

En svensk maltwhisky

# MACKMYRA

har en historia  
att berätta...



Trenden går mot att alla ska ha en historia att berätta kring sitt varumärke. Verklighetsförankrat eller ej är av underordnad betydelse.

Mackmyra Svensk Whisky har i sitt varumärkesarbete använt sig av berättandet av en fascinerande historia om allt från hur idén om en svensk högkvalitativ single malt-whisky föddes, till den plats man valde som sin utgångspunkt för såväl produktion som varumärke. Och det är en sann saga.

Det hela tar sitt avstamp i frågan:

**Hur kan någon komma på idén att göra en svensk maltwhisky?**

Läs intervjun med **Magnus Dandanell**, en av grundarna till Mackmyra Svensk Whisky, och lär av hans historia om varumärkesbyggande.

**Anders Sahlqvist intervjuade.**

**P**å en anrik adress i Stockholm, Hantverkargatan 5, har Sveriges enda Whiskytillverkare Mackmyra Svensk Whisky AB sitt Stockholmskontor. Adressen är Myntverkets gamla mark och tillhörande fastigheter, vars lokaler passar väl in i hur Mackmyra vill uppfattas. De gamla ekfaten i kombination med rustika möbler i företagets utställningslokal gör att besökaren luras att tro att själva whiskyn funnits bra mycket längre än de knappa tio år som gått sedan starten.

**8 flaskor single malt**

Ingressens utlovade saga, historieberättandet? Jo, **Magnus Dandanell**, vd på Mackmyra, och sju av hans gamla studiekamrater från KTH i Stockholm samlades för skidsemester i Sälen 1998. Alla fick i uppdrag att ta med sig en flaska single malt till fjällstugan. Med åtta flaskor på bordet och provsmakning blev samtalsämnet givet. Och det var då frågan ställdes första gången. Kan man göra en egen maltwhisky? Och följdfrågorna kom förstås: Hur går det till? Vad behöver man? etc etc.

Några av dem hade svårt att släppa samtalsämnet från kvällen innan och vaknade upp dagen efter med idén fortfarande lika aktuell i huvudet. De åtta bestämde sig för att tillsammans undersöka möjligheterna vidare, om inte annat för att ha som hobbyverksamhet vid sidan om. –Det var en existentiell frågeställning som dök upp. Det är väl inte helt ovanligt att man väl inne i ekorrhjulet och i karriären, för de flesta av oss i större organisationer, ställer sig frågan: Är det här det jag vill göra? –Vi satt visserligen med trygga anställningar med bra inkomster, men med en känsla att något saknades - frihet. Visst, det dyker upp intressanta uppgifter även i större företag, men det kan gå lite tid innan den möjligheten dyker upp.

**Men att alla åtta känner att den existentiella frågan är så viktig att man faktiskt gör slag i saken, lämnar sin trygga tillvaro och förverkligar sin idé? Det måste väl vara rätt ovanligt?**

–Jo kanske, men till en början var det vår fritid vi la ned på detta. Vi undersökte grundligt om det var praktiskt möjligt att genomföra projektet. Vi lärde oss om allt från tillverkningsprocesser till leveranssätt och frågade oss om vi trodde att det skulle vara möjligt att leva på. Vi trodde på idén och testade. Några tog tjänstledigt ett par år



**Magnus Dandanell. VD och en av åtta grundare till Mackmyra Svensk Whisky AB.**

**Några av Magnus favoritvarumärken**

Bil - PORSCHE CAYENNE.

Kaffe - GEVALIA. Främst det kaffe som konsumenterna i USA kan prenumerera på. Lysande idé.

Mobil - NOKIA. Det är den jag har nu. Gör vad den ska.

Klocka - POLAR. Finsk klocka. Kommer med en ny modell med pulsmätare.



från sina anställningar. Om det inte skulle bära sig ekonomiskt så skulle vi ändå ha kvar det som just ett hobbyprojekt.

**Återigen - åtta människor med idéer - ett projekt. Hur lyckades ni komma överens?**

–Det var inte första gången vi gjorde saker tillsammans. Vi hade under studietiden många projekt som vi samarbetade i. Vi är en väldigt bra grupp som har kul och är vana att visa resultat tillsammans.

**Jag tänker mig att få skulle tänka tanken att ens försöka tillverka en svensk maltwhisky. Kommer inte de nästan per definition från Skottland?**

–Det är vad de allra flesta tror, men det är faktiskt fel. De flesta, eller i alla fall väl-

digt många länder, har en egen whisky. Irland har bra maltwhisky, t o m Japan har bra single malt. Vi hade aldrig själva den tanken att det inte skulle fungera. Kan andra länder så kan vi i Sverige. Det vi såg var ett hål i marknaden som vi kunde fylla.

