

# Bryggeriklubbens

Medlemsblad no 3 - 2014



## *INNEHÅLLSFÖRTECKNING:*

Info + medlemsbrev	sid 2
Ordförandens spalt	sid 3
Redaktörens spalt	sid 4
Öppet brev till Systembolaget	sid 5-7
Ändringar i medlemsregistret	sid 7
Coppersmith's Brewery	sid 8
Näås Gårdsbryggeri	sid 9-10
Nyhetsbrev Närke Kulturbryggeri	sid 11-12
Broschyr Bryggeri Falken AB 1967	sid 13-15
Årets Ölperson 2014	sid 16

## - BRYGGERIKLUBBEN -

FÖRENING FÖR SAMLARE OCH BRYGGERIINTRESSERADE

\*\*\*\*\*

KLUBBEN BILDADES 1982 OCH BESTÅR AV PERSONER BOSATTA I NORDEN  
MED ETT AKTIVT INTRESSE FÖR BRYGGERIINDUSTRIN

---

### STYRELSE:

Ingmar Strannevik (ordf), Centrumvägen 10, 458 30 Färgelanda, tfn; 0530 – 921 66

Magnus Karlsson (vice ordf), Kanov 7, 792 96 Våmhus, tfn; 0250–455 65, 070-3307026

Roger Svensson (sekr), Skrehallsv 22, 461 78 Sjuntorp, tfn; 0520 – 29 16 02, 070-087 16 02

Per-Olof Ström (kassör), Trandaredsg 99, 507 61 Borås, tfn; 033–15 52 23, 070–212 52 23

Rickard Laisfeldt (redaktör), Medlev 281,931 98 Skellefteå, tfn; 0910-200 259, 070-6531808.

Medlemsbladet utkommer med 4 nr/år, e-mail: Rickard: [storlaisan@yahoo.se](mailto:storlaisan@yahoo.se),

Manusstopp: 1/3, 1/6, 1/9, 1/12      E-postadress: [bryggeriklubben@yahoo.com](mailto:bryggeriklubben@yahoo.com)

[info@bryggeriklubben.se](mailto:info@bryggeriklubben.se)

Föreningens bg: 5304 – 6942, kontonr: Swedbank 8032-5, 4067844-3

\*\*\*\*\*

Det kom ett mail till oss från Swen Stockhaus, som i Hälsingland fick ta del av något som, kanske indirekt, berör oss alla. En loppis utanför Bollnäs hade fått en mindre trevlig överraskning, med egen prissättning från en fräck kund som dessutom passade på när affären var bemannad av (oerfaren) sommarledig ungdom. Bara att beklaga – i förlängningen kan utbudet minska eller rent av upphöra.

Så en tråkig läsning från en loppis vi besöker varje semester:  
Kommisionsloppisen hade prissatt två bryggeribackar till 500 respektive 350 kr.  
Köparen ville tydligen bara betala 100 kr styck och agerade själv prissättare. Bara att uppmärksamma samlare av bryggeribackar, att lyssna lite med säljaren när backarna är inköpta. De kan ju dyka upp igen, till försäljning.



*Ordföranden har ordet!*

Högsäter i september 2014

Hej alla samlarvänner

Här på Dal har inte hösten infunnit sig ännu utan vi har det fortfarande milt ute. Sommaren har varit händelserik på många sätt, oerhört varm och solig men tyvärr har det varit en stor skogsbrand och sedan regn med översvämningar. Det har även stormat om Systembolaget. Tydligen gör de allt för att krångla till det för de riktigt små bryggerierna. Jag hoppas att gårdsförsäljning blir tillåten. Då blir det spännande att åka runt i Sverige och köpa olika öl på alla småbryggerier. Tyvärr skyller politikerna på EU men det är inte sant. I Europa är det ju tillåtet att sälja öl och vin på gårdar och bryggerier. Alternativt vore det bra om ett eller några bolag fick öppna och konkurrera med Systembolaget med att sälja öl från småbryggerier men att ändå ha Systembolaget kvar för den stora massan.

I skrivande stund ramlar anmälningarna in till vårt höstmöte. Det verkar bli många som kommer i år och det gläder jag mig åt. Men man får inte alltid vara glad. Jag fick nyss reda på att vår vän Hans-Lennart Ullström gått bort. Han var en av mina första kontakter i klubben. Det var med honom jag gjorde min första resa på klubbmöte till Guttsta Bryggeri och Hallsta Bryggeri våren 1997. Det var med honom jag gjorde min första resa till Stockholm Beer Festival och året var 1999. Ja, vi hade mycket trevligt ihop och han missade inte ett bryggerimöte - utom de sista åren då han var mycket sjuk.

Nu önskar jag er alla, både samlare och bryggare en angenäm höst med någon god öl i handen framför brasan, eller TV:n.

*Ingmar*

## REDAKTÖRENS SPALT

Något försenat kommer så äntligen höstnumret, felet ligger helt på mig med personliga göromål. Men jag hoppas och tror att detta inte håller i sig, målet är att få ut nummer 4 vid årsskiftet. Innan dess kommer dock ett sprängfyllt etikettutskick runt första advent.

Vid upprepade tillfällen har jag i detta forum berömt Systembolaget för dess kundvänliga och serviceinriktade inställning det senaste året med ett brett utbud av olika drycker från mindre ölproducenter – men det var uppenbarligen väldigt kort tid.

Under sommaren har många småbryggerier rapporterat om samma sak; Systembolagets nya sortimentsmodell kan komma att medföra stora problem för dem. Det handlar om små bryggerier som säljer slut på ALLT de producerar – men som ändå får beskedet att deras artiklar inte kommer att säljas – för att de säljer för LITE. Allt mer talar för att den nya sortimentsmodellen som trädde i kraft i september kommer att gynna stora aktörer och missgynna de små eller att alltför otydliga och godtyckliga regler kommer att gälla.

Enligt de tidigare reglerna hade lokala bryggerier rätt att sälja sina öl på de tre närmsta butikerna dit de själva fick leverera produkter. De nya reglerna säger att bryggerierna har POTENTIAL att sälja sina produkter i 10 butiker inom 10 mils radie. Det är dock Systembolaget som väljer vilka öl som ska tas in, baserat på efterfrågan. Problemet är att vi nu sett flera bryggerier, som säljer allt de producerar, få besked att de säljer för lite – deras produkter kommer inte finnas på något bolag från att tidigare ha funnits på tre lokala Systembolag. En snedvridning som drabbar mindre producenter.

Summan av kardemumman: Nu finns de flesta nyheterna på beställningslistan med "kollkrav" dvs möjligheten att beställa en eller några flaskor är uttraderad – och även om jag personligen tillhör ett litet fåtal ölnördar som kraftigt ökat mina ölinköp via Systemet (för att dels få tag på etiketterna, dels att få uppleva en mångfald av olika smaker) så kommer omsättningen på Systembolaget att sjunka jämfört med innan förändringen. Detta baserar jag enbart på det jag sett i hyllan hos mitt lokala "bolag", lokalt häruppe i norr är det många "vanliga Svenssons" som liksom jag passat på att upptäcka öl-Sverige...

