

# BRYGGERIKLUBBEN:s

medlemsblad — nr 2-1991



ESKILSTUNA  
BRYGGERI

1876-1926

---

**BRYGGERIKLUBBEN - FÖRENING FÖR SAMLARE OCH BRYGGERIINTRESSERADE**

KLUBBEN BILDADES 1982 OCH BESTÅR AV PERSONER I SVERIGE, NORGE OCH FINLAND MED ETT AKTIVT INTRESSE FÖR BRYGGERIINDUSTRIN.

---

STYRELSE: SÖREN BORGSTRÖM (ORDF.), LARS JOHANSSON (SEKR), BJÖRN HARNBY (KASSÖR), GUNNAR LINDBERG OCH UNO LILLEVARIS.

SUPPLEANTER: HELGE HOFF OCH SVEN LAGERQVIST.

VALBEREDNING: CLAES-GÖRAN CAMITZ OCH SVEN LAGERQVIST.

MEDLEMSBLADETS REDAKTÖR: BJÖRN HARNBY.

BRYGGERIKLUBBENS MEDLEMSBLAD UTKOMMER I REGEL 4 GGR/ÅR.

MANUSSTOPP: 10/3, 10/6, 10/9 OCH 10/12.

FÖRENINGENS POSTGIRO: 37 74 32 - 0. TEL: 033-11 15 99 (SEKR).

FÖRENINGENS BANKGIRO: 5304 - 6942. TEL: 031-54 66 68 (KASSÖR).

ADRESSER: SÖREN BORGSTRÖM, RUNVÄGEN 6, 137 55 VÄSTERHANINGE.

LARS JOHANSSON, VÄSTERGATAN 5, 502 65 BORÅS.

BJÖRN HARNBY, STAMROTESVÄGEN 8, 417 22 GÖTEBORG.

---

## REDAKTÖRENS SPALT

Hej igen!!

Här kommer då medlemsblad nr 2 för 1991.

Omröstningen om ÅRETS ETIKETT är nu klar. Röstdeltagandet var i år, tack vare en aktiv insats av Sören, betydligt större än förra året. Det är ju glädjande. Roligare hade det trots allt varit om alla hade röstat mer spontant. Alltväl och emedan, som man säger, resultatet kan ni utläsa på sidan 5 i bladet.

Vi presenterar även tre st nya medlemmar, en stödjande och två samlande, som vi hoppas kommer att trivas med klubben och dess verksamhet.

Vi presenterar denna gången en artikel av Sven-Olle Svensson där han spekulerar i svenska bryggeriers framtid och det här med att licensbrygga utländskt öl. Mer om detta på sidan 6 och framåt.

fortsättning sidan ④



# redföranden har ordet!

Västerhaninge i Juni 1991.

Hej i sommarvärmen.

Förhoppningarna på en skön och behaglig sommar är givetvis stora och vi får hoppas att detta år blir bättre än det förra.

Några som är beroende av sommarvädret är bryggerierna och en sommar med dåligt väder sätter djupa spår i det ekonomiska resultatet. Det kan på sikt även innebära indragningar av olika slag. Jag berörde i min förra spalt förändringar inom Pripps och Spendrups som genom vidtagna och planerade åtgärder anser sig ha förberett sig bra inför kommande år. Det praktiska återstår nu att betrakta. Från branschen i övrigt kommer enbart positiva tongångar av olika slag.

För klubbens medlemmar innebär sommaren troligtvis inga större aktiviteter på samlarområdet, men kanske en och annan kontakt med kollegor och bryggerier i samband med semester och utflykter. Årets höjdpunkt för seriösa och intresserade samlare, blir i Falkenberg den 21 och 22 September och jag hoppas att du redan nu ägnar detta en tanke. Kallelse till träffen kommer separat till de samlade medlemmarna i Augusti och jag hoppas på en stor anslutning.

Bryggeriklubben har liksom andra föreningar och även företag, behov av en och annan förnyelse. Jag tänker då närmast på styrelsen, där några personer skall ersättas med nya. Du som tror att det kan vara något för dig, är välkommen att höra av dig till undertecknad och givetvis extra välkommen till årsmötet. Medlemsomsättningen ligger på en mycket låg nivå. Vi får faktiskt fler nya samlade medlemmar än vi tappar och det är mycket glädjande.

Avslutningsvis vill jag framföra min gamla återkommande vädjan om att du som sällan eller kommer till våra träffar, skall känna dig extra välkommen till inte höstens träff. Det kan vara av betydelse även för klubben.

Med bästa sommarhälsningar.....

*Sören*



REDAKTÖRENS SPALT....

Vi påbörjar denna gången en mini-serie på två delar om Eskilstuna Bryggeri. Det är från skriften från deras femtio-års jubileum. Del ett kommer nu och avslutningsdelen med nästa nummer. I övrigt finns inte så mycket mer att kommentera denna gången utan vi får samla vidare med en förhoppning om att sommaren snarast bättrar sig och börjar göra skäl för sitt namn. Sommaren innebär ju trots allt sol, värme bad och mycket öl, både som törstsläckare och njutningsmedel.

Trevlig sommar varhelst ni än är  
Redaktör'n

\*\*\*\*\*

**Vi önskar alla våra  
medlemmar en  
välförtjänt skön och  
avkopplande ledighet**

\*\*\*\*\*

NYA MEDLEMMAR:

- 76. Bergkällans Bryggeri & Vattenfabrik, Åskloster,  
Stödjande medlem.
- 77. Ove Grip, Bäverstigen 22, 803 41 Gävle  
Samlarområden: Öletiketter (Hela världen med speciellt  
intresse för Sverige, England, USA och  
Kanada.)
- 78. Claes-Göran Jönsson, Mistelgatan 8, 253 74 Helsingborg,  
042-228767  
Samlarområden: Öletiketter (Skandinavien)

\*\*\*\*\*

## ÅRETS ETIKETT 1990

=====



Åter igen GRATTIS till PRIPPS BRYGGERIER. Ni hade även 1990 den ETIKETT som föll oss medlemmar i BRYGGERIKLUBBEN bäst i smaken av de etiketter som utkom under 1990.

