

Rosterierna och deras största varumärken

Vid förra seklets början var det främst råkaffe som handelsbodare och kolonialhandlare hade att erbjuda till gemene man. Kaffet rostades hemma på vedspisen. Men så småningom började butikerna att investera i egna rostmaskiner och kunde då erbjuda kunderna färdigrostat kaffe. Utvecklingen gick framåt och små familjeföretag började specialisera sig på just rostningen.

I slutet av 1920-talet fanns det ett 60-tal rena kafferosterier i Sverige. Till det ska också läggas det kaffe som rostades av grossister och detaljhandlare med egna specialblandningar. På 1950-talet hade antalet kafferosterier ökat till runt 150 stycken. Då fanns det närapå ett rosteri i varje svensk stad – enbart i Göteborg fanns det ett tiotal.

Därefter började rosterierna, ett efter ett, successivt slås ut i den allt hårdare konkurrensen eller så slukades de upp av större rosterier genom uppköp. Det första utländska förvärvet av ett svenskt rosteri ägde rum 1971 då familjeägda Gevalia köptes av amerikanska livsmedelskoncernen General Foods, nuvarande Kraft Foods.

Detaljhandelskedjornas intåg på den svenska marknaden har också bidragit till att rosterier har minskat i antal eftersom de prioriterar ett fåtal leverantörer, så också av rostat kaffe.

Idag finns det endast ett dussintal kafferosterier kvar i Sverige – utspridda från Hörby i söder till Söderhamn i norr. Flera av dessa har företagsnamnet också som varumärkesnamn, däribland Löfbergs Lila, Lindvalls Kaffe och Guldrutans Kafferosteri.

Den svenska rosterinäringen domineras av fyra aktörer: de två multinationella företagen Kraft Foods (med varumärket Gevalia) och Nestlé (med varumärket Zoégas) samt de två svenskägda familjeföretagen Löfbergs Lila och Arvid Nordquist (med varumärket Classic). Resterande rosterier är sedan mycket mindre i storlek. Utanför de rena rosterierna finns det även några butiksrosterier. Nämnas kan anrika Sibyllans på Östermalm i Stockholm, Mauritz Kaffe i Göteborg med rost sedan några decennier och rostnykomlingen Skafferiets Café innanför ringmurarna i Visby.

Här får du en nostalgitripp i hur de svenska rosterierna och deras mest kända kaffemärken kom till och hur de har utvecklats till vad de är idag. Först får du lära känna de riktiga kafferostningsjättarna för att mot slutet komma till några av de allra minsta.

Gevalia – ett skepp kommer lastat

Historien om Sveriges mest sålda kaffe – Gevalia – börjar i hamnstaden Gävle. 1853 grundar Victor Theodor Engwall ett företag inom kolonialbranschen med omfattar handel av bland annat tobak, snaps, fönsterglas, rysk kaviar och orostat kaffe. Rörelsen växer rejält.

När sonen Ernst Engwall mot slutet av århundradet tar över verksamheten ingår inte bara ett handelshus, utan också ett antal kvarnar och ett rederi. Han tycker att det är en alltför splittrad affärsrörelse och bestämmer sig för att enbart satsa på kaffe och livsmedel.

Den första rostmaskinen köper han 1913 och sju år senare lanseras varumärket Gevalia som fabriksrostade kaffeböner. Namnet kommer från en av rederiets tidigare båtar som hette Gevalia och betyder Gävle på latin. 1966 blir Gevalia det största kaffevarumärket i Sverige.

Efter 118 år som familjeföretag säljs företaget. 1971 tar den multinationella amerikanska livsmedelskoncernen General Foods Corporation, som idag heter Kraft Foods Inc, över Gevalia. I rask takt lanseras märket i Danmark 1973 och långt senare i Norge 1989, i Finland 1991 och i Estland 1993.

Fortfarande rostar Gevaliakaffet i Gävle. Cirka 40 000 ton kaffe blir det per år som huvudsakligen går till de svenska konsumenterna. Rosteriet är ansett som ett av de största och modernaste i världen. År 2005 uppgick Gevalias marknadsandel inom den svenska detaljhandeln till 41 procent.