På de följande sidorna har jag kopierat in ett öppet brev till ansvariga från några av de mindre bryggerierna, tänkvärd läsning för många. Sedan kan man ju undra om detta är första steget mot en avreglering av monopolet, eller om bryggerierna lokalt måste gå mot en modell à la Klövsjö Gårds Bryggeri i Jämtland som redan från början bestämde sig för att helt bojkotta Systembolaget och bara använder sig av direktförsäljning till olika anläggningar i närområdet. Vilket för övrigt gäller ett stort antal av de nystartade bryggerierna i Jämtland/Härjedalen...



## Öppet brev till Systembolaget

Systembolagets nya regler skadar svensk småskalig dryckesproduktion i tillväxtfas

Från och med 1 september 2014 ändrar Systembolaget leverantörsvillkoren för producenter med småskalig produktion. Motivet till detta anges från Systembolagets sida vara att just intresset för lokala och småskaliga artiklar ökat och att man för att möta kundernas efterfrågan genomför ett antal förändringar för att förbättra kunderbudandet genom ett brett och kvalitetssäkrat sortiment över hela landet.

De nya reglerna ger bryggerierna möjlighet att saluföra sina produkter, exponerade på hylla, på upp till tio Systembolag inom en 10-milsradie från produktionsstället. Systembolaget har inte tydligt definierat vad som avgör antalet lagerförande butiker, d.v.s. hur många butiker produkten i slutändan kommer att finnas på.

Den svenska mikroölsceenen är för tillfället i en kraftig tillväxtfas. Det är en följd av att den globala trenden för småskalig dryckesframställning, framförallt med rötter i USA, har spridit sig till den Europeiska kontinenten och den Skandinaviska halvön och förenats med ett växande intresse för hantverksmässig och småskalig produktion i allmänhet.

Systembolaget har sedan ett par år tillbaka stöttat den nya framväxande näringen med fördelaktiga leverantörsvillkor som gett småskaliga dryckesproducenter möjlighet att ha sina produkter exponerade på hyllplats i tre Systembolagsbutiker inom en radie av tio mil från tillverkningsstället. Därtill har Systembolaget erbjudit att sköta logistiken för dessa produkter om de registrerats i beställningssortimentet just för att främja småskalig produktion. Detta gav kund i sydligaste Sverige möjlighet att beställa lokala artiklar från nordligaste belägna bryggeri utan att varken bryggeri eller kund behövde betala någon extra kostnad.

Flera problem:

10 mil räcker olika långt

- 10-milsradien är ett problem. En potentiell ökad täckning på lokala systembolag (inom en 10-milsradie från produktionsstället) gynnar framförallt bryggerier i tätbefolkade områden där Systembolagsbutikerna ligger tätt. I många områden där dryckesproducenter bygger upp en verksamhet finns inte ens tio Systembolag inom denna radie. En del producenter, även om de är få, har inte ens en enda butik inom räckhåll för de nya reglerna. Detta missgynnar producenter som befinner sig utanför storstadsregionerna.

- Ett annat potentiellt problem är hur Systembolaget väljer ut vilka butiker som producenten skall få sälja sina produkter till. Om eventuell lagerförning avgörs på

tidigare säljstatistik riskerar mer udda dryckestyper att inte få hyllplats. Risk för en stelbent likriktning inträder trots att kunderna sannolikt idag är öppna för nya smaker och produkter. Bedömningsgrunden för inköp är inte offentlig.

Centralisering minskar kunderbjudandet och främjar lokal tillverkning i vissa delar av landet

- Från första september skall alla artiklar som beställs via systembolagets beställningssortiment transporteras till systembolagets varudepå i Örebro för vidare transport till mottagande butik. Tidigare stod dryckestillverkaren för transporten till en lokal Systembolagsbutik, därefter tog Systembolaget över logistiken genom sina egna distributionskanaler. Varken kunden eller producenten behövde betala extra för denna service som bekostades av systembolagets egna påslag på produkten. Kostnaden för detta läggs nu istället på producenten och Systembolagets egna logistiklösningar till varudepån i Örebro går inte att utnyttja.

- Förändringen är problematisk. En dryckesproducent som ligger långt från varudepån i Örebro får givetvis betala en ansevärd summa för transport även av mindre kollin, något som i slutändan, om dryckesproducenten ändå bestämmer sig för att ha sina produkter i beställningssortimentet, kommer att få betalas av kunden. Och andra sidan kommer de fåtal producenter som ligger nära Örebro ha en oerhörd konkurrensfördel jämfört med dem som måste anlita externa logistiklösningar.

Inkonsekvens i miljötänkandet

- Enligt Systembolagets hemsida står transporter för "18 procent av den totala klimatpåverkan som förknippas med framställning, transport och försäljning av Systembolagets produkter." Det nya erbjudandet i logistiklösningen gör att många flaskor kommer att få åka långa extra vändor i vårt avlånga land. En luleåbo som gärna vill ha en flaska öl från det relativt närbelägna bryggeriet i Umeå får gott vänja sig vid att flaskan transporteras 120 mil innan den når den lokala butiken. Inte heller detta är förenligt med det miljöansvar Systembolaget säger sig värna om.

Sammantaget kan man utan större svårighet se att de nya leverantörsvillkoren inte kommer att främja den intention som Systembolaget uttalar. Istället riskeras en avsevärt snedvriden konkurrenssituation, oklarheter vad gäller styrningen av lagerförda varor, sannolikt ökad klimatpåverkan samt viktigast – ett minskat utbud för den kundkrets som Systembolaget vill fånga in med de nya villkoren.

Konklusion:

Under senaste veckan har återigen en stark opinion för tillåtelse av gårdsförsäljning växt till och gjort sin röst hörd. Det är bra. Det ger ännu en möjlighet för lokal småskalig tillväxt. Det är däremot en begränsad kanal och i

dagsläget inte förenligt med EU-rätten. Det som näringen behöver är en leverantörskedja där villkoren är rimliga och förståeliga och som ger möjlighet för småskaliga aktörer, även i periferin, att verka och växa. Så länge det svenska monopolet är den enda aktör som har rätt att saluföra alkoholhaltig dryck till privatkund är allt annat orimligt. Systembolagets uppsatta vision och syfte med den nya sortimentmodellen blir hårt naggat i kanten på flera av de springande punkterna redan innan reglerna börjat tillämpas.

Entusiaster och entreprenörer inom mathantverk göre sig i dagsläget icke besvär att försöka slå sig in i dryckeshantverket. Den öl-, vin- eller spritintresserade individen, systembolagets främste kund, kan med de nya reglerna se fram emot en fattig framtid vad gäller hantverksmässigt tillverkad dryck i Sverige. Likriktningen och den minskade valbarheten lär bestå till förmån för importerad mikroöl och megaindustriell tillverkning.