## RESULTAT:

1. PRIPPS	med	PRIPPS PILS klass II	37 poäng
2. ÅBRO	med	ANNO 1965	29 poäng
3. BANCO	med	BANCO MÖRKT LÄTTÖL	14 poäng

Som synes vid jämförelse med förra året så belade PRIPPS och ÅBRO första resp. andra plats precis som då. FALKEN på tredje plats avlöstes i år av BANCO.

Totalt delades det ut 105 poäng och av dessa gick således hela 35% till PRIPPS PILS. ANNO 1965 fick 28% och Banco 13%. Övriga 24% delades jämt mellan övriga kandidater.

\*\*\*\*\*



### **SOFIERO BRYGGERI AB**

---

Direktör/Bryggmästare SVEN-OLLE SVENSSON är nuvarande VD och tidigare ägare till SOFIERO BRYGGERI i LAHOLM. Sofiero tillhör sedan 1989 AB PRIPPS Bryggerier. Sven-Olle är också medlem av BRYGGARFÖRENINGENS styrelse.

SOFIERO är fortfarande Sveriges minsta bryggeri med bara 20 anställda. Från årsskiftet 90/91 kommer SOFIERO att struktureras om och Pripps kommer att ta hand om lokaldistributionen och SOFIEROs läskedryckssortiment kommer att tyvärr försvinna och ersättas av Apotekarnes.

Örebro Ölsällskap befarar att Pripps är på väg att sluka ännu en mygga för att göra den svenska bryggerikulturen alltmer standardiserad och slätstruken.

Med anledning av dessa farhågor har vi bett Direktör Sven-Olle Svensson att vara detta numrets krönikör och utveckla sina tankar om framtidens Svenska Bryggeri Industri. Kommer "SOFIERO 1988 PILS" att bestå och kommer SOFIERO BRYGGERI AB att bestå?

## **Inledning**

1888 startade min farfars far Sofiero Bryggeri i Laholm. Hans hustru Bina var som de flesta vid den tiden djupt religiös och var en direkt motståndare till öl. En förutsättning för giftemål var att Jöns-Petter omedelbart slutade som bryggardräng på Laholms Bayerska Bryggeri och istället ägnar sig åt den ur nykterhetssynpunkt något mer legala Svagdrickan.

Jöns-Petter älskade sin blivande hustru och gjorde henne till lags.

Sofiero och äktenskap kom till!

Under 101 år drev vi själva sedan Sofiero med familjen som ensamma ägare. Jag är själv den 4:e generationen.

Till Sofieros 100-årsjubileum började vi att brygga öl.

Mina förfäder vänder sig i graven!

Tiden läker alla sår och det är säkert av glädje idag som de skulle vända sig.

Under våra dryga 100 år som privatbryggare har vi sett åtskilliga bryggerier försvinna.

Med dem gamla fina varumärken.

Antalet har minskat från ca. 1.000 svagdricksbryggerier, läskedrycksfabriker och ölbryggerier till idag bara en handfull kvarvarande.

Från många små verksamheter med lokalmarknad har vi idag fått en konkurrenssituation som kan liknas vid en oligopolitisk.

Koncentrationen har varit branschens motto under de senaste 100 åren och det stannar säkerligen inte vid dagens antal om 6 ölbryggerier och lika många läskedrycksfabriker/svagdricksbryggerier

## **Framtiden**

Inom läskedrycksindustrin dominerar idag några få stora internationella varumärken marknaden.

Coca-Cola med Fanta och Sprite, Pepsi-cola med Seven-Up, Schweppes och Dr Pepper är välkända för alla konsumenter.

Dessa svarar idag för långt mer än 2/3 av hela läskedrycksvolymen världen över.

I Sverige är de internationella varumärkena än så länge små och inte dominerande.

En tendens under 80-talet har varit att de ökar i betydelse och att det blir allt svårare för ett litet bryggeri att klara sig utan dem.

### *EG och Reklam-TV definitiva dödsstöten för de små?*

Endast stora internationella öl- och läskedrycksvarumärken kan hävda sig internationellt och då med stöd av en tung och kostsam reklam och marknadsföring.

Läskedryckssortimentet är ju som nämnts redan hårdkoncentrerat till några få märken med över 2/3 av totalmarknaden.

Ölmarknaden är relativt okoncentrerad.

En handfull av de största bryggerierna såsom Heineken, Tuborg/Carlsberg, några australienska och amerikanska är spetsen på den stora massan av bryggerier världen över.

Dessa få svarar för mindre än 5 % av marknaden!

Jämför de tre giganterna Coca-Cola, Pepsi-Cola och Schweppes med nära 70 %.

Vari ligger orsaken till denna stora skillnad i internationella varumärkesskillnad hos två väsentliga drycker, och som ovan på allt tillverkas i samma industrier.

### *Bryggaren är konservativ*

Den konservative lokale bryggaren har med livet som insats kämpat för att hans öl skulle vara störst på marknaden.

Varje konkurrent som kommit in och försökt ta för sig har snabbt oskadliggjorts.

Läskedrycker har bryggaren mera tillverkat därför att han haft maskinerna på plats.

Kanske till och med överinvesterat och därför fått svårt med avskrivningar och räntor.

Utländska läskedrycksvarumärken har varit det perfekta komplementet. Bryggeriets anseende har väsentligt höjts. Man har ju blivit internationell och fått stora förtroendet att vara en utvald bryggare bland mossiga kollegor.

Många bryggare har lurats i fällan av multibolagen.

För att så småningom falla ur ramarna.

De hade säkert gjort det ändå med tiden, men inte så stora "vackra". Nåja, det är en sanning med modifikation.

Men som bekant, ju högre upp man kommer ju hårdare blir fallet...