Zoégas – en italienare i Skåne

Mörkrostens tungviktare är utan jämförelse Zoégas som står för mer än 60 procent av den svenska försäljningen av mörkrostat kaffe. Det hela tar sin början med att Carlos Zoéga, med italienskt påbrå, 1881 öppnar en liten kaffehandel i Landskrona. Med sig har han en kaffebrännare, en kaffekvarn, en diskvåg och tre snusburkar. Kunskapen om kaffe och kaffeodling har han fått med sig från åren i Brasilien där hans far var boskapsuppfödare.

Fem år senare, 1886, flyttar Carlos verksamheten till Helsingborg. Men bara två år senare dör han och änkan Maria Zoéga tar över verksamheten. Det blir svåra tider men Maria är fast besluten om att inte sälja. Efter en tid gifter Maria om sig med konditorn Johan Svensson som tar efternamnet Zoéga.

Vid sekelskiftet byter firman lokaler igen och flyttar till en fastighet vid Drottninggatan 30–36 i Helsingborg. Där ligger Zoégas kaffebutik fortfarande kvar med originalinredning från 1931 och det går där att köpa samtliga kaffesorter i företagets sortiment. 1903 skapas också Mollbergs blandning med namn efter anrika Hotell Mollberg i Helsingborg. Femton år senare kommer föregångaren till storsäljaren Skånerost, Horns blandning. Två blandningar som fortfarande finns kvar.

Sonen Rudolf börjar jobba i firman 1913 och är den som sedan tar över driften och ägandet då pappa Johan dör 1923. Med Rudolf utvecklas rörelsen till industri.

År 1952 är det dags för nästa flytt. Rosteriet behöver större plats. Det bär av till Ängelholmsvägen och en helt ny anläggning som på den tiden är ett av Europas modernaste rosteri. Här rostar fortfarande Zoégas kaffeböner. Då Rudolf Zoéga dör 1970, driver en tredje generation Zoéga företaget vidare genom dottern Thelma som under många år arbetat vid fadern sida.

I samband med hundraårsfirandet av företaget Zoégas Kaffes ankomst till Helsingborg 1986, går företaget ur släkten och säljs till livsmedelskoncernen Nestlé. År 2005 uppgick Zoégas marknadsandel inom den svenska detaljhandeln till 17 procent.

Löfbergs Lila – det lila extra

Året är 1906. Anders Löfberg, tidigare bodbiträde i Munkfors, har upptäckt en lucka i den värmländska marknaden för kolonialvaror – avståndet till de stora handelshusen i Malmö och Göteborg är för långt. Därför startar han tillsammans med sina bröder Josef och John ett företag inom kolonialvaruimport, Löfberg & Co, i solens stad Karlstad.

Efter några år börjar de själva att rosta kaffet. Men fortfarande är det framför allt råkaffe som de säljer till butikerna i Värmland och omgivande landskap. De mest trogna kunder får bonus i form av kaffekvarn, kaffebehållare eller butiksvåg.

I slutet av 1920-talet erbjuder de elva blandningar i olikfärgade påsar och de tar alltmer över lösviktsförsäljningen. Det är också nu som den populära lila blandningen gör entré – Löfbergs Lyxblandning. Påsens färg ger upphov till benämningen Löfbergs Lila, som senare också blir det övergripande varumärket för hela sortimentet.

År 1927 bestämmer sig bröderna Löfberg för att dela upp den något diversa verksamheten där import av Citroënbilar nu också ingår. Anders, som tidigare ansvarat för kaffeaffären, tar hand om den delen under namnet AB Anders Löfberg. En första expansionen sker nu i Sverige av företaget till Norrköping. I Östergötland finns en marknad för lättrostat kaffe, något som Anders vurmar för.

Vid andra världskrigets slut, 1945, tar sonen Åke över. Han storsatsar på produktionsteknik och marknadsföring. Runt 1950 finns ett distributionsnät över hela landet och Löfbergs Lila blir ett rikstäckande varumärke. Tio år senare står den så kallade "Kaffeskrapan" färdig med den senaste tekniken och hit samlas produktionen som varit utspridd till fabrikerna i Karlstad och Malmö. För att få viktiga beslutsfattare för de olika affärskedjor som fortfarande saknar Löfbergs Lila på sina hyllor smidigt till Karlstad startar Åke en egen flygverksamhet. Den finns kvar i bolaget fram till 1990. Han drar också igång en shippingverksamhet för att effektivisera transporterna av kaffe.

