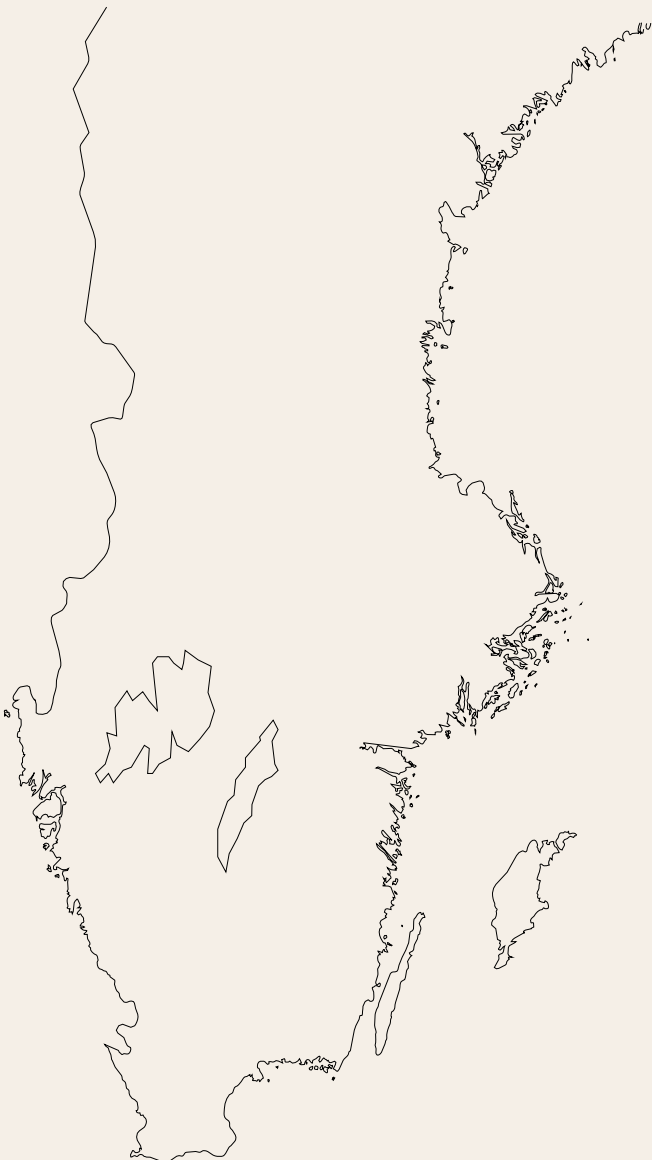




Dryckesbranschrapporten 2019

Med passionen som drivkraft



En översikt av en ung och växande livsmedelsbransch

Innehåll

- 3. Inledning
- 4. Dryckesbranschens storlek och struktur
- 10. En ung, dynamisk och växande industri
- 15. Sysselsättning, export och förädlingsgrad
- 22. Att starta eget dryckesföretag
- 27. Måltidsturism och besöksnäring
- 30. Internationell utblick
- 38. En ansvarsfull alkoholproduktion
- 42. Fyra dryckesföretag i närbild



Inledning

1

Denna rapport beskriver den svenska dryckesproduktionen med tonvikt på produktionen av alkoholhaltiga drycker som öl, vin, cider och spritdrycker. På några få år har ett stort antal företag vuxit fram till följd av den avreglering och avmonopolisering som skett av produktionen av alkoholhaltiga drycker i Sverige, sedan landet blev medlem i EU. Det finns över 800 företag i dryckesproduktionen, varav närmare 700 tillverkar alkoholhaltiga drycker. Det är företag spridda över hela landet, från Norrbotten till Skåne.

Detta är den andra rapporten om den svenska dryckesproduktionen. 2018 publicerades en första utgåva. Sedan dess har antalet dryckesföretag fortsatt att öka. Svensk dryckesindustri är en omistlig del av Sverige - det nya måltidslandet. Bakom rapporten står ett antal fristående men samverkande svenska dryckesproducenter, Livsmedelsföretagen samt Lantbrukarnas Riksförbund (LRF).

Dryckesbranschens storlek och struktur

2

Den svenska dryckesbranschen växer. Idag finns det 806 registrerade företag som producerar drycker, enligt SCB Företagsregistret. Av dessa är 697 företag inriktade på tillverkning av alkoholhaltiga drycker, alltifrån öl, cider, fruktvin, vin på druvor, vodka, whisky och andra destillerade drycker. Branschen präglas av allt fler producenter, där tillverkning av dryck i mindre skala dominerar. Förutsättningarna för att producera drycker skiljer sig över landet utifrån vilka råvaror som är möjliga att använda.

Målet med denna rapport är att ge en så heltäckande bild som möjligt av dryckesproduktionen i Sverige. Därför har flera källor använts. Rapporten grundar sig främst på siffror från Företagsregistret.

Vi har även undersökt hur många företag som sökt s k skatteupplag hos Skatteverket, vilket är ett tillförlitligt mått på de producenter som tillverkar alkoholdrycker i någon form. Det är 636 företag, vilket innebär att det är företag som har kommersiell produktion eller är nära att påbörja en sådan. Skatteverkets antal är något färre än SCB:s uppgifter, vilket antagligen beror på att en del av de som registrerat sina företag ännu inte kommit igång med produktionen. I rapporten utgår vi från SCB Företagsregistret, då det klassificerar vilka typer av

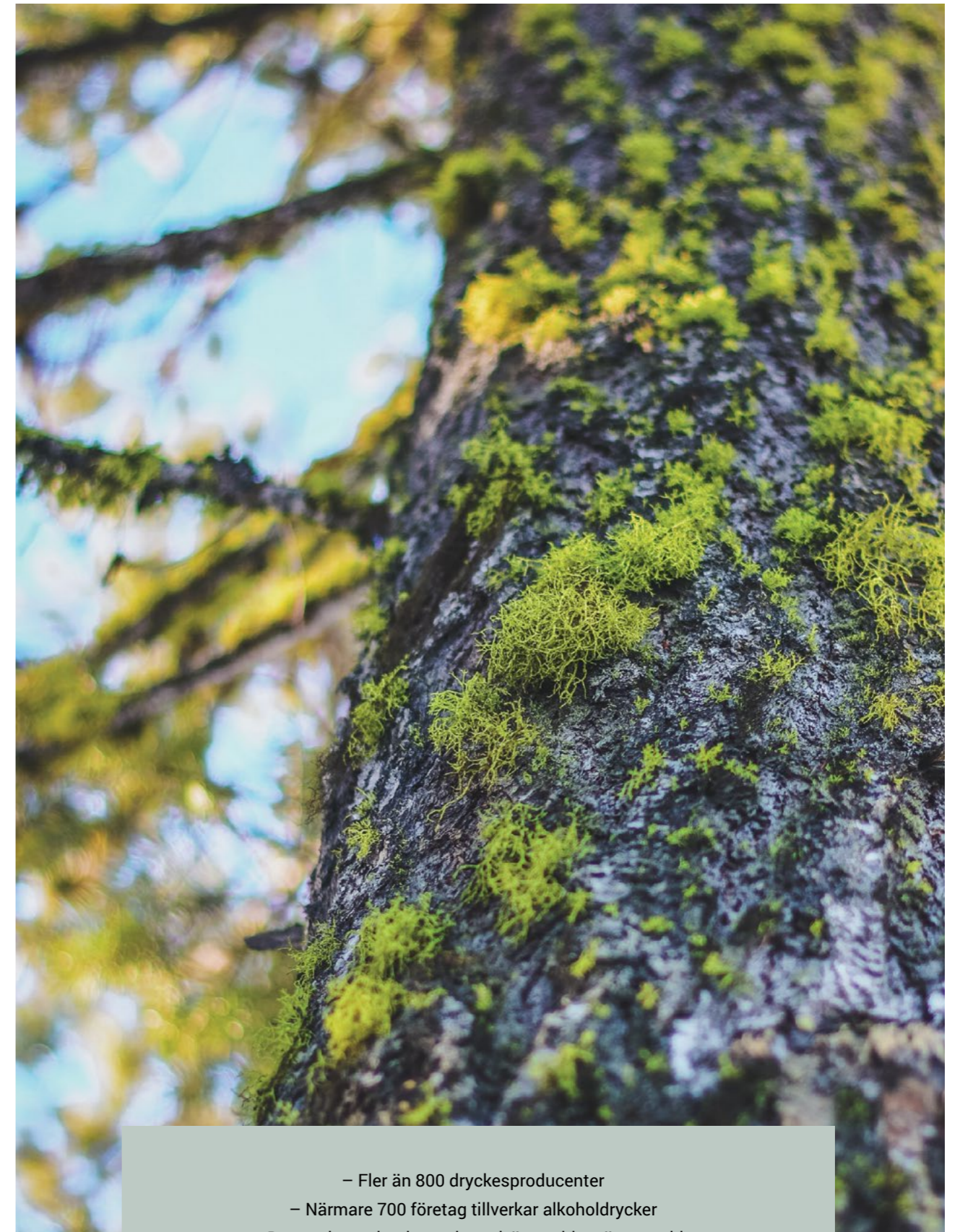
drycker som produceras (SNI-koder). Skatteverket anger endast en klumpsumma för all alkoholtillverkning.

I den rapport om den svenska dryckesbranschen som publicerades förra året angavs 550 alkoholproducenter i Sverige år 2017. År 2018 har antalet stigit till 697 enligt Företagsregistret. Läger vi till de 154 företag som tillverkar läsk, mineralvatten och annat vatten på flaska stiger antalet till 806.

Karaktärsdragen hos de olika företagen skiljer sig åt. Bland dessa finns exempelvis större företag som The Absolut Company som står för en betydande del av produktionen inom spritdrycker, och Carlsberg och Spendrups som innehar stora marknadsandelar inom kategorierna öl, läsk och mineralvatten. Kopparbergs bryggeri är den största cidertillverkaren. Den stora ökningen av antalet dryckesproducenter är dock ett resultat av att många, mindre producenter har etablerat sig.

Bryggerier

Öl är den fortsatt största kategorin bland dryckesföretagen och den har fortsatt växa under året. Antalet producenter har gått från 413 till 526, där bryggerierna är spridda från Skåne i söder till Norrbotten



- Fler än 800 dryckesproducenter
- Närmare 700 företag tillverkar alkoholdrycker
- Bryggerierna dominerar i antal, även cider växer snabbt

i norr. Större delen av bryggeriföretagen är koncentrerade kring storstadsområdena. Sveriges minsta län – Gotland och Jämtland – står dock för det största antalet producenter per 100 000 invånare, med cirka 19 respektive 14 stycken.

Cider m m

En kategori som under året sett en klar ökning är cider. Ciderproducenterna var tillsammans 75 stycken under 2018 (2017: 36). Kategorin inkluderar även produkter som mjöd, fruktviner och glögg. Även ciderproducenterna är spridda över landet. Koncentrationen av ciderproducenter är dock som störst i mellan- och södra Sverige, där Västra Götaland med 14 producenter står för det största antalet.

Vin

Det finns 38 företag registrerade som framställare av vin (dec 2018). Till det skall läggas cirka 70 som registreras som odlare av druvor. Enligt uppgift från föreningen Svenskt Vin finns idag ett fyrtiotal kommersiellt etablerade svenska vinproducenter, som både odlar sina druvor och framställer vinet.

Mineralvatten och övrigt flaskvatten är produkter som vuxit explosionsartat sedan 90-talet

De svenska vinproducenterna befinner sig nästan uteslutande i de södra delarna av Sverige. Då druvorna kräver varmare klimat för att kunna växa är den höga koncentrationen av vingårdar på sydligare breddgrader en direkt konsekvens av att klimatet i landet skiljer sig åt. Hälften av de etablerade svenska vinproducenterna finns i Skåne. Därtill skall läggas ett antal odlare som ligger i startgropar för att komma igång med produktionen, eller bedriver en mycket liten produktion än så länge.

Druvstockar måste växa till sig några år efter plantering innan de kan ge druvor.

Det finns cirka 200 vinodlingar med potential att utveckla kommersiell näringsverksamhet i Sverige (källa: Svenskt Vin/LRF Sveriges Vingårdar 2018). I media har vi det senaste året kunnat läsa om producenter även längre norrut som Småland och Östergötland vilka påbörjat odlingar i syfte att starta produktion.

Destillerier

Även bland spritproducenterna har en ökning kunnat observeras jämfört med året innan, från 79 producenter till 97 idag. Sett till antal spritproducenter har Stockholm flest med totalt 30 stycken. Norrut i landet kan istället höga antal producenter per invånare noteras, där Västernorrland sticker ut med nästan 3 spritillverkare per 100 000 invånare.

Näst efter ölproducenter är läsk, mineralvatten och annat vatten på flaska den största kategorin med 154 registrerade företag. Tillväxten i den här delen av branschen, den alkoholfria, beror överlägset på mineralvatten och övrigt vatten på flaska. De tar marknadsandelar från läsk vilken gäller inte minst kolsyrat och smaksatt vatten. Den här kategorin är bred, och innehåller allt från lätt kolsyrade vatten till olika tonics som är skapade för att passa bra att mixas med specifika typer av alkoholdrycker.

Mineralvatten och övrigt flaskvatten är produkter som vuxit explosionsartat sedan 90-talet. Den fortsatta hälsotrenden förutsäger att trenden inte kommer att avta (källa: SvT/Jens Nordfält, Handelshögskolan).

