

Företagsarkiven och kulturarvet

en kvalitativ undersökning av svenska hantverks- bryggeriers arkivbildning

Erik Svensson

Examensarbete (30 högskolepoäng) i arkivvetenskap för masterexamen inom ABM-master-
programmet vid Lunds universitet

Handledare: Ann-Sofie Klareld

År: 2021

Title

Business archives and cultural heritage: a qualitative study of Swedish craft breweries' records management

Abstract

In 2019, the Archives Inquiry submitted a proposal that corporate archives should be covered by the Archives Act to ensure the preservation of the cultural archives. The purpose of the thesis is to determine the attitude of companies to long-term preservation through a case study of craft breweries. The issues I address in this essay are not unique to the brewing industry. They are relevant to the entire business community. What is the alternative to legislation? Do craft breweries want to dedicate resources to building and preserving their own archives? What is required for a craft brewery to voluntarily invest resources in arranging, listing and securing the long-term storage of its archive? These questions are addressed using a theoretical framework consisting of John Locke's ideas that people own the fruits of their labor, Adam Smith's ideas around the free market and John Stuart Mill's ideas that the state should not restrict people's freedom to gain an understanding of the relationship between citizens and state in today's society. These ideas help explain why the Archives Inquiry's proposal to legislate is problematic, but it does not explain why companies do not preserve their archives. With the help of organizational research's theories about companies' brand building, the question is answered on what is required for companies to voluntarily put resources into archives. It is a qualitative case study of craft breweries interviewed with the methods transfer and reference calls. The thesis concludes that the alternative to legislation is to encourage and incentivize companies to preserve their archives and companies are willing to do so if it benefits the company.

Keywords

Archival science, business archives, records management, craft beer, Sweden, enskilda arkiv, företagsarkiv, Brewski, Nynäshamns ångbryggeri, O/O Brewing, Stigbergets bryggeri

Ordlista

ABM = Arkiv, bibliotek och museum

Arkiv = En större eller mindre mängd handlingar som samlats som bevaras hos en arkivbildare eller på en arkivinstitution. Kan också betyda lokal där arkiv förvaras.

Arkivbildare = Myndighet, företag, organisation eller person som i sin verksamhet tar emot och skapar handlingar.

Arkivbildning = framväxt av ett arkiv

Arkivhandling = handling som ingår i ett arkiv

Arkivinstitution = organisation med uppgift att samla arkiv från olika arkivbildare för slutförvaring, vård och tillgängliggörande

Dokument = se handling

Enskilda arkiv = arkiv skapade av företag, förening, stiftelse eller person

Föreningsarkiv = se enskilda arkiv

Företagsarkiv = se enskilda arkiv

Handling = avser en framställning i skrift eller bild samt en upptagning som endast med tekniska hjälpmedel kan läsas eller avlyssnas eller uppfattas på annat sätt

Hantverksbryggeri = bryggeri som inte ägs av en bryggerikoncern

Herrelöst arkiv = arkiv utan ägare

Offentliga arkiv = arkiv skapade av myndigheter

SFS = Svensk författningssamling

Untappd = mobilapp för konsumentrecensioner

Ölstil = genre med kriterier för smak, doft och färg. Exempelvis lageröl, mild eller IPA.

1 INLEDNING	5
2 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNING	6
3 BAKGRUND	7
4 FORSKNINGSLÄGE	10
4.1 UPPMUNTRA FÖRETAG.....	11
4.2 OFFENTLIGA SEKTORNS UPPGIFT	12
4.3 AKADEMINS BEHOV	14
4.4 FÖRETAGSPERSPEKTIV	16
5 TEORETISKT RAMVERK	18
5.1 ÄGANDERÄTTEN.....	19
5.2 MARKNADSEKONOMI	20
5.3 MÄNNISKANS FRIHET	21
5.4 FORSKNINGSFÄLTET ORGANISATIONSFORSKNING.....	23
5.4.1 Kontinuitet.....	23
5.4.2 Konformitet.....	25
6 METOD	26
6.1 INTERVJU – URVAL OCH AVGRÄNSNING.....	26
6.2 NY ARKIVPEDAGOGIK.....	28
6.2.1 Transfer	28
6.2.2 Referenssamtal	29
7 ETISKA ÖVERVÄGANDEN	30
8 RESULTAT	31
8.1 PRODUKTUTVECKLING OCH PRODUKTION	31
8.2 ARKIVERING.....	34
8.3 FÖRETAGSARKIVETS FUNKTION.....	37
8.4 FÖRETAGETS RISK- OCH KONSEKVENSANALYS.....	38
9 ANALYS	39
9.1 ÄGANDERÄTTEN, PRODUKTUTVECKLING OCH PRODUKTION.....	39
9.2 MARKNADSEKONOMI, ARKIVERING OCH FÖRETAGSARKIVETS FUNKTION.....	41
9.3 MÄNNISKANS FRIHET OCH FÖRETAGETS RISK- OCH KONSEKVENSANALYS	43
10 DISKUSSION	44
11 SLUTSATSER	48
12 KÄLLOR OCH REFERENSER	50
12.1 KÄLLOR.....	50
12.2 REFERENSER.....	50
BILAGA 1. UNTAPPD	59
BILAGA 2. INTERVJUFRÅGOR	60

1 Inledning

2019 överlämnades arkivutredningen *Häriifrån till evigheten: en långsiktig arkivpolitik för förvaltning och kulturarv* SOU 2019:58 till Kulturdepartementet med förslag till en ny arkivlag. Enligt förslaget ska det i 2 § stå det att ”arkiven är del av kulturarvet” och i 1 § att lagen ska ”främja tillgången till kulturarvet”. Lagen ska tillämpas på offentliga arkiv och enskilda arkivinstitutioner som drivs med statliga medel (Sverige Arkivutredningen 2019, s. 41).

För att sätta arkivutredningens förslag i en kontext börjar vi med att belysa skillnaden mellan offentliga arkiv, företagsarkiv och kulturarv. Den svenska arkivsektorn delas in i offentlig och enskild. Till offentlig sektor räknas arkiv inom stat, regioner och kommuner. Enskilda arkiv bildas av företag, förening, privatperson eller liknande. De omfattas inte av offentlighetsprincipen som allmänna handlingar i offentlig sektor gör eller nuvarande arkivlag. I utredningen står det att aktörer i den enskilda sektorn sällan reflekterar över att deras verksamhet bildar arkiv och därmed är en del av kulturarvet. Det riskerar också att försvåra rättskipning, förvaltning och forskning. I nuvarande arkivlag (SFS 1990:782) 3 § står det att ”Myndigheternas arkiv ska bevaras, hållas ordnade och vårdas så att de tillgodoser [...] 2. behovet av information för rättskipningen och förvaltningen, och 3. forskningens behov”. Det gäller inte den enskilda sektorn. Utredningen skriver att det skulle kunna bli ett problem i framtiden i takt med att fler företag etablerar sig i välfärdssektorn (Sverige Arkivutredningen 2019, s. 152–154).

Vad är då kulturarv? Arkivutredningen skriver att det inte finns en klar definition. Utredningen vänder sig till Regeringens propositioner för att se hur de definierar begreppet. Kulturarvsbegreppet har skiftat över tid, men mycket kortfattat kan det sammanfattas i något värdefullt som har skapats genom åren och ligger till grund för vårt gemensamma minne. Arkiven fyller en viktig funktion för att bevara kulturarvet för att det ska vara möjligt att lära av historien (Utbildningsdepartementet 1987, s. 27; Utbildningsdepartementet 1989, s. 29, 32; Kulturdepartementet 2016, s. 58). Med förslaget vill staten genom arkivlagen säkra bevarandet av den del av vårt kulturarv den enskilda sektorn utgör.

På samma sätt som det finns offentliga arkivinstitutioner som mottar arkiv finns det enskilda arkivinstitutioner. Dessa finansieras med de arkivbildande företagens medlemsavgifter, avgifter för förvaring och statsbidrag. I lagförslaget vill utredningen att de enskilda arkivinstitutioner som tar emot statsbidrag ska locka användare att ta del av arkiven för att leva upp till lagens

krav att främja kulturarvet. Det är ett en förutsättning för att ta del av de statliga bidragen. Om utredningens förslag att enskilda arkivinstitutioner ska omfattas av den nya arkivlagen lyfter utredningen risken att statens och medlemmarnas intressen skulle kunna krocka. Utredningen skriver också att i en globaliserad värld där utländska ägare köper svenska företag kan det uppstå oklarheter om det svenska företagsarkivet ska stanna i Sverige eller ej (Sverige Arkivutredningen 2019, s. 42, 155, 161).

