

INTERVJU MED PETTER DE VAHL, STENHAMMARENS BRYGGERI, SUNDSVALL



Petter de Vahl lever sin dröm sedan han flyttade hem till Sundsvall igen. Tillsammans med sina bröder driver han bryggeriet Stenhammaren.

Först av allt visar Petter mig runt på bryggeriet. Lokalerna är i före detta Sidsjöns sjukhus. Där arbetar de två bröderna Petter och Oskar samt förstebryggaren Christer Sehlstedt, en erfaren bryggare och mentor som bryggt öl i nästan 40 år och drivit pub i Sundsvall. Dessutom finns ytterligare en bror, Joel, med i företaget. Intresset har de med sig hemifrån, pappa Pelle var mycket dryckesintresserad och startade upp whiskeydestilleriet Box Whisky utanför Kramfors. Nästa steg för honom var att brygga öl. Intresset hos bröderna har växt fram allteftersom.

Just denna dag tillverkar man 500 liter stout. Bryggeriet består av fyra rum. Hjärtat är brygghuset där ölen bryggs. Här finns ett nyttillverkat och träbeklätt bryggverk i brittisk stil. Mältat korn blandas med vatten som sedan får stå och dra för att utvinna läsbara sockerarter. Sedan kokas vätskan i en timme tillsammans med humle. Ölen kyls sedan ner till 20 grader och förs över till jäskällaren. Där tillsätts jäst som bryggeriet själv odlar. Efter ca 10 dagar förs ölen över till lagringstankar, som bryggeriet köpt begagnat från Nynäshamns Ångbryggeri. Där får ölen ligga i ca två veckor och under tiden tillsätts kolsyra. Efter det buteljeras ölen eller sätts på fat. Ölen säljs sedan på krogar samt på tre systembolag i Sundsvallsregionen.



Vad är en talang, hur definierar du det?

–Ett sätt att ta tillvara intresse och kunskap och göra något av det. Ex: jag är duktig på att fotografera, om jag tar tillvara på det och utvecklar det, bejakar jag min talang. Det handlar om en kombination av kunskap och driv.

Hur utvecklas talanger?

–Genom att pressa gränser. Våga vara ärlig mot sig själv, tänka "jag är duktig!" Många är talanger, men vågar aldrig göra något. Detta är vanligt, att talanger bara stannar vid en tanke på att skapa något nytt, för att de är rädda för att ta steget och våga satsa. Att gå från tanke till handling är vad det i grund och botten handlar om.

Hur tar vi vara på talanger?

–Hm, svårt att svara på. Jag flyttade och var på olika ställen direkt efter gymnasiet – Österrike, Umeå, Stockholm... Jag utbildade mig till historie- och samhällskunskapslärare. Det var flera parametrar som styrde mina val av var jag skulle bo, komma till en större stad, större arbetsmarknad, möjlighet till jobb och karriär. Just då ville jag dit. Nu inser jag att min flytt från Sundsvall är typisk för hur många unga gör! När jag tänker efter var det aldrig någon från näringslivs- eller utbildningshåll i staden/länet som på något sätt signalerade till mig i gymnasiet att jag kunde utvecklas här. Ingen headhunting över huvud taget. Faktum är att man är nog ganska dåliga på att ta tillvara talanger här. Jag tror det behövs en

medvetenhet, bra strategier. Samla folk som har utbildat sig inom intressanta branscher, visa vad som finns här. Särskilt såna som har en koppling hit kan tänkas komma tillbaka. Eller stanna, innan de hinner flytta iväg! Självt var jag 31 när jag kom tillbaka. Jag hade hållit på från och till med bryggandet och samtidigt jobbat som lärare i Stockholm. Till slut var det inte hållbart. Det har jag inte ångrat.

Kan vi skapa talanger?

–Ja, jag är helt inne på det. Många har rätt inställning men saknar kanske en kunskap eller färdighet. Sådant kan en person lära sig. Bara de har den rätta inställningen. Fotbollsspelare kan tekniskt vara fantastiska, men saknar de rätt inställning blir de aldrig stjärnor. När vi bröder startade företag visste vi ingenting om hur man driver ett företag... men vår inställning var att med intresse, motivation och hårt arbete går det! Det visade sig stämma.

Vem eller vilka i länet "äger" talangfrågan?

–Jag tror att det är en blandning. Kommun och landsting kan på olika sätt uppfostra/identifiera/utbilda talanger, men sen för att gå vidare måste det vara näringslivets uppgift att plocka in personerna, ge dem möjlighet att utvecklas och prova på. Inom industrin är man ofta duktiga på det här – plockar elever redan på gymnasiet, låter dem praktisera, klättra, utbildas, få testa sig fram. Känna att de behövs och är värda att satsa på. Det är många fler branscher som kan lära av detta tankesätt, för det är sällsynt med talanger, de måste plockas tidigt. Jag tror på att organiserat samarbete t ex kommun/Miun och näringslivet – jobba aktivt mot t ex vissa gymnasieprogram. Få fler att välja "rätt" utbildningar, våga satsa, förstå att det ger dem en rak väg till jobb.