Åke lämnar 1976 över Löfbergs Lila till en tredje generation, sonen Anders, som vidareutvecklar verksamheten genom stora investeringar på produktionsidan. Han är kvar på vd-posten fram till 2001 då en extern vd kallas in. Idag är Anders dotter Katherine Löfberg företagets marknadschef. År 2005 uppgick Löfbergs Lilas marknadsandel inom den svenska detaljhandeln till 15 procent.

Classic – med sikte på det goda

Arvid Nordquist gillar själv godsaker. 1884 öppnar han därför sin första delikatess- och vinbutik på Nybrogatan, i hörnet av Riddargatan, i Stockholm. Kaffet är där en given produkt som han det första året säljer för 70 öre kilot. Arvid tar med åren fram en egen kaffeblandning – Arvid Nordquist Kaffe – som mals i butiken. Rostningen av bönorna är på den tiden utlagd på ett rosteri i Värtahamnen.

År 1941 tar sonen Bengt över verksamheten. Inte minst under andra världskriget blir firman allt mer framgångsrik på att skaffa sig flera viktiga agenturer på olika matvaror, som sedan säljs till den svenska dagligvaruhandeln. Kärleken till kaffet blir också ännu tydligare med Bengt.

En av produkterna i sortimentet under 1950-talet är det amerikanska kaffemärket Chase & Sanborn. Under en längre tid lever det sida vid sida med det egna Arvid Nordquist Kaffe. 1961 står ett eget rosteri färdigt ute i Solna. Då introduceras också det idag välkända varumärket Classic – med ambitionen att vara marknadens bästa premiummärke. Det ersätter direkt det kvalitetsmässigt sämre amerikanska kaffemärket och efter några år också Arvid Nordquist Kaffe som säljs i den egna butiken. Efter att ha bytt adresser i Stockholms innerstad ett antal gånger stänger butiken på Nybrogatan 39 för gott 1981.

År 1993 är företaget Arvid Nordquist tidigt ute i kaffebranschen med att börja se över förpackningen. På den tiden präglas den av klar ”overpacking”, kaffepaketet består då av lock av plast, ytterkartong av papper och innerpåse av aluminiumfolie. En skyddsbarriär ersätter allt – i dagsläget används en påse av 100 procent plast.

Sedan 1995 är det barnbarnen Anders och Erik som driver företaget vidare. Anders är vd och Erik är ordförande i Arvid Nordquist HAB. År 2005 uppgick Classics marknadsandel inom den svenska detaljhandeln till 11 procent.

Lindvalls – studentstadens ljuva dryck

Det röda tegelhuset från 1914 i centrala Uppsala finns fortfarande kvar. Men det är från Kungsgatan 60 som doften av nyrostat Lindvalls Kaffe kommer från idag. Det hela tar sin början då unge västgöten Eric Lindvall på 1880-talet tillsammans med sin bror gör en vandring uppåt i landet. I Tierp norr om Uppsala slår kärleken till när Eric träffar skomakardottern Josefina. De bosätter sig där och bildar familj. 1891 startar paret en kolonialvaruhandel i Tierp där allt ifrån nyrostat kaffe, te och kryddor till skor säljs. Allt eftersom familjen växer och affären utvecklas fint börjar lilla Tierp kännas för liten.

Studentstaden Uppsala är därför mer lockande. 1914 står så det egna rosteriet i de centrala delarna färdigbyggt intill järnvägen med eget stickspår. För att nå en större marknad etablerar Eric kort därefter försäljningskontor och lager i Luleå, Gävle, Stockholm och Skövde. Fulla järnvägsvagnar med rostat kaffe från Uppsala sätts på räls för att skickas ut över landet. Vid 1947 har rosteriet blivit för trångt och företaget flyttar till större lokaler i stan.