Arkivutredningens förslag gäller hela näringslivet. Det är för omfattande att undersöka inom ramen för en masteruppsats, varför jag har valt att göra en fallstudie av svenska hantverksbryggerier. Öl är en så stor del av det svenska kulturarvet att det räcker med att säga ”stor stark” så vet de flesta vad man menar. Det håller dock på att förändras. Den svenska trenden med hantverksbryggerier har på kort tid vuxit. Hantverksbryggerierna har breddat utbudet för öldrickande konsumenter till en subkultur. Antalet svenska bryggerier 2010 var 42 st. 2017 hade antalet ökat till 392 st. Det är en ökning med 816% (SCB 2018). Ökningen är intressant ur ett arkivperspektiv. Nystartade företag har ofta inte hunnit samla på sig stora mängder arkivhandlingar, så är inte fallet med vissa hantverksbryggerier. När ett företag startar ligger fokus på att etablera sig på marknaden. I små företag sköter ett fåtal personer samtliga arbetsuppgifter: administration, produktutveckling, produktion, städning och distribution. Det ger inte mycket tid över till att tänka på företagets arkiv.

2 Syfte och frågeställning

Syftet med uppsatsen är att komma fram till vilken inställning företag har till långtidsbevarande genom en fallstudie av hantverksbryggerier. Frågorna jag tar upp i denna uppsats är inte unika för bryggeribranschen. De är relevanta för hela näringslivet. Målet är att ta reda på om mina idéer att utgå från företagets vardag och uppmuntra dem att använda sina arkiv ger möjligheter att bevara kulturarvet från den enskilda sektorn och på så sätt undvika tvingande lagstiftning.

- Vad är alternativet till lagstiftning?
- Vill hantverksbryggerier lägga resurser på sina egna arkiv?
- Vad krävs för att ett hantverksbryggeri frivilligt ska lägga resurser på att ordna, förteckna och säkra långtidsförvaringen av sitt arkiv?

I arbetet har jag intervjuat representanter från fyra svenska hantverksbryggerier. Med hjälp av de tre klassiska liberala filosoferna: John Lockes, Adam Smiths, och John Stuart Mills tankar kring äganderätten, marknadsekonomi och människans frihet har jag skapat en förståelsehorisont för dagens relation mellan staten och medborgarna. Denna relation gäller i allra högsta grad bryggerierna i min undersökning. De verkar i en hårt reglerad bransch. De liberala filosoferna ger en förståelse till varför bryggerierna sköter sin dokumenthantering som de gör men det besvarar inte varför vissa arkiverar och andra inte. Genom organisationsetiska teorier ska jag visa hur företag väljer att använda företagsarkiv som en resurs eller väljer bort det egna arkivet p.g.a. att det är ointressant i den dagliga produktionen.

Min utgångspunkt är att en vanlig föreställning i samhället i stort är att arkiv är dammigt och tråkigt. I samtal med arkivarier och med egna erfarenheter tecknar sig en bild där personal från arkivet har en pedagogisk utmaning att förklara för en ointresserad varför det är betydelsefullt att skicka handlingar till arkivet.

3 Bakgrund

För att få en fördjupa förståelse för arkivutredningens ståndpunkt följer en bakgrund till statens förändrade inställning till enskilda arkiv i allmänhet och företagsarkiv i synnerhet. Staten har gått från att samla in arkivhandlingar som har saknats till att slå vakt om den akademiska forskningens behov och det kulturhistoriska värdet. Två intressen som ofta sammanfaller med varandra. Den huvudsakliga anledningen till att dagens hantverksbryggerier arkiverar är affärsmässiga. De arkiverar för att leva upp till myndigheternas lagkrav på att dokumentera verksamheten och för det egna kvalitetsarbetet. De arkiverar inte med för att tillgodose forskningens behov.

Riksarkivet har en lång tradition att ta emot enskilda arkiv. Under 1600-talet beslagtogs staten arkiv under reduktionen när grevar fråntogs sina grevskap och deras ägodelar auktionerades ut. Det kunde även röra sig om utmätning när en adelsman hade skulder till staten (Hedar 1935, s 5–18). Staten köpte också in arkivhandlingar av bland andra Axel Oxenstierna 1848, eller fick i gåva och har även tagit emot depositioner (Johnson 1968, s. 202). Arkiven har varit intressanta och betydelsefulla att hämta in på grund av adelsmännens tjänstgöring i statsförvaltningen (Boëthius et al. 1924).

Under 1900-talet förändrades statens syfte att ta hand om enskilda arkiv från att täppa till luckor i statsförvaltningens arkiv till att tillgodose akademins behov av källmaterial från den enskilda sektorn. I början hände det att enskilda arkiv har bevarats med lite tur genom att staten har gått in som ägare (Thelin & Ydreskog 1971). Ferna bruk är ett exempel på när arkivalier från brukets första epok under 1600-talet följde med när bruket togs över av staten genom utmätning 1934. Byggnaderna förutom huvudbyggnaden revs. Endast ett omfattande arkiv vittnar om brukets långa historia (Ulate-Segura 1972).

Det finns exempel på företagsarkiv med rikt källmaterial men arkivhanteringen har länge varit bristfällig i näringslivet. Ett sådant exempel var Stora Kopparbergs Bergslags. Företagsarkivarien Einar Liljeroth (1954) beskrev att hantering av arkivhandlingar var bristfällig redan på 1300-talet när kung Magnus Eriksson fick till svar att det gamla privilegiebrevet hade försvunnit p.g.a. slarv. Företagets arkivverksamhet hade rötter tillbaka till 1680. Med företagets dominerande ställning i samhället dokumenterat i de 180 000 volymerna gav det forskare ett rikt källmaterial att forska på Faluns och delar av Dalarnas historia.

1957 bildades Näringslivets arkivråd (NLA) och året därpå rapporterade Åke Kromnow (1958) från NLA:s första arkivdagar att näringslivets arkivarier i regel saknade vetenskaplig arkivari-utbildning och efterfrågade möjligheten till kompetensutveckling. Därefter har NLA utvecklats till en stabil stödfunktion till näringslivet med råd och stöd i frågor om nya tekniska hjälpmedel som mikrofilm och datorer (Englund & Gidlöf 2018, s. 38–40; Edquist 2018, s. 21–22). Ett företag som under 1940-talet själva försökte komma till rätta med det var Billeruds. Det använde Dewey decimalklassifikation för att registrera företagets handlingar in på 1960-talet. Näringslivets arkivråd och Riksarkivet tog gemensamt fram en praxis till företagen som påminde om allmänna arkivsystemet. Decimalsystemet hade fått kritik för att frångå proviensprincipen och problemet att ämnesrubrikerna inte ändrades i takt med att nya typer av handlingar tillkom (Jansson 1999).

Fler exempel lyftes fram för att visa hur illa ställt det var utifrån forskningens behov. Det gjordes en inventering av glasbruksarkiv mellan 1860 och 1914 för att visa hur enskilda arkiv har gått förlorande. Bränder i hyttorna var inte enda förklaringen. Konkurs och nedlagda företag där byggnader hade rivits och arkivalier hade förstörts. Aktiebolagsformen hade också bidragit till att arkivhandlingar har gått förlorade i transporter mellan bolagsstyrelsens säte annan ort

och bruket. I vissa fall hade dock arkivhandlingar från bruk påträffats i moderbolagets arkiv (Fogelberg 1968).

I slutet av 1960-talet började det hända någonting då några av Värmlands stora bruk letade efter arkivinstitutioner som kunde ta emot deras historiska arkiv. Länsstyrelsen tillsammans med näringslivet, landstinget, Karlstads kommun, högskolan och Värmlands museum beslutade 1970 att starta Föreningen Värmlandsarkiv. Arkivet blev den första enskilda arkivinstitutionen (Nilsson 1973). Kostnaderna delades lika mellan landstinget, kommunen och företagen (Gidlöf 1981). Det var början på en trend. I slutet av 1980-talet hade intresset från näringslivet ökat och fler enskilda arkivinstitutioner hade startats med ekonomiskt stöd från Riksarkivet (Gidlöf 1987; Lenander Fällström 1992; Mattsson 1992).

