



ØLentusiasteN

MEDLEMSBLAD FOR DANSKE ØLENTUSIASTER

Nr. 55

APRIL / MAJ 2010



Årets Ølnyhed

Ølborg



Øl i Rom

Mejeristens øl

Carlsbergs månelanding



Ølturisme

Ølborg

AF GERT SVANBORG SLOTH

FOTO: PALLE WESTERGREEN

VisitAalborg lancerer permanent Beerwalk



På et stuvende fuldt The Wharf skød marketingschef hos Visit Aalborg Peter Asboe-Hermansen Aalborg Beerwalk i gang.

Aalborg Beerwalk giver aalborgensere, turister og andet godtfolk mulighed for at smage seks velskænkede specialøl fra fad på op til seks herlige pubber i hjertet af Aalborg for kun 100 kroner.

Strækningen mellem disse ølsteder er knapt en kilometer. En distance som de fleste burde kunne overkomme.

Ølentusiasterne nordjyske reporter er inviteret med på jomfruturen, der på årets første forårsdag 1. marts lancerer turistorganisationen VisitAalborgs nyeste oplevelsesinitiativ: Aalborg Beerwalk – der giver aalborgensere, turister og andet godtfolk mulighed for at smage seks velskænkede special-øl fra fad på op til seks herlige pubber i hjertet af Aalborg.

Jeg har bedt lokalbestyrelsesmedlem Tom Christensen, Poul Bagger Steinfeldt og Leif G. Larsen fra lokalafdeling Aalborgs pubudvalg samt lokalafdeling Aalborgs ivrige fotografspire Palle Westergreen slå følge med mig på denne jomfrutur. Lanceringen starter på The Wharf og skal derefter gå forbi de øvrige fem partnere i Aalborg Beerwalk - pubberne Old Games Pub, John Bull Pub, The Irish House,

London Pub og slutte med en bid brød på mikrobryggeriet Søgaards Bryghus. Strækningen mellem disse ølsteder er knap en kilometer. En distance som de fleste burde kunne overkomme.

Vi er inviteret til klokken 17 mandag den 1. marts – men enkelte gæster trækker den de obligatoriske 10 minutter. Jeg står på The Wharf i området nærmest indgangen. Rundt omkring mig står cirka 50 mennesker – en del af dem kendte ansigter fra pubmiljøet i Aalborg. Foran sig har de et fyldt 15 centiliters glas, hvilket må anses for at være ret mærkværdigt på netop The Wharf, hvor man normalt ser gæsterne stå med fyldte pintglas.

Da alle de inviterede er vel ankommet, slår barmanager Fergus på klokken, og

marketingschef hos Visit Aalborg Peter Asboe-Hermansen påkalder sig gæsterens opmærksomhed. Han fortæller at inspirationen til Aalborg Beerwalk kommer fra de lokale ølentusiaster i Aalborg som i forbindelse med Øllets Dag i 2008 og 2009 afviklede BEERWALK i Aalborg City. Helt specifikt fik Peter øje på en plakat for ølentusiasternes beerwalk på Søgaards Bryghus, og tænkte at man burde kunne udvikle på idéen og styrke byens oplevelser ved at lave en permanent beerwalk til glæde for byens borgere og dens besøgende.

KÅRING AF ÅRETS PUB

Han præsenterer produktet; en lille æske med et eksklusivt udseende, som indeholder et 15 centiliters smageglas, seks værdikuponer til seks smagsprøver på godt øl

samt en guide, der kort og præcist på dansk og engelsk præsenterer de seks østeder som er med i projektet. Guiden indeholder også et kort, så man kan finde stederne og der er angivelse af åbningstid – hvilket giver bedre mulighed for at planlægge. Man kan selv vælge hvor man vil starte og stoppe – men man er garanteret en hyggelig gåtur i hjertet af Aalborg og 90 centiliter (6 x 15 cl) godt fadøl efter eget valg. Alle øl på fad kan vælges. Der er rigeligt med haner at vælge af på turen. Og bliver man i tvivl er man velkommen til at gå i dialog med personalet på stederne. Planen er nemlig at man skal vurdere de seks steder ud fra kriterierne: øl kvalitet, betjening og atmosfære. Man får mulighed for at give mellem 1 og 5 stjerner i de tre nævnte kategorier, skrive sine kontaktoplysninger på talonen og aflevere den i stemmeboksen på pubben. De afgivne stemmer danner grundlag for den årlige kåring af "Årets Aalborg Beerwalk Pub". Kåringen skal foregå hvert år den 3. lørdag i oktober. Den første kåring finder altså sted lørdag den 16. oktober 2010. Samtidigt trækkes der lod blandt besvarelserne om flotte præmier. Hovedpræmien er en guidet VIP-tour for vinderen og maksimalt 20 venner på Aalborgs kendte destilleri. Efter præsentationen bliver der skålet og snakken bryder løs igen. Deres udsendte søger hen mod døren, hvor den lokale avis afvikler interview. ØLentusiasteN kobler sig på scenen.