Under 1950-talet är Lindvalls också stora på konditorivaror såsom marsipan, mandelmassa och essenser. Kaffet finns fortfarande kvar och likaså kryddorna och te, men under 1970-talet försvinner de båda sistnämnda. Numera är det bara kaffe som gäller. Under årens lopp har kunderna funnits inom såväl dagligvaruhandel som restaurang och kafé. En trogen kund från allra första början är anrika Ofvandahls Hovkonditori som under årens lopp varit ett viktigt tillhåll för stadens studenter. Idag satsar bolaget också på det som går under namnet ”office coffee”, som automatföretagen säljer.

Det är numera Erics och Josefinas barnbarnsbarn Ulf Lindvall som basar över kaffebönorna på Lindvalls Kaffe Aktiebolag. Tillsammans med brodern Stefan äger han företaget som idag har cirka 2 procent av den svenska kaffemarknaden, motsvarande 1 500 ton kaffe per år.

Kahls – eviga butiksetableraren

Barnbarnet Mats Nilsson driver idag familjeföretaget Kahls Kaffe i Göteborg sedan 20 år tillbaka. 1911 startas verksamheten med att farfar Carl-Birger Nilsson börjar knacka dörr för att sälja kaffe i hemmakvarteret Haga. Det går så pass bra att han efter ett antal år kan köpa en kaffebutik på Nordenskiöldsgatan.

Runt 1920 skapas varunamnet Kahls – ett namn som ska kännas rejält göteborgskt. Hjälp att utforma logotypen får Carl-Birger av vännen Vicke Lindstrand som med åren kom att bli en världsberömd glaskonstnär. Butikerna växer till antalet i hemstaden Göteborg och sortimentet likaså. Det har utökats med te, kakao och mycket annat och alltmer kaffe rostar för egen hand. En butik i huvudstaden planeras också, men andra världskriget sätter stopp för den etableringen.

År 1955 tar sonen Gunnar Nilsson över verksamheten efter ett lärorikt år i kaffelandet Brasilien. Några år senare börjar butikerna gå sämre och rosteriet som ligger i hyrda lokaler ska rivras. Men i mörkret öppnar sig en ny möjlighet – A Bergs Kaffeimport är till salu – och Gunnar slår till. Han tar över en fin maskinpark och nya lokaler i centrala Göteborg. Kahls blir namnet som behålls. Nya marknader börjar bearbetas: kaféer, restauranger och offentlig sektor.

Riktigt bra ekonomiskt börjar det äntligen gå 1980 och åtta år senare står det nya rosteriet klart. Det första i Sverige där rostningen sker med hjälp av naturgas. År 1990 är Kahls Kaffe också tidigast ute bland de svenska rosterierna med att dessutom erbjuda kaffebryggare och konceptet kring fikarasten.

Ett antal decennier efter att den sista butiken slogs igen öppnar Kahls åter butiker, men nu som franchising. Först ut är butiken i Torp Köpcentrum utanför Uddevalla som slår upp sina dörrar i november 2002. Det tar inte lång tid förrän Mats inser att konceptet håller. Systerbolaget Kahls The & Kaffehandel får därför ordentliga resurser och har startat nära 30 butiker runt om i landet, där Kahls produkter är dominerande. Och det lär bli fler butiker.

Karlbergs Aroma – tidigt på rälsen från Stockholm

Huvudstadens äldsta kafferosteri KW Karlberg AB grundas 1890 av kaffegrossisten Karl Wilhelm Karlberg. I tjugokilossäckar säljer han kaffet via järnvägen över nästan hela Sverige. Vanligtvis är det stinsen på orten som tar hand om den lokala försäljningen. Namnet Rikskaffe, som kaffet benämns på den tiden är därför inte så fel. Det döps sedan om till Aroma och så heter det än idag.

Efter ett tag öppnar Karl Wilhelm en butik på Idungatan 5 i Stockholm där han marknadsför och säljer kaffet över disk. Skulle man slå på stort år 1916 kunde man där köpa ”Karlbergs Extra Kaffe” för 2,15 kronor. Dit kommer många för att köpa ut kaffe till större föreningar och kyrkor.