1977 fick Riksarkivet i uppdrag att utreda hur företagsarkiven skulle bevaras. 1984 kom två förslag i betänkandet *Att bevara företagsarkiv* (Riksarkivet 1984). Utredningens uppgift var att utreda hur företagsarkiv skulle bevaras för att tillgodose den akademiska forskningens behov. Utredningen var tydlig med att alla arkiv inte kunde bevaras. Det skulle ske ett urval, dock skulle inte urvalskriterierna vara lagstadgade. Det skulle istället skrivas riktlinjer. Huvudförslaget gick ut på en lösning med en central arkivdepå med ett nationellt sekretariat med uppgift att stötta företag. Det hela skulle bygga på frivillighet att leverera. Förslaget skulle i huvudsak finansieras av näringslivet. Det andra förslaget gick ut på att regionala arkivdepåer skulle etableras och organisationen skulle drivas av en förening.

Det är inte bara arkivariekåren i offentlig sektor som har haft svårt att väcka näringslivets för arkiv. Landsarkivarien Anna Christina Ulfsparré (2002) beskrev hur företagens arkivarier ständigt måste arbeta med att marknadsföra arkivet och värdet det har mot både ledning och användare. Ulfsparré skriver att arkiven borde kunna användas av stora företag att bygga en gemensam identitet hos personalen. Framgångsrika företagsarkiv har utbildade arkivarier. Finns det inte det så måste arkivutbildningar riktade till näringslivet på ett eller annat sätt nå företagsledare. Ulfsparré menar att de som nås av informationen att arkivet är viktigt så är de eniga och vill veta vad som ska bevaras. Samma år lades Arkivutredningen Arkiv för alla (2002, s 113–114) fram med förslaget att enskilda arkiv också skulle nämnas i arkivlagens lydelse att arkiv är en del av kulturarvet, dock skulle inte staten ha befogenheter att styra enskilda arkivinstitutioner.

2011 arrangerades temadagen med titeln *Bränn skiten!*. Titeln skulle väcka intresse för arkiven. Temat var arkivens betydelse för historisk forskning och kulturarvet. Ann Hörsell chef för Riksarkivets avdelning för enskilda arkiv ansåg att enskilda arkiv skulle nämnas i arkivlagen att de är en del av det nationella kulturarvet. Det talades om risken för historielöshet och de enskilda arkivens roll att komplettera de offentliga arkiven (Sundby 2011; Holm & Carlsson 1975, s. 9–10). Samuel Edquist (Edquist 2018, s. 20–21) professor i historia vid Mittuniversitetet skriver i antologin *Enskilda arkiv* att Sverige är det enda landet i Norden där enskilda arkiv inte omfattas av lagen och därmed har det svagaste juridiska skyddet i Norden. Det verkar inte vara någon som har ställt sig frågan om företag har samma inställning och prioriteringar som arkivarier när det kommer till arkiv.

Arkivutredningens förslag är det senaste i en lång rad förslag för att lösa problematiken att företagsarkiv inte bevaras i så hög grad som den akademiska forskningen och arkivarietårerna vill. På senare år har NLA varit frånvarande i diskursen rörande företagsarkivens bevarande för den akademiska forskningen skull och det kulturhistoriska värdet. Företagsarkivarier har i stället efterfrågat handböcker i digital dokumenthantering (se Bodin, Sahlén & Sjögren 2000; Bodin & Sundqvist 2005; Askergren 2009; Sahlén 2016) något samtliga företag tvingas lära sig hantera. Det gör också bryggerier. I uppsatsen undersöks hantverksbryggerier eftersom de är intressanta då de är en del av en bransch där företagen i många fall är medvetna om bryggeribranschens kulturhistoriska värde. Nynäshamns ångbryggeris VD Thomas Hansen¹ känner familjer där bryggaryrket har gått i arv i generationer. Det finns också ett flertal hantverksbryggerier som har återupptagit nedlagda bryggeriers namn och historia (Alingsås bryggeri AB 2021; Limhamns bryggeri 2021; Mora bryggeri AB 2021).

4 Forskningsläge

I detta avsnitt kommer jag gå igenom tidigare forskning relevant för uppsatsens frågeställning. Forskning kring enskilda arkiv i allmänhet och företagsarkiv i synnerhet har varit liten men sträcker sig över nästan 100 år. Trots det har den lagt en grund att stå på när jag har genomfört min undersökning. Forskningen har dominerats av arkivarier verksamma i offentlig sektor. I huvudsak har det varit anställda vid Riksarkivet och landsarkiven. Det har medfört att forskningen har utgått från ett samhällsperspektiv där företagsarkiv har betraktats som betydelsefulla och värda att bevara. Sedan 1924 har forskarsamtalet handlat om akademins behov av

¹ Telefonintervju med VD Thomas Hansen Nynäshamns ångbryggeri 2021-02-23.

företagsarkiv som källmaterial och arkivariekårens försök att hjälpa forskarna. I forskningen har jag identifierat fyra teman. Utifrån dessa har forskningen lagt fram lösningar som skulle kunna leda till att fler företagsarkiv bevaras. Tidigare forskningen har även granskat lösningar så som nystartade enskilda arkivinstitutioner. Nedan följer en genomgång av teman: uppmuntra företag, offentliga sektorns uppgift, akademins behov och företagsperspektiv. Med akademien menas andra forskare än arkivvetare för att hålla isär forskare inom arkivvetenskap och forskare från andra fält.

4.1 Uppmuntra företag

I perioder har arkivarier försökt uppmuntra företag att se värdet i sina egna arkiv och satsa resurser på bevarande av arkiven. Den 4 februari 1924 höll Historiska klubben och Föreningen för svensk kulturhistoria en paneldebatt om enskilda arkiv. Arkivrådet Bertil Boëthius et al. (1924) diskuterade hur arkiven skulle räddas och en långsiktig lösning till bevarandeproblematiken. Boëthius inledde med att förklara att många bruksarkiv, gårdsarkiv och företagsarkiv förvarades i lokaler där de riskerade att förstöras av brand eller vatten. Boëthius sa att de statliga arkiven inte längre hade möjlighet att ta emot enskilda arkiv. De skulle lägga resurser på sitt huvudsakliga uppdrag att bevara statens arkiv. Boëthius ansåg att lösningen låg i att uppmuntra den enskilda sektorn att ordna sina arkiv.

Arkivarien Per Sondén pläderade att det skulle öppnas en central depå alternativt regionala depåer. Det motsatte sig riksdagsmannen Anders Pers och fyllde i att staten redan hade knappa resurser att ta hand om sina egna arkivhandlingar. Sondén svarade att näringslivet skulle finansiera depån. Arkivarien Erik Neumann inflikade att en orsak till att arkiven från handelshusen hade förstörts berodde på att ägarna ville undgå att utomstående skulle ta del av deras räkenskaper. Boëthius lösning på problemet löd att arkivarierna skulle arbeta med att få företagen att intressera sig för sina äldre arkivalier. Boëthius förhoppning var att det skulle leda till att företagen skulle vårda sina arkiv bättre. Det skulle också vara ekonomiskt. Boëthius menade att statens skulle hjälpa till ”Självhjälp är bättre än statsförmyndarskap”. Debatten sammanfattades i att näringslivet skulle informeras om att deras arkiv hade ett värde för historieforskningen. Boëthius ville bevara företagsarkiven men sa att det var upp till företagen om de skulle bevara sina arkiv. Staten skulle uppmuntra företagen att intressera sig för arkiven och bistå men inte tvinga. Det är bra poänger som jag återkommer till i diskussionen. Boëthius resonemang överensstämmer med John Stuart Mill och organisationsforskningen.