Topp fem, producenter per län i Sverige

Ölproducenter

Län	Producenter	Per 100 000 inv.
Stockholm	97	4,2
Västra Götaland	92	5,4
Skåne	69	5,1
Halland	27	8,3
Västernorrland	22	8,9
Totalt	526	

Vinproducenter

Län	Producenter*	Per 100 000 inv.
Skåne	22	1,4
Blekinge	3	2
Gotland	3	5,1
Stockholm	3	0,1
Södermanland	3	1,0
Totalt	40	

Ciderproducenter

Län	Producenter	Per 100 000 inv.
Skåne	19	1,4
Gotland	3	5,1
Stockholm	3	0,1
Södermanland	3	1,0
Halland, Uppsala, Västra Götaland, Östergötland	2	-
Totalt	75	

L&M producenter

Län	Producenter	Per 100 000 inv.
Skåne	29	2,2
Stockholm	27	1,2
Västra Götaland	24	1,4
Värmland, Västmanland	7	-
Halland, Kronoberg	6	-
Totalt	154	

Spritproducenter

Län	Producenter	Per 100 000 inv.
Stockholm	30	1,3
Skåne	13	1,0
Västra Götaland	10	0,6
Västernorrland	7	2,8
Norrbotten	5	2,0
Totalt	97	



Kommunerna med flest producenter, styck

Ölbryggerier

Stockholm	49
Göteborg	33
Malmö	14
Uppsala	14
Gotland	11
Jönköping	11
Sundsvall	11

Vinproducenter

Höganäs	4
Malmö	4
Karlskrona	4
Gotland	3
Kristianstad	3
Ystad	3
Ängelholm	2
Båstad	2
Flen	2

Ciderproducenter

Göteborg	5
Gotland	4
Stockholm	3
Malmö	3
Uppsala	3
Hällefors	3

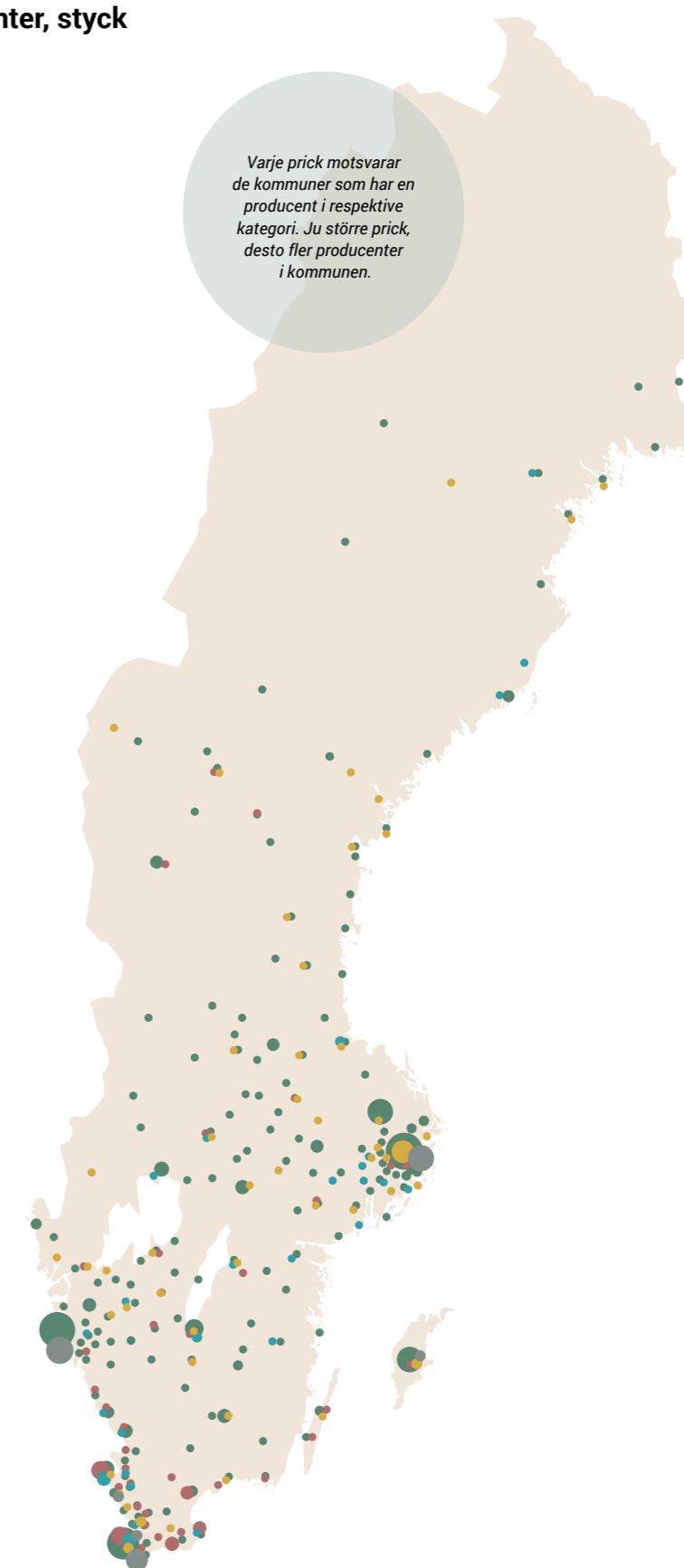
Läsk och mineralvattenproducenter

Stockholm	19
Göteborg	14
Malmö	9
Helsingborg	5
Gotland	4
Lund	4

Spritproducenter

Stockholm	18
Lund	4
Örebro	4
Malmö	3
Gotland	3t
Göteborg	3
Nacka	3
Landskrona	3

De siffror som presenteras baseras på producenternas SNI-koder i Företagsregistret. Vissa av företagen tillverkar endast en typ av dryck, vissa tillverkar flera olika drycker och andra blandar dryckstillverkningen med exempelvis reklambyråverksamhet.



En ung, dynamisk och växande industri

3

Den svenska dryckesbranschen är en ung industri. De flesta företag har tillkommit under de senaste 20 åren. Som framgår av föregående kapitel finns det över 800 registrerade dryckesföretag i Sverige, därav nära 700 producenter av alkoholhaltiga drycker.

Ökningstakten har varit störst inom bryggerinäringen, där det idag finns över 500 registrerade företag mot endast ett trettiotal för tio år sedan. Etableringen av småbryggerier har varit nästan explosionsartad, och närmare 80 procent av dem är yngre än 10 år (källa: Sveriges Bryggerier, LRF).

Men går man drygt hundra år tillbaka i tiden fanns det också 500 bryggerier i Sverige. De senaste årens utveckling kan sägas vara en återgång till en tidigare struktur, då landet hade ett stort antal lokala bryggerier innan den stora strukturomvandlingen framtvängde nedläggningar, sammanslagningar och produktion som flyttades utomlands.

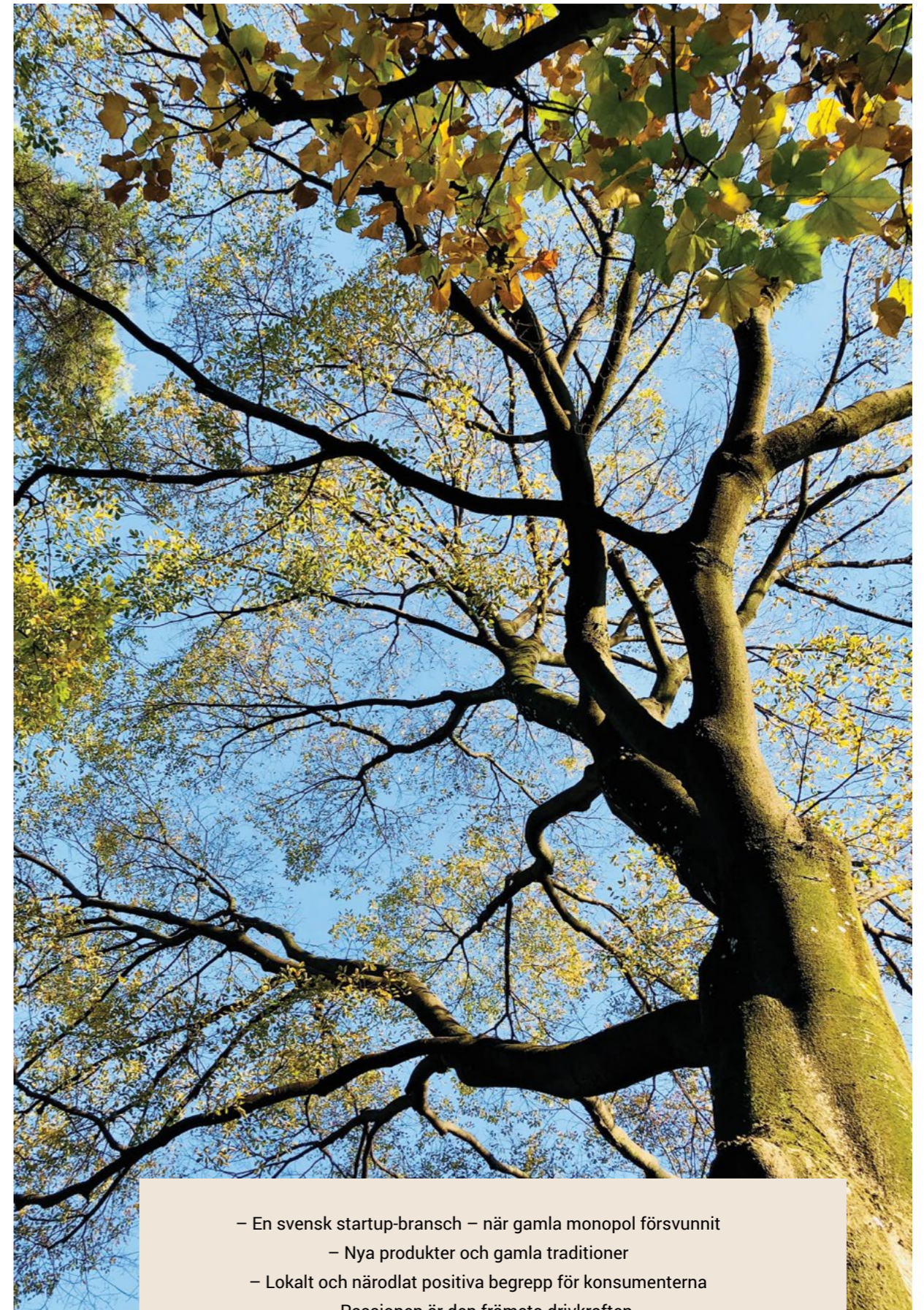
En likartad utveckling har skett inom tillverkning av destillerade drycker. I Företagsregistret (SCB) finns 97 företag som producerar och hanterar destillerade drycker som brännvin, vodka, gin, punsch, likörer och whisky. Här är det i stor utsträckning politiska beslut som format branschens utveckling. Det viktigaste

var förstatligandet och monopoliseringen av den svenska spritproduktionen under det förra seklet genom förutvarande Vin och Sprit AB. Sedan mitten på 1990-talet har ett antal helt nya företag uppstått. Idag är det fritt fram att etablera tillverkning av destillerade drycker i Sverige, förutsatt att företagen uppfyller de krav och regler som finns (se följande kapitel).

Men dagens 90-tal företag innebär att det är långt kvar till det antal privata små brännerier som fanns i Sverige under 1850-talet, då de uppgick till fyratusen, varav 700 ångbrännerier i större skala (källa: Hans de Geer: Vin och Sprit 1917–2008). Med förbudet mot husbehovsbränning 1860 sjönk antalet snabbt till cirka 600. Då handlade det i stort sett bara om brännvinstillverkning, medan produktionen av starka drycker idag innefattar en mycket större och rikhaltigare variation av smaker och sorter.

Sverige ett nytt vinland

Den största förändringen har skett inom vinproduktionen. Före avregleringen av det svenska partihandels- och produktionsmonopolet fanns inga kommersiella vingårdar alls i Sverige. Idag har det vuxit fram närmare 40 etablerade producenter, och ett ännu större antal som har just startat eller producerar i mycket liten skala.



- En svensk startup-bransch – när gamla monopol försvunnit
 - Nya produkter och gamla traditioner
- Lokalt och närodlat positiva begrepp för konsumenterna
- Passionen är den främsta drivkraften

Under 2018 har ett antal artiklar publicerats i pressen om vinodlare som ligger i startgroparna för att ta upp produktion, exempelvis i Jönköpings län där man hyser förhoppningar om att skapa ett "småländskt Toscana" (Jönköpings-Posten 27 dec). Så sent som 1999 blev Sverige ett i EU godkänt vinland.

Men det finns traditioner bakåt i tiden. Vin är en fermenterad (jäst) dryck gjord på druvor vilket i Sverige är en ny bransch, som bara har några decenniers historia att se tillbaka på. Produktion av fermenterade drycker gjorda på svenska bär och frukter har däremot månghundraåriga traditioner, vilket Dryckesakademiens Martin Ragnar redogör för i sin nyutkomna bok om svenska drycker (Carlsson förlag, 2018). Vinskribenten Mikael Mölstedt anser att det finns en rikhaltig men slumrade tradition inom produktion av bär- och fruktviner som väntar på att återuppväckas (SvD 22.6.2018). Han påpekar också att välkända livsmedelsföretag som Findus och Önos faktiskt startade sin bana som producenter av sådana viner (Allt om Vin, december 2018).

Snabbväxande startup-bransch

Historien i all ära, nu är det framtiden som hägrar för de många entreprenörer som skapar den nya svenska dryckesbranschen. De svenska dryckesföretagen är i hög grad en startup-bransch i likhet med andra företag inom livsmedel och mat.