Butiken flyttas därefter till, på den tiden, nya lokaler på dåvarande Olofsgatan mitt i city. Under 1940-talet säljs företaget vidare till Aktiebolaget Olsson & Fredholm som behåller det under ett antal år, innan familjen Ström kommer in i bilden 1950. Ströms köper bolaget och fortsätter att sälja kaffet över disk till vanligt folk, men börjar också rikta in sig på företags- och kontorskunder. Rosteriet vid den här tiden ligger i Värtahamnen.

År 1966 flyttar de ut hela verksamheten till Tollare Bruk i Nacka. Ett nytt rosteri byggs upp där tidigare ett gammalt nedlagt pappersbruk har legat. Under 1980-talet öppnar familjen åter en butik där de säljer kaffe och te, men den här gången är det i föregångaren till nuvarande Kungshallen vid Hötorget. Butiken äger de i fyra år. När miljömärkningen av kaffe kommer är KW Karlberg AB tidigt ute. De hör till de första rosterierna som får sin produktion godkänd av miljömärkningsorganisationen Krav.

Men nu är det flytt på gång igen efter många år i Tollare Bruk. Bostäder ska byggas på den nuvarande platsen och rosteriet måste rivas. Ett nytt kommer att uppföras någon kilometer längre bort vid Kummelberget och inflyttningen beräknas ske under 2007.

Idag arbetar fjärde generationen Ström i bolaget som ägs av Roland Ström. Varumärket Aroma är inte alls lika synligt för allmänheten som förr i tiden, eftersom merparten av försäljning sker till landsting och grossister. Produktionen uppgår till 600–700 ton rostat kaffe per år.

Bergstrands – nytändningen kom i Venedig

Göteborgsföretaget Bergman & Bergstrand AB startar 1891 import av olika kolonialvaror som råkaffe, bomull och kryddor nere på Packhuskajen i Göteborg – där operan ligger idag. Läget är optimalt eftersom båtarna lägger till alldeles utanför lagret. Efter bara något år drar sig dock Bergman ur företaget och Emil Bergstrand driver det vidare på egen hand.

I samband med att Emil dör övertar hans svärson Pontus Myrén och dottern Margit företaget i slutet av 1920-talet. Några år senare, 1936, köper de en rost för att själva rosta kaffet och då upphör den övriga verksamheten. Alla krafter satsas på kaffet. Under 1950-talet kommer den första maskinen till företaget som vakuumpackar kaffe om 250 gram. Men det mesta arbetet görs ändå manuellt och under företags storhetstid sitter som mest åtta flickor och packar samtidigt.

Runt 1965 tar deras son Per Myrén över. Han driver företaget drygt tre decennier fram till att rosteriet ligger under rivningshot och produktionen har halkat ned rejält jämfört med under de tidigare glansdagarna. Per vill lägga ned, men då känner sonen Claes kallet att fortsätta verksamheten som han har följt sedan barnsben. En praktik på ett råkaffeställe i Hamburg väcker hans intresse till liv igen. 1988 tar Claes över driften. Men utrustningen är gammal. För bara transportpengar får han ta över ett rosteri i Norge som plockas ned och läggs i frihamnen för att invänta ny placering. Yngre brodern Thomas är nu också med på banan och tillsammans bygger de upp det gamla nedplockade norska rosteriet på Ringön i centrala Göteborg. 1990 köper bröderna bolaget av pappa Per.

Claes och Thomas blir ense om att satsa på ett konsumentkaffe av bättre kvalitet. Espresson är också på uppgång vid den här tiden och bröderna försöker på alla sätt och vis få fram en bra espressoblandning, men misslyckas. Tills de några år senare, i mitten på 1990-talet, går förbi ett "hål i väggen" i Venedig. Under några timmar lär de sig hemligheterna bakom en lyckad espressorostning över knackig franska av Marchi Camillo, ägaren av en liten rostmaskin och kaffebar.

När smaksatt kaffe kommer är Bergstrands först ut med att nappa och de har smaker som apelsinchoklad och wienernougat. De storsatsar, men det tar en ände med förskräckelse då säljbolaget går i konkurs och allt som har satsats går förlorat.