För näringens tillväxt och överlevnad och i slutändan för det dryckesintresserade Sveriges bästa är vi små producenter angelägna om en diskussion om hur villkoren utformas.

Jemtshed & Brande	Ängö Kvartersbryggeri	Malmö Brygghus
Räven & Skatans Bryggeri	Bryggeri Fängelset	Folkared 15
Åre Bryggcompagni	Sideburn Brewery	Brekeriet
Egnells Bryggeri	Trädskogens Bryggeri	Hop Shed Brewery
Brygghus 19	Kvarnagårdens Bryggeri	Beer Studio

## **ANDRINGAR I MEDLEMSLISTAN:**

- 1, Swen Stockhaus, ny adress: Stora Torggatan 12, 274 34 Skurup.
77. Ove Grip, ny mail: [ove.grip@outlook.com](mailto:ove.grip@outlook.com)
84. Kurt Andersson, tel: 072 – 52 39 153, e-mail: [kurtanswe001@hotmail.com](mailto:kurtanswe001@hotmail.com)
92. Niels-Erik Larsen, utgår som medlem.
112. Hans-Lennart Ullström, utgår (avliden).
176. Lars Forsberg, ny adress: Nygatan 32 B 1101, 645 31 Strängnäs, tel: 070 – 287 72 05.
204. Ronny Olsson, samlarområden: underlägg Sverige, Danmark, Ungern, North Carolina
211. Till Hartmann, tel: 070 – 281 12 53.
227. Ny medlem, Bo Thomasson, Pilt Jans väg 28, 784 55 Borlänge, tel: 0243 – 803 31, 070 – 724 53 71. E-mail: [bo.thomasson@compaqnet.se](mailto:bo.thomasson@compaqnet.se)  
Samlarområden: allt som rör bryggerier i Borlänge, svenska ölglas.



**LOKALT BRYGGERI.** Petri Karhukorpi och Göran Carlsson säljer från första juli sitt eget öl på Systembolaget. Mikrobryggeriet på Hacksta utmärker sig genom att de själva tappar sitt öl på burk. Foto: Alexander Carlsson

# Bra flyt för lokalt öl på systemet

## Nu har ännu ett lokalt öl gjort debut

**Coppersmith's Brewery är ett av Västerås mikrobryggerier. Sedan första juli finns deras öl på Systembolaget i Västerås. "Det som skiljer oss från andra mikrobryggerier är att vi har egen burktappning," säger Göran Carlsson delägare av Coppersmith's Brewery i Västerås.**

**VÄSTERÅS.** I Västerås finns några mikrobryggerier. Systembolaget säljer öl från två av dessa. Det ena är Hantverksbryggeriet och det andra är Coppersmith's.

2011 började Göran Carlsson och Petri Karhukorpi tillsammans planera för ett ölbruggeri, och i början av 2014 stod lokalen klar och redo för ölbruggning. Under de tre åren har de planerat i minsta detalj. De har rest

runt och gjort studiebesök på olika bryggerier runt om i Europa. De har gått på mässor och Petri har gått en ölbruggarkurs i Ludvika.

**Nu finns deras öl på Västerås tre Systembolag.** Och försäljningen har gått väldigt bra.

- Vi har fått en flygande start. Vi har sålt tre gånger mer än vi trodde, säger Petri Karhukorpi.

Den stora lokalen är fylld av pannor i rostfritt stål och annan utrustning för att kunna göra öl. Utrustning och material som kommer från bland annat Italien, Tyskland och Kanada.

Den som ansvarar för själva bryggningen är Mats Ceder. Honom träffade Petri under ölbruggningsutbildningen i Ludvika.

Mats är även den som har testat fram alla recept till ölen, ett precisionsarbete när man ska få samma smak på ölet att passa storskalig ölbruggning.

**De senaste fyra till fem åren** har ölintresset växt i Sverige. Något som Systembolaget har märkt av.

- Vi har märkt stor skillnad i försäljningen, vi säljer mer ales och specialöl nu än för fem år sedan. Vi har även märkt att det har blivit en slags "boom" bland mikrobryggerierna, säger Peter Spjut, försäljare på Systembolaget på Erikslund i Västerås.

Coppersmith's har tre olika öl i sitt standardsortiment, varav en finns på burk. En ale, en IPA (India pale ale) - och en lager, och

just nu har de även en mer säsongsbetonad öl med smak av rabarber och hallon.

- Det som skiljer oss från andra mikrobryggerier är att vi har egen burktappning. Andra tar hjälp med burktappning från större bryggerier, säger Göran Carlsson.

De är även ett av de få bryggerier i Sverige som har ett eget labb. Där testas ölen om det finns mikroorganismer - förstörande bakterier i ölet.

- De är inte farliga, men kan förändra och förstöra smaken på ölet, säger Petri Karhukorpi.

I framtiden vill de bland annat satsa på ekologisk öl. Men även ett glutenfritt öl. En utmaning eftersom malten som är stommen i ölet innehåller gluten, då den oftast är gjord på korn eller vete.

**JOHANNA ENBÄCK**  
johanna.enback@vtt.se  
021-19 92 08

### ■ Mikrobryggerier

**Ett bryggeri kallas** mikrobryggeri om man brygger mindre än 1,6 miljoner liter öl per år.

**De första mikrobryggerier-**na kom som en motreaktion

på de stora ölbruggarindustrierna.

**På mikrobryggerierna är** öltillverkningen mer ett hantverk där man noga väljer rätt råvaror.



## Näås Ölbryggeriet som vill växa dubbelt



**VARUMÄRKE.** Genom att bara se på flaskan kan man få för sig att Näås bryggeri producerat öl i hundra år. Det hela är väl uttänkt och etiketterna har designats i London för att utstråla kvalitet och tradition.

■ Ägaren av ett av Sveriges nyaste ölbryggerier ser inte Systembolaget som något hinder. Kvalitet och varumärke är de viktigaste nycklarna för att lyckas som alkoholproducent, menar han.

YDRE (ATL)

**G**unnar Emanuelsson äger Näås gårdsbryggeri i Ydre i södra Östergötland. Det är bara tio månader sedan han startade tillsammans med bryggaren Lars Schweitz och de har kunnat leverera öl under sex månader.

**SOM NYSTARTAD BRYGGARE** var han förstas medveten om den allt mer ökande konkurrensen på området. Antalet bryggerier i Sverige har femdubblats från det att han började fundera för några år sedan till situationen idag med över 100 småskaliga bryggerier över hela landet.

Och i takt med antalet nya ölsorter, både lokala och importerade, har även konsumenternas medvetande ökat.  
– Det är inte lika lätt att starta upp bryggeri och lansera produkter idag. Folk är mer insatta och vet exakt vad de vill ha.