Livsmedelsföretagen är Sveriges snabbast växande industribransch. Inom denna bransch är just ölbryggerier en av de mest markanta snabbväxarna, tillsammans med bagerier (källa: Livsmedelsföretagen Startup-rapporten 2017). Det startas fler nya företag inom livsmedelsbranschen än i någon annan industri, enligt Livsmedelsföretagen.

En "rookie" bland dryckesföretagen är producenterna av cider och andra jästa drycker gjorda på frukt. De uppgår till ett juttioatal. Ännu fler producenter gör mineralvatten, läsk och smaksatta vatten, utan alkohol. De är över 150 stycken. Såväl cider som vatten i olika former är också exportframgångar (se kapitel 3).

En framträdande egenskap hos dagens svenska dryckesföretag är den lokala förankringen. Det avser såväl företagets namn och identitet som valet av lokala råvaror och marknadsföringen till kunder i närområdet. Begrepp som lokalt och närodlat har en starkt positiv laddning hos dagens konsumenter, och det gynnar dryckesföretag liksom livsmedelsbranschen generellt.

Svenska råvaror står för den största andelen av inköpen hos dryckesproducenterna, även om vissa råvaror importeras (källa: LRF/Ipsos enkät 2017).

Konsumenterna bryr sig allt mer om varifrån råvarorna kommer och det nära blir ett kvalitetsbegrepp, konstaterar Livsmedelsföretagen (källa: Startup-rapporten 2017). Egenodlade druvor, bär och frukter, friskt vatten och kryddor hämtade från det omgivande landskapet är exempel på sådana ingredienser som attraherar medvetna konsumenter. Med passionen som den kanske främsta drivkraften skapar de svenska dryckesföretagen idag produkter som väcker konsumenternas intresse och nyfikenhet, både inom och utom landet.

Lokal produktion växer

Intresset för lokal produktion är en internationell trend inom dryckesbranschen. Så har exempelvis antalet små destillerier ökat markant över hela världen de senaste åren. I USA finns idag över 700 destillerier mot bara ett 50-tal för 15 år sedan. Den största andelen av dessa är små sk craft destillerier som producerar whisky/gin. Begrepp som autenticitet, tradition och smak är vägledande. I Storbritannien har antalet destillerier fördubblats på fem år, och ökningen sker inom just craft-segmentet (källa: Mackmyra ÅR 2017).

Lantbrukarnas Riksförbund (LRF) har i sin senaste upplaga av handboken "Grön Entreprenör" inkluderat vinodling som en ny verksamhet vilken skapar affärs- och levnadsmöjligheter på landsbygden och mindre orter. Medan det svenska lantbruket idag kräver mycket stora arealer för att skapa ett livskraftigt företag som det går att leva på, kan en vingård på endast 3-5 hektar ge utkomst åt en familj. Vin kan odlas på platser som inte är lämpliga för exempelvis spannmål. Det innebär

“*Det finns en innovationsvilja och entreprenörslusta, inte minst därför att konsumenten är nyfiken och beredd att betala för sig*”

Mikael Mossvall,
VD på Spendrupsägda Gotlands Bryggeri

att en vingård kan ge sysselsättning åt en familj på i stort sett samma areal som ett småbruk utgjorde för många decennier sedan. Hela den svenska vinodlade arealen uppgår sammanlagt inte till mer än cirka 100 hektar, vilket motsvarar ett mindre spannmålsjordbruk idag. Då ger ändå denna vinareal grunden för ett 40-tal företag, och fler på väg (källa: LRF, Svenskt Vin).

Svenska drycker väcker intresse

Efter många års slummer är intresset för svenska drycker idag växande. Det gäller både som affärsidé för entusiastiska entreprenörer och som måltids- och festdryck för nyfikna konsumenter. Flera initiativ bubblar runt om i landet. Under 2017 turnerade vandringsutställningen Svenska Drycker i regi av Jordbruksverket och Dryckesakademien för att inspirera till nytänkande och entreprenörskap hos producenter. Under november 2018 hölls i Malmö den första mässan Skånska Drycker med ett 40-tal dryckesföretag representerade; vingårdar, ölbryggerier, ciderproducenter och destillerier. Allmänheten fick då upptäcka bredden i den regionala dryckesproduktionen, inklusive det alkoholfria sortimentet.

För att citera VD Mikael Mossvall på Spendrupsägda Gotlands Bryggeri, med lång erfarenhet av såväl öl- som whiskytillverkning. "Det har aldrig varit roligare att arbeta inom branschen. Det finns en innovationsvilja och entreprenörslusta, inte minst därför att konsumenten är nyfiken och beredd att betala för sig" (Nöjesguiden, juni 2018).





- Nya jobb i nya företag – över 5000 arbetar med dryckesproduktion
- Betydande potential för export – vodka och cider svenska succéer
 - Dryckesföretagen kan inspirera andra livsmedelsföretag

Sysselsättning, export och förädlingsgrad

4

De flesta företag i den svenska dryckesindustrin är relativt små. 60 procent av företagen sysselsätter färre än fem heltidsårsverken, enligt den enkätundersökning som LRF genomfört med dryckesföretag under 2017. Som framgår av diagrammet utgör kategorin 1-2 heltidsarbeten den största kategorin (38 procent), följt av 3-5 årsarbeten (22 procent). Det är ett uttryck för att branschen är ung, en typisk startup-bransch, där flertalet företag etablerats under senare år. Endast en tiondel av företagen har funnits i 20 år eller mer.

“
Varför inte ett till företag som Absolut i landet. Det skulle bara vara positivt för Sverige

Anna Malmhake,
VD för The Absolut Company

Men även om företagen är genomgående små så har sysselsättningsökningen i branschen varit påtaglig. Det är i de mindre företagen som de flesta nya jobben tillkommit, vilket är en följd av att antalet dryckesföretag

vuxit så snabbt – mer än trefaldigats från 2007 (källa: Livsmedelsföretagen). LRFs rapporter indikerar att den småskaliga alkoholhaltiga dryckesproduktionen genererar cirka 2 500 arbetstillfällen inom produktionen och kringliggande aktiviteter som besök, provsmakning, servering mm (se tabell på följande sida).

De stora dryckesföretagen i Sverige utgörs av de välkända stora bryggerikoncernerna samt ett spritföretag – The Absolut Company. Om även dessa medräknas stiger antalet anställda i dryckesföretagen till över 5 500. Men företag genererar mer sysselsättning än de direkt anställda. Det tillkommer arbeten i andra led i form av underleverantörer, serviceverksamheter och positiva effekter för det omgivande samhället. Inom livsmedelsindustrin är spridningseffekterna betydande då importinnehållet som andel av förädlingsvärdet vanligen är lågt.

Varje direkt jobb genererar minst ett annat jobb. Det har gjorts internationella beräkningar, exempelvis inom bryggerinäringen, som visar på ännu större positiva sysselsättningseffekter när sysselsättningen inom pubar och restauranger räknas in. Ett direkt jobb kan då ge upphov till fler än tio andra jobb, enligt de beräkningarna (källa: Brewers of Europe, EU report 2016).

Den småskaliga dryckesproduktionen 2017 (alkoholdrycker) Källa: LRF

Kategori	Sysselsatta inkl. besöksverksamhet
Ölbryggerier	1700
Vingårdar	250
Destillerier*	500
Summa	2450

The Absolut Company har gjort uppskattningar som pekar på att utöver de 300 direkta arbetstillfällena i produktions- och buteljeringsanläggningarna i Nöbbelöv och Åhus så genereras minst 2 000 helårsarbeten, merparten i Skåne och Södra Sverige. Dit räknas anställda inom underleverantörer som gör flaskglas, kapsyler, transportföretag liksom veteleveranser från cirka 350 odlare. Därtill kommer skatter och underlag för offentlig service. Den direkta produktionen skapar också underlag för 200 anställda inom bl. a administration och marknadsföring på huvudkontoret i Stockholm. "Varför inte ett till företag som Absolut i landet. Det skulle bara vara positivt för Sverige", kommenterar VD Anna Malmhake.

En betydande sysselsättningspotential för dryckesföretagen är den växande turismen. Dels kan den skapa fler arbeten på det egna företaget exempelvis i restaurang, provsmakning och guidning. Dessutom

stimuleras andra turistföretag inom kost och logi om dryckesföretag på orten blir intressanta besöksmål. Se vidare om turism- och besöksnäringen i ett följande kapitel.

Export och utrikeshandel

Den svenska livsmedelsindustrin har en betydande export med cirka 50 miljarder kr i årligt exportvärde. Men potentialen är mycket större än så och branschorganisationen Livsmedelsföretagen har satt som mål att till 2025 fördubbla exporten. Medan exportandelen inom livsmedelsföretagen, dit dryckesföretagen räknas, är cirka 30 procent i genomsnitt är den ofta 70 procent eller mer i andra välkända svenska industribranscher. 2017 inrättades Team Sweden livsmedel som en av regeringens satsningar på livsmedelsområdet med ökad export som prioritet. Regeringen har satsat 48 miljoner kr på att nå dit och tillsatt en särskild nationell exportsamordnare för livsmedel. Potentialen för en fördubblat export finns otvivelaktigt i många av de svenska dryckesföretagen i minst lika stor grad som hos andra livsmedelsföretag (källa: Livsmedelsföretagen, Exportrapport 2018).

Den enskilt största svenska exportprodukten inom livsmedel är Absolut Vodka, en plats som drycken haft i många år. Exportandelen är smått otroliga 99 procent av det som tillverkas vid anläggningarna i Skåne. Företag som har kunnat verka på marknaden i många år och etablerat sig har i regel också hunnit med att utveckla en exportförsäljning.

Mackmyra whisky, med 19 års verksamhet, säljer idag hälften av sin buteljerade whisky på export, med betydande marknader i bl. a Frankrike, Storbritannien och Tyskland. Exporten har ökat markant under de senaste åren (källa: Mackmyra ÅR 2017).

Cider ny exportframgång

En ny stor exportsuccé inom drycker är svensk cider. Den största producenten är Kopparbergs bryggeri, vars cider säljs i mer än 30 länder, med stora framgångar i Storbritannien. Kopparbergs brygger även öl, men cidern står för cirka 60 procent av produktionen. Därav exporteras över 90 procent, en andel nästan i klass med Absolut Vodka (källa: Nyhetsbyrån Direkt). Även bryggeriföretagen Åbro och Herrljunga exporterar betydande kvantiteter cider. Tillsammans exporteras svensk cider för över 1,3 miljarder kr och alltfler svenska producenter av cider etableras.

Exporten av mineralvatten och smaksatta vatten är också betydande även om importen är ännu större. Exportförsäljningen av vodka uppgår till cirka 4 miljarder kr årligen (se tabell). Exporten av vodka och cider uppgår tillsammans till drygt 5 miljarder kr, nästan i nivå med den stora importen av vin till Sverige sett ur ett utrikeshandelsperspektiv.

Handelsbalansen är dock negativ vad gäller den totala handeln med alkoholhaltiga drycker. Kategorin alkoholdrycker som helhet är inom EU den största expertkategorin inom livsmedelsområdet, med en andel

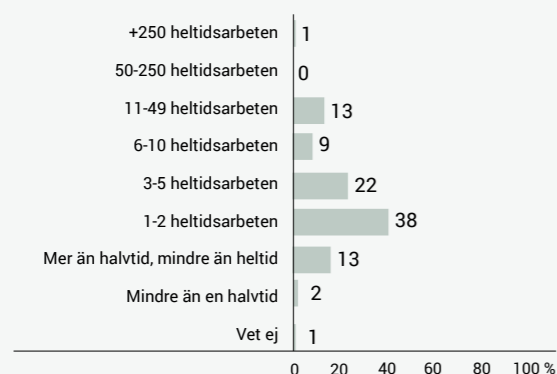
på nära 30 procent, med vin och destillerade drycker i lika andelar. I Sverige står exporten av alkoholhaltig dryck för cirka 12 procent av den totala livsmedelsexporten. Det finns goda förutsättningar att öka dryckesexporten.

Skydda ursprunget

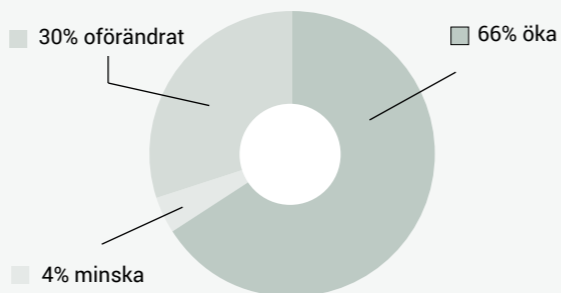
För att konsumenten skall kunna lita på att det som marknadsförs verkligen är från Sverige är ett geografiskt ursprungsskydd (identifikation) s k GI betydelsefullt. Med ett svenskt registrerat och juridiskt bindande GI så kan svenska producenter hävda sig mot vilseledande marknadsföring. Det är därmed en viktig förutsättning för att nya företag ska våga att investera. Det har varit avgörande för många kvalitetsprodukter från andra länder i Europa, som byggt upp sina kvalitetsbegrepp med stora investeringar. Såväl whiskyindustrin på Irland och i Skottland och Cognac och Champagne i Frankrike är exempel på det.

Namnet Champagne är exempelvis skyddad i 120 länder i världen, och det anses avgörande för de stora framgångar exporten haft av detta speciella mousserande vin (källa: Goda Exempel, rapport från Livsmedelsföretagen 2018). EU har aktivt främjat identifiering, försvar och skydd av geografiska ursprungsbeteckningar för den europeiska gastronomin, och Sverige har all anledning att utnyttja detsamma. Europaparlamentet har utarbetat ett särskilt betänkande om Europas gastronomiska arv, som godkänts av medlemsländerna (källa: Måltidsundret Sverige 2017).