FLEKSIBELT PRODUKT

Marketingschefen mener at Aalborg Beerwalk er et fuldt fleksibelt produkt. Folk kan vælge at besøge alle de 6 steder hvis de vil. Men de kan også vælge at bruge alle værdikuponerne et sted. Han gør meget ud af at pointere at det nye initiativ ikke er et druk-produkt – men mere et kulturelt produkt, hvor man kan komme ud og få sig en god oplevelse. Han mener der er flere målgrupper som er oplagte. Turisterne, naturligvis – fordi de kommer for at opleve noget. Derfor er det også planen at få byens hoteller og overnatningssteder på forhandlerlisten. Men han har også andre af byens gæster i kikkerten – eksempelvis deltagerne i en universitetskonference eller andre konferencer. Byens borgere kan også benytte den nye mulighed – eksempelvis kunne en personaleforening erstatte bowling-turen med en beerwalk. Kunder og samarbejds-

partnere kunne også opleve byen på en ny og anderledes måde. Deres udsendte holder sig pænt tilbage og lytter kun. Det skulle jeg nok ikke have gjort. Det viser sig nemlig at der i morgendagens avis intet er nævnt om at det er ølentusiasternes fortjeneste at der nu eksisterer en permanent beerwalk i byen. I stedet bliver marketingschefen hyldet som idémand bag konceptet. Lidt ærgerligt. Han må være kommet lidt sent, den journalist... Der slås på klokken og de 50 personer, som er en skøn blanding af ansatte hos VisitAalborg og samarbejdspartnere, bevæger sig mod Old Games Pub.

LÅNTE FJER

Her sætter jeg mig og nærstuderer æsken og indholdet. I logoet for Aalborg Beerwalk står følgende linje, som falder mig en lille smule for brystet: "The finest & original". Hvordan kan man kalde noget det, når det nu er almindelig kendt at der i hvert fald har været afviklet beerwalk to gange tidligere i byen? Samtidigt er det en kendsgerning at Saddleworth Beerwalk, som vist var den første, til maj står for at skulle afvikle nummer 37 i rækken af årlige beerwalks. Jeg finder marketingschef Peter Asboe-Hermansen og forholder ham dette. Han er ked af at blive beskyldt for at pynte sig med lånte fjer og henholder sig til at udtrykket "The finest & original" er en velkendt markedsføringsgimmick som læner sig op ad den britiske øl- og whisky-tradition.

Deres udsendte (der også er lokalformand i Aalborg) stiller sig tilfreds med svaret og glæder sig over at VisitAalborg mener at kunne sælge byen på en idé der er fostret i vores forening. Når alt kommer til alt må vi også erkende at de lokale ølentusiaster langt fra har den nødvendige volumen samt økonomi der skal til for at få lavet et tilsvarende produkt. Alt peger på at vi ølentusiaster i fremtiden skal blive bedre til at samarbejde med andre for at få vores mål opfyldt og hvis det koster at vores idéer bliver planket, så må vi leve med det.

Der slås endnu engang på klokken. Og cyklen der skal promovere beerwalken (se forsiden) trækkes de 137 meter hen til The Irish House. John Bull Pub, der også er partner i projektet er desværre lukket. Der har været forlydender om at det skyldes en personaletur til Sibirien eller at barejer



Marketingschef hos Visit Aalborg Peter Asboe-Hermansen fortæller at inspirationen til Aalborg Beerwalk kommer fra de lokale ølentusiaster i Aalborg, som i forbindelse med Øllets Dag i 2008 og 2009 afviklede BEERWALK i Aalborg City.

Jamal deltager i det libanesiske melodi grand prix – men ØLentusiasteN får barmanager Nicholas Hjortshøj til at indrømme at den egentlige grund er omfattende håndværkerarbejde på stedet.

