

Ekonomi

”Musten är en svensk historia”

PUBLICERAD 2010-03-31

5 frågor till Otto Drakenberg, vd för Carlsberg, inför påsken då svenskarna dricker en miljon liter must per dag.

Hur viktig är påsken som dryckeshelg?

Påsken blir viktigare och viktigare, för ett tag sedan var julen det absolut viktigaste när det gäller ölkultur. Men påsköl och framför allt påskmust har vuxit kraftigt det är en starkt till-tagande trend.

Vad säljer bäst under påsken?

Påskmusten, eftersom den vänder sig till många åldersgrupper. Våra studier visar att det inte bara är vuxna och äldre, utan även yngre som håller fast vid musttraditionen, så det finns hopp om framtiden.

Hur mycket must räknar ni med att sälja?

Vi räknar med att vår försäljning av Apotekarnes påskmust stiger med 10 procent från förra året. Det är en kraftig ökning, det är få dryckeskategorier som ökar så mycket. Totalt säljs nästan 10 miljoner liter påskmust i Sverige, vi säljer 60 procent av den musten.

Konsumtionen av påskmust har fördubblats sedan 2005, varför?

Vi ser en väldigt tydligt koppling och ett ökande intresse för det äkta och genuina. Generellt sett vill människor ha det riktiga, inte det artificiella. Vi ser också att traditionsbundenheten ökar, och det ser vi inte bara inom drycker.

Varifrån härstammar påsk-dryckerna?

Musten kom 1910 och är en svensk historia. Det togs fram som ett alkoholfritt alternativ till öl. Musten var alltså inte riktad till barn från början utan till vuxna. Påsköl är en dansk tradition. Nästan varje bryggeri i Danmark har en egen påsköl. Vi har tagit in traditionen till Sverige sedan några år tillbaka.

Emelie Sandvad

emelie.sandvad@dn.se 08-738 10 00

TEXT

Emelie Sandvad, 00