År 1997 är de först ut med att rosta Rättvisemärkt kaffe i Sverige, då de på uppdrag av Svenska kyrkans bolag Sackeus gör deras Svenskt Kyrkkaffe. Några år senare när Sackeus är under nedläggning går Bergstrands in och köper upp större delen av företaget.

Successivt har Bergstrands Kafferosteri satsat allt mer på högre kaffekvalitet, framför allt på espresso och specialkaffe. Årsproduktionen ligger på cirka 600 ton.

Johan & Nyström – uppstickaren i Tullinge

Så sent som hösten 2004 går startskottet för ett mindre kafferosteri i Tullinge utanför Stockholm. Det är det första nya rosteriet som startar på mer än ett halvt sekel i Sverige, så genomslaget har inte låtit vänta på sig. Johan & Nyström är namnet. Bakom företaget står två Johan, Johan Ekfeldt och Johan Damgaard, och två som heter Nyström, bröderna Anders och Mats Nyström, och en Anders Holzner som med andra ord står för "&" i namnet.

Samtliga har de mångåriga erfarenheter från andra kafferosterier, där flera av dem kommer från Kahls Kaffe. Tillsammans bestämmer de sig för att starta eget och satsa på riktigt kvalitetskaffe. Ambitionen är att rosta och sälja Sveriges godaste kaffe. De är av uppfattningen att utvecklingen bland de svenska kafferosterierna nästan har stått helt stilla, samtidigt som det ute i världen börjar bli allt vanligare med specialkafferosterier. Det är här de vill in.

Att hitta odlaren bakom kaffet är en av deras käpphästar, vilket är det som gör dem unika enligt dem själva. De kan spåra upp till 60 procent av allt kaffe som de köper tillbaka till kooperativet eller gården som det kommer ifrån. Målet är inställt att allt deras kaffe på sikt ska vara spårbart, något som är mycket ovanligt inom branschen idag.

Johan & Nyströms kunder är bättre restauranger, specialbutiker, te- och kaffebutiker och typiska espressobarer. Dagens produktion ligger på några hundra ton per år av enbart specialkaffe på helböna. De vill växa lite till, men därefter är de nöjda med sin relativa litenhet.

Guldrutan – Werner Vögelis favorit

I tidiga år får Börje Johnson, grundare till Guldrutans Kafferosteri, upp intresset för kaffe i farfars rosteri i Bollnäs. Men inte förrän 1946 skaffar han sig en liten kafferost i den egna speceriaffären i Söderhamn vid Hälsingekusten. Han sätter in en annons i lokaltidningen och så börjar Guldrutans kaffe att säljas. Namnet köper han från ett

annat rosteri. Kunderna tycker att kaffet smakar bra och efterfrågan ökar. Därför lägger Börje ner affären för gott 1950 för att helt satsa på kaffet.

Från första början bestämmer han sig för att komma in på marknaderna för hotell, restaurang och storkök. Några år in på 1950-talet flyttar rosteriet till större lokaler med rostar som klarar av att köra 90 kilo kaffe åt gången. I slutet av 1960-talet har företaget sin storhetstid. Många av storköparna av kaffe, kommuner och landsting i närområdet, väljer då Guldrutan. Men glansperioden varar inte länge. Konkurrenten Gevalia ser en möjlighet att bryta sig in på storköksmarknaden och i ett nafs förlorar Guldrutan nästan 85 procent av sin volym. Nedgången slår till i samma veva som de 1969 flyttar till ännu större lokaler där rostarerna har kapacitet på 150 kilo.

Motdraget blir att rekrytera Gevalias försäljningschef på storkök. Med honom som motor bygger de upp den marknad som är deras största idag: Stockholm med fokus på små och medelstora företag. Kundvård är a och o.

Guldrutans signum genom årens lopp har varit ett kaffe som ska klara lång varmhållning. Det blir godare om det får stå ett tag enligt dem, något som till och med matkonnässören Werner Vögeli sägs uppskatta hos Guldrutan. Knepet som de använder är indirekt rostning, som ger en lägre temperatur (max 186 grader) och därmed kräver en längre rostningstid än i vanliga fall.