–En av de viktigaste tankarna med Mackmyra var från allra första början att vi absolut inte skulle göra en svensk kopia av en skotsk produkt. Det skulle vara en single malt-whisky med svenska förtecken med allt vad det innebär.

–Det mest kritiska med det begränsade tänkandet kring idén som du nämner, var

att potentiella investerare satt med den uppfattningen också. Vi var helt enkelt tvungna att först köra igång med ett pilotprojekt och tillverka en mindre mängd för att visa att det faktiskt var genomförbart.

–I slutet av 1999 kom sedan de första dropparna ur den lilla kopparkärl som vi själva tillverkat. Då fick finansiärerna se att det faktiskt gick att få ut en produkt. Med en ordentlig affärsplan gick det sedan att övertyga även investerare.

#### Det måste ha varit ganska kostsamt ändå att ge sig in i att börja tillverka en egen whisky?

–Nej, egentligen inte. Det var förstas utgifter för lokalhyran på bruket i Mackmyra, lite kopparkärl för tillverkningen av den första destilleringsapparaten, osv. Men vi har den fördelen att alla är ingenjörer med kompetens inom olika områden, som vi annars hade behövt köpa tjänster för. En kunde allt om el, en annan hade varit med i större byggnadsprojekt, en tredje var stjärnsäljare och tidigare managementkonsult osv. Jag själv arbetade på Pharmacia och kunde produktionen där, med allt vad det innebär kring kvalitetskrav etc. Vi skötte t o m ekonomin inhouse. Så det var bara den egna tiden som kostade.

#### Berätta om hur kommer det sig att ni hamnade i Mackmyra.

–Vi började arbetet vid våra köksbord och funderade på den perfekta platsen för vårt första destilleri. Då kom jag och tänka på Mackmyra. Jag kommer ursprungligen från Valbo där Mackmyra ligger, så det fanns det en naturlig koppling. Vi hittade lokaler som vi fick hyra vid det gamla järnbruket. Omgivningarna och det gamla brukets anor från 1500-talet passade perfekt in i vår idé - det genuina, högkvalitativa och att bruket skulle kunna vara en upplevelse i sig.

Mackmyra fick plats i brukets kvarn, alldeles vid Gavleån och ett stenkast från den engelska parken som uppfördes under 1800-talet av grosshandlaren, tillika brukets ägare Olof Elfbrink.

Verksamheten var inte helt ny för orten, eftersom det redan under tidigt 1800-tal fanns ett brännvinsbränneri där. Magnus berättar att det från början inte bara var helt entusiastiska ortsbor som fick höra att ett destilleri skulle hamna på orten. Men när man fått tänka till lite och erinrat sig om historien och brännvinet så föll det även i god jord hos ortsbefolkningen.

Bruket som är skyddat som kulturminne blev en perfekt plats för tillverkningen.

## MACKMYRA SVENSK WHISKY - NÅGRA VIKTIGA BYGGSTENAR

### HISTORIEN

Mackmyra Svensk Whisky använder sig av såväl berättelsen om företagets tillkomst, som det gamla brukets historia, för att levandegöra varumärket. En redan fängslande och intressant historia kommer att kunna fyllas på och fördjupas vartefter företaget utvecklas.



### MEDLEMSFÖRENINGEN

Redan den första tiden skapades en förening där medlemmarna fick vara med och föra en dialog med företaget. Mackmyra använde sig av medlemmarnas tips och förslag vid utvecklandet av sin maltwhisky. Idag får medlemmarna ett nyhetsbrev i vilket Mackmyra bl a berättar om tillverkningsmetoder och kommande nyheter. Medlemmarna får på detta vis lära känna företaget på ett mer personligt plan och känner sig delaktiga.



### "WHISKY MADE BY ME"

En viktig del i Mackmyras koncept är den personliga buteljeringen från kundens egna 30-litersfat. Fatet och whiskyn däri reserveras kunden och efter tidigast efter tre år kan whiskyn buteljeras och köpas - om kunden vill. Tar han bara ut en del, återbetalas beloppet för den del av whiskyn som inte köps. På så vis är det inte bara en produkt, utan även en smart del i finansieringen, eftersom fatet betalas i förskott.