Antal heltidsarbeten



Förväntad utveckling av sysselsättning



Den totala handelsbalansen alkoholdrycker (2017, källa SCB)

SPIN kod	Varuslag	Export (milj. kr)	Import	Handelsnetto
11.01	Destillerad dryck	4166	1480	2686
11.02	Vin	280	6205	-5925
11.03	Cider, fruktvin	1380	152	1228
11.05	Öl	498	1120	-622
11.07	Läsk/mineralvatten	913	2265	-1352



En betydande sysselsättningspotential för dryckesföretagen är den växande turismen, då den kan skapa fler arbeten på det egna företaget exempelvis i restaurang, provsmakning och guidning.

Hög förädlingsgrad

Drycker utgör cirka 30 procent av den totala livsmedelsförsäljningen. Men produktionen av svenska drycker uppvisar en förädlingsgrad som är betydligt större än livsmedelsföretagen generellt. Förädlingsvärdet som andel av omsättningen är nästan dubbelt så stor hos dryckesproducenter som övriga matproducenter, 37 procent mot 21 procent (källa: Livsmedelsföretagen). Det innebär att dryckesföretagen lyckats bättre än mattillverkarna med att få konsumenterna att betala för sina produkter, vilket kan bero på både på produkternas kvalitet och varumärkenas attraktionskraft. Det ger potential för högre lönsamhet

Dryckesföretagen har också en lönsamhet som de senaste åren legat avsevärt högre än andra livsmedelsföretag – rörelsemarginalen är mer än dubbelt så stor. Men statistiken bygger på de stora etablerade företagen. De mindre, nystartade dryckesproducenterna anger i allmänhet en otillräcklig lönsamhet, enligt de enkäter LRF gjort.

"Den övriga livsmedelsindustrin bör låta sig inspireras av vad dryckesföretagen uppnått", säger Carl Eckerdal, chefsekonom för Livsmedelsföretagen.

Nyckeln till framgången är den betydande export som flera av dryckesföretagen har, särskilt tillverkarna av vodka och cider men även mineralvatten, konstaterar han.

Ett slående exempel på hur förädlingsgraden påverkar priset är produktionen av vodka. En kvadratmeter åker ger cirka 1 kg vete. Det har ett pris på någon krona. Men ett kg vete kan destilleras till 1 liter vodka, som har ett saluvärde på mångfalt mer. Dessutom ger det underlag för stora skatteintäkter. Förädlingsvärdet och exportvärdet av det svenska vete som säljs som vodka är därmed oerhört mycket högre än vad en motsvarande spannmålsförsäljning och -export skulle inbringa.



“*Den övriga livsmedelsindustrin bör låta sig inspireras av vad dryckesföretagen uppnått*”

Carl Eckerdal,
chefsekonom på Livsmedelsföretagen



Att starta eget dryckesföretag

5

Att starta sin egen vinodling, ett hantverksbryggeri eller "craft distillery" är en dröm för många entreprenörer och entusiaster. Drömmen går i uppfyllelse när man fått fart på sin produktion, varorna gått till försäljning och konsumenterna har börjat att köpa dem.

Men det är ingen enkel uppgift att starta ett dryckesföretag, särskilt om det tillverkar alkoholhaltiga produkter. Det är en rad tillstånd och prövningar som skall passeras och försäljningen är omgärdad av många restriktioner. Livsmedelslagstiftningen reglerar vissa skyldigheter, andra styrs av skattelagstiftningen, och därtill kommer bestämmelser enligt alkohollagstiftningen. Ett grundläggande godkännande för all tillverkning av alkoholdrycker är medgivande från Skatteverket att få vara skatteinnehavare för alkoholhaltiga varor. Prövning görs avseende den sökandes lämplighet ur ekonomisk synpunkt samt om det finns utrymme där tillverkningen kan bedrivas. Där hanteras alkoholen under uppskov med betalning av alkoholskatten, som skall erläggas först när varorna säljs. Skattereglerna är mycket detaljerade och inordnas i ett EU-gemensamt regelsystem.

Alla godkända tillverkare tilldelas ett särskilt punktskattenummer av Skatteverket, och deklarerationer

skall göras månadsvis. Skattegodkännandet ger rätt att bedriva partihandel med alkohol och sälja varor till Systembolaget eller restauranger.

Vinodling. En registrering av produktionen som livsmedelsproducent skall göras hos den lokala **länsstyrelsen**. EU:s regler gäller här och druvan skall vara av arten *Vitis vinifera* och ha sk växtpass. Anläggningen skall även registreras hos **Livsmedelsverket**, som kommer att besöka vingården. Arbetsprocesserna skall gås igenom och en riskanalys upprättas. Livsmedelsverket prövar även att vinet kan märkas korrekt med druvsort och årgång (enligt EU:s regelverk). Vidare krävs godkännande som ovan enligt lagen om alkoholskatt hos Skatteverket.

Bryggeri. En anmälan skall ske till **kommunens miljö- och hälsomyndighet**. Det krävs godkännande enligt lagen om alkoholskatt hos Skatteverket. Föreningen **Sveriges Oberoende Småbryggerier** har utarbetat detaljerade branschriktlinjer för mindre och nystartade bryggerier, som även är tillgängliga via Livsmedelsverket. De beskriver vad som krävs för att uppfylla de grundläggande bestämmelserna.

Vill man märka ölen med att den är ekologisk skall detta anmälas till godkända kontrollorgan, via



- Många tillstånd och prövningar för att tillverka och sälja alkoholdrycker
- Kommunens tillstånd krävs för provsmakning och servering
- Systembolaget viktig försäljningskanal

Livsmedelsverket. En rad regler styr även hygien i ett bryggeri, i enlighet med livsmedelslagstiftningen. Personalen skall ha utbildning i livsmedelshygien. En bryggare konstaterar lakoniskt att jobbet är "95 procent städning och 5 procent tillverkning" (SvD/TT 15 aug 2017, Thomas Hortobagyi, Kungs Bryggeriet i Älta utanför Stockholm).

Det vatten som används för ölbrygning skall uppfylla särskilda krav i dricksvattenföreskrifterna, och bör analyseras varje år. Egen brunn skall registreras hos kommunens miljökontor. Det finns också en rad krav på hur det färdigförpackade ölet skall märkas innan det kan säljas, likaså näringsdeklareras.

Spritdrycker. Det krävs som ovan sagts godkännande enligt lagen om alkoholskatt hos Skatteverket. Registrering av anläggningen skall göras hos Livsmedelsverket. Likartade krav på arbetsprocesser, dokumentation och riskbedömningar gäller som för vinproduktion. Varje år skall en rapport om hur mycket som tillverkats och försålts av alkoholhaltiga drycker skickas till **Folkhälsomyndigheten** (f d Statens folkhälsoinstitut). De gör även besök hos producenter för att se att alkohollagens krav efterlevs, och att obehöriga ej kan komma åt varorna.

Småbryggerierna står dock bara för cirka 5,5 procent av försäljningen av svenskt öl på Systembolaget, medan sex stora bryggerikoncerner delar på resten

För många företagare är administrationen av hela tillståndskedjan en betydande del av arbetsbördan. "Vi har nog tvingats hantera ett femtiotal olika myndigheter för alla tillstånd och godkännanden. I Tyskland har de tre instanser för samma jobb", konstaterar Richard Jansson, Norrtelje Brenneri.

Olika typer av tillstånd behövs

Sedan krävs andra typer av tillstånd för den tillverkare som även vill erbjuda servering och/eller provsmakning av de egna produkterna vid produktionsstället. Gårdsförsäljning av alkohol är som bekant inte tillåten enligt gällande lagstiftning.

Serveringstillstånd. Sökes och beviljas av respektive kommun, och praxis varierar. Den som har serveringstillstånd för exempelvis en restaurang i anslutning till dryckesproduktionen kan även använda detta för provsmakningar, men det skall anmälas på förhand till kommunen.

Provsmakning. Den som inte har serveringstillstånd kan ansöka om tillfälligt tillstånd för provsmakning av alkoholhaltig dryck, också det hos respektive kommun. Tillståndsgivningen varierar från kommun till kommun. De som söker vägledning i hur provsmakning bör utformas är hänvisade till förarbetena till alkohollagen. Där står det att "Vid provsmakning av en dryck ges normalt en mycket liten mängd, oftast motsvarande en matsked eller mindre." Dock tolkas reglerna ibland så att ju alkoholsvagare dryck, desto större mängd får provsmakas. Exempelvis Wermlands Bryggerhus i Kristinehamn har fått tillstånd att servera öl i 15 cl per glas som provsmakning. Producenten skall också ta betalt för provsmakning av gästerna.

Kommunen tar betalt för själva tillståndet, i vissa fall 10 000 kr per år. Kommunerna ställer ofta synnerligen detaljerade krav på sökanden i fråga om lokalens beskaffenhet, sökandens ekonomi och kunskaper mm. (källa: Verksam.se, länsstyrelser).

Att sälja sina produkter

Det svenska detaljhandelsmonopolet, Systembolaget, är det som främst skiljer Sverige från andra länder i EU som

också tillverkar alkoholhaltiga drycker.

Att kunna sälja sina produkter är den kanske mest grundläggande förutsättningen för ett företag. Sedan partihandelsmonopolet av alkohol togs bort kan bryggerier, destillerier och vingårdar direkt sälja sina produkter till restauranger. Även exporten är fri och har för många producenter stor betydelse.

Däremot måste all detaljförsäljning till konsument inom Sverige ske via Systembolaget. Gårdsförsäljning är inte tillåten, även om Riksdagen under 2018 begärde att regeringen verkar för en lagändring så att detta blir möjligt. En utredning skall tillsättas 2020.

Antalet svenska produkter som säljs på Systembolagets hyllor har också ökat kraftigt, från knappt 900 år till 2009 till ca 2 700 idag. Främst är det lokala öl som ökat sin närvaro på hyllorna.

Antalet svenska viner på Systembolaget har ökat från fem till ett 40-tal på tio år. Och antalet sprittillverkare har fördubblats till 90 (källa: TT/SvD 15 aug 2017).

I februari 2019 fanns drygt 1 700 svenska öl förtecknade i hela sortimentet, av totalt 2 750. Flertalet (1 310) var lokala och hantverksmässigt producerade öl som endast säljs i de närmaste belägna systembutikerna. Småbryggerierna står dock bara för cirka 5,5 procent av försäljningen av svenskt öl på Systembolaget, medan sex stora bryggerikoncerner delar på resten (källa: Systembolaget, Sveriges Bryggerier). Av cider finns ett hundratal svenska varianter i sortimentet.

Lokalt och småskaligt sortiment

Systembolaget har utfäst sig att lokala producenter skall erbjudas försäljning i de närmast belägna systembutikerna. I övrigt är det efterfrågan, och försäljningssiffror, som styr. I praktiken är det därmed få lokala produkter som når utanför det närmaste spridningsområdet. Vissa produkter finns i beställningssortimentet som omfattar fler varor än det ordinarie sortimentet.

Även små kvantiteter skall då gå via Systembolagets centrallager i Örebro och producenten svarar för frakten, men kan inte lagerhålla produkter där.

Systembolaget har svarat på det ökande intresset för lokala produkter genom att skapa ett särskilt sortiment, tillfälligt, lokalt och småskaligt (TSLs). Leverantörer väljer själva om de vill offerera sina produkter till TSLs-sortimentet eller placera dem i beställningssortimentet. Endast det senare kan kvalificera för att upptas i det ordinarie sortimentet, om tillräcklig försäljning uppnås. För att bli leverantör till Systembolaget görs en ansökan via företagets webbplats. Dokumentation och intyg skall bifogas.

Enligt de enkäter som LRF gjort med lokala producenter är försäljning till restauranger den viktigaste försäljningskanalen (till 90 procent), tätt följt av Systembolaget (88 procent).





- Stor potential för ökad turism
- Dryckesföretag uppskattade besöksmål
- Gårdsförsäljning skall utredas – Riksdagen har begärt en lagändring

Måltidsturism och besöksnäring

6

Turismen är en av världens snabbast växande näringsgrenar. Vissa länder i världen upplever en mättnad på turism medan Sverige anses ha fortsatt betydande utrymme att ta emot besökare. Den svenska naturen liksom allemansrätten är några av förutsättningarna. Turismens omsättning i Sverige har mer än fördubblats sedan år 2000. Turistkonsumtionen beräknas uppgå till uppemot 300 miljarder kr och ge underlag för 170 000 jobb i hela Sverige. Av turismen står inhemska besökare för 60 procent och de utländska för 40 procent. Mäter man exportvärdet av turismen så uppgår det till 120 miljarder kr - mer än dubbla den totala svenska livsmedelsexporten och 6 procent av den sammanlagda svenska exporten (källa: Tillväxtverket turistrapport 2017).

Tillväxtverket och branschens organisationer som Visit Sweden har ett program för att fördubbla turismen och besöksnäringen ytterligare på tio år. En stor del av potentialen finns på landsbygden, då många turister anger tillgången till ren och fri natur som ett viktigt skäl att besöka Sverige.

Måltidsturismen växer

Det finns också ett växande intresse för måltidsturism, dvs turistupplevelser med anknytning till mat och dryck.

Det kan handla om att gå på restaurang i storstad, men också om att besöka en producent av mat eller dryck på landsbygden. Måltidsturismen utgör en stor potential för Sverige, konstaterar den turist- och besöksutredning som presenterades för ett drygt år sedan (SOU 2017:95). Besökare med mat och dryck som huvudintresse utgör en köpstark och attraktiv målgrupp, som söker unika upplevelser och vill lära känna lokala kulturer, enligt Visit Sweden's nya program för satsning på måltidsturism.