Att på samma sätt ta upp en konkurrents varumärke på öl har varit en nog nära omöjlig sak.

Få är exemplen. Om däremot ett utländskt bryggeri velat komma in på marknaden så har den konservative bryggaren återigen charmerats och förförts.



Det är fint att vara internationell och få det stora förtroendet. Ovan på allt elände har bryggaren varit beredd att ta ut ett högre pris för licensölet, än för deras egna.

Ett flagrant exempel på att betala för sin egen avrättning. Man visar öppet att man inte är lika bra som det inhyrda. Ofta har den utländske licensgivaren återtagit sitt varumärke och lämnat det vidare till nästa.

Det gäller ju att hitta den som är dummast att satsa mest pengar på något som inte tillhör honom och som han som regel inte heller får ta den slutliga vinsten av.

Nej, den tillfaller konsekvent varumärkesinnehavaren.

Konsumenten blir genom marknadsföringen tvingad att välja de utländska varumärkena.

Han vill ju inte heller vara mossig. Det gäller minsann att visa att man är med. Fint ska det va. Bryggaren glädjer då sig över sin internationalisering och betalar månatligen dryga licenspengar. Som har fått hans egen öl att framstå som lite udda och omodern.

Just i det här skedet sågar han av sin egen gren.

Han börjar också bli medveten om att han är långt inne i en återvändsgränd, och att utvägen är svår att finna.

Som en paradox kan jag nämna att de bryggerier som är stora licensgivare, som regel också är små licenstagare.

Detta talar för att det är bra att sälja ut sin licens men mindre bra att hyra in den.

Omvänt så borde det licenstagande bryggeriet arbeta hårt med att försöka få ut sin öl på licens hos någon annan bryggare.

Så är inte fallet. Han har ju förlorat förtroendet för sin produkt. den klarade ju inte konkurrensen med den han redan har på licens, trots att den är billigare.

Exempel på stora licensgivare och små licenstagare är Tuborg/Carlsberg och Heineken. Exempel på det omvända är Spendrups, Falken och Pripps. Värt att nämna är att endast två svenska bryggerier är utan licensmärken på öl.

Nämligen de halländska konkurrenterna Sofiero och Appelftofftska.

### **90-talet och Bryggeriindustrin**

EG och reklam-TV är två väsentliga faktorer som kommer att förändra bryggeriindustrin.

Licensberoende bryggerier måste ytterligare koncentrera sig och bli effektivare för att klara kostnadsjakten.

Stora delar av deras sortiment kommer man ju inom 2 år att kunna köpa ute från Europa till ett pris som ofta är 30 % lägre än det svenska.

Koncentrationen i tillverkningen till kanske 2-4 bryggerier med en gemensam distributions- och administrationsorganisation är enda utvägen. Men det måste gå fort!

Varumärkesförsäljare för de bästa svenska och licensvarumärken kan vara en möjlighet att få ut varorna.

Genom att de blir färre varumärken till antalet skapas det möjligheter till massiva reklam- och marknadsföringsinsatser.

Kanske upplever många det som ett hot. Se det som en möjlighet för branchen att kunna bevara i Sverige.

Annars riskerar vi att få dricka Heineken, Fosters, Cola-Cola osv. resten av livet. Säkerligen kommer många arbetstillfällen att försvinna inom branchen, men de flesta blir kvar, och volymen säkert större.

#### **Framtidens ölsortiment?**

Säkerligen kommer det att finnas färre svenska ölsorter och fler internationella. En standardisering av skatteklasser är trolig inom ramen för EG: Det skulle definitivt öppna fältet för udda märken. Deras svårighet blir att komma ut på marknaden.

Internationella livsmedelskedjor kanske hjälper till?

#### **Hur går det med de svenska småbryggerierna?**

Det finns idag 4 stycken varav Sofiero är det minsta. Sofiero är ett dotterbolag till Procordia Beverages, medan Banco, Appelftofftska och Åbro är självständiga. Med en måttfull och försiktig expansion har alla en god möjlighet att överleva.

Möjligheter till nischer ökar i framtiden. Ju större och mer specialiserade konkurrenterna blir, ju lättare blir det för de mindre. Troligen kommer dessa 4 kvarvarande att bredda sitt sortiment och ägna sig mer åt ölspecialiteter. Detta om något bör väl glädja ett ölsällskap.

Hotet om en svensk statspilsner har ju ofta hörts från en del konkurrenter inom branschen. Personligen tror jag nog att hotet för alltid är undanröjt. Paradoxalt nog noterar vi att under hösten har något enstaka bryggerierhållit statsbidrag i 20 milj. klassen för sin verksamhet. En sådan utveckling bådär inte gott för en fortsatt sund utveckling inom svensk bryggeriindustri. Endast konsumenten och detaljister/kunder skall äga rätt att bestämma om ett bryggeri skall få vara kvar på marknaden. Planekonomi har ju de flesta bakom sig idag.

