



INGET HASTVERK. Det tog nästan ett år innan deras öl kom med på Systembolagets beställningslistor. Från vänster Kenneth Sköld, gift med delägaren Anna Sköld, Peter Forss och Håkan Lundgren.

Foto: Fredrik Sundman

Öltillverkare skyndar långsamt

Fem familjer bakom lokalt brygghus · Målet än så länge: att inte gå back

Självtändigt och i lagom takt är honnörsord för de fem familjer som ligger bakom Sigtuna Brygghus. I höst har två av deras öl lansestrats i Systemets beställningssortiment.

I första hand är bryggeriet ett bryggeri, enligt vd:n Peter Forss. Och läget i Arlandastad inbjuder inte till daglig servering.

– Vi hade öppet i serveringen de första åtta helgerna efter premiären, men det gick inte bra. Vi lockar fler gäster på vardagarna än på helgerna, berättar han.

En normalvecka tillverkar bryggeriet 1 500 liter öl, vid ett eller två tillverkningstillfällen. En brygd innebär ungefär åtta timmars arbete.

Lagringskapaciteten är en flaskhals i produktionen eftersom ölen måste mogna i tankar i tre veckor. Lagertankarna rymmer 4 500 liter och ett 30-tal 50-litersfat ger reservkapacitet. Att öka lagringsvolymen prioriteras och flera tankar var på väg att installeras strax före årsslutet.

Det är bland annat därför som man har valt att brygga olika typer av ales, som till en början jäser i rumstemperatur. Det gör att mognadsfasen bara är en tredjedel så lång som med ett vanligt ljus lageröl, som jäser långsammare och vid lägre temperaturer.

En bit kvar till anställning

Hitills har ingen av ägarna tagit ut någon ersättning. Målet är än så länge att inte gå back. Samtliga delägare har andra jobb som huvudsysslor.

■ "...skönt att kunna titta på en produkt och säga: det här har jag gjort. Så är det inte när man jobbar med idéer."

Peter Forss, vd



TEST PÅ PUBLIK. Pubkvällarna är sidogrej men viktiga för att få del av kundernas reaktion på sorterna. Vid ölkranen Kenneth Ström.

– Vi har räknat på att vi måste sälja 2 000 liter i veckan innan vi kan halvtidsavlöna en person, säger Peter Forss.

För att heltidsanställa delägarna räknar de med att det krävs en produktion på 4 000–5 000 liter om dagen.

Och innan dess krävs ytterligare investeringar. Man funderar redan på en hel- eller halvmanuell flasktappningsanläggning, som begagnad kostar 300 000–400 000 kronor. Att tappa upp på flaska för hand är alltför tidödande, 20–25 sekunder per flaska jämfört med 1–2 minuter per fat.

– Det är skäl för en nyemission, säger Peter Forss.

Ändå har de hittills lyckats kostnaderna nere. Stora delar av utrustningen har de köpt begagnad från nedlagda mjölkgårdar och hyresvärderna i Arlandastad har varit generös, bland annat med kylutrustning och hyra.

– Den kommer att trappas upp under en period av flera år, berättar Peter Forss.

Ett halvår tog det att komma i gång på riktigt, nästan ett år att komma med på Systembolagets beställningslistor. Alkohol tillverkning är omgärdad av bestämmelser.

Under hösten har idéer väckts om att ta in ytterligare åtta delägare, beredda att satsa 25 000 kronor

var och ställa upp med arbete.

– Man behöver inte kunna särskilt mycket om öl men man bör vara intresserad, säger Peter Forss.

För honom själv, som har ett förlutet som vd för ett kompetensutvecklingsföretag, känns det speciellt att jobba med öl.

– Jag började yrkeskarriären som metallarbetare och tycker att det är skönt att kunna titta på en produkt och säga: det här har jag gjort. Så är det inte när man jobbar med idéer, de är inte så påtagliga, säger Peter Forss.

Pubgäster blir domarkår

Så kallade eventpubar, två till tre kvällar i veckan, har blivit huvudinriktningen för serveringsdelen. Det handlar om tillställningar för företag och olika slags firanden. Kapacitet finns ut till emot grupper upp till 100 personer.

– Jag tror vi har varit 79 stycken som mest, berättar Peter Forss.

De minsta grupperna man tar emot är tio personer.

Trots att bryggeriet är huvudsysslan, anser han att pubkvällarna har en viktig funktion.

– Många öltillverkare möter aldrig kunderna. Vi får deras reaktion på företagskvällarna. Gästerna blir som en domarkår för våra produkter, säger Peter Forss.