Visit Sweden startade 2017 ett program för att få fler internationella turister att välja Sverige och spendera mer på restauranger och livsmedel. Programmet har tilldelats totalt 40 miljoner kronor av Jordbruksverket under fyra år.

Visit Sweden's målgruppsanalyser visar att matintresserade Sverigeresenärer lägger mer pengar på måltiden än andra besökare. De söker ofta unika och innovativa upplevelser, samtidigt som de har högre krav på hållbarhet.

Visit Sweden's satsning på måltidsupplevelser i Sverige är en fortsättning på dåvarande regeringens program "Sverige – det nya matlandet" mellan 2010 och 2014. En effekt av satsningen blev över 2 500 artiklar och inslag i

internationella medier om smakupplevelser, nyskapande kockar och speciella råvaror i Sverige.

Svenska drycker – alltifrån akvavit till öl – är väl värda uppmärksamhet och internationell marknadsföring.

Dryckesföretag som draglok

Dryckesföretag är världen över viktiga och uppskattade resmål. Vindistrikt i länder som Tyskland, Frankrike, Italien attraherar stora besöksmängder, liksom whiskydestillerier i Skottland och bryggerier i många länder. Bryggerikoncernen Guinness är det enskilt största turistmålet på Irland och ett av de populäraste besöksmålen i Europa (se vidare internationellt kapitel). Framställningen av drycker är en process som fascinerar och intresserar besökare; en process med många led från skörd av råvaror till buteljering och lagring. Få företag kan locka med en lika spännande inblick i en hel produktionskedja och dryckesföretagen kan därmed bli draglok för andra besök och aktiviteter.

Det är viktigt för Sverige som turistland att utveckla attraktiva besöksmål, eller destinationer som termen i besöksutredningen lyder. Dryckesproduktion är exempel på sådana destinationer som efterlyses. Regionala initiativ har redan tagits, t ex har Skånes turistfrämjande - Visit Skåne - en "Route de Vin" som passerar ett tjugotal skånska vingårdar, vilka tar emot besökare. Även turistfrämjande organ i Blekinge och på Gotland marknadsför lokala vin- och dryckesproducenter. Detta är idag i sin linda, men med etablerandet av allt fler dryckesföretag är potentialen betydande. Skåne fick under 2018 ett nytt resmål inom dryckesproduktionen då The Absolut Company öppnade ett besökscentrum i Åhus – "Absolut Home" - i anslutning till destilleriet och tappningsanläggningen. Målet är satt till över 50 000 årliga besökare och intresset har varit stort under premiäråret.

Besöksutredningen konstaterade att måltidsturismen är en grund för betydande företagande och sysselsättning, såväl i städer som landsbygd.

För dryckesföretagen utgör möjligheten till turism och besök ett viktigt komplement till ett fungerande och lönsamt företag. Besökare spenderar pengar på mat

och logi och betalar gärna för en guidad visning. Som framgår av LRFs studier (Grön Entreprenör) är också lönsamheten inom turistföretagen högre än annan landsbygdsverksamhet. Att kunna ta emot besökare och erbjuda dem såväl besöksmöjligheter som kost, logi och gårdsförsäljning skulle ge helt andra förutsättningar att skapa levande landsbygdsföretag.

Potential i besöksverksamhet

Det börsnoterade företaget Mackmyra Whisky är ett exempel på potentialen i besöksverksamheten. Den direkta sysselsättningen uppgår till cirka 40 årsarbeten. Därav arbetar flertalet i verksamheter utanför den reguljära produktionen, med besök, visningar och konferenser.

Mackmyras Whiskyby utgör centralpunkten i besöksverksamheten och erbjuder besök i företagets restaurang, whiskyprovningar, destilleri- och lagervisningar samt konferenser.

Besökare med mat och dryck som huvudintresse utgör en köpstark och attraktiv målgrupp

Därutöver har företaget lager och annex på andra orter som Fjäderholmarna, Smögen, Härkeberga, Lofsdalen. Där möter Mackmyra kunden med whiskyprovningar och visningar av respektive anläggning. Det senaste året har även ett besöksmål etablerats på ett gods utanför Hamburg i Tyskland, där företaget även kan erbjuda försäljning av de egna produkterna.

Många dryckesföretag har besöksverksamhet i varierande omfattning, med provsmakningar, servering och ibland fullskalig kost och logi och konferensmöjligheter. Samtliga företag hämmas dock av att de, till skillnad från producenter i alla andra EU-länder, inte kan erbjuda besökarna att köpa med sig något hem som minne av besöket. Frånvaron av gårdsförsäljning hämmar

alla led av företagen, alltifrån produktutveckling och varumärkesetablering, till konsumentbemötande och tillväxtpotentialer.

Gårdsförsäljning betydelsefull

Att kunna köpa med sig mat och dryckesprodukter som minne eller gåva är en viktig detalj, som 70 procent av internationella måltidsturister vill göra, enligt World Food Travel Association.

Besöksutredningen skriver att "möjligheten till gårdsförsäljning av alkoholhaltiga drycker skulle gynna utveckling av företagande, sysselsättning och måltidsturism positivt även i Sverige."

Avsaknaden av gårdsförsäljning gör att Sverige inte kan

utnyttja den fulla potential som dryckesföretagen utgör som besöksmål. Det är något som finns i alla andra EU-länder och starkt bidrar till turismen inom detta område.

Sådana resonemang återfinns även i flera av de riksdagsmotioner som behandlades våren 2018.

Det ledde till att Riksdagen i maj ställde sig bakom socialutskottets förslag att be regeringen verka för att en lagstiftning som möjliggör gårdsförsäljning i begränsad utsträckning och under förutsättning att Systembolagets detaljhandelsmonopol kan upprätthållas.

I den fyrpartiuppställning som träffades i januari 2019 mellan socialdemokraterna, miljöpartiet, centern och liberalerna är det inskrivet att en utredning om gårdsförsäljning skall tillsättas (2020).



Måltiden med både mat och dryck i fokus

7

Intresset för svenska drycker är på frammarsch. Det gäller såväl alkoholhaltiga som alkoholfria drycker och följer av det växande engagemanget för mat- och måltidskultur. Men det är tveklöst så att matintresset, med framgångsrika svenska kockar som vunnit internationella utmärkelser, har gått i första ledet. Redan 2008 myntades exempelvis visionen om "Sverige – det nya matlandet". Den dåvarande regeringen med jordbruksminister Eskil Erlandsson ville slå ett slag för Sveriges attraktionskraft som producent av livsmedel och som besöksmål för en växande måltidsturism. Internationella medier bjöds till Sverige för att rapportera om vår framstående men okända matkultur. Det blev flera tusen artiklar som satte Sverige på kartan.

Måltidsland i framkant

Nu vidgas begreppet från mat- till måltidslandet Sverige. En måltid är en helhet där mat och dryck står i samklang med varandra. Hur Sverige blivit ett måltidsland i internationell framkant beskrivs ingående och lustfyllt i boken "Det svenska måltidsundret" av Carl Jan Granqvist, Hans Wallensteen och Karsten Thurfjell (Måltidsakademien 2017). I boken lyfts fram Sveriges naturligt goda förutsättningar som producent av livsmedel med högklassiga råvaror. Likaså den traditionella husmanskosten som hyllats och vidareutvecklats av generationer av kockar med

Tore Wretman som den mest namnkunnige. Bidragit till mat- och måltidskunnandet har också en rad kokboksförfattare, matskribenter och TV-personligheter, alltifrån Ria Wägner till Karin Fransson. Dryckerna har varit med på ett hörn, även om det ofta handlat om importerade viner som fått sina betyg av konässörer som Bengt Frithiofsson.

Restaurangkulturen har också förändrats positivt, pådriven av duktiga och entreprenörsinriktade kockar och restauratörer som erövrat internationella utmärkelser. Det svenska kocklandslaget har vunnit en rad troféer, senast World Culinary Cup i november 2018. Sverige tog silver i den prestigefyllda kocktävlingen Bocuse d'Or 2019. Guide Michelin delade ut sina första stjärnor till svenska restauranger 1984, vilket blev en förstasidesnyhet. Recensioner av krogar och måltidsupplevelser är idag ständigt återkommande i en rad tidningar och medier, och Michelinstjärnorna har blivit fler.

"Dryckerna är de kanske allra viktigaste kulturmarkörerna i det gastronomiska landskapet", skriver Martin Ragnar i sin bok om svenska drycker. Det är således på tiden att de får den uppmärksamhet de förtjänar.

Stor variation i dryckesutbudet

Svenska drycker kan idag ackompanjera den mest utsökta måltid; alltifrån bordsvatten med eller utan



- Svenska drycker på frammarsch – Sverige det nya måltidslandet
- Utomordentliga råvaror, naturliga ingredienser och hög kvalitet
- Dryckesproduktionen blir en del av den nationella livsmedelsstrategin

bubblor, mousserande vin eller cider, öl och vin till maten, avec till kaffet och drinkar därefter. Inom alla dessa kategorier finns svenska alternativ, såväl med som utan alkohol, som håller hög internationell klass. Det är kanske inte så förvånande att Svenska Dryckesakademien därför föreslagit att svenska drycker ska serveras genomgående vid Nobelbanketten i Stockholms stadshus, vårt lands mest kända kulinariska tilldragelse.



Dryckerna är de kanske allra viktigaste kulturmarkörerna i det gastronomiska landskapet

Martin Ragnar
Grundare av Svenska Dryckesakademien

Intresset för våra inhemska drycker speglas i krönikor i tidningar och andra medier. På senare år har exempelvis svenskproducerade viner, cider och öl i ökad utsträckning presenterats, kommenterats och recenserats vilket driver på intresset och nyfikenheten hos konsumenterna.

Eftersatt utbildning

Utbildningen inom mat och dryck har länge varit eftersatt, även om Sverige fick sin första restauranghögskola i Grythyttan på 1990-talet vilken fått efterföljare på andra högskolor och universitet. Men bristen på utbildning är ändå stor i branschen. Det gäller inte minst produktionen av vin, olika spritsorter och hantverksöl där producenterna i allmänhet inhämtat sina kunskaper på egen hand, konstaterar Carl Jan Granqvist och medförfattarna. De utnämner ändå Sverige till världens bästa land för produktion av livsmedel. Lokalt producerad mat – närodlat – får ökad status medan massproducerad industriell mat sjunker i popularitet. Detsamma kan sägas om drycken.

De begrepp som utmärker den moderna svenska maten utmärker också de svenska dryckerna: naturliga, traditionella, framställda med utomordentliga råvaror och hög kvalitet. En kanske förbisedd del av kedjan är det fina svenska vattnet, som utgör en grund för i stort sett all svensk dryckesproduktion.

Vatten i världsklass

Det svenska vattenledningsvattnet håller en internationellt mycket hög kvalitet som årligen premieras i en tävling om vilken kommun som har det bästa vattnet. Svenskt kallt kranvatten är klassat som livsmedel. Därtill finns flera unika källor, som Medevi, Ronneby, Porla, Lundsbrunn m fl. framhålls i boken om svenska drycker (Ragnar, 2018).

Sveriges största livsmedelsexportör, The Absolut Company, hämtar sitt råvatten ur källor i kalkstensgrunden under destilleriet, vilket framhålls som en viktig fördel i marknadsföringen. Buteljerat svenskt vatten har också blivit en betydande exportvara.

Nationell livsmedelsstrategi

Sveriges regering lade 2017 fram en nationell livsmedelsstrategi som antogs av riksdagen. Denna tar sikte på utvecklingen fram till år 2030 och omfattar hela livsmedelskedjan. En ökad och hållbar produktion av mat och dryck ska leda till fler jobb och hållbar tillväxt i hela landet, liksom ökad export, framhöll regeringen och dåvarande landsbygdsminister Sven-Erik Bucht.