Skål och en god bryggarsommar,  
önskar

Sven-Olle Svensson

# ESKILSTUNA BRYGGERI

1876-1926



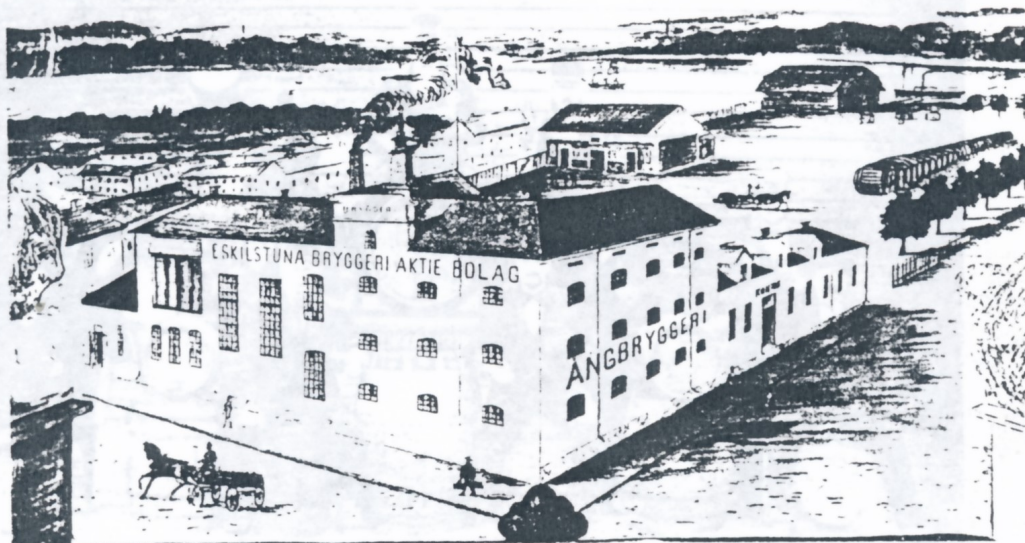
MINNESSKRIFT MED ANLEDNING AV 50-ÅRSJUBILEET



**E**SKILSTUNA BRYGGERI firar i år sitt 50-årsjubileum. Den 31 Januari 1876 började nämligen nämnda bryggeri sin tillverkning av öl på samma tomt inom Eskilstuna stad, där än idag samma industri bedrivs. I denna lilla av Styrelsen utgivna minnesskrift skall först till lekmannens kännedom något meddelas om bryggeriindustrien och om tillverkningen av öl i allmänhet.

Ölets anor äro äldre än vinets, ty sedan årtusenden tillbaka hava människorna använt säd icke blott till beredande av bröd utan även för tillverkning av drycker med ringa alkoholhalt. Av efterlämnade inskrifter och modeller till forntida bryggredskap veta vi, att redan de gamle egyptierna förstodo sig på att brygga klart öl. Att de gamle germanerna även satte stort värde på öl, därom äro vi underrättade genom den romerske skriftställaren Tacitus samt genom de fornnordiska guda- och hjältesagorna.

Ehuru det gammalgermanska ölet var framställt på ett ytterst primitivt sätt, helt utan humle och i avsaknad av alla de tekniska och vetenskapliga hjälpmedel, varöver en nutida bryggare förfogar, så hade dock dessa våra förfäder stor glädje av drycken, som icke fick saknas varken i vardagslivet eller vid högtidliga tillfällen. Under medeltiden, säger oss t. ex. Grimberg, ersatte öl till betydlig del soppor vid måltiderna i Sverige och var folkets förnämsta njutningsmedel. I Tyskland, ölets hemland, har för ej länge sedan en politiker



BRYGGERIET ÅR 1876



BRYGGERIET ÅR 1926



BRYGGERIETS PERSONAL ÅR 1876



BRYGGERIETS PERSONAL ÅR 1926



gått så långt i sin uppskattning av ölet, att han en gång i riksdagen som sin mening uttalade, att »om vi i Tyskland vid tiden för revolutionen haft kvar vårt förkrigstidsöl, så hade det aldrig blivit någon revolution».

Ölbryggningen åtnjöt fordom på ett helt annat sätt än nu statsmakternas omvårdnad. Att kunna brygga ett gott öl ansågs då så viktigt, att t. ex. i almanackan för år 1749 avtrycktes Carl von Linnés »Beskrifning om öl», vari Linné söker väcka intresset för bryggkonstens höjande. »Det kommer mycket derpå an», skriver Linné bland annat, »att drickat är rätt bryggt, och af goda ingredientier, och at det brukas af folk, som äro i dageligt arbete, då öfverträffar det alla andra giorda drycker, och är tjenligast för en svensk mage, helst utom hetaste Sommardagarna».

Erinras torde ock om att Karl XI år 1687 utfärdade ett »placat», enligt vilket varje landbo eller bonde, som ej hade humlegård med minst 40 humlestänger, skulle plikta. I byggningsbalken i 1734 års lag fanns infört ett helt kapitel om »huru humlegård skall läggas och uppehållas», vilket kapitel upphävdes först år 1860.

Öltillverkningen bedrevs fordom i stor utsträckning i hemmen. Såsom yrke var den en ren småindustri, som först genom den bajerska underjäsningsmetoden, införd i Sverige år 1843 av löjtnanten F. Rosenquist af Åkershult, och ångkokningen, blev en storindustri.

Säkert är att ölet genom hela sin sammansättning är en ytterst sund och uppfriskande dryck och att svenska folket i densamma har ett förträffligt medel i sin strävan att för- enkla och förbättra sina levnadsvanor. Det är dessutom här i landet en dryck, som till ungefär 90 % av totala framställningskostnaden är baserad på svenskt råmaterial och svensk arbetskraft.

Till maldryckernas framställning får i Sverige enligt lag endast användas kornmalt, humle, jäst och vatten, varav maltet är själen i tillverkningen. I mälteriet förädlas kornet



till malt och i bryggeriet utvinnes ur de ädla maltbeståndsdelarna vörten. Vörtens kylning och förjäsning till unglöl samt unglölets lagring till moget, kolsyremättat öl, allt utgörande processer av djupgående natur, erfordra månader för sin fullbordan.

Ölet är en lösning av de vid mältnings- och mäskningsprocessen i löslig form överförda näringsämnen av korn, vilken lösning tillsammans med den tillsatta humlens beståndsdelar genom jäsning och lagring förädlas till den uppfriskande och njutbara dryck, som öl är. Själva ölextraktet består till största delen av kolhydrater, ungefär 80 %, huvudsakligen dextrin och socker samt av äggviteämnen, närande salter m. fl. beståndsdelar av betydelse för den vuxna människans välbefinnande. Medan i bröd och övriga livsmedel kolhydraterna huvudsakligen återfinnas i form av stärkelse, delvis innesluten i växtceller i olöslig form, förekomma alla näringsämnen i ölet i lätt upptagbar form. Den del av matsmältningen, som har till uppgift att underhålla kroppen genom upptagande av sädeskorn i form av bröd, är vid förtäring av öl redan undanstökad i mäskekaret.