Arkivarierna Åke Kromnow (1953) och Ann-Marie Lenander Fällström (1990) har lyft fram företagens problem att hantera stora mängder handlingar och företagens okunskap om arkivrutiner. Både Kromnow och Lenander Fällström kom fram till att företagen inte hade möjlighet att bevara samtliga handlingar men saknade kunskap vad som kunde gallras. Det saknades praxis i näringslivet hur arkiv skulle förtecknas och skrev att erfarenheterna från offentlig sektor inte nådde näringslivet. Åke Kromnow gjorde en poäng av att företagen såg en ekonomisk nytta att anställda inte slösade arbetstid på att leta efter handlingar (se också Bodin et al. 2000). Ann-Marie Lenander Fällström återkommer till att företagens administration resulterar i stora mängder handlingar, bristande kunskaper kring arkivering, forskningens behov och problematiken att företagsarkiv inte bevaras för framtiden efter företagsnedläggningar. Lenander Fällström skriver att företag kan använda sig av arkivet för att lyfta fram traditioner och skapa gemenskap hos personalen.

Att uppmuntra företagen kanske inte fick det genomslag som forskarna har hoppats på. Ekonomhistorikern Rolf Adamson och bibliotekarien Ola Christensson (1969) skrev i *Historisk tidskrift* att företagsarkivens hade betydelse för forskningen. De pekade på att Åke Kromnows (1947) handbok *Hur man ordnar ett industriarkiv* hade haft betydelse för att företagen har vårdat sina arkiv. De gav två möjliga förklaringar till varför företagen inte satsade mer på arkiven. Företagen hade inte råd och så var det inte en prioriterad fråga. Adamson och Christensson noterade också att några företagsledningar tog illa vid sig när medlemmar i regeringen i valrörelsen 1968 tyckte att det staten skulle gå in och lösa arkivfrågan åt näringslivet. Det är här denna uppsats tar vid och undersöker hur företag i dag kan uppmuntras att satsa på sina arkiv. Adamsons och Christenssons förslag till en lösning var att arkivarierna och forskarna skulle gå ihop och ta fram en handbok om gallring med rekommendationer vilka handlingar företagen skulle bevara. Vilket leder oss in på nästa tema. Det är den offentliga sektorns uppgift att se till att företagsarkiven bevaras för framtiden.

4.2 Offentliga sektorns uppgift

I forskningen finns det resonemang om att det är den offentliga sektorns uppgift att ta hand om företagsarkiv för att se till att de bevaras för framtiden. Det rörde sig om herrelösa arkiv från nedlagda företag och där ägaren inte längre ville förvara arkivet. I och med att enskilda arkivbildare inte omfattades av lagstiftning fanns risken att enskilda arkiv skulle gå förlorade.

Offentliga arkivinstitutioner skulle vara tongivande i arbetet att bevara dem. Det finns förslag i forskningen att bygga en central arkivdepå som till största delen skulle finansieras av näringslivet. Det var en förlängning av Riksarkivets arbete med att sammanställa ett nationellt register över enskilda arkiv för att få en överblick och en sökväg in till redan befintliga men icke fullständiga register (Carlsson 1974; Smedberg 1985). Arkivarie Josef Edström (1961) redogjorde för Landsarkivets arbete att inventera enskilda arkiv i Västsverige inleddes en inventering. Den koncentrerade sig på tre typer: företagsarkiv, gårdsarkiv och riksdagsmäns arkiv. Tanken var inte att det skulle levereras arkiv till Landsarkivet i Göteborg. Målsättningen var att skaffa sig kunskap om vilka arkiv som fanns. Den historiska och samhällsvetenskapliga forskningen var i behov av nytt källmaterial.

Ännu en inventering genomfördes. Denna gång av Sveriges Arbetsgivareförening för att kunna uppskatta hur mycket företagsarkiven växte. Efter gallring låg den årliga tillväxten hos näringslivet på 16 hyllmil. Hos företagen fanns en osäkerhet vilka arkivalier forskningen var intresserad av. Med anledning av det tillfrågades landets professorer i ekonomisk historia. För att vägleda näringslivet skulle gallringsrekommendationer komma. Under 1970-talet hade Riksarkivet uppvaktat regeringen som tillsatte en statlig utredning om företagsarkivens bevarande där akademins behov sattes i centrum. Utredningen skulle ta ett helhetsgrepp och lösa frågan hur enskilda arkiv skulle bevaras (Rundberg 1980). Utredningen kom fram till att antingen skulle staten förvara enskilda arkiv finansierat av näringslivet eller så skulle det öppna regionala enskilda arkivinstitutioner (Riksarkivet 1984).

Under 1960-talet skulle landsarkiven i Lund och Uppsala ta emot enskilda arkiv om det fanns utrymme till det. Enligt arkivarien Seved Johnson i Lund borde flera av de enskilda arkiven inte ha tagits emot. Landsarkivet i Lund hade blivit strängare i valet vilka enskilda arkiv som accepterades och i Uppsala var också där urvalet strikt i vilka enskilda arkiv som togs emot (Johnson 1968; Lundberg 1968). Mellan 1968 och 1975 ökade mängden enskilda arkiv hos Riksarkivet så kraftig att myndigheten tvingades upphöra att ta emot nya arkiv (Holm & Carlsson 1975, s. 6).

Från 1969 till 1990 hade de enskilda arkiven tillkommit i så hög grad att de utgjorde en fjärdedel av Landsarkivet i Vadstenas totala bestånd. Det innebar att det saknades resurser att ordna och förteckna materialet. I vissa fall hade enstaka företag skänkt ekonomiska bidrag. Utöver det borde landsarkiven få ökade resurser för att kunna upprätthålla kontakter med näringslivet och

en bättre samordning mellan landsarkiven och Riksarkivet (Pursche 1992). Bengt Danielsson (1991) beskrev att det var svårt för statliga arkivarier att uppfylla sin plikt att tillgodose akademins behov med små resurser att ta hand om företagsarkiv. Det berodde delvis på bristande intresse från näringslivet bortsett från nystartade Nordvästskånes Företagsarkiv. Forskningen under 1970-talet fram till mitten av 1990-talet stötte och blötte frågan hur offentliga arkivinstitutioner skulle kunna ta hand om enskilda arkiv utan att komma fram till en lösning. Det blev inte så att en statlig arkivdepå byggdes. Undertiden frågan diskuterades tog initiativ till regionala lösningar.

I takt med att en definitiv lösning uteblev började forskningen intressera sig för regionala initiativ. Det startades enskilda arkivinstitutioner. Värmlands arkiv var först och studerades för att se om det var en framgångsrik lösning på problemet. Mot slutet av 1990-talet hade antalet regionala enskilda arkivinstitutioner ökat till så pass många att Alain Droguet (1998) skrev i *La Gazette des archives* att folkrörelsernas arkiv som ett typiskt svenskt fenomen och nämner även näringslivsarkiven. Folkrörelsearkiven och föreningarna som driver näringslivsarkiven mottar ekonomiskt stöd från Riksarkivet. Forskningen på senare år verkar vara överens om att lösningen med föreningar där företag är medlemmar är det bästa sättet att bevara företagsarkiv. Föreningarna kan väcka företagets intresse för sitt arkiv och kan bättre skydda det kulturhistoriska värdet arkiven utgör mot gallring. Värden företagen inte alltid är medvetna om (Gidlöf (2005; Lundqvist (2009).

4.3 Akademiens behov

Parallellt med ovan nämnda teman har forskare från andra forskningsfält betonat för arkivariekåren att företagsarkiv är betydelsefullt källmaterial. Uppgifterna om företag i offentliga arkiv ger en ensidig bild av samhället. Forskare har sedan konferensen 1924 brottats med problemet att källmaterial från företag har förstörts och har sedan dess vid upprepade tillfällen slagit larm. Akademiens behov av att bevara företagsarkiv för forskningens skull tillsammans med det kulturhistoriska värdet har blivit de tyngsta argumenten för att motivera varför offentliga medel ska läggas på arkiv som företag inte själva är intresserade av att bevara.