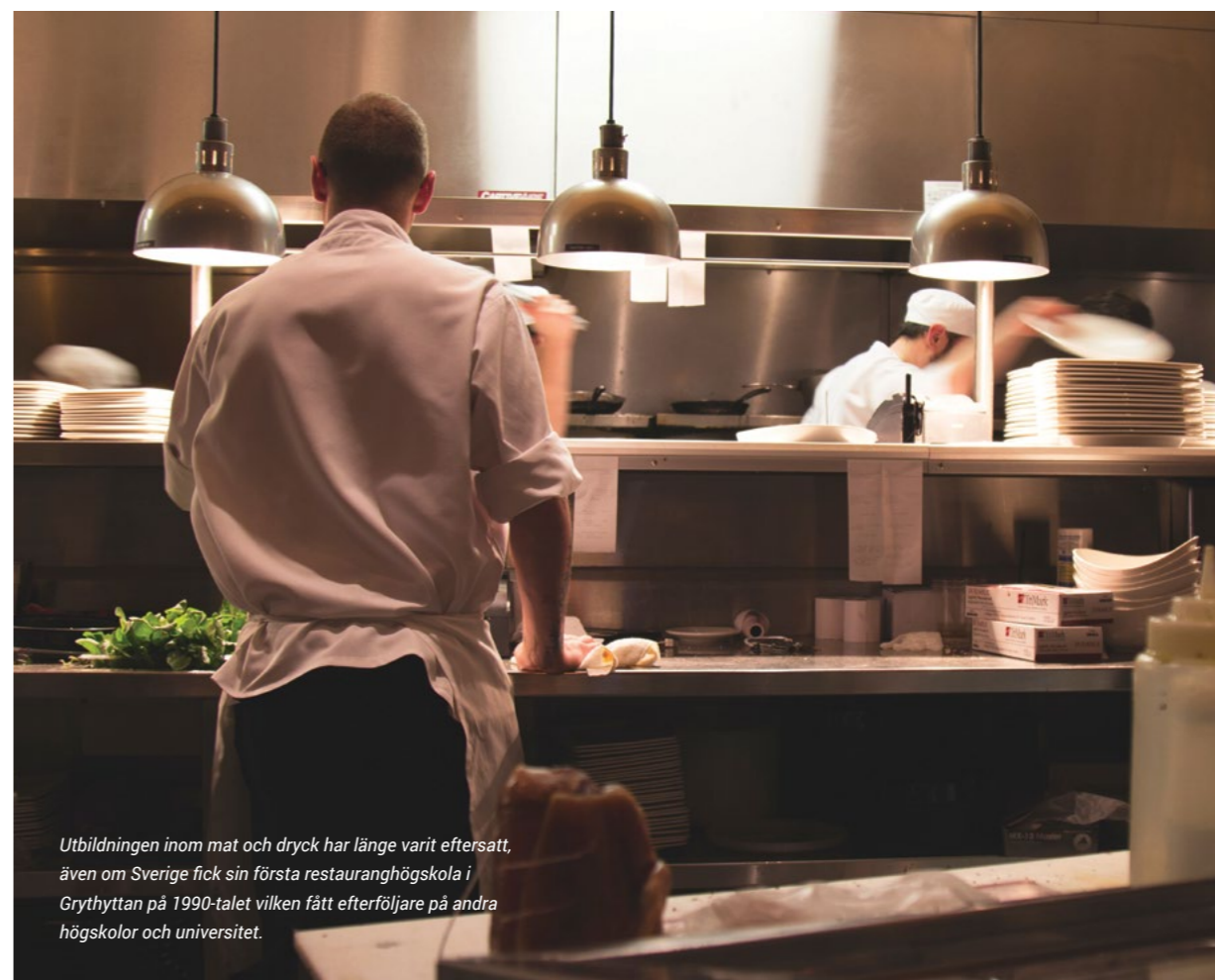
Närmare en miljard kr - "matmiljarden" - har avsatts av staten för olika åtgärder fram till 2019, varav hälften inom det särskilda sk landsbygdsprogrammet. Jordbruksverket samordnar merparten av insatserna. Ett exempel är svensk närvaro på mässan Grüne Woche i Berlin under flera år. Där deltar svenska dryckesproducenter som bryggerier. Fler projekt inom dryckesområdet borde dock komma fram, särskilt mot bakgrund av dryckernas betydelse som exportprodukter.

Regionala livsmedelsstrategier

Flertalet regioner och län arbetar med regionala livsmedelsstrategier. Region Skåne har kommit längst med att inkludera även dryckesproduktionen i sin strategi. Programmet "Smart Mat" lades fram i december 2017 och där ingår dryckesproduktionen, som i Skåne är betydande, som en självklar del. Regionfullmäktige i Skåne har också ansökt hos regering och riksdag att får bli försökslän för gårdsförsäljning av öl och vin från skånska producenter.

Den lokala dryckesproduktionen finns också med i initiativet "Smaka på Skåne" som syftar till att marknadsföra skånska livsmedel som en anledning till besök och turism. Den första betydande dryckesmässan för skånska producenter hölls i slutet av 2018 i Malmö. Flera regioner i Sverige har anledning att föra fram sina dryckesproducenter när kampanjer för ökad turism och strategier för ökad livsmedelsproduktion skall tas fram. I ett län som Stockholm arbetar exempelvis mer än 80 000 människor inom livsmedelskedjan, framhåller den lokala Länsstyrelsen.

Det är hög tid att de många myndigheter och organisationer som verkar för att främja svensk matkultur, turism och landsbygdsutveckling också ser värdet av det som dryckesproduktionen bidrar med.



Utbildningen inom mat och dryck har länge varit eftersatt, även om Sverige fick sin första restauranghögskola i Grythyttan på 1990-talet vilken fått efterföljare på andra högskolor och universitet.

Internationell utblick

7

Livsmedelsindustrin är Europas största industribransch. Den är mindre konjunkturkänslig än många andra branscher, stabil och förutsägbar. I EU sysselsätter den över 4,5 miljoner människor vilket innebär att branschen genererar fler direkta jobb än någon annan enskild industribransch. I hälften av EU:s medlemsländer är det största jobbskaparen i näringslivet. Branschens storlek hänger samman med att de europeiska hushållen lägger en stor del av den disponibla inkomsten, cirka 14 procent, på mat och dryck. Endast utgifter för boendet utgör en högre andel av hushållsbudgeten. (källa: Food and Drink Europe, rapport 2018).

I Sverige ligger livsmedelsindustrin på tredje plats mätt efter sysselsättning med cirka 55 000 personer i direkta jobb. Det är också den snabbast växande branschen, enligt Livsmedelsföretagen. Livsmedel är en av de mest betydande exportindustrierna i Europa, och exporten har visat en ökande trend åtta år i rad. Drycker är inom EU den största exportkategorin inom livsmedel, med en andel på cirka 28 procent. I Sverige är denna andel lägre, cirka 12 procent. Det är främst exporten av vodka och cider som i Sverige visar stort exportöverskott inom kategorin alkoholdrycker (se tidigare kapitel om export). I EU som helhet är vin och spritdrycker de största exportkategorierna inom livsmedel, med ungefär

lika stora andelar, och med betydande exportöverskott. Totalt exporterar EU alkoholhaltiga drycker för över 25 miljarder euro till andra regioner (Food and Drink Europe 2018).

“*Europa är känt i hela världen för sin kvalitet på mat och dryck. Det innebär stora möjligheter för de europeiska producenterna*”

Cecilia Malmström,
EUs handelskommissionär (Spirits Europe, Trade Review 2018)

Många branscher berörs

Tillverkning av drycker som öl, vin och destillerade drycker bidrar också starkt till andra branschers utveckling: lantbruket för leveranser av råvaror, transportsektorn för distributionen och hotell, restauranger och serveringar för utskänkning och logi. Tillverkningen av alkoholhaltiga drycker är en av de största avnämarna för det europeiska jordbruket



- Drycker en stor del av Europas livsmedelsindustri
- Betydande export och många jobb i lantbruk, service, handel och turism
- Vingårdar, bryggerier och destillerier - besöksmål som lockar miljontals turister

med en mycket hög förädlingsandel och stort bidrag till ekonomin. Bara för spritdelen av alkoholindustrin genereras 22 miljarder euro i mervärdeskatt och punktskatter.

EU-kommissionen inser betydelsen

”Europa är känt i hela världen för sin kvalitet på mat och dryck. Det innebär stora möjligheter för de europeiska producenterna inklusive tillverkare av alkoholdrycker som kombinerar tradition och innovation”, skriver EUs handelskommissionär Cecilia Malmström i förordet till den senaste rapporten från Spirits Europe, Trade Review (2018). Mat och dryck är en del av Europas kultur och livsstil, med ett betydande bidrag till turismen. Medan såväl matturismen i vårt land, liksom Sverige som dryckesproducent, är av ett ungt datum har många regioner i Europa och även på andra kontinenter en lång tradition av att locka besökare.

Vinturismen stor resetrend

Vinturismen är en betydande internationell resetrend, besökare kommer både för att bese, prova och köpa lokala produkter, i vissa fall delta i skörden och framställningen. Länder som Italien och Frankrike har både mat- och dryckesproduktion att erbjuda, i för resenärens spännande kombinationer.

Italien har sin ”Agriturismo”, dvs bondgårdssemester – som ofta erbjuds på vingårdar och andra mat- och dryckesproducenter (www.agriturismo.it). Denna semesterform är av stor omfattning och marknadsförs av många reseföretag.

Frankrike är vinlandet par excellence och tar emot 10 miljoner vinturister per år. Det finns 67 utvalda vinområden med etiketten ”Vignobles et Découvertes” att besöka. Turisterna spenderar över 5 miljarder euro på besök, logi och inköp; en avsevärd injektion till den regionala franska ekonomin (källa: VisitFrenchWine.com) I Napa Valley, Kalifornien, står besökare för 60 procent av vingårdarnas intäkter, genom lokala inköp, provningar och annat som följer med besöksverksamheten (källa: Wine Marketing and Tourism Conference, 2018). Även produktion av starksprit som Whisky i Skottland, Calvados och Armagnac i Frankrike, har etablerat sig som lockande resmål. Pernod Ricard-

koncernen, som äger svenska Absolut Vodka, har ett antal exempel på besökssturism i anslutning till sina produktionsanläggningar. Vodkatillverkningen i skånska Åhus är ett betydande besöksmål bland svenska dryckstillverkare, med över 6000 besökare årligen. Den siffran beräknas öka till 50 000 med det nya besökscentrat som invigdes 2018. Men potentialen är större än så. Trots att Absolut är koncernens största varumärke är besöksmålet ett av de minsta bland koncernens anläggningar runt om i världen.

Irland

Irland är väl känt för sin öl och whiskey. Bryggerikoncernen Guinness är det enskilt största besöksmålet på Irland. Som whiskeytillverkare har Irland upplevt en boom på senare år, och antalet destillerier har ökat från bara fyra till 18 på sex år. Ytterligare ett tiotal är under planering och uppförande. Tillväxten drivs i hög grad av export och det utländska intresset.

Det gynnar även turismen på ön, då flertalet destillerier också tar emot besök. Det största besöksmålet i Pernod Ricard-koncernen är irländska Jameson Whiskey, med två besöksanläggningar: Dublin och Midleton med totalt 480 000 besökare. Destilleriet i Midleton på den irländska landsbygden, ett av Europas största, tar emot 130 000 besökare varje år.

Av de belopp besökarna spenderar avser hälften inköp av whiskey och resten delas på rundtursbiljetter och souvenirer. Att köpa med sig ett minne är prioriterat av besökarna (källa: Jameson Experience, 2016).

Irland har utarbetat en nationell strategi för turism direkt kopplad till whiskeyindustrins utveckling.

Siktet är inställt på ett trefaldigande av antalet besökare från cirka 650 000 år 2015 till uppemot 2 miljoner före 2025 (källa: Irish Whiskey Tourism Strategy 2016). Förra året kom det över 800 000 besökare, en ökning med 11 procent från året innan.

Skottland

Med sin koncentration av whiskydestillerier är Skottland ett av de mest utvecklade resmålen för mat och dryck i världen. Whisky är den mest exporterade spritsorten i världen, och Skottland är med över 120 destillerier dryckens främsta hemland. Skotsk whisky attraherar

1,7 miljoner besökare årligen (2016). Trenden pekar på ett ständigt stigande besöksantal för de cirka 60 destillerier som tar emot besök. Det placerar de skotska whiskydestillerierna som ett av de främsta turistmålen i hela Storbritannien. De flesta utländska besökarna kommer liksom i exemplet ovan från USA och Tyskland, medan briter själva och fransmännen följer därefter (källa: scotch-whisky.org.uk).

De skotska whiskydestilleriernas organisation beräknar att besökarna spenderar 50 miljoner pund (över en halv miljard kronor) på inköp och besöksavgifter (2015), med ett genomsnitt på 32 pund per besökare. Det innebär i stort sett en fördubbling sedan år 2010. Besökssturismen är en lönsam verksamhet för producenterna, och de investerar kontinuerligt i nya attraktioner för besökarna i form av rundturer, provsmakningar och deltagande i produktionen.

Det sätter Skottland som land på turistkartan, framhåller företrädare för branschen och ger bidrag till den omgivande ekonomin, med turistnätter och måltider. Whiskyindustrin räknas förvisso som en viktig exponent för mat och dryck i Storbritannien, men också som en del av Skottlands kulturella arv och historiska traditioner. Whiskyn är därmed en ambassadör för landet, framhåller den skotska whiskybranschen.

Bryggerinäringen - jobb och besöksmål

Den europeiska tillverkningen av öl är mycket omfattande, och finns i praktiskt taget alla länder. Den sysselsätter direkt 130 000 personer i tillverkningen, enligt den europeiska bryggeriindustrin (Brewers of Europe). Men räknas all indirekt sysselsättning med, genom inköp från lantbruket, förpackning och distribution, trefaldigas siffran till 420 000 jobb. Dessutom finns mer än en miljon sysselsatta inom pubar, restauranger, detaljhandel och hotell vilkas jobb kan hänföras till försäljning och servering av öl (källa: Brewers of Europe, EU Report).

Exportpotentialen är betydande. I länder som Danmark, Holland och Belgien exporteras mer än hälften av all öl. I Sverige är exporten cirka 15 procent. Som besöksmål är bryggerinäringen också attraktiv. Bryggeriet Guinness (Guinness Storehouse) i Dublin är den enskilt största turistattraktionen på Irland, med 1,5 miljoner besök 2015. Bryggeriet säger sig vara stolt över att vara en viktig faktor bakom turistexpansionen på Irland, med dess betydande bidrag till den nationella ekonomin. Varannan turist i Dublin besöker bryggeriet som blev framröstat som Europas mest attraktiva turistdestination i World Travel Awards 2015 (källa: The Irish Times).



En ansvarsfull alkoholproduktion

8

Producenter av alkoholhaltiga drycker i Sverige känner ansvar för både produktionen och konsumtionen. De framställer drycker som skall avnjutas i sociala sammanhang och inte i berusningssyfte. Det är drycker som ofta anknyter till omhuldade svenska traditioner på mat- och dryckesområdet.

I Sverige tillverkas kvalitetsprodukter till höga kostnader, ofta på ett småskaligt och hantverksmässigt sätt under en rad regleringar och myndigheters tillstånd.