Än idag finns rosteriet kvar på samma plats som 1969. Börje deltar fortfarande i arbetet, men nu är det sonen Lars-Göran Johnson som basar över hela verksamheten och sonsonen Mikael som ansvarar för att cirka 100 ton kaffe rostar per år.

Ostindia – alltid nyrostat

Kort efter andra världskrigets slut, runt 1949, slår Bengt Lindberg upp portarna till sin kaffebutik Ostindia mitt inne i Stockholms centralt belägna Klarakvarter. Där säljs inte bara kaffe utan också konserver. Kaffet rostar i en källarlokal i Hjorthagen. Varumärket Ostindia registreras år 1952 och fortfarande idag är det med smärre modifieringar i princip samma kaffeblandning som säljs.

Under 1970-talet byter kafferörelsen ägare och Gunnar Dillner tar över. Han utvecklar verksamheten och startar en egen maskinagentur för kaffebryggare och espressobryggare. Dessutom erbjuder han också service av maskinerna. Espressokaffe börjar också säljas vid den här tiden och Ostindia är därmed tidigt ute i Sverige att introducera detta idag så populära kaffe.

Efter att ha drivit företaget runt två decennier tar två av hans anställda över verksamheten 1991. Det är Svante Henriksson, med tidigare erfarenhet som livsmedelshandlare, och sonen Jesper. De fortsätter att satsa på att driva en agentur av kaffemaskiner med tillhörande service. Men det mesta krutet läggs på rosteriet som sedan 1986 ligger ute i Vallentuna. Dessförinnan fanns det i Värtahamnen.

Dagens Ostindia Rosteriet AB satsar enbart på företagskunder som kaféer, hotell och restauranger, vilka de erbjuder hela paketet med kaffe, maskiner och service. Då de huvudsakligen finns i Storstockholms närområde är det möjligt för Ostindia att hålla riktigt korta ledtider och också uppfylla företagets signum – nyrostat kaffe. Lagren är

därför små och bönorna, cirka 40 ton per år, rostas allt eftersom beställningarna kommer in.

Sultankaffe – en av specialkaffets pionjärer

Namnet Sultankaffe förlorar sig i historiens dunkel på 1910-talet, men från denna tid finns kaffebehållare som använts i kaffebutiker. 1928 grundas firma Hyllén & Liljevall AB, verksamma med kolonialvaruimport i Malmö. Året därpå registreras varumärket Sultankaffe. Efter att Liljevall emigrerar till Argentina på 1930-talet fortsätter Carl Hyllén att driva bolaget vidare. Rosteriet ligger på den här tiden centralt i staden och har ett par egna butiker.

Under 1950-talet tynar kolonialvaruimporten successivt bort. När företaget renodlas till rosteri byter det namn till AB Sultankaffe. Sent femtiotal övertar den tidigare anställda Walter Eriksson bolaget och riktar in verksamheten alltmer mot restauranger. Direktförsäljning av kaffet till den tidens husmödrar i centrala Malmö sker också under en kortare tid. Men bolaget lever sitt liv lite i skuggan av de stora rosterierna.

Efter en konkurs övertar den nuvarande ägaren Magnus Perman rörelsen 1993 och företaget återuppstår som Sultankaffe Rosteri AB. Inspirerad av de då nya kaffetrenderna i USA vill Magnus vara med om att introducera specialkaffet i Sverige. Verksamheten renodlas. Från och med nu erbjuds enbart kvalitetskaffe till restauranger och kaffebutiker som vill ha något utöver de vanliga kaffesorterna. Kunderna finns till en början lokalt i Skåne, men efterhand börjar de strömma till även från övriga landet.

Sedan några år ligger rosteriet på en gård i Hörby i centrala Skåne. Där rostas och packas de mest exklusiva kaffesorterna. Ett samarbete har också inletts med ett danskt rosteri som legorostar det malda kaffet samt levererar teer. Tillverkningen ligger på cirka 25 ton per år.

Sultankaffe har nu också en internetbutik som erbjuder nyrostat kaffe, te, kaffebryggare och espressomaskiner på postorder till den växande konsumentmarknaden.