Den akademiska forskningen hade bidragit till att besöken till landsarkiven hade ökat markant sedan landsarkiven hade öppnats. Det hade resulterat i att personalen inte hann med att ordna och förteckna arkiv i takt med att också leveranserna från myndigheter ökade. Det gjorde att

landsarkiven inte heller kunde ta emot enskilda arkiv. För att lösa situationen föreslogs att fler skulle anställas och landsarkivens distrikt minskas (Swedlund 1950). Larmen om landsarkivens ansträngda situation fortsatte komma. Besöksantalen fortsatte att öka när forskare från fler forskningsfält än historia hade hittat till Landsarkiven i Lund och Uppsala (Svensson 1962). Arkivarie Lars Nilsson (1969) beskrev att inventering, utbildningsinsatser och annonsering efter enskilda arkiv hade gett effekt. Förfrågningar på materialet och erbjudande att leverera arkiv ökade så pass att Landsarkivet i Vadstena hade svårt att med befintlig personalstyrka möta efterfrågan. Antal förfrågningar från forskare förväntades öka. Brist på lediga lokaler var också ett bekymmer. Denna del av arkivforskningen visar att de statliga arkivinstitutionerna lyssnade till akademins behov genom att tillgängliggöra arkiven för besökare och ta emot enskilda arkiv. Det Bengt Danielsson ovan beskrev som en plikt.

Ett flertal forskare (Grage 1958; Lundh 1976; Hasselberg et al. 2002; Karlsson 2007) har betonat företagsarkivens bidrag till den akademiska forskningen med konkreta exempel. Firman Carnegy & Shepards hade verksamhet i Göteborg under 1770-talet. I arkivet finns korrespondens mellan företag och listor över export av sill, järn m.m. ut från Göteborg. Det gör att Carnegy & Shepards arkiv ger värdefull kunskap om livet i Göteborg under 1770-talet. Brevens bruks arkiv 1766-1920 ger prov på komplexiteten hos ett enskilt arkiv. Brevens bruk ingick i ett stort fideikommiss och hade egen kyrka, sjukkasse m.m. Genom en sammanhållen arkivbildning som denna ger enskilda arkiv inblickar i olika delar av samhället till skillnad från offentlig sektor med en splittrad arkivbildning där arkivbildares arkivhandlingar förvaras var för sig. Ett ytterligare exempel är forskning på korrespondens mellan företags verkställande direktörer är det möjligt att få inblick i deras personliga nätverk och få reda på varför vissa strategiska beslut har fattats med bäring på samhällsekonomin och företagsarkivens personalhandlingar är ett rikt källmaterial för att undersöka arbetsmarknaders historia.

Forskarna gör tydliga poänger när de lyfter fram enstaka exempel på företagsarkiv för att visa deras rika källmaterial. Det verkar finnas ett ointresse för företagsarkiv inte bara från företagen utan också inom arkivvetenskapen. Att lyfta fram enstaka exempel kan väcka intresset för redan arkivintresserade men mer är det inte. Det är möjligt att det är syftet och det är inget fel i det. På senare år har det utvecklats till en metodik för att ge företag idéer hur de kan använda sitt arkiv med hop om att företaget ska se dess värde. Det har gett genomslag i några masteruppsatser skrivna det senaste decenniet med, vilket för oss in på nästa avsnitt.

4.4 Företagsperspektiv

I masteruppsatsen *Hur arkiverar Sveriges byggföretag? - ett försök att finna arkiveringspraxis i en för kulturarvet viktig företagsbransch* undersökte Nils Högman (2010) byggföretag för att få svar på om de har arkivrutiner för bevarande av handlingar med kulturhistoriskt värde. I de fall där det finns ett kulturarvsperspektiv kring arkivering bortprioriteras det i den ekonomiska planeringen. Det är inte byggföretagets ansvar. Johan Sandberg (2016) har i masteruppsatsen *Arkiverad identitet - en kvalitativ studie om företagsarkiv som redskap för att synliggöra företagsidentitet via varumärke och kommunikation* undersökt företagsarkiv och hur företag använder sig av sitt arkiv i kommunikation och marknadsföring. Sandberg har sin utgångspunkt i begreppen Corporate Branding, Corporate Identity och History Marketing. Utifrån dessa analyserar Sandberg hur sex svenska företags hemsidor för att ta reda på vilka typer av källmaterial företagen har lyft fram för att kommunicera sina varumärken och identiteter för att marknadsföra sig. Sandberg konstaterar att företagens arkivhandlingar spelar en viktig roll i företagens berättelser. Företagen har spelat en roll i samhället och i människors vardag.

Hanna Bergholm och Emilia Jacobsson (2016) undersöker i sin masteruppsats *Företags uppfattningar om arkivering - en kvalitativ studie av svenska små och medelstora företags arkiveringstraditioner och historiesyn* vilken typ av handlingar företag arkiverar och hur de används med ändamålet att skapa en förståelse för hur företag resonerar kring sitt arkiv och historia. Bergholm och Jacobsson kommer fram till att företag arkiverar det som är nödvändigt för verksamhetens drift. Få företag har en strategi hur de ska använda sin historia. Om ett företag använder sig av arkivmaterial är det i sin marknadsföring. Bergholm och Jacobsson skriver att företagen inte omfattas av arkivlagen och det signalerar att företagens handlingar inte är värda att bevara.

Under andra halvan av 2010-talet har de teknologiska utmaningarna rörande digital arkivering som enskilda arkiv står inför lyfts (Hansen & Sundqvist 2016, Svärd 2017). Folkrörelsearkiven har vuxit fram ur en decentraliserad gräsrotsrörelse. Det gör att de enskilda arkiven kompletterar de offentliga arkiven och representerar civilsamhället. På senare år har arkiven flyttat fokus från arkivbildarna till användarnas och samhälleliga intressen. Det riskerar att skada arkivbildarnas förtroende för de enskilda arkivinstitutionerna. Hansen och Sundqvist lösning lyder att folkrörelsearkiven ska med hjälp av personal med rätt kompetens vägleda arkivbildarna i deras arkiveringsarbete. Det saknas e-arkivlösningar och upparbetade rutiner. De enskilda arkivinstitutionerna måste involveras i ett tidigare stadium när arkivhandlingarna skapas. De ska arbeta

tillsammans med arkivbildarna och förklara vilka utmaningar som finns i att ta emot digitala handlingar.

Det finns teknologi som företag anser vara prisvärda och som dessutom driver på utvecklingen inom e-arkivlösningar. Hantverksbryggeriet Ängöl har använt blockchainteknologi i sin produktion av ett ekologiskt öl där det är möjligt att följa hela produktionskedjan från leverantör till slutprodukt (Helt spåret 2021). Arkivarierna Sharmila Bhatia och Anthony D. Wright de Hernandez (2019) skriver att blockchainteknologin är inte ny och används redan. De skriver att arkivarier måste fördjupa sina kunskaper hur teknologin fungerar för att kunna arkivera informationen i framtiden. Mark Bell et al. (2019) ser blockchainteknologin som en potentiell lösning på problemet att kunna säkerställa att digital information är autentisk. Arkivarier bör arbeta för att myndigheter använder teknologin redan nu för att informationen ska vara tillförlitlig när den så småningom ska arkiveras.

Anders Gidlöf (2020) lyfter frågan varför det inte startades en statlig central arkivinstitution för enskilda arkiv. Svaret är att Centrum för Näringslivshistoria har med hjälp av näringslivet tagit på sig den uppgiften. Det har också kompletterats med regionala enskilda arkivinstitutioner. Gidlöf ställer frågan om det kan bero på politisk ideologi att inte satsa skattemedel på enskilda arkiv. Gidlöfs ansats med artikeln var att lära av historien och lärdomen lyder ”att man ska inte vänta för länge med att komma igång. [...] Det är bättre att börja i liten skala och pröva sig fram längs vägen med större framtida mål.” (Gidlöf 2020, s. 76).

I masteruppsatsen *Att vara eller inte vara laglösa - en intervjustudie om hur den enskilda arkivsektorn ställer sig till att inkluderas i arkivlagen och deras plats i kulturpolitiken* skriver Nina Hamrén och Malin Svelander (2020) om arkivutredningens förslag att arkivlagen ska gälla enskilda arkiv och hur omfattande lagen i så fall skulle vara. I undersökningen intervjuades folkrörelsearkiv och företagsarkiv. Hamrén och Svelander kom fram till att informanterna var osäkra på vad det skulle innebära. Arkivutredningen skriver inte vad arkivlagen skulle innebära rent konkret. I förslaget framgår det inte vad som skulle hända med ett enskilt arkiv som klassas som kulturarv och vad det inverkar på äganderätten. Hamrén och Malin Svelander skriver också att ett lagskydd skulle ge enskilda arkiv högre status samtidigt anser flera informanter att den enskilda sektorn fortsatt ska förvalta de enskilda arkiven i egenskap av experter på materialet.