De svenska produkterna blir förhållandevis dyra och är ett uttryck för ambitionen att dricka mindre, men bättre. Svenskproducerade hantverksöl, viner och destillerade drycker tillhör nästan undantagsvis högprissortimentet på Systembolaget, den vanligaste försäljningskanalen. Skulle en gårdsförsäljning införas i Sverige skulle det på samma sätt handla om förhållandevis dyra produkter som i begränsade mängder kan säljas till besökare vid produktionsstället. Denna marginella ökning av tillgängligheten i Sverige kommer knappast att ha någon negativ inverkan på alkoholkonsumtionen.

Denna slutsats drog även den senaste statliga utredningen om svensk alkoholproduktion och gårdsförsäljning (2010:98). Konsumtionstrenden för alkohol går nedåt, vilket visas av flera rapporter och utvärderingar. Svenska alkoholdrycker bidrar till att styra över konsumtionen från enklare till mer kvalitativa produkter.

Sjunkande alkoholkonsumtion

Centralförbundet för alkohol- och narkotikaupplysning, CAN, har nyligen presenterat rapporter där man konstaterar att alkoholkonsumtionen sjunkit, i synnerhet bland unga. Detta trots liberalisering av marknaden; ändrade införselkvoter, lördagsöppet på Systembolaget, flera självbetjäningbutiker med mera. Enligt Socialstyrelsens statistikdatabas har alkoholdödligheten minskat den senaste tioårsperioden, även om trenden är ganska oförändrad sett tjugo år tillbaka.

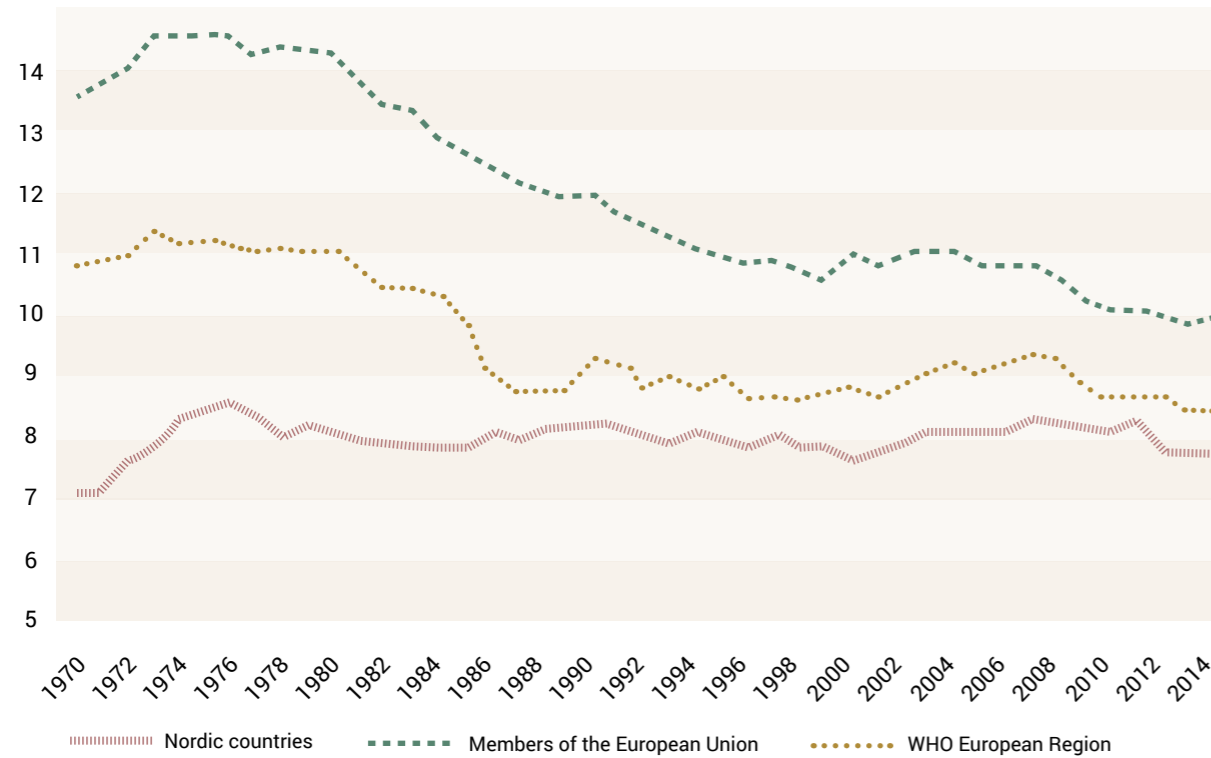
- **Trots den ökade tillgängligheten** i och med liberaliserade införselbestämmelser, ökade öppettider på Systembolaget och omfattande inköpsresor och renodlad smuggling fortsätter alkoholkonsumtionen i befolkningen som helhet att minska. Under 2017 var konsumtionen 9,03 liter (ren alkohol) per person vilket var i det närmaste oförändrat från året innan. Under de senaste tio åren har totalkonsumtionen minskat med 8 %.
- **I synnerhet har konsumtionen minskat kraftigt** bland ungdomar under en längre tidsperiod. Det är idag rekordlåga nivåer på tonåringars alkoholkonsumtion i Sverige, som i det närmaste har halverats på tio år. Fler dricker inte alls och alkoholdebuten sker senare än förr, enligt CAN (se diagram nedan).



– Trenden går mot minskad alkoholkonsumtion, särskilt bland unga
– Svensk dryck – kvalitet som kostar
– Dricka mindre men bättre

Ren alkoholkonsumtion, per capita, ålder 15+

Trenden mot minskad alkoholkonsumtion är tydlig i Europa och EU. Norden ligger fortfarande lägre än genomsnittet



Källa: WHO

• I omvärlden är trenden liknande; konsumtionen sjunker i hela Europa, enligt WHO. Det är särskilt märkbart för länder som tidigare legat högt, som Frankrike och Italien. Flera länder närmar sig den måttliga svenska konsumtionsnivån.

större svenska/nordiska bryggerierna. Den svenska produktionen på gårds- och mikrobryggerier svarar bara för cirka sex procent av den totala volymen. Därav säljs en del på Systembolaget, en del till restauranger och pubar och en del på export.

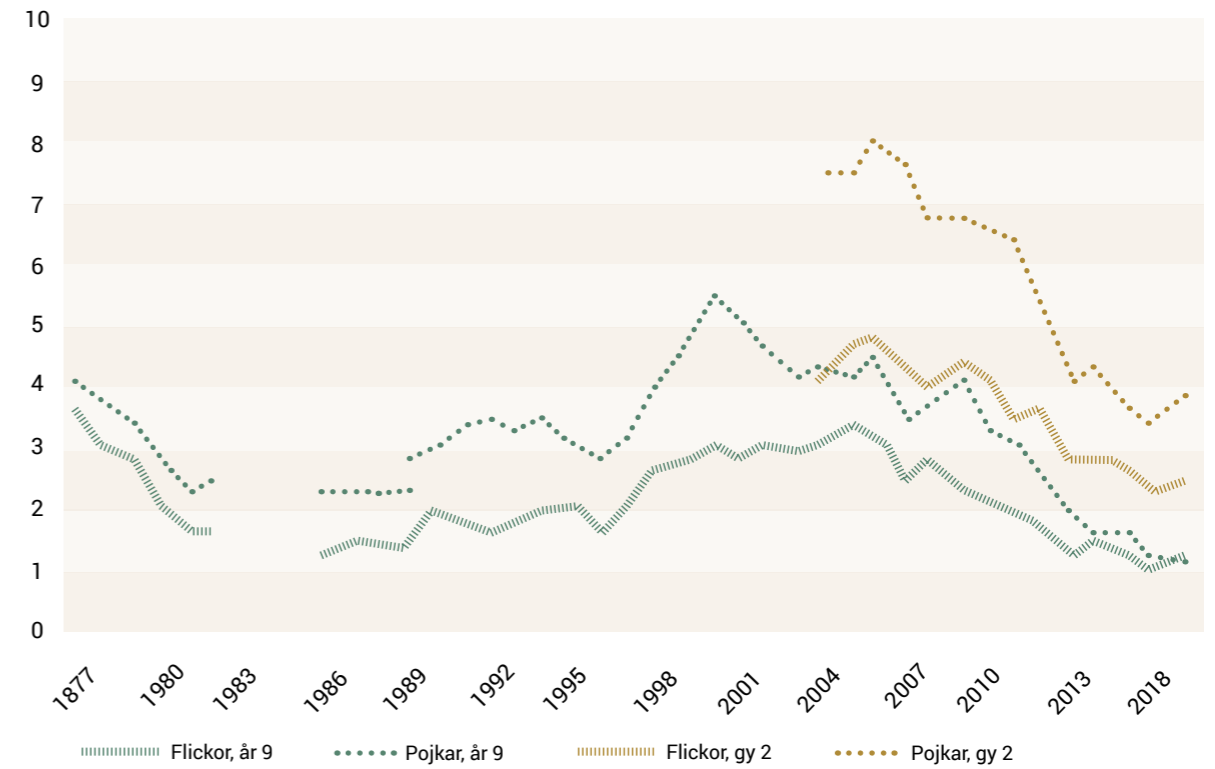
Svenskproducerade alkoholhaltiga drycker står också för en mycket liten del av den totala alkoholkonsumtionen i Sverige. Drygt 60 procent av konsumtionen går via Systembolaget. De småskaliga svenska producenternas hela produktionsvolym kan bedömas uppgå till endast någon procent av Systembolagets försäljning. Ökad reseinförsel, smuggling mm har medfört att Systembolagets marknadsandel har sjunkit över åren. Systembolagets försäljning av vin uppgår till drygt 200 miljoner liter vin (2018). Den svenska vinproduktionen är inte ens 5 promille därav.

Beträffande destillerade drycker utgör svenskproducerade produkter endast en mycket liten andel av Systembolagets försäljning. Absolut Vodka svarar för den helt övervägande delen av den svenska produktionen av destillerade drycker. Därav exporteras 99 procent.

Slutsatsen blir att den svenska produktionen av alkoholdrycker utgör en liten del av den totala alkoholkonsumtionen i landet, som under senare år sjunkit och tenderat att styras över mot importerade och införda viner, oftast i det lägre prissegmentet (bag in box). Svenska drycker konkurrerar däremot främst med importerade kvalitetsdrycker i ett övre prissegment. Om konsumtionen styrs över till detta segment är det snarast positivt ur ett alkoholkonsumtionsperspektiv.

Drygt 250 miljoner liter öl säljs via Systembolaget. Huvudparten (cirka 75 procent) kommer från de

Genomsnittlig alkoholkonsumtion, liter ren alkohol/år, årskurs 9 och gymnasiets år 2*



Källa: skolelevers drogvanor 2017 - CAN rapport 180. Brott i tidsserien 1989 indikerar förändring av fråga

Fyra dryckesföretag i närbild

9

De nya svenska dryckesföretagen drivs av entreprenörer som är besjälade av att skapa något nytt och spännande. Ofta har de en bakgrund i helt andra branscher, men har valt att förverkliga en dröm om något annorlunda. Här möter ni fyra dryckesföretag från norr till söder som alla har passionen som drivkraft: Brännland Cider i Västerbotten, Norrtelje Brenneri i Uppland, Wermlands Bryggghus och Snårestads vingård i Skåne.

BRÄNNLAND CIDER

Västerbotten

Nya dryckesvanor gynnar svensk cider

"Vi gynnas av trenden mot svagare alkohol drycker. Unga människor idag dricker mindre än förr. Dryckesvanorna ändras i hela Europa, man vill dricka mindre men bättre." Det säger Andreas Sundgren, mjukvaruspecialisten som sadlade om till ciderproducent och fått fina utmärkelser för sin alldeles speciella iscider. Brännland Cider utanför Umeå i Västerbotten tillverkar Hantverkscider, dvs cider jäst på 100 procent svensk äppelmust och utan tillsatser av något slag. Det skiljer den hantverksmässiga cidern från mer industriellt framställd cider, där smak och alkohol blandas in i drycken som inte framställs genom jäsnings av must. Brännlands specialitet är iscider, en ganska ny företeelse i cidervärlden som har sitt ursprung i Kanada, men spritt sig till flera regioner i världen med kallt vinterklimat.

Även om Brännland är ett tämligen nytt företag, startat 2010, med bara tre heltidsanställda samt några inhyrda medarbetare och konsulter så är man bland de fem-tio största i världen i sin nisch. Umeåföretaget har också gått i bräschen för en egen ursprungs- och kvalitetsbeteckning för svensk iscider. Äppelmusten koncentreras först under inverkan av den naturliga svenska kylan, och uppnår då en högre sockerhalt än normalt. Sedan jäses musten till ett "isvin" med tydliga äppelaromer. Produkten kan jämföras med ett dessertvin på druvor, typ fransk Sauternes eller tysk Auslese. Brännland har börjat att producera även en torrare cider. Men eftersom svenska äpplen inte är några utpräglade cideräpplen, av typen som odlas i franska Normandie, försöker man hitta sin egen, svenska, stil. Den torrare cidern håller 4,5 procent alkohol och iscider det dubbla, men dricks i betydligt mindre kvantiteter som ett dessertvin eller aperitif. "Svensk cider kommer att bli mycket bättre framöver. Det är fantastiskt att vi kan göra en sådan fin dryck på den svenskaste av råvaror", säger han.

