VI ER FORSKELLIGE - BRUG DET!

Innovation på flasker

Indlæg af Susanne Justesen i Berlingske Business.dk den 5. maj 2007 (blogpost # 12)

Det har jo i ganske mange år stået lidt sløvt til med innovationskraften på øl-markedet, hvor vi indtil slutningen af 1990'erne allesammen måtte "tage til takke" med at drikke de selvsamme øl som dem der blev drukket i huset på Christianshavn. Men så begyndte der at ske noget! Det stagnerende ølsalg fik sat gang i innovationskraften, en række nye øl så dagens lys, og det samme gjorde en række nye bryggerier, således har vi set hvordan antallet af bryggerier er vokset fra 19 danske bryggerier i 2001 til at vi idag har 85 danske bryggerier. Ifølge Bryggeriforeningen blev der i 2006 lanceret intet mindre end 470 nye øl på markedet, og det er jo ganske overvældende tal. Ikke overraskende at novicer indenfor den avancerede øldrikning kan føle sig ganske overvældede over cafeens øl-menukort, eller blot ved supermarkedets ølhylde.

Een af de mere interessante øl-innovationer blev lanceret sidste år af kunstnergruppen SuperFlex, der i samarbejde med studerende på IT-Universitetet og Bryggeriet Skands har lanceret en open source øl under navnet FREE BEER. Således er opskriften og selve branding af øllen publiceret under Creative Commons licens, hvilket betyder at alle kan bruge opskriften til FREE BEER, og desuden inviteres til at videreudvikle på opskriften, og dermed selv sælge og tjene penge på FREE BEER, når blot de krediterer oprindelsen. Free Beer er allerede udkommet i en version 3, og er blevet videreudviklet på mikrobryggerier i både Milano og San Francisco. Men det er ikke kun de små og nye bryggerier der kan være med på den imponerende innovationsbølge i branchen. De store og etablerede bryggerier kan også. Miller har således lovet senere på året at introducere den selvkølede øldåse (som har været undervejs meget længe efterhånden). Tuborg lancerede tidligere på året den personlige øl som de kalder "Din Tuborg", hvor man selv kan designe sin egen øl-etiket, oplade den til deres hjemmeside og fire uger senere modtager man med posten sin egen personlige øl.

Carlsberg og Husbryggeriet Jacobsen er gået i et lignende open innovation mode og har indgået et spændende samarbejde med en række Københavnske restauranter, hvor gæsterne bydes på øleksperimenter fra Jacobsen. Bryggeriet udvikler hvert år fire øl som kun sælges på de medvirkende restauranter (Alberto K, Custom House, Kong Hans, Premisse, Quote og Saison. Brygmester Jens Eiken fra Husbryggeriet Jacobsen udtaler i den forbindelse at "Vi vil med vores Limited Editions gerne udfordre konventionerne om, hvordan øl kan brygges og hvilke smagsoplevelser øl kan byde på. Når man er brygmester står hele naturens mangfoldighed til

rådighed. Det giver uanede muligheder for at afprøve nye og utraditionelle samspil mellem øl og mad”.

Så der sker spændende ting på ølmarkedet lige nu på innovationsfronten, hvilket da også får en tilfreds Niels Hald, der er direktør i Bryggeriforeningen, til at beskrive hvordan innovationen og iværksættertrangen er uhørt høj i den danske ølverden lige netop nu, især fordi man i Bryggeriforeningen har konstateret hvordan ølbrygningen i Danmark nu er gået hen og er blevet en af de førende fødevarerbrancher.

Vi følger udviklingen her på innovationsbloggen