

Julöl släcker alltmer törst

Carlsbergs vd räknar med rekordförsäljning

I dag, dan före dopparedan, räknar Carlsberg Sveriges vd Otto Drakenberg med rekord i ölförsäljning.

Bara en riktigt het midsommar har chans att överträffa ölhandeln under julen. Och intresset för julöl ökar för varje år. Nu finns det 45 olika sorter på Systembolaget.

”Julen är, tillsammans med midsommar, våra två stora ölhögtider. Dagen före julafton brukar vi ha rekordförsäljning”, berättar Otto Drakenberg, vd för Carlsberg Sverige.

Han räknar med att Carlsberg säljer en halv miljon liter julöl i år. I fjol sålde bryggeribranschen hela 3,3 miljoner liter julöl under december. Den siffran rymmer både starköl och folköl.

Fler sorter

”Vi säljer väldigt mycket specialöl under julen. Intresset har exploderat under de senaste tio åren. Antalet julölsorter har nästan fördubblats sedan 2004”, säger Otto Drakenberg.

För fyra år sedan fanns det 26 sorters julöl på Systembolaget. Nu har sortimentet ökat till 45. Under julen 2007 ökade försäljningen av julöl på Systembolaget med 9 procent.

”Vi har en bra intjäningsmarginal under julen, bättre än under midsommar.”

Vilken julöl är din egen favorit?

”Det är Falcon Gammelbrygd, ett årgångs julöl

som är mer eller mindre handbryggt. Det har inte gjorts på tolv år. Det är en av våra få nischprodukter, annars är vi massproducenter”, säger Otto Drakenberg.

”Den är så god att jag tar med den till julfirandet som sker i öllandet Danmark hos svärföräldrarna. De ska få se att också svenskarna kan brygga öl.”

Vilka är era storsäljare under julen?

”Framför allt är det Falcon julöl och Pripps julöl. Även den gamla klassikern Carnegie Porter är populär, den går inte att ta bort ur sortimentet.”

Små bolag i topp

Bryggerijättarna säljer bra, men när kännarna i Svenska ölfrämjandet testade årets julöl var det lilla Oppigård

Winter Ale som tog hem segern. Näst bäst i test var Ny-näs Ångbryggeris Mysingen Midvinterbrygd och på tredje plats kom Dugges Rudolf Ren Ale. Falcon Julöl tog dock hem klassen för bästa juletikett.

”Mer starköl”

Otto Drakenberg välkomnar intresset för öl som kvalitetsdryck.

”Öl är mer än bara törstsläckning. Det är viktigt att som storbolag inte bara arbeta med volymprodukter, då kommer man inte att driva intresset för öl. Vi vill ju, tillsammans med hela branschen, att öl ska bli en bra ersättare till bland annat vin.”

Hur har året varit?

”Läskförsäljningen har stigit i år och öl ligger på samma nivå som under förra året. En tydlig trend är att vi dricker mer starköl, och mindre av folköl och lättöl.”

Den stora förloraren bland drycker är vatten på flaska.

”Här ser vi en sjunkande försäljning, som bland annat är driven av den onyanserade miljödebatten om bu-teljerat vatten.”

HANS BOLANDER

hans.bolander@di.se
08-573 651 19



LAGOM KYLT. Carlsberg Sveriges vd Otto Drakenberg häller upp ett skummande julöl. Falcon julöl och Pripps julöl är företagets storsäljare. FOTO: NIKLAS LARSSON