Tidigare forskning har genom nyinstitutionell teori, historiebruk, kraftfältanalys, organisationsteori och marknadsföringsteori (Bergholm & Jacobsson 2016; Sandberg 2016; Hamrén & Svelander 2020) analyserat enskilda arkiv för att undersöka hur företag resonerar kring sina arkiv och för att förstå företagets situation. Med skilda frågeställningar och infallsvinklar har författarna kommit fram till att arkivhanteringen i näringslivet har en svag ställning. Samtliga skriver att det finns fördelar med att låta arkivlagen omfatta också enskilda arkiv för att hjälpa till att säkra bevarandet av kulturarvet. Forskning är inne på förklaringar att det är marknadskrafter och annan lagstiftning som styr vilken typ av handlingar företag arkiverar och visar förståelse för det. I denna uppsats utgår jag från tre filosofer som har haft stor betydelse för hur spelreglerna i dagens näringsliv ser ut. Det är samma spelregler som tidigare forskning har undersökt och förhållit sig till. Utifrån John Lockes teori om äganderätt, Adam Smiths teori om marknadskrafter och John Stuart Mills teori om människans frihet ska jag besvara mina forskningsfrågor.

Jag hävdar att tidigare forskning har försökt förstå företagsarkiv utifrån felaktiga premisser. Företagsarkiven måste förstås utifrån företagsekonomiska realiteter. Tidigare forskning har skrivit om history marketing (Bergholm, H. & Jacobsson, E. 2016; Sandberg 2016) utan att gå på djupet vad det innebär. Alexander Schugs (2010) bok *History marketing: använd företagets historia i kommunikation och marknadsföring* är en handbok till företag hur det ska använda arkiv för att stärka och vårda sitt varumärke. Boken saknar fördjupande resonemang till varför ett företag ska göra det. Ovan har jag gett en kort introduktion till organisationsforskning med fokus på konsumenters upplevda autenticitet av företag. Med hjälp av den teorin ska jag beskriva hur äldre bryggerier med lång historia använder sitt arkiv för att skapa autenticitet och hur nyare bryggerier med kort historia skapar autenticitet genom att brygga öl som tänjer på gränserna för vad olika ölstilar är.

5 Teoretiskt ramverk

I detta avsnitt utvecklar jag det teoretiska ramverket i frågeställningen kring hantverksbryggeriernas arkivering. I dagens näringsliv identifierar jag tre grundläggande principer. Det är: äganderätten, marknadsekonomi och näringsfriheten. Dessa tre principer reglerar relationen mellan staten och medborgarna och i förlängningen hantverksbryggerierna. Dessa tre principer är mer än teorier. De avspeglar sig i rådande lagstiftning som i sin tur dikterar villkoren för bryggerierna. Förklaring till varför hantverksbryggeriernas dokumenthantering i många fall är strikt

reglerad beror på myndigheternas krav att kunna följa upp verksamheten för att ett bryggeri ska uppfylla villkoren att få lov att fortsätta brygga öl.

Det förklarar inte varför några bryggerier väljer att arkivera och andra inte. Den frågan har inte arkivvetenskapen lyckats besvara. Svaret finns i organisationsforskningens teorier kring företags arbete med autenticitet och varumärkesbyggande. Organisationsforskningen undersöker hur företag bygger en identitet. Ett bryggeri kan bygga identiteten att det har en lång historia av att brygga kvalitetsöl och stöder det med gammal reklam från det egna arkivet. Det finns också nystartade bryggerier som skapar identiteten att vara uppstickaren som brygger innovativa öl i kontrast till bryggerier med traditioner och lång historia.

5.1 Äganderätten

På samma sätt som det är fritt att starta ett företag är det fritt fram för ägaren att lägga ner det och sälja av tillgångarna. Äganderätten är central. I arkivutredningens förslag finns det förslag på att arkiv med ett särskilt kulturhistoriskt värde ska omfattas av arkivlagen. Det resulterar i ett intrång i äganderätten när ägaren inte längre tillåts kontrollera om arkivhandlingarna ska bevaras eller ej.

För att förstå hur relationen mellan medborgare och stat fungerar i vårt moderna samhälle går jag tillbaka till John Lockes liberala idéer kring individuellt ägande. Lockes tankar ligger till grund för hur vårt moderna samhälle fungerar. John Locke var en engelsk 1600-talsfilosof och gav sin syn på äganderätten, bildandet av samhället och staten i skriften *Second treatise on civil government*. Lockes utgångspunkt var att allt i naturen tillhör alla som en konsekvens av att Gud har givit jorden till människan genom Adam och hans arvingar. Samtidigt äger människan sin kropp och lönen av sitt arbete. (Locke 1960, s. 24–25). Lockes idé att en medborgare ska få behålla frukten av sitt arbete är grundläggande. Utan den skulle inte människor ha incitament att haka på en trend att starta bryggeri som svenska hantverksbryggerier gör i dag. Locke fortsätter med att om människor hade varit tvungna att få kollektivets med andra ord statens godkännande hade människor svultit. (Locke 1960, s. 26).

Locke fick kritik att det med den principen inte finns något som hindrar att människor plockar på sig allt de kommer över. Locke svarade att allt i naturen är en gudagåva och människor har ingen rätt att fördärva det genom att samla så mycket att det ligger och förstörs. En människa ska inte samla på sig mer än vad den kan använda och förnuftet ska hindra oss från det (Locke

1960, s. 27). Lockes princip om lön för arbete och måttlighet gällde också för jordbruket med en skillnad. Vill någon hägna in en bit jord måste övriga tillfrågas eftersom alla har lika stor rätt till den. Att hägna in jord var inget problem när det fortfarande fanns ytor för andra att bruka. När medborgaren väl har fått sin markegendom så har den rätt att försvara den mot andra (Locke 1960, s. 28, 71). I dagens samhälle är det inte lika vanligt att ägna sig åt jordbruk men principen är densamma. Har en person startat ett bryggeri har denne också rätt att försvara det från att gå i konkurs.

Att människor började bruka mer jord än de behövde för sin självförsörjning berodde enligt Locke på uppfinningen av pengar. Det gav råvarorna till synes ett egenvärde och kunde bytas mot guld som till skillnad från livsmedel inte fördärvades, varför pengar var lätta att ackumulera. Pengar gav i sin tur incitament till större markarealer för överproduktion. Men misslyckades bonden och drabbades av missväxt så var det enligt Locke fortfarande ett slöseri med naturresurser och därmed ett brott mot Gud (Locke 1960, s. 32). Ett bryggeri brygger inte mer än det kan sälja men det måste sälja viss mängd för att täcka produktionskostnaderna. Allt utöver det är ett överskott och det är belöningen för arbete och risktagande att våga satsa kapital på en produkt som riskerar att gå med förlust. Visar det sig att produkten faller konsumenterna i smaken ökar bryggeriets överskott. Det ger en ökad frihet att kunna expandera verksamheten och öka produktionen.

I och med att människor handlade med råvaror och därigenom samlade pengar men utan att själva äga jord uppkom städerna. Locke menade att egentligen är det inte varan människor betalar för, utan arbetet som har lagts ned för att producera den (Locke 1960, s. 38). Adam Smith tog fasta på det och analyserade industrialiseringen i England och den efterföljande marknadsekonomin.

5.2 Marknadsekonomi

Näringslivets spelregler bygger på idén om tillgång och efterfrågan. Idealbilden är att konkurrensen ska sporra företag att bli så kostnadseffektiva som möjligt och samtidigt producera en produkt av hög kvalitet. Den utvecklingen genomgick bryggeribranschen i USA under 1900-talet. Till slut stod ett fåtal stora bryggerier för majoriteten av all produktion. Hantverksbryggeritrenden var en reaktion mot det (Carroll & Swaminathan 2000). När arkivutredningen föreslår att enskilda arkiv ska omfattas av arkivlagen innebär det en kostnad och en eventuell fördel eller nackdel i konkurrensen med andra.