Ölet innehåller även alkohol och kolsyra, som bildas på naturligt sätt genom jäsningen. Alkoholstyrkan hos maltdrycker är avsevärt mycket lägre än hos spritdrycker och vin. Under det att cognac och whisky innehåller 40—60 volymprocent alkohol, starkviner 16—20 och rhenvin 9—11 volymprocent, är alkoholhalten i pilsner (Klass II) 2,8—3,2 viktprocent och i skattefritt (Klass I) 1,6—1,8 viktprocent.

De fysiologiska verkningarna i människokroppen av ölets alkohol äro av en särskilt mild natur på grund av dess starka utspädning och genom dess förekomst i samband med de utomordentligt väl lösta extraktbeståndsdelarna och kolsyran i ölet.

Bland de öltyper, som vunnit världsrykte, intager pilsnerölet en framstående plats. Det har sitt namn från den plats, därifrån det har sitt ursprung, nämligen staden Pilsen i Tjeckoslovakiet.





STYRELSELEDAMÖTER OCH REVISORER ÅR 1875



AUG. SANDBERG  
BRYGGARE



JEAN ASPLUND  
BYGGMÄSTARE



L. P. ÅKERMAN  
LANTBRUKARE



L. F. ÖSTERVALL  
HANDLANDE



E. A. LUNDBLAD  
RÄDMAN



JOH. HEDLUND  
RÄDMAN



HERM. SANDBERG  
BOKHANDLARE



JOH. WALÉN  
FABRIKÖR



G. W. STAWELIUS  
KAMRER



STYRELSENS LEDAMÖTER OCH SUPPLEANTER I. DECEMBER 1925



HARALD AXBERG  
DISPONENT



J. W. PETERSSON  
FÖRVAJTARE



GEORG DAHL  
RÄDMAN



NILS ARVEDSON  
VERKST. DIREKTÖR OCH ORDF.



F. O. NILSSON  
GROSSHANDLARE



RICH. HELLGREN  
DIREKTÖR



GUST. FREDRIKSON  
GROSSHANDLARE



## REVISORER MED SUPPLEANTER I DECEMBER 1925



EMIL BEFWE  
STADSARKITEKT



ERIK LAURÉN  
RIKSDAGSMAN



ALG. DOMELLÖF  
FOLKSKOLLÄRARE



J. M. F. MALMBERG  
BYGGMÄSTARE

Man talar ofta om ett »härligt glas öl» och detta med rätta, ty ett »gott skummande öl» i ett prydligt glas på vårt middagsbord tilltalar i högsta grad kulturmänniskan. Det kan knappast ersättas med någon annan dryck, men då öl är mycket känsligt för temperaturväxlingar, kan det icke vara ur vägen att här meddela några råd angående vården av maldrycker.

1. Maldrycker skola *alltid* förvaras på svalt ställe men *aldrig* direkt på is. De tåla ej stark köld eller stark värme, ej hastiga temperaturväxlingar eller solljus.
2. Maldrycker böra alltid serveras med en temperatur av 10 à 12 grader Celsius, och även den hetaste sommardag är pilsner med denna temperatur svalkande. Om maldrycker serveras iskalla, förlora de sina bästa egenskaper. Uttrycket »en kall pilsner» saknar egentligen allt berättigande och har troligen sitt ursprung från människornas längtan efter något »kallt» att dricka en het sommardag.

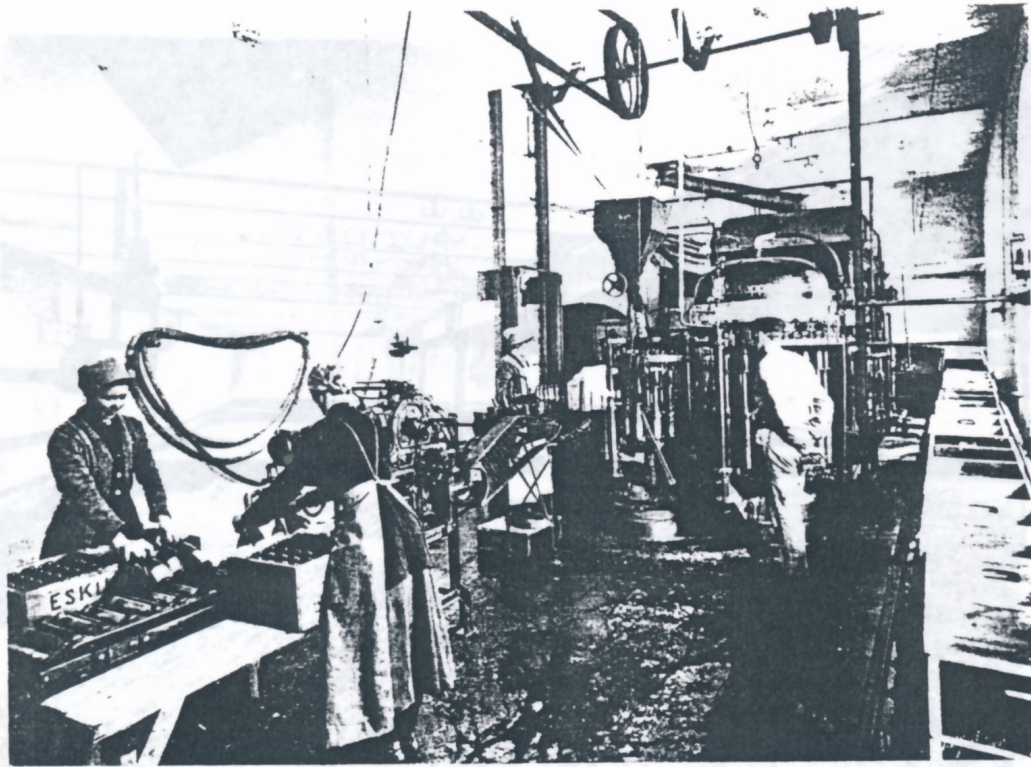


3. Maltdrycker skola alltid serveras *direkt i glaset* men få aldrig först slås upp i kanna, ty det är kolsyran, som till stor del bidrager att göra drycken njutbar, och därför böra alla moment, som leda till kolsyreförlust, undvikas.