**DET ALLRA STÖRSTA** hindret, om man vill satsa på allvar, är enligt Gunnar Emanuelsson ekonomin som krävs för att komma igång. Själv har han satsat ungefär lika mycket som det kostar att bygga nytt kostall med mjölkrobot.

Enbart det tekniska med bryggartrustning har kostat

omkring sex miljoner kronor. Till detta kommer även kostnader för att bygga om lagården för livsmedelsproduktion och få den godkänd av Miljö- och Hälsa.

– Med tanke på kostnaderna måste man verkligen vara säker på att man kan producera och leverera en bra produkt, säger han säkert.

**GUNNAR EMANUELSSON** kallar inte sig själv för bryggare. Förutom att han var med och drev sin svärfars mjölkgård fram till och med 90-talet har han en bakgrund som ingenjör och har jobbat till och från som projektledare inom bland



Det gamla brygghuset på Näås Säteri.

## Fakta

### Näås historia

● På platsen där Näås bryggeri är beläget har det drivits lantbruk i 100-tals år och det har sannolikt också bryggts alkoholfria drycker. På gårdens ägor finns det bland annat ett gammalt brygghus från 1823 och enligt historiska skrifter fanns det under en period på 1800-talet 500 humlestänger på ägorna.

Fram till 1990-talet drevs Näås Säteri för mjölkproduktion och en kort period för köttproduktion. Från och med 2013 är gården hemvist för Näås Gårdsbryggeri.

**HOGGRANN.** Den automatiska buteljeringsmaskinen har kostat Gunnar Emanuelsson nära en fjärdedel av kostnaden för teknik och bryggartrustning. Men det är väl värt om man vill försäkra sig om kvalitet och effektivitet.

FOTO: ERLAND SÖGERSTEDT

” Med tanke på kostnaderna måste man verkligen vara säker på att man kan producera och leverera en bra produkt

annat fastighetsbranschen. Målsättningen är att driva bryggeriet som ett vinstgivande företag och till sin hjälp har han bryggaren Lars Schweitz.

Ett samarbete som måste varit gynnsamt eftersom hans öl Näås IPA förra året tilldelades en bronsmedalj under Stockholms whiskey- och ölmässa. Men även hans fem andra ölsorter har fått bra omdömen lokalt.

**FÖRUTOM ATT DET** ska vara bra innehåll ville Gunnar att själva flaskorna skulle se tiltalande ut för konsumenter. Han vände sig därför till ett designföretag i London för att få fram just "rätta känslan".

# På Nääs litar man på ölets kvalitet

– Jag tycker personen det blev lyckat. Etiketterna utstrålar tradition trots att de kommer från ett nytt bryggeri, säger han.

Anläggningen på Nääs gårdsbryggeri är byggd för en årlig kapacitet på 200 000 liter öl.

Gunnars plan är att under de kommande två åren fördubbla den siffran, vilket kan göras ganska enkelt genom att skaffa fler tankar. År 2017 vill han kunna gå med vinst.

**ATT GUNNAR IDAG** storsatsar på ölproduktion var faktiskt inte meningen när han först började fundera vad han kunde

använda den före detta mjölkgårdens fastigheter till.

– Nej, från början handlade funderingarna om något slags turist- eller besöksnäring med ölbryggeri.

**NU ÄR DET** i stället mycket som pekar på det omvända och en del av den gamla lagården kommer inom en snar framtid att byggas om så att han kan ta emot besök med anknytning till bryggeriet. Som rundvandringar och ölprovningar till exempel.

Den lokala anknytningen till gården, bygden och orten är enligt Gunnar viktiga delar för att skapa ett bra varumärke.

Även om han hittills hämtat malten från Tyskland så kommer närodlade ingredienser vara något han vill satsa på. För ölen ska ju kunna leva upp till namnet på etiketten.

**GUNNAR EMANUELSSON HAR** inte missat den senaste tidens debatt om Systembolagets nya regler men känner inte igen sig bland alla kritiska röster. Han tycker det snarare är smidigt och enkelt med Systembolaget som enda kund med ett oöverträffat nätverk av butiker över hela landet.

– Hade det varit så mycket enklare om vi inte hade Systembolaget? Och istället fått

**” Det är inte lika lätt att starta upp bryggeri och lansera produkter idag**

förhandla med flera olika kunder som Ica och Konsum med flera? Jag är inte så säker på det, säger han och ruskar på huvudet.

Samtidigt som han förstår att mindre bryggare kan få det mer besvärligt om de vill synas över hela landet förstår han också varför Systembolaget måste höja kraven på de allt fler lokalproducerade alkoholprodukterna.

– Ja, allt som tillverkas är ju inte bra. Men det borde vara upp till konsumenterna att avgöra om de vill köpa eller inte.



## Gammal källare hittad

Byggnationerna av ett nytt bryggeri pågår vid Bryggarbacken i centrala Skellefteå. Det är Kallholmens Maltbryggeri som ska flytta verksamheten från trånga lokaler i Skelleftehamn till ett nytt större komplex, budgeterat för 40 miljoner.

Häromveckan när man grävde ut för grunden stötte man på en större betongvägg och spekulationer tog direkt fart vad man hittat, men det var inte värre än att den gamla lagerkällaren såg dagens ljus igen, från det gamla nedlagda Skellefteå Ångbryggeri (1856-1976).

Och även om produktionen per dag i det nya (micro)bryggeriet blir mindre än vad det gamla ångbryggeriet buteljerade per timme, så räknar ägarna ändå med en lönsam affär...

# närke

## KULTURBRYGGERI

- We're Only in it for the Money -

### Nyhetsbrev 1 april 2013

Äntligen verkar vintern släppa efter lite på sitt järnhårda grepp och låta våren krypa fram ur snödrivorna! Skönt! Nu har de stelfrusna fingrarna tinat tillräckligt för att knacka ihop ett riktigt långt och trevligt nyhetsbrev!

Otroligt skönt är också att den sedan efterkrigstiden förhärskande bryggeridöden till sist har givit upp kampen och möjliggör den fantastiska bryggeritillväxt vi nu kan se i vårt land!

Men strax blev vi varse att det inte längre bara är ett litet antal gök-bryggare och krämare i Norden som huggar vilt omkring sig i den nu sedan snart tjugo år tillbaka mödosamt återupplivade ölkulturbanschen i Sverige. Nej, nu kommer även helt riktiga bryggerier från hela världen rusande till den exploderande svenska ölmarknaden. Det startas inom kort flera nya projekt som innefattar äkta brygning i riktiga bryggerier och även servering i egna bryggeri-pubar! Här i Sverige finns dessutom något helt unikt: Systembolaget! Vårt statliga monopol innebär en underbar förenkling för utländska storförälsare, eftersom det bara behövs en enda kundkontakt för att sälja in sina produkter till ett helt land. Kanhända kan det snart komma att bli mycket trångt i öl-lilleputt-landet Svedala?

