

UNT

Det bränns i Norrtälje

Det sjuder och puttrar i en lada från 1904 utanför Norrtälje. Richard och Kristina Anerfält-Jansson driver Sveriges första fruktbränneri på släktgården i Söderby. Den hundraåriga ladan rymmer en ångdriven kopparpanna, snapsfyllda flaskor buteljeras i en ombyggd del av ladugården och höskullen har blivit den primära platsen för snapsprovning och mat.

Vi befinner oss vid slutet av en krokig landsväg i Roslagen. Gårdsplanen ligger stilla och Kristina Anerfält-Jansson möter upp för att visa bränneriet. Vi börjar med den ångdrivna kopparpannan från Tyskland som gömmer sig i en vitmålad lada.

- Kopparpannan kostade ungefär som en ny Volvo, den kommer från Christian Carl i Göppingen som är fruktdestillatens Rolls Royce-tillverkare, säger Kristina Anerfält-Jansson och drar en vit skyddsrock över axlarna.

Hon öppnar en lucka på den blanka pannan. Det doftar mustig frukt. Trots att den är tom och nypolerad. Det är en relativt lugn period på bränneriet, men endera dagen tänker Kristina fylla upp pannan med 150 liter äppelmäsk och starta säsongens destillering.

Det var 2001 som Kristinas mamma och pappa berättade att de ville varva ner, det var dags för femte generationen att bruka gården på 150 hektar. Men Kristina och hennes man Richard kände inget sug efter traditionell spannmålsodling. Båda kände däremot ett stort ansvar att driva gården vidare. Men vad skulle de göra? Kristina trivdes bra som omsorgschef i Norrtälje Kommun. Richard arbetade inom IT-branchen i Stockholm.

- Jag var på ett studiebesök på en åländsk vingård med röda lador, jag kände att vi hade ungefär samma förutsättningar hemma på vår gård, säger Kristina.

Richard började skissa vid köksbordet och Kristina sa upp sig från Norrtälje Kommun. För paret var överens; lika bra att satsa fullt ut och inte fega på halvfart. Därefter började de bygga om en lada till brännerilokal. 120 kubik jord fraktades till exempel bort under cementgolvet för att öka takhöjden. Richard kaklade väggarna i vita nyanser och Kristina fixade klinker på golvet. I samma veva startade en lång process i fråga om tillstånd och ansökningar.

- Det var ett bökigt och tålamodsprövande förlopp, säger Kristina. Vi har haft kontakt med över 30 olika myndigheter, för österrikiska kollegor räcker det med en myndighet. Trots att både Sverige och Österrike tillhör EU.

För att lära sig själva spritframställningen har de besökt fruktbrännerier i Tyskland, Italien, Österrike och USA. Och de har blivit mycket väl bemötta. Brännerierna har villigt delat med sig erfarenheter. Flera har dessutom kommit till Sverige och Söderby för att hjälpa Kristina och Richard. Det finns grundregler för framställning av fruktdestillat, men slutprodukten blir alltid unik för respektive bränneri. Smaken hänger nära samman med den lokala luften, temperaturen och frukten.

- På så sätt behöver man inte vara rädd för att avslöja sina knep. De flesta brännerier vi stött på har dock en liten procedur i slutfasen av produktionen som man håller hemlig, säger Kristina.

Kristina och Richard använder äpplen, svarta vinbär, rönnbär, fläder, plommon, päron och havtorn som råvara. I fjol gick det åt över 30 ton för att tillverka cirka 3 000 liter snaps och punsch. Richard handplockade 1 000 kilo rönnbär i omgivningarna, 15-20 ton äpplen köptes in från Österlen. Resten levererades av Eko-frukt i Hallstahammar och lokala odlare. För fyra år sedan fanns endast fem

UNT

fruktträd på gården. I dag står 75 äppel- och päronträd samt tio vinstockar på tillväxt i slänten.

- Få se om det blir någon skörd framöver, säger Kristina skeptiskt.

Produktionsåret startar med rensning och sköljning av frukt och bär. Därefter krossas respektive råvara med hjälp av en effektiv fruktkross.

- Krossen klarar 25 kilo per sekund, säger Kristina.

Nästa steg innebär att pumpa över det krossade fruktköttet till stora rostfria mäskkärl på 1,5 kubik. Därefter tillsätts endast jästkultur och jäsningssalter. Efter fyra till fem veckor är det dags att värma upp den ångdrivna kopparr pannan för destillering. Och när det börjar puttra, ånga och droppa gäller det att vara på sin vakt.

- Jag lämnar i stort sett inte pannan på 8-10 timmar, säger Kristina.