Adam Smith publicerade sin teori om tillgång och efterfrågan 1776. I Likhet med Locke menar Smith att vad vi än konsumerar så är det arbetsinsatsen vi betalar för. Smith utgår från det faktum att ytterst få invånare i ett industrialiserat samhälle är självförsörjande. De allra flesta har specialiserade yrken. I takt med utvecklingen där den industriella tillverkningen effektiviseras specialiserar yrkena än mer (Smith 1970, s. 109–132). Numera är hantverksbryggerierna så specialiserade att de endast brygger öl. Historiskt har bryggerier förädlat spannmål. De mälade själva spannmål till malt. På malten kokas vört och den utgör ölets bas. Numera finns det en mängd olika typer av malt med anpassad smakprofil för att passa till olika ölstilar. Hantverksbryggerier mälta inte spannmål. De köper malt från specialiserade grossister. Ölets krydda; humlen förädlas också av specialister och köps även den från grossister. Bryggeriernas ständiga produktutveckling i konkurrensen om kunderna har lett fram till denna specialisering. Det hade varit svårt för svenska hantverksbryggerier att hänga med i konkurrensen om de också skulle mälta spannmål och förädla humlesorter.

Hur bestäms då värdet på en vara? Adam Smith börjar med att dela upp det i varans nominala värde och realvärde. Det nominala värdet styrs av tillgång och efterfrågan. Smith slår fast att alla varors realvärde endast går att mäta i arbetet som ligger bakom. Desto effektivare ett bryggeri brygger och tappar upp ölet på burk desto billigare kan de sälja produkterna. Smith menar att det tar lika lång tid för en och samma producent att producera samma vara om och om igen. Arbetet är dock något abstrakt som inte går att mäta. Pengar däremot är något konkret och speglar marknadens fluktuationer (Smith 1970, s. 133–150).

5.3 Människans frihet

Om äganderätten och företagets ekonomiska förutsättningar inte ger incitament att bevara arkivet så tar arkivutredningen upp de enskilda arkivens kulturhistoriska värde. Det leder oss till den tredje principen människans frihet. Statens ska inte tvinga enskilda att göra något med hänsyn till samhällets bästa. Det är tillåtet att starta och lägga ner bryggeri. Den logiska slutsatsen är att det också ska vara tillåtet för ägaren att förstöra spåren om det har lagts ner. Redan i inledningen konstaterade jag att bryggerier är en del av svensk kultur. Det gör att hantverksbryggeriernas dokumentation skulle kunna bli kulturhistoriskt värdefull. Det finns en risk att skulle kunna uppstå motstridiga intressen mellan bryggeriägare och staten. Ägaren slår vakt om

sin frihet och staten slår vakt om kulturarvet. Det regeringen definierar som det gemensamma minnet.

John Stuart Mill tog i första halvan av 1800-talet upp frågan om människans frihet i förhållande till staten och om staten får lov att begränsa individens frihet. Mill menar att invånarna i ett samhälle kan inte vara helt och hållet fria. Det måste finnas en stat som ser till att de starkare inte utnyttjar de svagare individerna. Mill skriver att staten inte ska begränsa invånarnas frihet mot deras vilja. Det är bara motiverat för att förhindra att andra kommer till skada. Staten får inte lov att inskränka friheten med motiveringen att det är för individens eget psykiska eller moraliska bästa. Mill säger att det inte är rättfärdigat att tvinga individen att gå med på det med argumenten att det skulle vara bättre för den, skulle göra den gladare, skulle göra andra glada eller helt enkelt bara för att det är det rätta att göra. Däremot går det bra att påminna om vad som är det rätta, resonera eller försöka övertala personen. Mill menar att det bästa sättet att övertala personen är att visa att dennes handling påverkar någon annan negativt om så är fallet. Påverkar beslutet bara personen är det upp till den att avgöra hur den ska handla. Mill säger att varje människa är herre över sin egen kropp och själ. Det är en okränkbar rättighet. I ett samhälle där det råder frihet tillåts människor att söka lyckan efter eget huvud så länge den inte förvägrar sina medmänniskor möjligheten att göra detsamma (Mill 2015, s. 5–15).

Enligt Mill är handel en social aktivitet. Det gör att den som säljer påverkar andra intressenter. Historiskt har det varit så att det har påkallat myndigheternas intresse som inom ramen för samhällets rättskipning har sett sig nödgade att styra prissättning och produktion. Efter en lång kamp hade myndigheterna i 1850-talets England insett att det bästa är att ge kunderna friheten att själva välja var de ska köpa sina varor. Den valfriheten skapar konkurrens som leder fram till billigare varor av högre kvalitet. Anser inte bryggeriägaren att dokumenten har ett kommersiellt eller kulturhistoriskt värde har den friheten att välja att göra sig av med arkivet. Anser den att det finns ett kulturhistoriskt värde kan den erbjuda sig att donera arkivet till staten. Enligt Mill kan staten endast uppmuntra bryggeriet att göra detta. Staten får inte tvinga ägaren till att fatta ett beslut med hänvisning till att det skulle gynna samhället i stort. Alla restriktioner myndigheter kan ge företag är i grund och botten dåliga, dock ska det finnas nödvändiga restriktioner för att förhindra bedrägeri och skydda arbetare från skadlig arbetsmiljö (Mill 2015, s. 92).

5.4 Forskningsfältet Organisationsforskning

Tidigare forskning utgår ifrån arkivlagens krav på att bevara handlingar för den akademiska forskningens behov och kulturarvet. Denna lag är intimt förknippat med offentlighetsprincipen att ta del av allmänna handlingar hos myndigheter och styr deras arkivbildning. Syftet med öppenheten är allmänhetens rätt att granska myndigheterna. Denna premisser gäller inte privatägda företag. Allmänheten eller forskare äger inte rätten att ta del av företagshandlingar. Med organisationsforskningens hjälp ska jag förklara företagets arkivbildning utifrån företagets premisser. Organisationsforskning är ett tvärvetenskapligt forskningsfält (Lunds universitet 2021a). Inom den så undersöks företagsstrategier för att bygga varumärke och identitet. Med hjälp av forskning kring hur företag definierar autenticitet, att upplevas som äkta av kunden, ska jag beskriva arkivets roll i företag. Genom en omfattande litteraturstudie har forskarna Lehman, O'Connor, Kovács och Newman identifierat tre olika strategier som aktörer använder sig av: kontinuitet, konformitet eller koppling till en person, plats eller tidsperiod (Lehman et al. 2019). Jag kommer använda mig av kontinuitetsbegreppet för att beskriva äldre bryggerier och konformitetsbegreppet till yngre bryggerier.

5.4.1 Kontinuitet

Har du sett Mads Mikkelsen cykla runt i Köpenhamn i Carlsbergs reklamfilm? I filmen berättar Mikkelsen om Danmark och danskar. På det viset väver företaget samman dansk kultur med företagets långa historia och sin nya öl bryggd efter ett originalrecept från 1883 (Carlsberg 2017a). Carlsberg är ett företag som lyfter fram sin historia i marknadsföringen. De har producerat en 44 min. lång reklamfilm där Carlsbergs personal berättar om hur de gick tillväga när de tog fram sin nya öl 1883. De berättar om bryggeriets tidiga historia. Det illustreras med gamla fotografier och bläddrande i gamla liggare (Carlsberg 2017b). Carlsberg har ett eget arkiv innehållandes handlingar och reklammaterial från starten 1847 och framåt (ofir.dk 2020).

Varför använder då Carlsberg arkivhandlingar? Det bygger sin identitet genom att lyfta fram sin långa historia och en kontinuitet att producera kvalitetsprodukter. Det ger kunderna en upplevd känsla av autenticitet. Forskarna Mary Jo Hatch och Majken Schultz (2017) vid SC Johnson College of Business vid Cornell University har undersökt saken i artikeln *Toward a Theory of Using History Authentically: Historicizing in the Carlsberg Group*. De undersökte när Carlsberg vid två tillfällen plockade upp grundaren Jacob Christian Jacobsens motto *Semper Ardens* (alltid brinnande). Vid första tillfället användes det i lanseringen av en ny ölkollektion.