Nå, vi nöjer oss självklart inte med dessa fyra små satsningar, utan vi har också tagit det jättestora sjumilaklivet rakt över Atlanten, där vi idag öppnar ett bryggeri med restaurang i supersize-storlek, självklart sam-ägt med USA's största aktör i alkoholbranschen. Bryggeriet kommer att som främsta företagsidé driva linjen "If you can't make it good - make it strong!" Ölet kommer att vara riktigt hippt, dvs moderiktigt inspirerat av uråldrig amerikansk ölkultur, och kommer endast säljas i för ändamålet funktionella magnum-flaskor.

Ännu helt oprövade råvaror kommer att ingå i recepten, såsom sötpotatis, indianska medicinalörter samt underliga svampar. Majs och ris, ofta orättvist underskattade ingredienser, kommer också vara viktiga delar i smakkompositionen. Ölet lanseras redan idag i nästan samtliga delstater, och som ni då förstår är det ju inte producerat i det egna bryggeriet. Nu för tiden är det nämligen helt otänkbart att vänta på att den egna produktion-sanläggningen ska bli klar innan man presenterar sin första bryggd. Som ni förstår beror det helt enkelt på att lånehajarna vill ha igen sina satsade pengar fortare än kvickt. Förresten är det ju inte nödvändigt att ha ett eget bryggeri alls egentligen, så därför kommer vi även att brygga öl till sådana hugade spekulanter, som inte själva vill jobba med ölbrygning, utan enbart "tälja guld med smörkniv". Bara inte guldet blir till sand.... Men då kan vi istället erbjuda koncentrat till alkoholhaltig läskeblask - passar både gammal och ung, i alla länder, i alla väder, och till alla tv-program!

Våra storsatsningar rullar hela tiden vidare, och inte bara internationellt, även fast den lokala småskalighetens primära mål ju alltid är global export. Vi vill som ni vet vara det självklara lokala valet! Därför lanserar vi just idag "Snaggen" Stormaktsporter här på "hemmaplan", av ideologiska skäl endast på Systembolaget ute i Närkes Kil, eftersom det ju är på lands-bygden det här landets framtid gror och växer. Namnet på ölet syftar till att vi givit upp vår gamla devis "anlägg skägg", som alltså från och med idag inte längre är aktuell. Nu är det släta hakor som gäller i bryggeriet!

I sådana här tider är det bäst att inte sitta stilla och överksam i det egna bryggerhuset! Vi föregriper därför denna utveckling genom att redan idag starta ett gigantiskt och mysigt pub-bryggeri mitt i hetluften vid det vältrafikerade navet Picadilly Circus i London. Puben får det ödmjuka namnet "The New World Beer Culture Brewery". Här kommer man att kunna njuta av samtliga våra öl året runt, samt en och annan läcker slurk från ett stort välrenommerat kinesiskt industri-bryggeri, som investerat en ansenlig summa sterling pund i projektet, och som inom kort kommer att starta spök-produktion av våra bästa produkter i Asien.

Men inte nog med detta: i samma svep grundar vi ett par väl tilltagna pubbryggerier i München och Berlin, där vi radikalt kommer att modernisera fenomenet "Reinheitsgebot", samt ett hembryggeri i kolossalformat i Dubai. Det senare pga att all offentlig brygning ju fortfarande är helt otänkbar där, ja till och med förbjuden och straffbar, medan det mesta kan ske i hemmets mörka vrå.

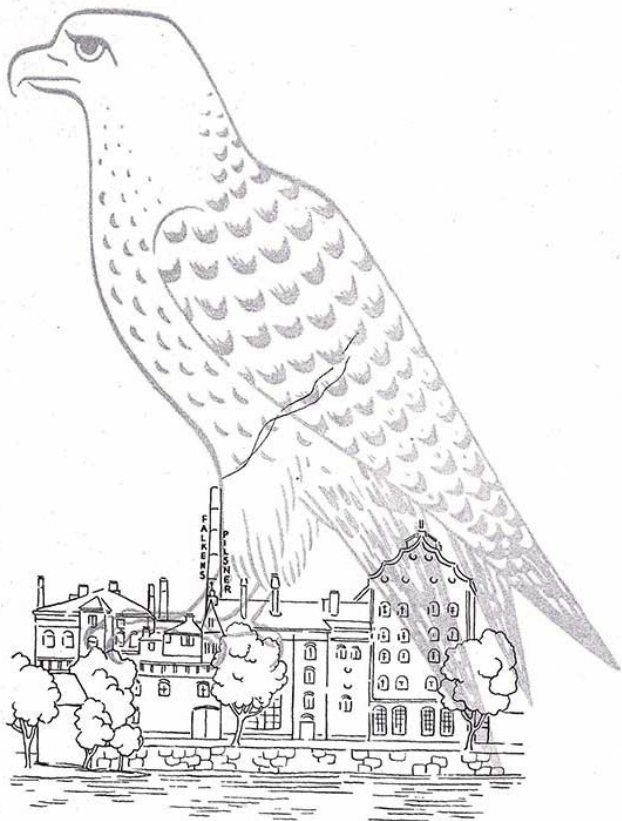
Vi vill här passa på att annonsera efter bryggare till dessa projekt: I München är kravet att bryggarna per person konsumerar minst en halv kubikmeter öl om året (för att visa bayrarna var vörtpannan ska stå!) och i Dubai krävs att de femtiofyra nyanställda pannknektarna helt enkelt bor i bryggeriet, lämpligtvis i jäskällaren, där det smidigt kan ordnas sovplatser i hängmattor ovanför jäskaren. För att kunna komma ifråga för att få anställning i Berlin är kravet att man nöjer sig med måttliga volymer Radler (ung cykel-öl) som löneförmån, viket i praktiken är ett nykterhetslöfte, men trafiksituationen i staden kräver faktiskt numer total koncentration, även vid cykling och promenad, så lite får man lov att offra för konsten. I London tänker vi oss att det räcker med någorlunda hyfsade spåkkunskaper, lite konstnärlig designförmåga, samt tillgång till ett stort klonrecept-bibliotek, det senare för att garantera tillgången på beprövade ölsorter. Den enda egentliga färdighet som krävs är förmågan att ta fram nya klatschiga ölnamn och säljande etiketter.