Den egna iscidern finns på många välrenommerade restauranger och kan väl mäta sig med de finaste franska och tyska dessertdryckerna, säger Andreas. Han välkomnar att det kommer allt fler tillverkare av småskalig hantverkscider som bidrar till att sätta drycken på kartan, både söta och torra varianter. De flesta äpplena köps från odlare i Skåne, men Brännland har även startat en äppelodling i Västerbotten. På sikt hoppas man bli självförsörjande från egna odlingar. Drygt 50 000 liter om året produceras i den anspråkslösa lokalen i ett industriområde nära Umeälven. En stor framgång är att iscidern idag säljs i fler än 300 Systembutiker över hela landet. Den torrare cidern, Just Cider, finns också i



Andreas Sundgren i äppelodlingarna

ett antal butiker samt i beställningssortimentet. Någon besöksverksamhet har Brännland ännu inte påbörjat, man vill först koncentrera sig på att få till en stabil och hög produktion.

“Det är fantastiskt att vi kan göra en så fin dryck på den svenskaste av råvaror”

Att starta dryckesföretag var en helt ny erfarenhet för Andreas, vars bakgrund är inom mjukvaruindustrin. I många år sysslade han med att skapa musik på digital väg. Tillsammans med hustrun Pernilla, som är marknadsförare, drog han igång sitt företag efter inspiration från Kanada.

"Detta är annorlunda än IT. Jag tycker det har gått ganska smidigt att komma igång. Man pratar om att det är så krångligt med alla tillstånd, och Skatteverkets upplagsbestämmelser, men för oss har det funkade bra. Även samarbetet med kommunens tillsynsenhet har varit utan komplikationer", säger han.

Gårdsförsäljning hoppas han på. Men överst på önskelistan till politikerna står en sänkt alkoholskatt, helst helt borttagen för små producenter. "Då skulle vi bli likställda med våra konkurrenter i Tyskland, Frankrike och Italien som oftast inte betalar någon alkoholskatt alls."

NORTELJE BRENNERI

Uppland

Från vård och omsorg till hantverksdestillatör

Efter många år i vård, omsorg och kommunal förvaltning gjorde Kristina Anerfält-Jansson ett ordentligt byte av karriär. År 2001 beslöt hon och maken Richard Jansson att etablera ett destilleri på den gård i Roslagen som Kristinas släkt brukat i fem generationer.

I den gamla ladan på gården i byn Lohärad utanför Norrtälje installerades en kopparpanna. Till en början var det främst gårdens egna frukter som var råvaran. Destillaten baseras på frukter och bär som äpplen, päron, hallon, rönnbär och havtorn, ur vilka framställs akvavit, snaps, äppel- och päronbrandy. Idag finns närmare 20 olika destillerade drycker i sortimentet. Det stora genombrottet kom när brenneriet började tillverka Roslagspunsch. Den baseras på importerad arrak men i övrigt är råvarorna mestadels svenska, även om volymerna är så stora att gårdens egen odling av bär och äpplen inte längre räcker till. Norrtelje Brenneri satsar på närodlad och, så långt som möjligt, ekologiska råvaror.

"Rönnbären och enbären plockar vi själva häromkring när vi hinner," säger Richard.

Produktionen uppgår till uppemot 50 000 flaskor om året, och punschen är den enskilt största produkten. Förutom ägarna har brenneriet två anställda ytterligare och man tar in viss arbetskraft på extratimmar. På senare år har whisky och gin vuxit fram som nya stora produkter i destilleriet. Kunder även köpa in sig i egna whiskyfat som lagras på gården fram till buteljering.

Genom åren har betydande investeringar gjorts, och en andra och större kopparpanna har installerats. Det är ett mödosamt hantverk bakom. Dessutom är framställningen omgärdad av en snårskog av regler och bestämmelser. Kristina och Richard säger att man genom åren fått arbeta med ett 50-tal olika myndigheter som måste ge tillstånd och godkännanden. "I Tyskland har de bara tre instanser för samma jobb", säger Richard.

Men produkterna har tack vare sin kvalitet nått även utanför Sverige. Idag säljs tre fjärdedelar via tax-free butiker på båtar och flygplatser. Till och med på IKEA i Hong-Kong saluförs gårdens produkter. Resterande fjärdedel säljs via Systembolaget, främst den näraliggande butiken i Norrtelje och några till i Uppland. Punschen finns även i Stockholm och Uppsala. Via beställningssortimentet kan Norrtelje Brenneri's

drycker beställas till alla systembutiker, och det kan kunden göra via gårdens hemsida. "Systembolaget är bra som försäljningskanal. Vi vill slå vakt om det, men deras affärsupplägg är inte anpassat till små producenter som oss," säger Richard.

“Rönnbären och enbären plockar vi själva häromkring

För privata besökare ordnas speciella besöksdagar som man får anmäla sig till via hemsidan, ungefär en i månaden. Då erbjuds visning, rundvandring och provsmakning av sex destillat à 2 cl. I ladan ovanför pannorna finns en restaurang och serveringsmöjligheter för uppemot 100-talet gäster i en anslående och traditionsrik miljö. "Här på landsbygden kan vi inte överleva på en sak, vi måste ha bisysslor", säger Richard.

"Det är synd att se så många fina gårdar som slagit igen här runt omkring. Men vi kämpar på", säger han. "En gårdsförsäljning skulle för oss göra det meningsfullt att utveckla besöksverksamheten, och kanske sysselsätta någon till". Det är så många av våra besökare som blir besvikna idag när de inte kan köpa med sig en flaska hem," säger Kristina.



Richard Jansson och Kristina Anerfält-Jansson vid Kopparpannan

WERMLANDS BRYGGHUS

Värmland

"Vi kan sälja öl till tyskar också"

På fredagarna öppnar Wermlands Bryggghus sina portar för ortsbefolkningen och tillresta. Då är det ölpub med provsmakning i en trivsam lokal inne på bryggeriet som huserar i en f d industrilokal för tillverkning av vattenkraftsturbiner, ett stenkast från Kristinehamns tågstation. "Folk gillar att komma hit med sina vänner och bekanta, prata med bryggaren och prova några öl. På köpet får de ju se bryggeriet inifrån också", säger Christina Skan. Tillsammans med sin make Hans driver hon Wermlands bryggghus, som var Värmlands första hantverksbryggeri när det startade 2013.

Nu finns ett tiotal mindre bryggerier i Värmland. Det var en stor nyhet i Kristinehamn när ett bryggeri återigen etablerades i staden, som tidigare hade ett eget bryggeri som lades ner 1957. Av lokala media får man bra draghjälp och många värmlänningar har tecknat aktier i bryggeriet. Christina säljer entrébiljetter som för en hundralapp berättigar till provsmakning av fyra-fem av bryggeriets öl i 15 cl glas och maken Hans tappar upp från kranarna. Erfarenhet av att ta hand om besökare på ett bra sätt hade man skaffat sig efter några år som innehavare av ett gästgiveri i staden. Men bryggghantverket har man fått lära sig från grunden, berättar Hans som är civilingenjör med erfarenhet från helt andra branscher dessförinnan. Än så länge har bryggeriet inga andra anställda.

I år skall Wermlands brygga cirka 85 000 liter öl och är därmed i en mellanstorlek bland hantverksbryggerierna. Det finns några som är större, men de flesta av de många hundra bryggerier som etablerats i Sverige på senare år är klart mindre. "För att bli en bra bryggare behövs först och främst passion för hantverket. Men också tekniskt kunnande och inte minst affärssinne", betonar Hans.

Wermlands brygger drygt 10 olika varianter, flera av dem av typerna IPA och ALE men också några ljusa lager. Försäljningen sker på ett tiotal systembutiker i Värmland med omnejd, samt i beställningssortimentet. Systembolaget tar halva försäljningsvolymen, dagligvaruhandeln (folköl och lättöl) och restauranger står för återstoden. I år deltar Wermlands för första gången på mässan Grüne Woche i Berlin, som en del av den svenska livsmedelsmontern.

"Jo då, det går att sälja öl till tyskar. Vi har andra smaker och kvaliteter att erbjuda", säger Hans med ett leende. En ny vegansk lageröl har precis tagits fram vilket intresserar en medveten målgrupp. Lättöl och folköl finns också på programmet och Hans vidimerar den trend som finns bland yngre konsumenter att dricka mindre och svagare.



Hans och Christina Skan i den egna ölpuben

Trots det stora antalet bryggerier som sett dagens ljus de senaste åren tror paret Skan att det finns en god framtid för kvalitetsöl. "Öl var tidigare för de flesta liktydigt med en stor stark. Men idag finns ett helt annat intresse för mångfalden av smaker och humlesorter," säger Hans. Den resan har vinkonsumenterna redan gjort och nu är det dags även för ölet att uppmärksammas för sina många nyanser och variationer. På sin hemsida rekommenderar det f d krögarparet gärna vilka maträtter som passar bäst ihop med en specifik öl.

“Idag finns ett helt annat intresse för mångfalden av smaker och humlesorter

Man köper en del svensk malt, även om det mesta importeras. Problemet har varit att de svenska leverantörerna traditionellt inriktat sig på råvaror för den ljusa lager- och pilsnerölen som bara är en liten del av det ett hantverksbryggeri framställer. Nya svenska mälterier är dock på väg. Humlen är i dagsläget helt och hållet importerad från andra länder. Hans tror att det mycket väl kan komma konsolideringar och sammanslagningar i bryggeribranschen. Många bryggerier drivs med entusiasm snarare än lönsamhet och frågan är hur många det kommer att finnas om tio år.

SNÅRESTAD VINGÅRD

Skåne

"Inte många vet att vi kan göra vin här"

I den lilla byn Snårestad utanför Ystad huserar vinodlaren Staffan Lake och hustrun Marguerite sedan åtta år tillbaka. De bytte båda en karriär inom läkemedelsindustrin till att bli pionjärer för svensk vinodling. På gården, som har cirka 3 ha mark, har de planterat en knapp hektar med vinplantor, främst av sorten Solaris som ger vitt vin men även den blå druvan Cabernet cortis. En specialitet är ett orange vin som görs på Solaris, men med skal och kärnor kvar under vinifieringen.

"Det här är vår tredje säsong som kommersiella odlare", berättar Staffan som kan se tillbaka på en rekordskörd det varma året 2018. Ännu så länge ligger den årgången på de rostfria 220-literstankarna i det f d kostallet som gjorts om till vineri, med maskiner och utrustning för allt från pressning till buteljering och etikettering. I princip gör Marguerite och Staffan allt själva; plantering, gallring, rensning och vinifiering och försäljning. "När våra vänner gått i pension så har vi börjat jobba", säger de med ett skratt.

Bara under själva skörden brukar tillresta vänner och bekanta hjälpa till. Några stora kvantiteter handlar det ännu inte om, kanske kommer man upp till tusen flaskor av årgången 2018.

*Gårdsförsäljning är
nödvändig om vi skall
få ett riktigt lyft för
svenska vingårdar*

Vinerna från Snårestad får goda vitsord från provningar och recensioner, men några planer på att utvidga, och anställa personer, finns i dagsläget inte.

"Först om det skulle bli möjlighet med försäljning från den egna gården blir det aktuellt att nyplantera mer", säger Staffan.

Han har gjort sig känd som en enträgen förespråkare för gårdsförsäljning, och syns och hörs ofta i den lokala debatten. Paret Lake har kontakter med de skånska politikerna, och hoppas att den utredning om gårdsförsäljning som regeringen utfäst sig att tillsätta ska leda någon vart. Men Staffan



misstänker att frågan hamnar i långbänk och att det knappast blir verklighet under den här mandatperioden.

"Gårdsförsäljning är nödvändig om vi skall få ett riktigt lyft för svenska vingårdar. Våra kollegor i Danmark säger att de inte hade haft någon vinodling utan gårdsförsäljning", säger han.

Staffan tror på framtiden för svenskt vin, och har själv varit ordförande i organisationen med samma namn. Som docent i genetik och ansvarig för molekylärbiologi i ett stort läkemedelsföretag kan den nyblivne vinbonden det mesta om den organiska processen med att tillverka vin.

"Vi kan se en monumental kvalitetshöjning på några år. Sverige har faktiskt en fördel med sitt litet kallare klimat, vinerna blir annorlunda. Men inte många européer vet om att vi kan göra vin här."

Varje vecka på sommaren har Staffan och Marguerite provningar av Snårestads viner på den närliggande gästgivargården i Skivarp. Det mesta av vinet säljs den vägen, via restauranger. De deltar också i den årliga vinfestivalen i Skepparp i juli, som blivit en tradition där de bästa skånska vinerna kan beses och provsmakas.

"Det är så viktigt med de kanalerna. Där får vi träffa kunderna och direkt höra kommentarer om vårt vin," säger Marguerite.

Systembolaget har inte Snårestad i sortimentet, men det kan köpas via den service som kallas privatimport.

WEMLANDS BRYGGHUS

Värmland

85 000 liter öl
ska bryggas under 2019

10 st
olika varianter bryggs

Vegansk lageröl
har precis tagits fram

SNÅRESTAD VINGÅRD

Skåne

3 hektar
gårdsyta

1000 st
flaskor producerades 2018.

220 liter
ryms i tankarna

BRÄNNLAND CIDER

Västerbotten

50 000 liter
cider produceras årligen

300 st
Systembutiker säljer
iscidern över hela landet

70 %
tillväxt det senaste året

NORRTELJE BRENNERI

Uppland

50 000 st
flaskor om året produceras

20 st
olika destillerade drycker i
sortimentet

IKEA
i Hongkong saluför gårdens
produkter

Rapport undertecknad av:

Sveriges Oberoende Småbryggerier, Föreningen
Svenskt Vin, High Coast Distillery, Mackmyra
Whisky, Saturnus AB, The Absolut Company, LRF,
Brännland Cider & Livsmedelsföretagen.

Februari 2019