NYT NAVN TIL AALBORG

På vejen mod London Pub falder jeg igen i snak med VisitAalborgs marketingschef. Netop da vi passerer Jens Bangs Stenhus og byens turistkontor slår en ny idé ned i mig som et lyn. Hvorfor arbejder vi ikke for at byen Aalborg får sig et nyt navn? Det mest geniale og velklingende navn til vores nordjyske hovedstad må da være: ØLborg. Marketingschefen griner kækt og smilet fylder det meste af hans ansigt. Jeg stopper ikke af den grund og plæderer for at byens borgmester sikkert ikke vil være afvisende. Personligt tror jeg at mange lokalafdelingsformænd i vores forening ville give sin højre arm for at kunne blive lokalformand i ØLborg. Så meget er jeg ikke villig til at afstå – men idéen er



Specialtilbud

VisitAalborg har lavet et specialtilbud for medlemmer af Danske Ølentusiaster.

Mod forevisning af gyldigt medlemskort kan du erhverve et Aalborg Beerwalk kit til kun 80 kroner (normalpris 100 kroner).

Tilbuddet gælder kun hos VisitAalborg, Østerågade 8, 9000 Aalborg.

De har åbent hverdage 9.00 – 16.30 samt lørdag 10.00 – 13.00.

Tilbuddet er gældende frem til 1. juni 2010.



Til normalpris kan Beerwalk også købes hos:

First Slotshotel Aalborg
Rendsburggade 5, Aalborg
Tlf: 98 10 14 00
www.firsthotels.com

Salling
Nytovr 8, Aalborg
Tlf: 98 16 00 00
www.salling.dk

Vinspecialisten
Vingårdsgade 13 - 15, Aalborg
Tlf: 98 12 52 90
www.vinspecialistenaalborg.dk



Repræsentanter fra fem ud af de seks vandingshuller i Aalborg, der er med i konceptet Aalborg Beerwalk. Et projekt som Dansk Kulturturisme synes er fantastisk og bør kunne sælges på færgerne fra Norge og Sverige.

nu givet videre til marketingschefen til fri afbenyttelse. Når man nu alligevel er på tur i øllets tjeneste skader det ikke at blive ramt af en god idé. Der er ganske vist en hel del materiale og nogle websites der skal ændres – men alligevel. Der kunne virkelig sættes nogle skibe i søen i forhold til at lave oplevelser.

Før vi forlader London Pub igen kaldes repræsentanter for de fem pubber til fælles fotografering udenfor.

FOLKETS DOM

Efter besøget på London Pub når vi aftenens sidste destination, Søgaards Bryghus, hvor der ud over øl også bydes på lidt mad. De inviterede samles i bryghusets ølstue: Kedlen. Her har deres udsendte aftalt med pubudvalget at evaluere turen og produktet. Imidlertid kommer vi til at sidde sammen med repræsentanter for Dansk Kulturturisme og de blander sig i snakken. Trods 20 år i Aalborg har jeg aldrig hørt om Dansk Kulturturisme før og spørger derfor nysgerrigt ind til hvad det er for noget. Det viser sig at firmaet de seneste 20 år har lavet oplevelsesture i Danmark for især norske og svenske turister. De mener at Aalborg Beerwalk er et fantastisk koncept. Det bør kunne sælges på færgerne

fra Sverige og Norge samt på hotellerne. Da de har forladt os – vælger vi at evaluere over en lille dele-øl – en Kippis Syrling (Danmarks mester i håndbryg 2009 brygget på Søgaards Bryghus).

Pubudvalget er blevet bedt om at udtrykke turens indtryk. Leif og Poul mener at det ser rigtigt fornuftigt ud. "VisitAalborg har lavet et godt koncept. De er ganske vist inspireret af ølentusiasterne, men har ophøjet idéen til noget vi aldrig selv kunne have magtet. Og så er det billigt – 100 kroner for 90 centiliter øl og muligheden for at gå på opdagelse sammen. Det er absolut et plus at du selv kan vælge det øl du skal smage. Det er en god måde at smage de forskellige øl i stedet for at man absolut skal købe et stort glas. Du kan selv vælge om du vil besøge samtlige seks steder og du har mulighed for at blive et sted i længere tid hvis stemningen er til det. Det er en idéel glasstørrelse. Det passer også godt til de kvinder som ikke nødvendigvis synes at det er hyggeligt og charmerende at drikke store fadbamser".