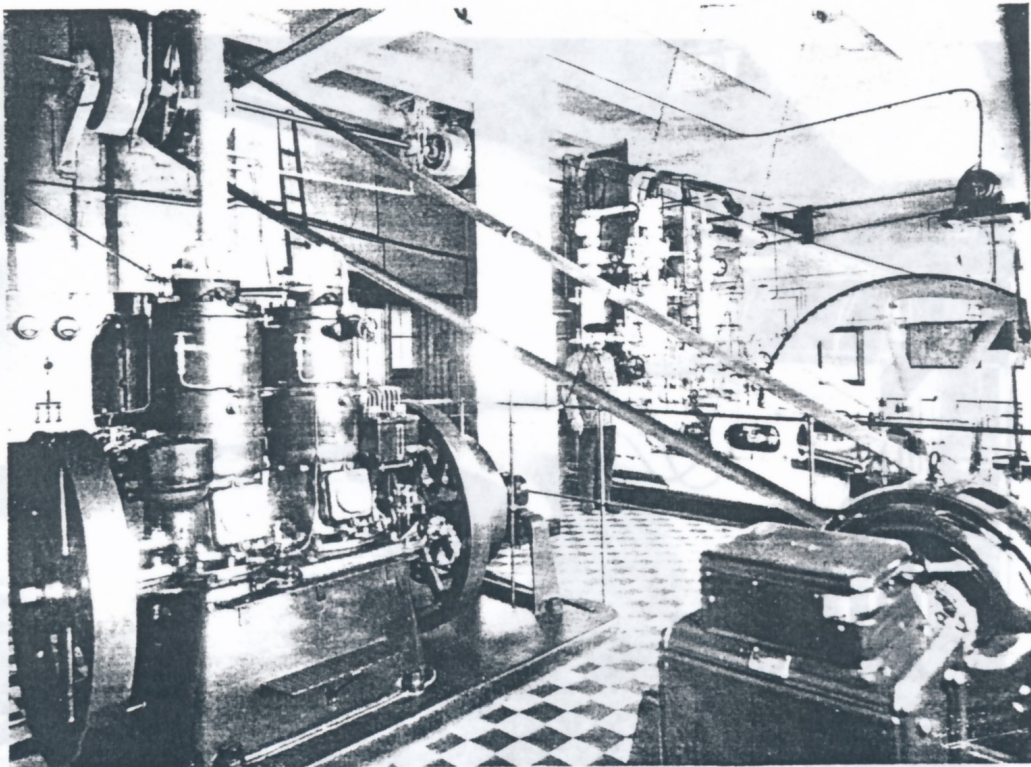
4. Till maltdrycker skola lämpliga glas användas. Vad är mera tilltalande för ögat vid ett dukat bord än ett glas *skummande* öl. Men för att uppnå detta, måste de glas, vari ölet serveras, förena det praktiska med det sköna. Vida, låga glas eller glas i allmänhet med vid öppning ägna sig icke för öl, ty de tillåta kolsyra och skum att snart försvinna. Nej, öl skall drickas ur höga, smala glas, varvid man kan glädja sig åt dess kristallblanka, gyllene färg och vackra vita skum.

Som tidigare nämnts är det 50 år sedan Eskilstuna Bryggeri började sin verksamhet. I slutet av år 1874 beslöto nämligen några borgare i Eskilstuna att bilda ett aktiebolag för bedrivande av bryggerirörelse, och den 20 November samma år sammanträdde tecknarna i bolaget, varvid interimsstyrelsen valdes, bestående av herrar Joh. Hedlund, Jean Asplund, Joh. Walén, G. W. Stawelius och E. A. Lundblad. Vid nytt sammanträde den 30 i samma månad fattades beslut om inköp av det nuvarande bryggerikvarteret, tomten n:o 122, vilken förvärvades för det efter nutida förhållanden låga priset av 2,000 kronor. Samma dag antogs bolagsordning för Eskilstuna Bryggeri Aktiebolag och fastställdes denna av Kungl. Maj:t den 11 December 1874.