En gång i kvartalet samlas med-

■ Sigtuna brygghus

Delägare: Anna Sköld (maken Kenneth), Jenny Meadows, Håkan Lundgren och sambon Åsa Karlsson, Naili El-Ouardi samt Peter Forss.

lemmar i Brygghusets vänner, runt 190 stycken, i lokalerna för att prova de senaste dekorkterna. Som mest har pubarna lockat drygt 100 besökare. Brygghuset tar fram ett nytt öl till varje tillfälle.

En av initiativtagarna har gedigen bakgrund i branschen, Håkan Lundgren. Han har samlat en uppsjö av recept efter årtal av experiment med andra ölentusiaster i bland annat Norsundabryggarna.

– Vi har utbildat många hobbybryggare i trakten, säger han.

Gav namn åt klassiker

Håkan Lundgren ligger för övrigt bakom och har givit namn åt en riktig klassiker i ölsammanhang, Lundgrens lager, som ursprungligen togs fram av honom och andra entusiaster i Kungsholmens kvarterbryggeri. Men den satsningen höll inte riktigt ekonomiskt och en av delägarna löste ut Håkan och de andra. Numera heter bryggeriet Nils Oscar.

Bland annat därför skyndar Sigtuna Brygghus långsamt. Ägarna är överens om att inte hamna i fällan där ekonomin sätter käppar i hjulen. Kvalitetsoj gjort med hantverksmässiga metoder är målet.

– Jag ser det som ett uppdrag att få igång en bra produktion med bra produkter. Kanske på sikt anställa någon, men jag vill inte vara anställd själv, säger Håkan Lundgren.

Däremot kan han tänka sig att fortsätta som ägare även när och om företaget växer.

Två av sorterna bryggeriet tillverkar finns att köpa på beställning via Systembolaget i ABC-området. Gas-Jannes golden ale och Humle-Hildas altbier. Tolv 63-centilitersflaskor à 33 kronor styck är minibeställningen.

Gräs bakom nätsålt kött från Märsta

Inte en tugga kraftfoder, bara gräs, gräs och äter gräs. Med den formeln hoppas den Märstabaserade föreningen Svenskt gräskött vinna köttkonsumenternas gunst.

■ I två och ett halvt år har lansestreringen förberetts. Så lång tid tar det nämligen att få fram slaktfärdiga nötdjur om kalven först ska få dia i sex månader och sedan inte får annat än gräs att växa på.

– Med kraftfoder tar det bara 14 månader, säger Gunnar Söderlund från Märsta, en av uppfödarna i Svenskt gräskött.

För att hålla nere kostnaderna, men också för att ha full kontroll över leveranskedjan, säljs allt kött över nätet. Köparen hämtar själv det styckade köttet hos uppfödarna, som finns spridda över landet.

Och vad är då vitsen? För det första påstås köttet vara godare. För det andra lär det ha en nyttigare balans mellan fettstyrorna. Det första är givetvis en smaksak, men för det andra påståendet finns det enligt Gunnar Söderlund vetenskapligt fog.

– Tillsammans med SLU, Statens lantbruksuniversitet, kommer vi att hålla kontinuerlig kontroll på fettstyrhalten i köttet. Den uppfödare som inte håller kvaliteten åker ut.

MICHAEL LÖVTRUP
Upsala Nya Tidning

Namn mot tomtaffär

Förra måndagen fick Sigtuna kommun ta emot 313 namnunderskrifter i protest mot den planerade försäljningen av tomtorna Urmakaren 1 och 2 i Sigtuna stad.

■ En grupp Sigtunabor har placerat ut namnlistor hos olika affärer i Sigtuna. I måndags förra veckan överlämnades listorna till kommunfullmäktiges ordförande David Lundqvist.

– Han verkade road och förtjust över att folk engagerar sig. Sen sa han att det kanske inte är så lätt att göra något åt försäljningen. Men nu har vi i alla fall sagt vad vi vill, säger Birgitta Knutsdotter Olofsson, en av initiativtagarna.

Försäljningen av tomtorna till Sigtuna stadshotell har diskuterats två gånger av kommunfullmäktige men återremitterats båda gångerna.

– Det har icke varit svårt att få folk att skriva på listorna. Det verkar som om större delen av Sigtunaborna inte vill ha hotellrum där, säger Birgitta Knutsdotter Olofsson.

LINDA NOHRSTEDT
Upsala Nya Tidning

■ TIPSA OSS

om stort och smått

Ring 08-594 405 80 eller mejla sb.red@unt.se