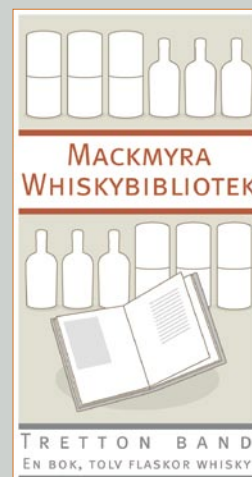


### BEGRÄNSADE UPPLAGOR

Kanske den del som har betytt mest för varumärket MACKMYRA. Snart sagt varje tidning har skrivit om de långa köerna till Systembolaget för den begränsade upplagan av MACKMYRA PRELIODIUM. Hittills har :01 och :02 lanserats. Bägge såldes slut på några få timmar.

### WHISKYBIBLIOTEK

Mackmyras senaste nyhet - Mackmyra Whiskybibliotek i, lite skämtsamt, tretton band. Det första bandet är boken *Svensk Whisky - En historia om groggvirke, järn och Mackmyra*. De övriga tolv är en prenumeration på sex Mackmyra Preliodium och sex Mackmyra Privus. De senare är buteljeringar som endast erbjuds genom biblioteket. Begränsad upplaga om 1000 st. Presenteras på bokmässa i Göteborg 2006.



## Märkesbyggarna

Men att lagra kornet i en silo utanför bruket hade enligt Magnus varit otänkbart, oavsett kulturskydd eller ej. Det hade skadat det genuina och historiska helhetsintrycket. Kornlagret inneslöts i en av byggnaderna intill kvarnen, varifrån malten med hjälp av fläktar blåses in via en kulvert in till bryggerhuset. Efter att ha renoverat lokalerna själva, åkt på rekognoseringsresa till bl a Cragganmore i Skottland var det dags för planerna att sättas i verket. Man tog fram två olika recept som skiftades mellan tre olika fat, med sex olika smakvarianter av Mackmyras maltwhisky som resultat.

**Tittar man på andra mindre och nischade spritmärken i Sverige och jämför med Mackmyra så framstår er satsning som väldigt seriös och genomtänkt. Har det att göra med**

**att det är en mer komplicerad produkt, jämfört med t ex vodka?**

–För det första sa vi från början att oavsett framgång eller ej så skulle satsningen vara professionell och produkten av hög kvalitet. Allt annat var uteslutet. Sedan är det så att en maltwhisky är betydligt kostsammare och mer invecklad att tillverka än t ex vodka. Det är inte jämförbart. Innehållet i en flaska vodka kostar några kronor och själva tillverkningsprocessen är enkel. Flaskan och varumärket är det man lägger krutet på. Och alla har de läst på om Absolut Vodka och vill göra om den framgångssagan själva.

**Er flaska, är det en klassisk whiskyflaska?**

–Nej, vi valde en ovanlig standardmodell för whisky, tung exklusiv och gedigen.

Vi satsade också på övriga delar i förpackningen, t ex en tung metallkork med logon nedsänkt, etiketter med hantverkskänsla och silkespapper runt flaskorna. Men, tanken var aldrig att vår flaska skulle vara dominerande, utan innehållet ska tala för sig själv.

**Ni använder er av såväl små som stora fat. Vad är anledningen till det?**

–Vi började lagra på stora ekfat. Sedan kom vi på idén att minska storleken för att det kom ut 30 liter från pannorna. En körning - ett fat. En trevlig överraskning med de mindre faten var att lagringstiden kunde kortas ned. Kontaktytan med destillatet ökar och därmed får man mer smak från faten på kortare tid. En whisky som normalt skulle behöva kanske 10 år på sig

**Till vänster en flaska PRELUDIUM:02, till höger exempel på hur en flaska från egen RESERVE-tappning kan se ut.**



att mogna, behöver bara 2-3 år i de mindre 30-litersfaten. Ur detta växte sedan idén att göra personligt utformad whisky, en tanke som är en av grunderna för Mackmyra idag.

–Det här är en viktig del av *upplevelsen* Mackmyra, och väldigt populär. Kunden kommer till vårt destilleri och får lyssna till vår historia och erbjuds sedan att köpa ett eget personligt fat. Man pekar ut det fat man vill ha och bär det själv vägen fram till destilleriet. Där säger lagen stopp och vår personal tar över och bär fatet in i destilleriet där det mindre fatet fylls på från något av de stora. Sedan får du välja var du vill lagra ditt fat. Idag finns tre möjliga platser: Bodås gruvlager, Fjäderholmarna i Stockholm eller vid Härkeberga slott i Skåne.

