

Ny strategi skal pumpe langt mere specialøl ud af Royal Unibrews haner

FINANS

AF LEONORA BECK

Offentliggjort 03.01.19 kl. 11:10

En frisk slagplan skal hjælpe salget i vejret hos Royal Unibrew og gøre ølkoncernen mere relevant for kunderne, der efterspørger en perlerække af nye smagsoplevelser.



| Foto: Gregers Tycho

Et nyt strategisk træk skal sikre en større del af markedet for specialøl for Royal Unibrew, der vil øge salget af specialøl i Danmark med minimum 35 pct. i 2019.

Ved at installere fadølsvægge med op mod 30 haner hos bar- og restaurantkunderne og samarbejde med mikrobryggere om både at sælge deres øl og at brygge øl i fællesskab med dem satser Royal Unibrew på at booste salget.

"Vi ser, at den danske forbruger bliver mere og mere interesseret i craftøl og ønsker mange forskellige øl at vælge imellem," siger Carsten Nørland, nordisk chef for Royal Unibrew

Og der er efter alt at dømme penge i det. Øliværksættere som Mikkeller, Tapperiet Brus og Evil Twin har alle pumpet omsætningen i vejret ved at tilbyde danskerne stribevis af skiftende oplevelser til smagsløgene.

"Alt efter, hvad baren har haft før, kan vi se, at deres omsætningen kan stige op mod 20-25 pct., når vi installerer en væg med 10-20 haner af forskelligt craftøl," siger Carsten Nørland.

Det er normalt de store bryggerier, der betaler for at installere fadølsanlæg og kølesystemer for barer og restauranter – mod at de serverer bryggeriets bryg. For at give sine bar- og restaurantkunder en bred portefølje af øl vil Royal Unibrew tilbyde lokale mikrobryggere en eller flere ølhaner på deres ølhanevægge hos restauranter. Samtidig satser bryggeriet på at lade bryggeren Anders Kissmeyer, som Royal Unibrew har et samarbejde med, brygge nye øl i fællesskab med mikrobryggere i ind- og udland.

At Royal Unibrew vil lave de såkaldte *collaboration brews* er nyt og rigtig godt, mener man hos organisationen Det Frie Øl, der arbejder for fri og fair konkurrence i ølbranchen. Men initiativet om at lukke mikrobryggere ind i folden er ikke kun positivt.

"Vi ser det som et udtryk for, at Royal Unibrew vil styre markedet fuldstændigt. At have kontrol over alt hos udskænkingsstederne," lyder det i en mail fra Tore Jørgensen, formand for Det Frie Øl og ejer af Herslevs Bryghus.