Hur identifieras talanger bäst?

–På skolan handlar det om att få folk intresserade, där kan man tidigt se talanger, sen gäller det för dem att hamna i rätt högre utbildning och få hjälp att testa på arbetslivet. Få uppgifter att växa med, möta bra ledare från företag och offentlighet. Det kommer att framgå vilka som lyser! Då plockar man ut dem och satsar vidare. Sedan måste man komma ihåg att det är OK att misslyckas. Alla är inte talanger tidigt, men alla kommer att utvecklas av detta strategiska förhållningssätt och talangerna – de kommer att blomma!

Vad attraherar talanger, förutom pengar, tror du?

–Att få ta ansvar. Känna sig behövd. Möjlighet att få misslyckas utan att straffas. Få känna att man har möjlighet att utvecklas.

Vilka faktorer finns för en lyckad rekrytering?

- Att inte stirra sig blind på betyg eller vilka program/kurser en person läst. Det handlar väldigt mycket om att hitta en person med rätt engagemang och inställning.

Ser du några trender, branscher som är på uppgång i Västernorrlands län?

–Turism, mat, dryck, lokalproducerat! Tänk Höga Kusten och Jämtland, där är man duktiga. Lokalt hantverk. Denna stolthet över det lokala har inte syntes så tydligt tidigare. Stenstan som begrepp håller på att fyllas med något nytt, något intressant. Det handlar om att ge möjlighet till personer beredda att satsa.

Vilka är de viktigaste utvecklingsmiljöerna i länet? –Turismen, som sagt. Men skogsindustrin är onekligen fortsatt stark. Bank, SEB-etableringen en hit.

Vilka västernorrländska utvecklingsmiljöer tycker du har störst attraktionskraft?

–Finans- och banksektorn.

Hur marknadsförs dessa miljöer idag?

–Det är inte särskilt publikt. Något i media ibland. Men marknadsföringen sker nog mest internt, via nätverk, kontakter.

Är de nationellt och/eller internationellt erkända/kända?

–Ja, skogsindustrin sen lång tid tillbaka. Sundsvall är ett "träfäste" rent historiskt.

Någonting som inte finns men "borde" finnas?

–Återigen – mer av turism. Jag tror verkligen att det är på frammarsch, även för internationella besökare. Höga Kusten är ett gott exempel, när det börjar snurra i ett område kan det spilla över till fler områden i regionen. Genom bättre samarbete och marknadsföring kommer turismen att kunna växa mer och bli mycket viktig för länets framtid. Skapa fler jobb. Jag tror också att lokalt hantverk och mat kan växa mycket mer. Det här är ingen tillfällig trend, utan ett skifte i livsstil. Tänk bara på svensk husmanskost, vem värderade det för tio år sen? Idag har det börjat lyftas till finmat! Med små medel inom marknadsföring och samarbete kan man skapa mycket mer intresse. Det är jätteviktigt att lyfta olika goda exempel och credda varandra. Media spelar såklart också en stor roll, de behöver bli mer näringslivsintresserade och rapportera om vad som händer. Det innebär att små företagare behöver hjälp för att lära sig mer om mediakontakt, förstå hur man kommer ut med sitt budskap. Jag tror näringslivsbolag och andra kan skapa möjligheter för gemensam kompetenshöjning inom detta för småföretagen. Vi har jobbat medvetet med storytelling, att produkterna är döpta efter personer och platser i Sundsvalls historia. Min brors fru har målat bilderna som pryder flaskorna. Men i början tänkte vi inte så, då var det bara fokus på produktutveckling. Det andra kom sen, vi hade en tydlig tanke att koppla det till Sundsvall. Men såna här saker är svårt för så många, kommunikation ÄR svårt. Jag är övertygad om att många småföretag inte klarar att växa för att det ligger utanför deras kompetens- och "comfortzone" att jobba fokuserat med marknadsföring. Det här är något många behöver hjälp med, hur talangfulla de än må vara i övrigt!

Vad har regionen för attraktionskraft?

–Sådär. Det finns mycket potential, men det tar tid att arbeta upp ett namn. Mer kan göras.

Vad skulle det kunna betyda att kunna hitta talanger bland utrikes födda?

–Jätteviktigt! Jag ser det som att vi har ett otroligt "sparkapital" i de utlandsfödda, det finns många talanger som kommit till Sverige. Ge dem tid och möjlighet. Vi är helt enkelt tvungna att ta tillvara på dessa människor och deras kompetenser, det är ett stort paradigmskifte som måste till. Nya arbetssätt, nya idéer för att få till integration, hälsa, talangförsörjning...