Till själva upplevelsen i Mackyras koncept hör också att kunden erbjuds att komma och provsmaka ur sitt fat en gång om året. När det sedan efter tidigast tre år är dags att buteljera den egna whiskyn, kan man välja hur många flaskor man vill ha. Mackmyra buteljerar och kunderna väljer att köpa dem via privatimportregeln från Systembolaget i Sverige eller att hämta dem i Danmark. Svensk lag förhindrar Mackmyra att leverera buteljerna hem till kunden.

**Det verkar som om svenska lagar sätter lite käppar i hjulet för er här och där. Du nämnde bl a att kunden inte själv får bära in sitt fat till destilleriet. Så här dagen efter valet, finns det någon förhoppning hos er att den nya regeringen ska förändra regelverket kring alkohol och alkoholreklam? Har ni t ex saknat möjlig-**

#### heten att annonsera brett?

– Nej, för vår del har det snarast varit en konkurrensfördel att varken vi eller våra konkurrenter *kan* annonsera. Eftersom vi har en nischprodukt och inte är speciellt stora skulle vår budget inte tillåta annonsering i större skala. Vi har istället arbetat utifrån berättelsen och upplevelsen Mackmyra. Varumärket har byggts upp tillsammans med konsumenterna, t ex via medlemsföreningen och den dialog vi fört med medlemmarna i samband med bl a provsmakningar. För oss har det varit en optimal lösning.

–Hade vi gjort annorlunda om annonsering varit tillåtet? Ja, kanske något, men i så fall väldigt nischat. Eftersom vi gör en personliserad produkt där du som konsument har stort inflytande så ökar det exklusiva inslaget, vilket innebär att vi har kunnat lägga oss på en ganska hög prisnivå.

–Det är klart att det hade varit roligt om vi vid våra tre lagringsplatser hade kunnat erbjuda försäljning av våra flaskor. Turister från utlandet som besöker vårt lager på t ex Fjäderholmarna i Stockholm blir lite förvånade när vi hänvisar dem till Systembolaget i stan. Det borde kunna gå att göra undantag för den här typen av exklusiv försäljning.

Genom att s a s komma underifrån marknaden och med lanseringar av speciella begränsade upplagor av Mackmyra whisky, har man lyckats skapa ett efterfrågetryck som resulterat i att köerna ringlat långa till Systembolaget när "limited editions" släppts. Detta i sin tur har resulterat i ett stort intresse från media

och den svenska whiskyns saga har kunnat berättas i såväl tv som tidningar över hela landet.

Tack vare den exklusivitet Mackmyra whisky erbjuder konsumenterna, har man lyckats ha bra marginaler på produkterna. Företaget får också in pengar på besöksintäkter, mycket pga vare den uppmärksamhet företaget fått i media och det historieberättande som byggt varumärket. Redan i fjol visade Mackmyra ett positivt resultat och det fortsätter så även i år. Nu står förmodligen större utlandssatningar för dörren, vilket förstärker betydelsen av ökade kostnader, men även möjligheter till större intäkter. Den silvermedalj Preludium:01 tog hem i Best in Class i IWCS (International Wine & Spirit Competition) 2006 kan nog komma väl till pass när man visar upp sig utomlands.

Förhoppningsvis bjuds Mackmyra in till seminarier och föreläsningar framöver för att berätta om hur de arbetat med varumärket. För det är ett exceptionellt noggrant och långsiktigt arbete som nu börjat bära frukt. Magnus Dandanell menar också att hela den bild han beskrivit kring skapandet av Mackmyra, och alla dess beståndsdelar, har stor betydelse i varumärkesbyggandet. *Genuint* och *kvalitet* är ord som Magnus gärna återkommer till under hela intervjun.

Magnus sammanfattar det viktigaste i Mackmyras varumärkesarbete så här: – Låt det ta tio år och bygg under den tiden varumärket tillsammans med konsumenterna.

## Med särskild inriktning på immaterialrätt:

Ulf Dahlgren  
Håkan Borgenhäll  
Jonas Westerberg  
Katarina Strömholm  
Magdalena Bergvall  
Henrik Wistam  
Kristian Fredrikson

Akademisk medarbetare:  
Marianne Levin  
Professor i civilrätt

Ryding Carlsten  
Advokatbyrå AB  
Normalmstorg 14  
Box 1766  
SE 111 87 Stockholm  
Tel +46 (0)8 463 39 00  
Fax +46 (0)8 611 48 50  
info@rydincarlsten.se  
www.rydincarlsten.se

# RYDINCARLSTEN