Som en följd av detta kan vi avslöja att vi söker ytterligare en pannknekt till vårt numer kraftigt utbygga central-bryggeri i Kräcklinge socken (på landsbygden utanför Örebro, såklart, annars hade det inte varit möjligt att få alla EU-stöd mm som var helt nödvändiga). Kravet för att komma ifråga för denna anställning är att sökanden är en kvinna. Det har äntligen blivit dags att ta i med diskhandskarna och utjämna könsfördelningen inom koncernen. Men det finns förstås fler krav än kön: hon måste nämligen ha kölna! Denna anställning skall bli grundstenen till den nya framgångs-satsningen "Total Ballablanda Brewing"! Alla gamla traditioner och företagsordningar skall härmed återupplivas, och då självklart även mälningen. Sedan en tid tillbaka har vi redan knutit den svenska tunnbindar-eliten till oss för att inom kort helt kunna avveckla den tunga stålfats-hanteringen. I dagarna går vi ut på jakt på slätten och hoppas inom kort kunna ragga upp ett par rejäla eko-bönder, som kan odla allt korn åt oss. Vi har redan satt några grånyanserade jurister på att formulera avtal, som omöjliggör leveranser till alla andra företagare. I grund och botten är det enkelt, säger de, det enda man behöver göra är att köpa upp allt. Japp. Sedan kan väl ingen längre säga att vi inte är lokala, och totala!

Jaa, hörni, så kan det gå när en hobby blir lukrativ affärsverksamhet. Tur för oss att det idag inte finns några som helst gränser för vad som är möjligt i en gammal hederlig hantverksbransch, som ölbrygningen en gång var. Ni får gärna höra av er och gratulera oss till vår fantastiska framgångssaga!

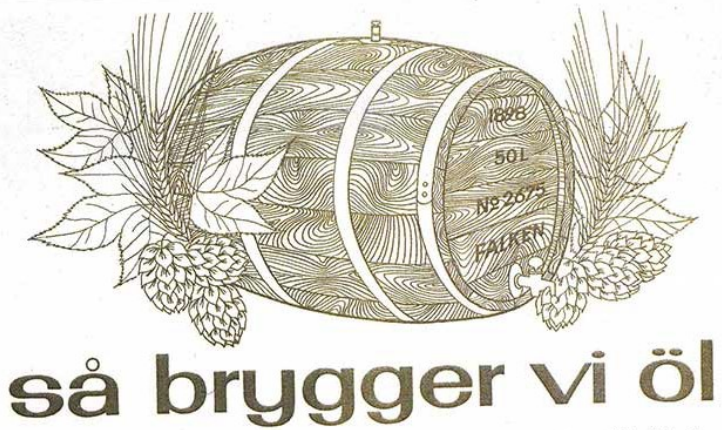
Hoppas att alla nyhetsbrevs-läsare haft en trevlig påsk-helg och njutit av de goda gök-äggen lagda i andras bon samt all världens påsk-öl! Tack och lov är ju inte transporter något hinder för den globala tillväxten! Och här hemma har EU effektivt säkrat tillgången på fattiga lågavlönade chafförer. Kör så det ryker!

*Kuckeliku från Kräcklinge Cuckoo Nest Brewery - som kan innehålla spår av nötter!*



## En titt på Falken

Ett besök hos Bryggeriaktiebolaget Falken  
Falkenberg



# så brygger vi öl

Välkommen till Falkenberg och Bryggeri AB Falken! Vi gläder oss att få se Er som vår gäst och hoppas att Er besök här skall ge en liten inblick i hur ölet blir till och hur en modern bryggeriindustri arbetar.

Konsten att brygga öl är gammal. Genom historien kan den spåras ända till de gamla egyptierna. I alla tider har ölet varit en dryck, som förgyllt människornas vardag och gjort livet drägligt att leva. Våra dagars öl är till sin karaktär ganska annorlunda det öl, som exempelvis våra nordiska vikingar så frejdigt klunkade ur sina dryckeshorn. Då kryddades ölet med pors och skvattram, vilket ansågs tillfredsställa höga anspråk på besk och rivig smak. Så småningom kom humlen med sin finare arom att undantränga de andra kryddorna. På 1400-talet blev det till och med lag på varje bonde skulle hålla egen humlegård. Man humlade ölet starkt och mildrade därigenom i någon mån följerna av allt det skämda kött

och härska smör, som man då nödgades förtära. Utan att man anade det, gav ölet åt kroppen de vitaminer som saknades i dåtidens salta föda. Att dricka öl var således nyttigt för hälsan och ölets duglighet som dryck rekommenderades den idoga allmogen av den lärde Carl von Linné. Också Herrens tjänare gjorde sitt till för värden av, ej blott själens, utan också kroppens hälsa. Medeltidens munkar startade de första egentliga bryggerierna och sålde öl vid klosterporten till hugsvalelse åt törstiga vandrare. De gamla hantverksmässiga metoderna för husbehovsbrygning av öl har följts av modern vetenskap och teknik, vilket gett oss ötyper passande vår moderna livsstil. Och alltjämt betraktar vi ölet som ett naturligt ackompanjemang till våra gastronomiska nöjen kring bordet. Rätt njutet är ölet en trivseldryck, som med sin mustiga arom, vackra guld gula färg och sitt pösande vita skum aldrig upphör att tjusa.

## BRYGGERI AB FALKEN



### VID ÅTRÄNS STRÄNDER

Bryggeri AB Falken grundades 1896 av konsul John L Skantze. Två år senare lämnade de första flaskorna "Lager- och Pilsneröl" det nyuppförda bryggeriet vid Åträns norra strand. Staden Falkenberg hade därigenom fått sin första industri. Produkterna fick redan från starten ett gott mottagande bland kunderna och tillverkningsprogrammet utökades snart med mineralvatten, söta läskedrycker och svagdricka. Bryggeriets utrustning har ständigt moderniserats och tillverkningskapaciteten ökat.

Utrymmet inom de gamla murarna skulle så småningom visa sig bli för trångt och år 1961 började en successiv förflyttning av anläggningarna till ett stort område, Agård, vid Åträns södra strand. Under 1966 togs där den helt nya utrustningen för läskedryckstillverkning och öltappning i bruk.

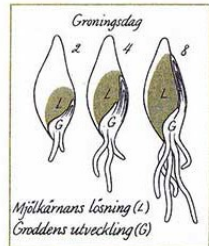
Malt- och öltillverkningen sker fortfarande i det ursprungliga bryggeriet och ölet transporteras med hygieniska tankvagnar till de stora lagertankarna, vardera rymmande upp till 270 000 flaskor, i den nya lagerkällaren. Sammanlagda lagertanksvolymer på Falken är 2,6 miljoner liter! Lagret rymmer 1,5 miljoner flaskor, vilket motsvarar försäljningen under en varm sommarvecka. På området finns dessutom garage för 36 bilar och en välutrustad bilverkstad.

För att effektivt betjäna kunderna inom Falkens stora försäljningsområde på västkusten och inåt landet har upprättats ett nät av upplagsplatser, vid vilka ytterligare 25-talet Falkenbilar är stationerade.

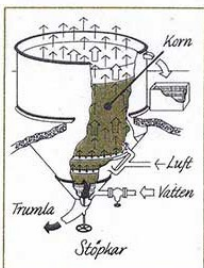
Falken lägger största vikt vid kvalitet och hygien, vilket medfört en ständigt stigande efterfrågan på Falkens drycker. Under 1966 var omsättningen 23 miljoner kronor, vilket gav åt statskassan 8,5 miljoner kronor i varu- och omsättningsskatter.