Mäsken destilleras i två omgångar och målet är 78,3 grader. Mäsken får inte utsättas för snabba temperatursvängningar. Då frisätts fel alkoholer. Nej, det gäller att tömma pannan vid exakt 78,3 grader för att tillvarata fruktens aromer och uppnå ren etanol. Förra året lämnade 2 500 buteljerade och etiketterade flaskor gården under signum; Norrtelje Brenneri.

- Men det räcker inte långt rent ekonomiskt, säger Richard.

Målet är att öka försäljningen till minst 10 000 flaskor om året och komma in på försäljningshyllan i Arlandas taxfreebutik. I dagsläget finns dryckerna på skärgårdsfärjor, hos 50 lokala krögare samt i Systembolagets beställningskatalog i Stockholms län.

Kristina visar vägen en trappa ner i ladugårdsbyggnaden. Det är kyligt. Höga, stilrena flaskor står på rader. Bakom en ståldörr, alarm och svart inbrottssäkert galler förvaras två nyinköpta ekfat från Frankrike fyllda med framtida äppelsnapsar. Smaken påminner om Calvados. Efter två år blandas aromen ut med gårdens renade kranvatten.

- Det här är vår skattkammare, säger Kristina och ler.

Utöver ett tiotal olika snaps- och punchprodukter med fruktig smak satsar entreprenörerna Anerfält-Jansson på rundvisningar i kombination med snapsprovning. Hölogen ämnad för 100 ton hö har förvandlats till kök och restaurang. I julas körde man julbord för första gången med inhyrd kock och kallsänka. Besöksantalet för 2005 landade på 2 500 personer.

Vad är bränneriets starkaste varumärke?

- Roslagssnaps Päron, säger Kristina utan att tveka. Päronen som råvara är gudomliga redan från start.

Den 10 mars avgjordes den internationella tävlingen Destillata 2006 i Österrike med över 140 tävlande spritdestillatörer. Juryns bedömning av tävlingsbidragen sker via blindprov samt kemiskt laboratorietest. Den här gången tävlade 1 300 destillatörer om juryns gunst och Kristina och Richard knep inte mindre än fyra silvermedaljer. Hur experimenterar de fram nya produkter och smaker?

- Vi litar på våra egna omdömen men terroriserar även vänner och grannar, säger Kristina över en kopp kaffe på hölogen/restaurangen.

UNT

Den allra första snapsen var ingen höjdare.

- Åh, fy, säger Kristina och skrattar vid minnet av den första svartvinbärssnapsen. Föreningen Lions var på besök då vi just startat och fick smaka. Det var ingen trevlig upplevelse. Nu vet vi att svartvinbärdestillat måste mogna i ett rostfritt fat i flera månader för att få den rätta karaktären.

Originalgolvet på höskullen är bevarat. Men höbalarna och dammet är borta. En staty av segergudinnan Nike blickar ut över matbord med vita dukar och kandelabrar.

Det glipar mellan plankorna i ytterväggen och det vintriga landskapet skymtar i springorna. För att klara uppvärmningen, och fortfarande behålla känslan av höskulle, har Richard monterat upp tätande glasrutor längs väggar och tak.

- På så sätt har vi lyckats behålla atmosfären, när solen skiner blir det dessutom ett enormt vackert ljusinsläpp, säger Richard.

Men en oisolerad lada slukar värme. Trots luftvärmepump kryper gårdens elkostnad uppåt 10 000 kronor per månad. En värmealstrande flispanna blir nästa investering.

Har drömmarna från köksbordsstadiet realiserats?

- Vi ville göra något annorlunda och gick på den där första impulsen, det känns fortfarande rätt, säger Kristina.

Svensk alkoholpolitik fick dem dock att vackla på vägen. Vad är bra att tänka på för att ro i hamn ett liknande företagsprojekt?

- Det är viktigt med bra bankkontakter, vi hade även turen att träffa på en inspirerande och lyhörd man på Länsstyrelsen, säger Kristina.

De har tagit del av olika projekt- och investeringsstöd. Bidragen underlättade beslutet att våga satsa. Men så här i efterhand är Kristina kluven:

- Att söka stöd innebär en omfattande process med otaliga ansökningar och bakslag, jag är faktiskt tveksam om det var värt besväret.

Kristina poängterar vikten av delmål. De sätter ständigt upp nya. I dagsläget har Richard kvar en halvtidstjänst inom IT-branschen. Ett mål är att klara två heltidslöner på hemmaplan.

- Fruktiga drycker är en smal nisch, vodka har en bredare marknad i Sverige, men vi prioriterade en unik affärsidé för att lyckas, säger Kristina.

UNT