Tycker du att Västernorrlands län ska satsa långsiktigt och strategiskt på talangförsörjning? Hur konkret ska det gå till, vilka aktörer bör ta huvudansvaret, hur ska arbetet planeras och finansieras?

– Ja, självklart. Länsstyrelse, kommuner etc måste först och främst fatta beslut att lägga utvecklingspengarna. EU-medel till exempel. Sedan ska det praktiska arbetet igång och där måste näringslivet hjälpa till. Man får lägga upp en plan för hur man ska komma igång med det viktigaste och hur man ska gå tillväga för att på ett enkelt sätt nå och utveckla så många

som möjligt. I ett län där de flesta orter är utflyttningsorter måste vi släppa all prestige och tänka nytt. Vad gör vi för fel idag, hur vänder vi detta? För det går att göra, det tror jag.

Anser du att ditt företag är viktigt för länets framtid? På vilket sätt?

–Det är viktigt med högklassiga lokala produkter. Folk vill ha en koppling, det ger ett mervärde. Man känner igen sig, känner stolthet, det ger trygghet. Öl med koppling till din hemort blir automatiskt lite godare! Och vad gäller turister som kommer hit så vet jag att de är väldigt nyfikna på att smaka det som produceras här. På Systembolaget har de berättat att många turister numera frågar efter det lokalproducerade ölet.

Vilka strategier har ni för att arbeta med talangutveckling i din organisation/ditt företag?

–Inte alls, än så länge. Bryggeriet växer sakta men säkert, just nu räcker det med oss. Men skulle vi behöva fler skulle vi absolut söka lokalt, många är intresserade av öl och brygger hemma, det finns mycket kunskap och många öl-nördar. Det handlar om att hitta människor som förstår våra tankar om det lokala och som känner på samma sätt för Sundsvall.

Vilken betydelse har ledaren?

–Stor. En chef bidrar till en negativ eller positiv atmosfär och är den som väljer vem som ska få testa vilka ansvarsområden. Som chef har man stor möjlighet att låta individer växa och utvecklas. Jag tänker att ett företag måste ha en tydlig, utspikad väg att följa, som alla förstår. Så att alla är med och arbetar tillsammans men också för varandra. Även arbetstagare måste förstå det här, det är inte bara chefen som kan skapa det.

Vad i ert "tänk" kan appliceras på andra branscher för att locka talanger?

–Vi är få personer som delar på allt arbete, även om vi har våra ansvarsområden. Vi ställer upp och hjälper varandra när det behövs, det blir inte kris om någon är sjuk en dag för vi vet vad som behöver göras. Vi backar alltid upp varandra. Det är en trygghet. Jag tror många skulle vilja ha det så på sitt jobb, det gör att man trivs och mår bra och kan prestera mer, vara kreativ.

Hur ser du på branschvis samarbeten?

–Bra! Men det kan bli bättre. Restaurang/turism/producentled skulle vinna mycket på att göra mer gemensamma satsningar. Inom exempelvis rekrytering och utbildning. Men också marknadsföring, att visa upp sig, gemensamt synas och höras. Ett bra exempel är när flera restaurangägare kontaktade kommunen för att diskutera Restaurangskolan på gymnasiet här i stan. De såg en stor brist på arbetskraft och att alltför få sökte skolan, trots de goda möjligheterna till jobb. Men när fler gick ihop för att lyfta frågan och fick stöd från kommunen hände saker. Skolan kan plocka in producenter som föreläser till exempel. Vi tillsammans med ett annat bryggeri (Allsta bryggeri) har erbjudit skolan att hålla i dryckeskunskap – då är det jag och en annan kille som också kan öl och är lärarutbildad som ska stå för det, är tanken. Vi får hoppas att de nappar på det. Det handlar om att aktivt ta in unga på praktikplatser. Det är värt all ansträngning, i slutändan är det ju dessa unga talanger som ska hjälpa branschen utvecklas.

Vad vill du hälsa västernorrländska beslutsfattare/makthavare? Vad bör de satsa på för att få fart på talangförsörjningen i länet?

–Länet måste ses som en gemensam region. Nu är det mest VI och DOM, ingen sammanhållning. Man måste visa stolthet över var man kommer ifrån och vad man har. Lär av Jämtlands sunda lokalpatriotism, att skapa en anda, tänka lösningsfokuserat. Länsstyrelse

och kommuner funkar som chefer på ett jobb, de måste sätta agendan för länets framtid. Ge verktyg och resurser. Då kommer mycket att hända.

Text och foto: Ann-Louise Rönestål Ek