### FRÅN KORN TILL ÖL Mältning — korn blir malt

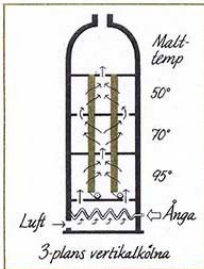
2-radskorn av bästa kvalitet renas, sorterar och putsas före mältningen, vilken är en biokemisk omvandling av mjölkärnan. Denna process aktiveras ge-



nom att kornet börjar gro, vilket sker efter en behandling med vatten och luft i stöpkaren.



Varje dag stöpsättes 5 ton korn, som flyttas efter 3 dygn till en av de fyra dubbla trumlorna, där det groende kornet ständigt genomblåses med fuktig luft av konstant temperatur. Groningen avbryts efter 8 dygn genom torkning med varmluft i "kölnan",



varefter groddarna avlägsnas i en maltputs. Det färdiga maltet, som nu fått en angenäm arom och en spröd kärna, lagras i silos.

### Brygning — malt blir vört

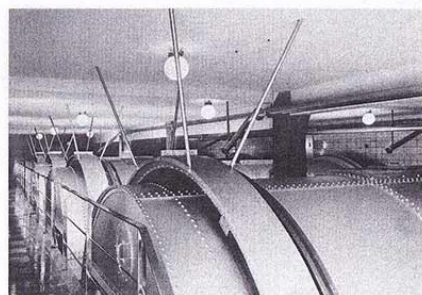
Till varje brygd åtgår cirka 2 ton malt, vilket krossas och blandas med tempererat vatten i mäskepannan. Mäskens temperatur höjs stegvis, varvid de enzymer, som bildats under mältningen, bryter ned maltets kolhydrater och proteiner till lösliga föreningar. Ölkaraktären påverkas av de valda temperaturstegen, vilka dessutom är beroende av råvarans beskaffenhet — såväl råvaror som tillverkningen står under fortlöpande kontroll av det välutrustade laboratoriet. I mäskefiltret fränksiljans därefter de olösliga beståndsdelarna och det klara söta filtratet, vörten, leds till vörtpannan för kokning med humle till önskad vörtstyrka (= % maltosocker i vörten).



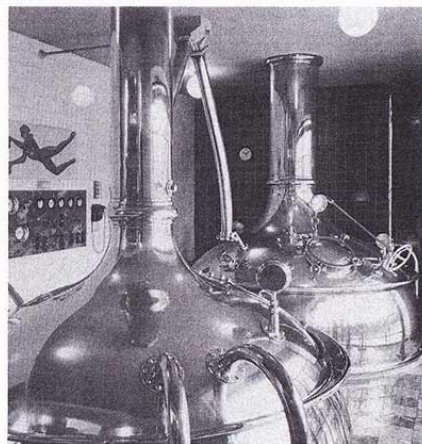
Humlen skänker åt ölet dess karakteristiska friska och något beska smak och förbättrar skumbildningen. Humleresterna avsilas innan vörten lämnar bryggshuset.

### Jäsning — vört blir unglö

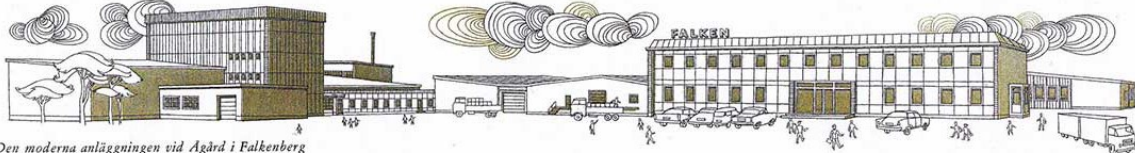
Den kokta vörten kyls till plus 8 grader och försätts med



Mältningstrumlor



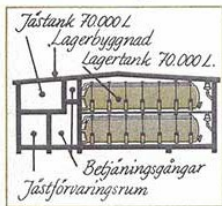
Mäsk och vörtpannor



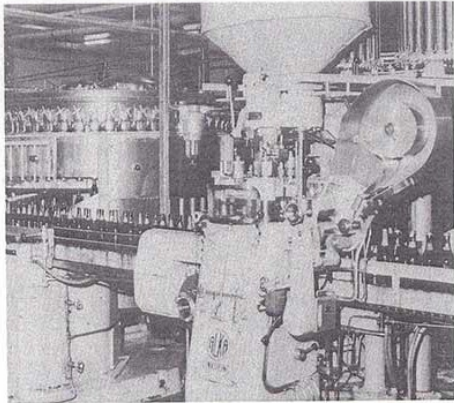
Den moderna anläggningen vid Agård i Falkenberg

öljäst, som av vörtens näringsämnen bildar alkohol, kolsyra och en mängd smakämnen vars sammansättning beror på jästarten. Att "kulturjästen" hålls ren från andra organismer är viktigt ur smaksynpunkt. Jäsningen pågår cirka 10 dagar, varefter unget pumpas över till lagertankar. Jästen, som då ligger kvar på karets botten, tillvaratas för att användas igen. Efter cirka 15 jäsnings ersätts den emellertid med en ny renkultur från laboratoriet.

**Lagring  
— ölet mognar**



Efter jäsningen återstår ett par tre månaders lagring innan ölet är färdigt. Temperaturen hålls då omkring 0 grader. Ölet blir "blankt", mättas med kolsyra och mognar i smaken.



Helautomatisk tappning av öl

**Tappning  
— ölet förpackas**

Sedan ölet filtrerats är vi framme vid sista stationen på den långa tillverkningsbanan nämligen tappningen. Utan att några flaskor behöver beröras med händerna, fylls de mycket omsorgsfullt rengjorda flaskorna med öl. varefter kapsyler och etiketter sätts på. Flaskorna fylls i lådor, vilka sedan automatiskt

staplas på pallar för vidare hantering med gaffeltruckar. Tappningens kapacitet är 30.000 flaskor per timma. Vissa ölsorter fylls i det modernare engångsglaset, som kommer till tappningen direkt från glasbruket. Likaså tappas allt större kvantiteter öl på burk, vilket tyder på en stigande popularitet för de nya engångsförpackningarna.