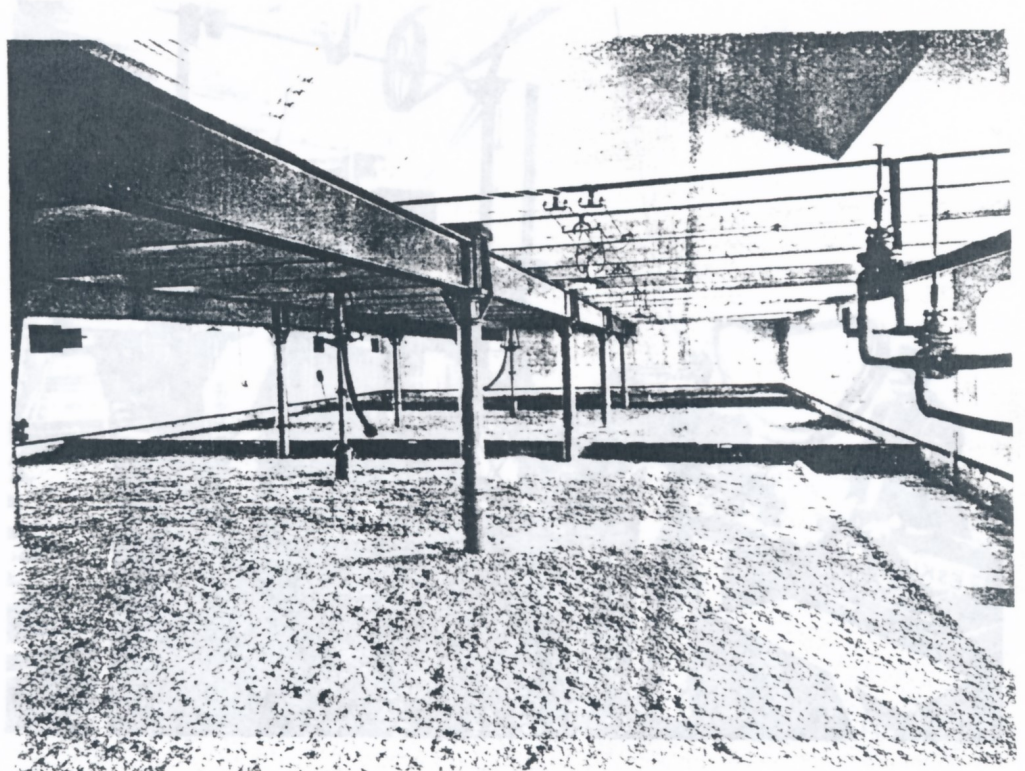
Aktietecknarna sammanträdde till konstituerande bolagsstämma den 1 Februari 1875 och beslöts då bolagets trädande i verksamhet samt uppförande av de första bryggeribyggnaderna i hörnet av Rademacher- och Careliigatorna samt byggande av lagerkällare av trä mot Gymnastikgatan. Bolagsstämman valde till styrelseledamöter bryggare Aug. Sandberg, handlande E. A. Lundblad, lantbrukare L. P. Åkerman, handlande L. F. Östervall och rådman Joh. Hedlund, alla numera avlidna. Till revisorer utsågos bokhandlare H. Sandberg och



