



SUCCÉ. Ulf Stenerhag har aldrig varit en stor ölfantast men han var nyfiken på att lära sig mer om processindustrin. Not for Sale Ale blev en större framgång än han hade kunnat drömma om.

Ulf gör en öl som gör gott

I många år hade företagsledaren Ulf Stenerhag funderat på hur han skulle kunna uppmuntra sina anställda att engagera sig ideellt i socialt arbete. En dag kom han på lösningen. Öl.



Jag tror att de flesta människor vill ta mer ansvar och kämpa för en rättvis värld.

Problemet är att det är svårt att veta vad man ska göra och att komma igång.

Jag är vd och ägare till Thurne Teknik, ett bolag med 14 anställda som levererar utrustning till processindustrin. Sedan flera år har jag en ambition att mitt företag och mina anställda ska utvecklas och drivas av personliga värderingar. Att ta ansvar och göra något för andra tror jag får människor att må bättre, utvecklas bättre och prestera bättre.

På en workshop med företaget i finska skärgården för två år sedan fick jag två idéer som fastnade i protokollet. Den ena var att starta en seminarierie om ansvarstagande och den andra var att göra en öl, ett kul sätt att få en inblick i processindustrin.

Det är väldigt lätt att liknande idéer från arbetsmöten aldrig blir genomförda, men jag är lite envis. Seminarierna kändes enklast att börja med och det visade sig sedan bli starten på ölprojektet.

På Tällberg Forum, där jag deltagit i flera år, träffade jag förra sommaren Dave Batstone från San Francisco, som har startat organisationen Not For Sale mot trafficking i världen. Vi bytte bara några ord och visitkort, men jag var imponerad av hans engagemang. Jag ringde upp honom och blev både glad och förvånad när han ville komma.

ULF STENERHAG

Utbildning: Civilingenjör industriell ekonomi

Aktuellt med: Folkölet Not for Sale Ale mot trafficking.

Gör om fem år: Då säljs ölen över hela världen. Kanske tillverkar vi också ett alkoholfritt alternativ och en starköl.

På lunchen tillsammans med Dave efter seminariet kläcktes idén till ölet Not For Sale Ale. Namnet var så bra att idén inte gick att släppa. Kort därpå fick jag tips om Monks bryggeri i Stockholm och bokade ett möte. Grundaren och ägaren Recep Celik och bryggmästaren Charles Cassino var entusiastiska och arbetet satte igång redan dagen därpå.

Bryggeriet tog fram fyra olika recept och en blandad jurygrupp med både vänner och några ölkännare valde ut en vinnare i april. Sedan dess har allt gått galet fort och intresset är enormt.

Under våren och försommaren lobbade vi hårt och serverade ölet vid ett ledarskapsseminarium på slottet, på vår egen lanseringsfest med mycket mediafolk och dessutom i Almedalen.

När vi i slutet av juli äntligen kunde börja leverera till butiker valde vi den första med omsorg. Att ölen och idén med projektet tilltalade beslutsfattare och mediafolk visste vi, men skulle den gillas av folk utanför storstäderna, helt enkelt bli en folköl?

Jag lastade åtta backar i bilen och gick in på Stjärnsundskiosken, den lilla närbutiken i Stjärnsund, en by med 200 invånare i södra Dalarna där vi tillbringar somrarna. Jag berättade historien om Not For Sale Ale för ägaren och han blev entusiastisk.

Åtta backar sålde slut på två dagar och Södra Dalarnas tidning gjorde ett reportage. Rubriken på förstasidan var ”Stjärn-

sundskiosken tar kampen mot trafficking.” Då fick jag nästan tårar i ögonen och beställde åtta backar till. Nu började kunderna komma från Borlänge och Falun. Människor åkte flera mil för en folköl. Det kändes helt absurt.

Nu har vi tillverkat omkring 10 000 flaskor och flyttat till bryggeriet Eskilstuna ölkultur. Antalet försäljningsställen ökar trots att vi inte har hunnit jobba med försäljning. Butiker och restauranger hör av sig själva.

Hela vinsten går till Not For Sales arbete mot trafficking i Rumänien. Ryktet om ölen har också spridit sig till andra länder och nu diskuterar vi licensbrygning med bryggerier i Tyskland, Belgien och Holland. För några veckor sedan fick jag ett samtal från Uganda.

Nu under hösten jobbar jag tillsammans med en grupp volontärer med att bygga upp ett ambassadörskap. De som vill göra något för projektet kan bli ambassadörer och marknadsföra ölen i sitt nätverk. Det här blir en form av kommersiellt volontärsarbete som jag tror väldigt mycket på.

Not For Sale Ale har blivit en framgång som jag inte kunnat drömma om. Projektet handlade från början om att inspirera mina anställda att engagera sig och ta socialt ansvar.

Vi är bara 14 anställda, tänk vad stora företag kan göra. Jag blir extremt glad om jag är inspirationskälla för andra företagsledare. Alla kan göra något. Jag gjorde en öl.”

BERÄTTAT FÖR **KARIN VIRGIN**
FOTO **ANNA SIMONSSON**