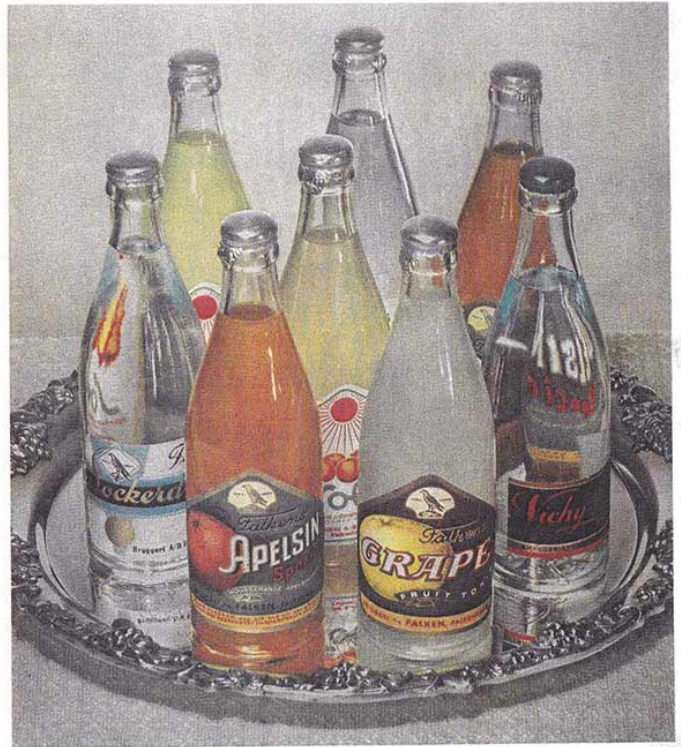


Exportöl, mellanöl, pilsner och läskedrycker av olika slag ingår i Falkens tillverkningsprogram



**BRYGGERI AB FALKEN**  
Falkenberg

fredin reklam/falkenbergs boktryckeri ab 1967

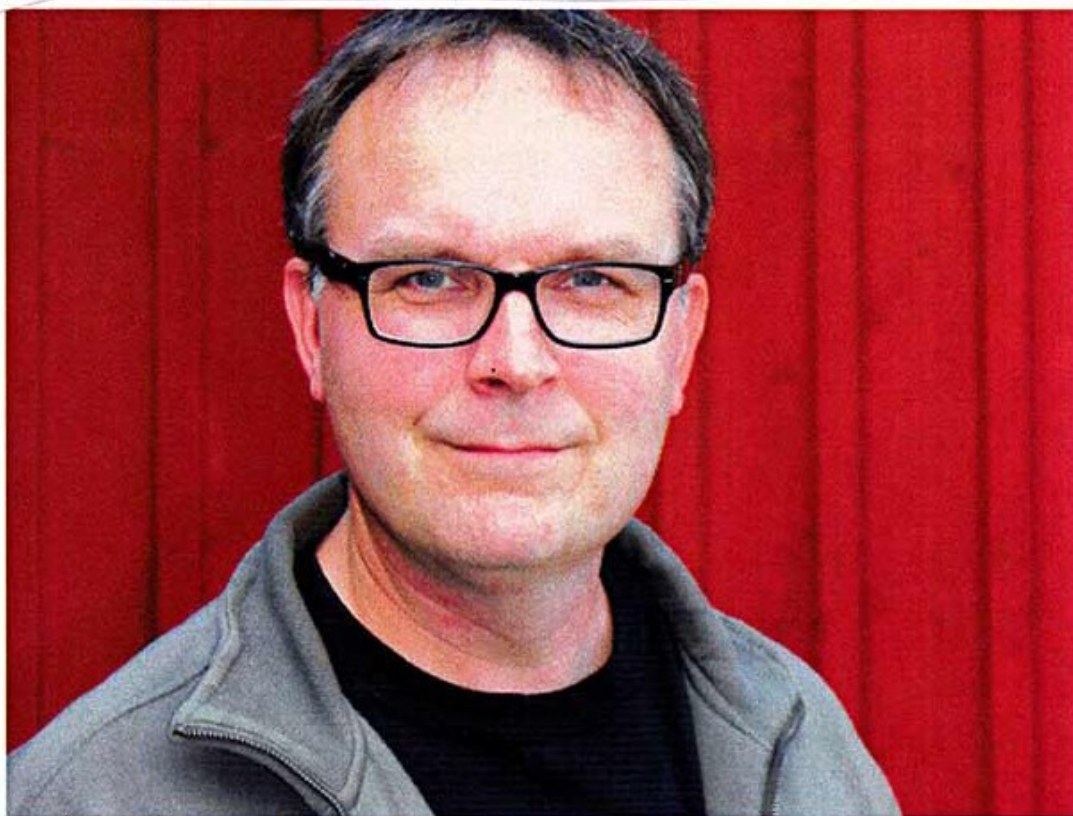


Broschyren har visat Er, vilket arbete, som ligger bakom framställningen av Falkens drycker. Ni vet därför också att ingenting lämnas åt slumpen — en garanti för att smaken alltid skall bli den bästa. Vi tackar för Ert intresse och hör gärna ifrån Er om Ni har några synpunkter på våra drycker.

**Bryggeriaktiebolaget Falken, Falkenberg**

Tillhandahållt av Sören Borgström

## ÅRETS ÖLPERSON 2014



**Utmärkelsen Årets Ölperson 2014 går till bryggaren Björn Falkeström som grundat och driver Oppigårds Bryggeri i Dalarna. För sina insatser med att höja kvaliteten och intresset för öl i Sverige tilldelas Björn Falkeström priset på 35 000 kronor av Galatea.**

Under torsdagskvällen 16 oktober tillkännagavs Björn Falkeström som Årets Ölperson 2014 på restaurang Tennstopet i Stockholm. Björn Falkeström började bygga sitt bryggeri 1997 och den första bryggningen på Oppigårds skedde 2003. Sedan dess har Oppigårds blivit det mest sålda hantverksmässigt bryggda ölet på Systembolaget.

Juryns motivering till priset för Årets Ölperson 2014:

*Med envishet, integritet och passion har Björn Falkeström på Oppigårds banat vägen för mikrobryggerier i hela landet. Genom sin ständigt höga kvalitet blir Björn Falkeström hyllad av ölkännare samtidigt som Oppigårds når längre ut i stugorna än något annat hantverksöl i Sverige. Björn Falkeström har med sitt outtröttliga arbete lyft svenskt öl till en helt ny nivå.*

Årets Ölpersonlighet är instiftat av Galatea för att uppmärksamma och utmärka en person som har gjort en stor gärning för att främja ölkulturen i Sverige.

Mottagaren kan vara allt ifrån en bryggare, bloggare, krögare till en journalist, utbildare eller arrangör. För att kunna utses till Årets Ölperson kan man antingen ha gjort en långsiktig gärning för öl i Sverige eller en exceptionell prestation under året.

Den oberoende juryn till Sveriges Ölperson 2014 består av Hans Nordlöv, mångårig ölexpert som arbetat på Pripps och Carlsberg, bryggaren Jessica Heidrich från S:t Eriks Bryggeri, ölutbildaren och öldomaren Jan-Erik "Janko"

Svensson, näringslivshistorikern Edward Blom samt Marianne Wallberg, VD och grundare av Stockholm Beer & Whisky Festival.