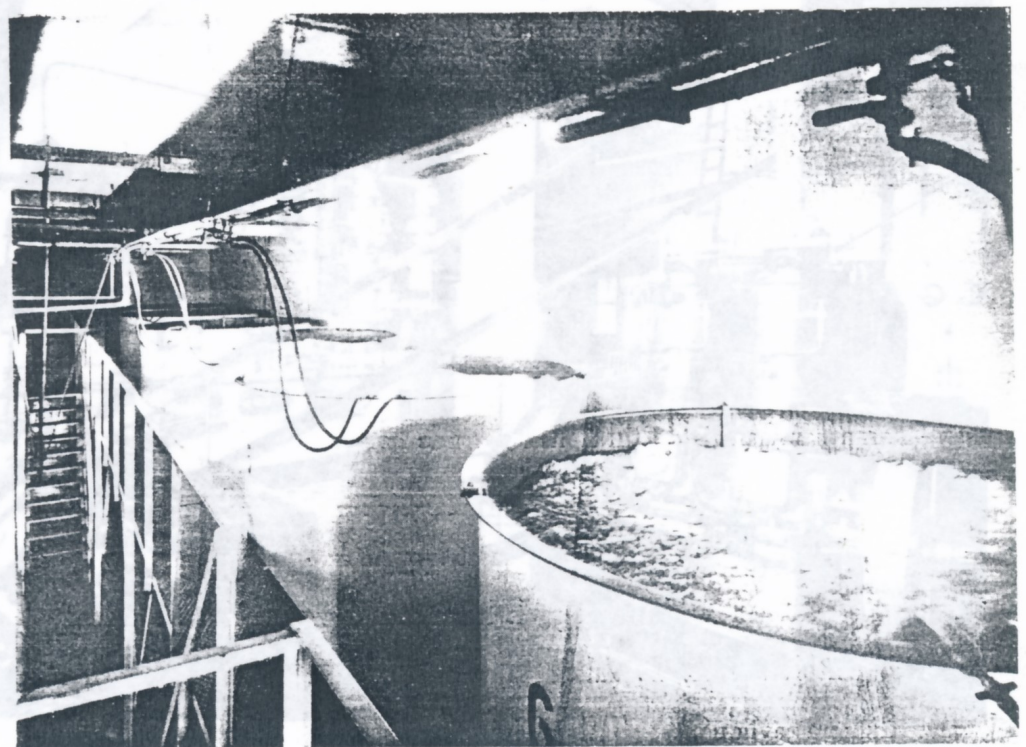
TAPPNINGSLOKALEN



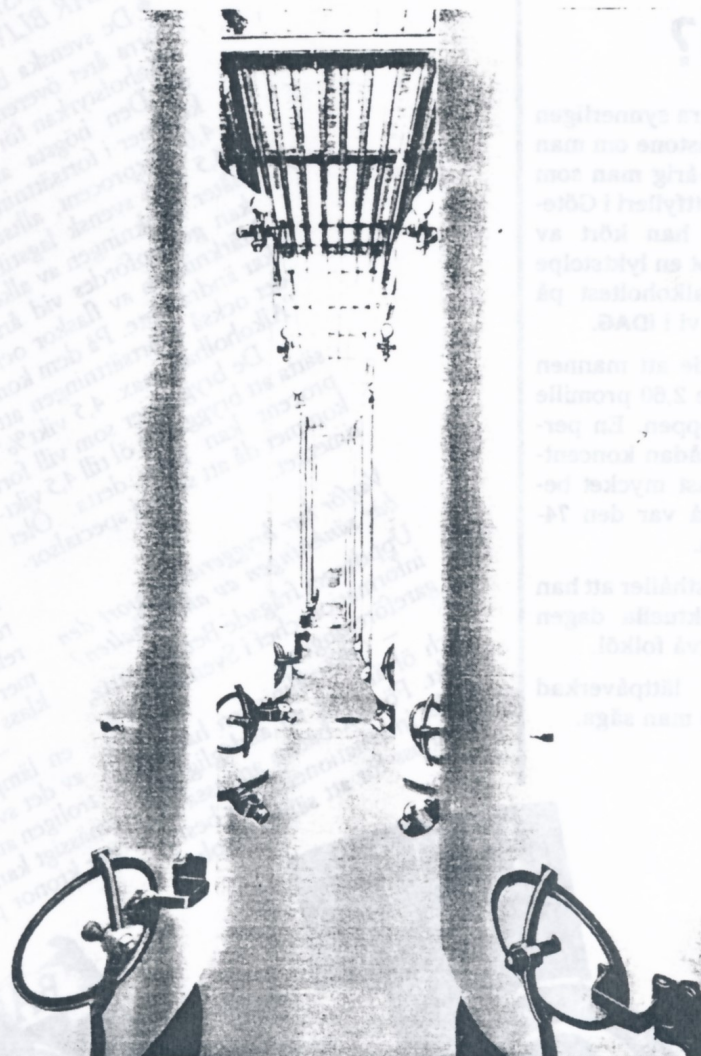
MASKINRUMMET



MALTERIET



JASKALLAREN



KÄLLAREAVDELNING MED NYINMONTERADE LAGERTANKS

sparbankskamrerare G. W. Stawelius. Bolagets aktiekapital uppgick till 114,000 kronor.

För att övervaka bryggeriets utrustning i tekniskt hänseende antog styrelsen snart nog bryggmästare C. H. Sundström, som tillträdde platsen den 1 Juli 1875.

## PRESSKLIPP:

saxat från G-P, IDAG och Systembolagets "Uppdrag

### Full av folköl?

Folköl kan vara synnerligen starka. Åtminstone om man får tro en 74-årig man som åkt fast för rattfylleri i Göteborg. Sedan han kört av vägen och mot en lyktstolpe tog polisen alkoholtest på honom, läser vi i IDAG.

Testet visade att mannen hade närmare 2,60 promille alkohol i kroppen. En person med en sådan koncentration är oftast mycket berusad. Och så var den 74-åriga mannen.

Men han fasthåller att han under den aktuella dagen bara druckit två folköl.

En något lättpåverkad varelse måste man säga.

### SVENSKT STARKÖL HAR BLIVIT SVAGARE

De svenska bryggerierna kommer förra året överens om att sänka alkoholstyrkan för svenskt starköl. Den högsta alkoholstyrkan kommer i fortsättningen att vara 4,0 viktprocent, alltså under de 4,5 som svensk lagstiftning tillåter. Sänkningen av alkoholstyrkan genomfördes vid årsskiftet. Märkningen av flaskor och burkar ändras inte. På dem kommer det också i fortsättningen att stå "Alkoholhalt max. 4,5 vikt%". De bryggerier som vill fortsätta att brygga sitt öl till 4,5 viktprocent kan göra detta. Ölet kommer då att säljas i specialsortimentet.

Varför har bryggerierna gjort den här sänkningen av alkoholhalten? Uppdraget frågade Bertil Swartz, informationschef i Svenska Bryggeriföreningen.

Ölförsäljningen har ökat och öl är idag en alldaglig produkt. För att bättre anpassa sig till det internationella ölet beslutade vi oss för att sänka alkohol-

styrkan. Det handlar om "ölkultur" för konsumenterna. De vill ha en mellanölstyp, därför att det är en bättre produkt.

Men finns inte det ölet redan?

Jo, det gör det. Försäljningen är dock ingen succé eftersom prisskillnaden är marginell. Kunden väljer därför den starkare varianten. I länder med annan lagstiftning än vår svarar starkölet för cirka 5 procent av konsumtionen. I Sverige är siffran 35 procent.

Bertil Swartz säger vidare att det inte är av alkoholpolitiska skäl man valt att sänka styrkan. Han tror dock att skatteutredaren Lennart Nilsson, generaldirektör vid Riksskatteverket, kommer att föreslå en fjärde skatte-

klass för öl. Kanske är 4,0 viktprocent en lämplig gräns. Försäljningen av det svagare starkölet kommer troligen att öka eftersom det pris-mässigt kan bli en skillnad på ett par kronor per burk.

### Skrattretande reklam för öl

Köpenhamn (TT:s korr): Svarkarnas skenbart "något probatiska" förhållande till det danska ölet är temat i Carlsberg bryggeriets senaste reklam som nu visas på de danska graferna.

Filmen visar en svensk kommer in på ett värdshus och digt som en röst säger:

— Från och med i dag ska sliga svenskar avlägga följ: löften för att få köpa öl i 1 mark.

Härefter läser kyparen upp sex löften som den svenske t ten — med tydlig skånsk dialekt — måste upprepa:

— Jag lovar att jag inte skrika efter danska tjejer.

— Jag lovar att jag inte starta slagsmål.

— Jag lovar att inte falla i s på Ströget (gågatan i Köpenhamn).

— Jag lovar att inte kråkas på Tivoli.

— Jag lovar att inte pissa i parker.

— Jag lovar att ta sista flyten hem till Sverige.

— Nu kan han få lov att få v öl, säger stämman i bakgrunden medan den danska biopubl ligger raklång av skratt i fåtöl na.

— Jag tror att alla svens med humor kommer att skratt reklamen, säger Carlsbergs ir mationschef Monica Ritterber

### Spendrups familj lämnar styrelsen

Grängesberg (TT): Två av familjen Spendrups medlemmar lämnade styrelsen i samband med bolagssammanslagningen i tisdags kväll. Bryggeribrödernas mamma Elsie Spendrup valde att inte kandidera, skriver Bergslagsposten. Företaget har delats upp i ett antal mindre enheter med eget ansvar. Företaget till fyra personer har krympts till fyra kommandon. Företaget till fyra kommandon har krympts till fyra kommandon. Företaget till fyra kommandon har krympts till fyra kommandon.



### SYSTEMBOLAGETS FÖRSÄLJNING 1990

De största märkena. 1989 års placering inom parentes.

STARKÖL	
Försäljning i miljoner liter	
1	(2) Pripps Export 12,0
2	(1) Pripps Fatöl 11,0
3	(4) Falcon Export 8,8
4	(3) Norrland Export 7,9
5	(5) Falcon Bayerskt 5,6