Kopplingen tillbaka till grundaren och mottot Jacobsen myntade nästan 100 år tidigare och syftade på passionen för ölbryggning och gav de nya produkterna en autenticitet. De bryggdes i ett hantverksbryggeri med passion och hantverkskunnande.

Michael B. Beverland (2005) har undersökt hur producenter av dyra viner arbetar med kontinuitet för att marknadsföra sina produkter. Beverland kom fram till att ett klassifikationssystem för att avgöra kvaliteten, om vinet var stilrent, en sanningsenlig företagshistoria med kopplingar till platsen samt traditionella arbetsmetoder och därmed står över kommersialisering var avgörande faktorer för att få behålla sin status. Beverland nämner att ett flertal champagneproducenter använder sig av detta trots att champagneproduktion ofta produceras med industriella metoder.

Försök att klassificera finns också i bryggeribranschen. International Trappist Association är en intresseorganisation som certifierar produkter bland annat öl producerade av trappistmunkar. Trappistöl är märkta med ett särskilt emblem som försäkrar konsumenten att det är en autentisk produkt (Trappist 2021). När klostret Abbaye Notre-Dame de Saint-Remy ansökte om att få sitt öl certifierat utförde Europeiska kommissionens Joint Research Centre (JRC) laboratorietester för att säkerställa att ölet var äkta och inte ett i ölstilen klosteröl som bryggs av icke klosterbryggerier (Mattarucchi et al. 2010; JRC 2011, s. 5). Det finns exempel på öl som Münchener bier som bryggs på en specifik geografisk plats och skyddas av Kommissionens förordning (EG) nr 1549/98 av den 17 juli 1998 om komplettering av bilagan till förordning (EG) nr 1107/96 beträffande registrering av geografiska beteckningar och ursprungsbeteckningar enligt förfarandet i artikel 17 i rådets förordning (EEG) nr 2081/92. Belgien har skyddat namnet lambic som har varit synonymt med spontanjäst öl genom Kommissionens genomförandeförordning (EU) 2017/2216 av den 1 december 2017 om införande av vissa namn i registret över garanterade traditionella specialiteter ”Vieille Kriek, Vieille Kriek-Lambic [...]”.

Varför lyfter företag fram sin historia? Genom att marknadsföra sig med betoningen på kontinuitet lockas en viss typ av kunder. En konsument med en stark identitet av att själv vara äkta köper produkter med ovan nämnda attribut som en ärlig företagshistoria etc. Konsumenten upplever att produkten har en större grad av autenticitet och trovärdighet. Produkten får ett symbolvärde för kunden som knyter ett känslomässigt band till varumärket och stärker konsumentens känsla av äkta (Morhart et al. 2015). Ett exempel på detta är trappistölet från klostret Abdij Sint-Sixtus i Westvleteren. Deras öl har blivit mytomspunnet i ölkretsar och korat till världens

godaste öl. Trots det så brygger man bara tillräckligt mycket öl för att kunna försörja sig (Insider 2015).

5.4.2 Konformitet

Ett ungt företag som ett hantverksbryggeri saknar en lång företagshistoria. Hur gör det för att uppfattas som autentiskt? Under 1980-talet när de första hantverksbryggerierna startade sin verksamhet i USA hade marknaden stagnerat. Den dominerades av bryggerier som bryggde likartat ljus lättdrucket öl i industriell skala. För att bryta mot konformiteten skedde en motreaktion där hantverksbryggerierna började brygga andra typer av öl som inte höll sig inom ramen för den rådande ölstilen. De redan etablerade bryggerierna höll sig inom ramen för den rådande normen men i takt med att hantverksölets popularitet ökade följde de efter. De vill inte ta risken att underminera trovärdigheten för sina produkter genom att brygga de nya stilarna under samma varumärke. De startade nya bryggerier som tillsynes var självständiga hantverksbryggerier. Det var bara ett bryggeri som var öppna med kopplingen till sitt nystartade hantverksbryggeri (Carroll & Swaminathan 2000).

Det händer någonting när gränsdragningarna inte längre är lika knivskarpa. Hayagreeva Rao, Philippe Monin och Rodolphe Durand (2005) beskrev fenomenet i restaurangvärlden när det nya franska köket gradvis växte ur den klassiska franska kokkonsten med tydliga regler satta av George Auguste Escoffier. Restauranger som serverade nya innovativa rätter bestraffades av matkritikerna genom dåliga recensioner eftersom restaurangerna inte höll sig till normen. Detta trendbrott underlättades av att det var unga lovande kockar som ledde utvecklingen. Snart följde även andra restauranger efter och till sist accepterade matkritikerna att restauranger som serverade franska klassiska rätter också hade rätter från det nya franska köket på menyn.

Samtidigt kan det vara svårt att förändra inifrån som de unga franska kockarna. När arvtagaren till en vinproducent förnyade verksamheten och började laga Barolo i ekfat av fransk modell i stället för traditionella fat bestraffades han med att hans farfar inte talade med honom på 10 år, men vinerna sålde bättre och fler och fler av regionens producenter följde hans exempel. Det är lättare för utomstående att modernisera en stil än för redan etablerade. Den nya producenten är autentisk genom sin skaparglädje och skapar därigenom en originalitet. Den etablerade försöker förbli den genuina genom att vara en traditionalist som följer reglerna (Negro, Hannan & Rao 2011).

Om ett företag med lång företagshistoria attraherar en viss typ av kunder vilken typ av kunder lockas då till företag som bryter mot normer? Det finns konsumenter som vantrivs med det konformativa. De vill göra revolt mot etablerade företag och starta en motkultur. De tilltalas av företag som är normbrytande (Holt 2002). Svenska hantverksbryggeriet Omnipollo är ett exempel på detta. Deras motto är *Beer everything*, vilket innebär att de använder icke traditionella ingredienser. Till exempel innehåller ett av deras öl ämnen extraherade från blommor (Omnipollo 2021). Det är en skarp kontrast från Spendrups reklamfilm med Robert Gustafsson från 1995 där det deklarerats att deras öl bryggs utan tillsatser. Det bryggs endast med ingredienserna: malt, humle, jäst och vatten (Filmarkivet 2015), som i sin tur bygger på den traditionella tyska renhetslagen (Spendrups 2021a)².

Företag kan också sträva efter att bli en del av en kultur och påverkar konsumenterna. Det skapar i sin tur en hängiven skara kunder som i sin tur påverkar företaget. Det skapar en växelverkan som driver utvecklingen framåt (Harrison & Corley 2011). Detta fenomen förekommer även bland svenska hantverksbryggerier.

När hantverksbryggerierna var unga så var det mer att bryggerierna i sig själva kunde diktera vad som man skulle dricka för det spelade inte så stor roll. Det var nytt och det var spännande och det var lokalt och intressant så konsumenter köpte ändå. Nu har det vänt sig lite och det blir lite mer utav... Bryggerierna har blivit så mycket större. Det är vissa ölstilar som trendar och jag tror konsumenterna kan så mycket nu så att de vet lite vad de vill ha.

Simon Karlsson, Stigbergets bryggeri³

6 Metod

6.1 Intervju – urval och avgränsning

I undersökningen har semistrukturerade intervjuer genomförts med svenska hantverksbryggerier. Till intervjuerna har jag skrivit mestadels öppna och breda frågor och utifrån dem ställt följdfrågor (Eriksson-Zetterquist & Ahrne 2015). Det hade varit möjligt att genomföra undersökningen med en enkätundersökning men det hade inte varit optimalt då metoden referenssamtal bygger på öppna frågor. Svaren i sin tur är inte lätta att kvantifiera och det var inte heller

² Tysklands renhetslagar gällande öl upphävdes av EG-domstolen. Domstolens dom av den 12 mars 1987 mål 178/84 där Tyskland hade ställts inför rätta av Europeiska gemenskapens kommission p.g.a. att det var förbjudet att sälja importerad öl innehållande tillsatser från andra medlemsstater. Enligt tysk lag §§ 9 och 10 i Biersteuergesetz tilläts endast öl bryggd på kornmalt, humle, jäst och vatten att säljas.

³ Telefonintervju med produktionschef Simon Karlsson Stigbergets bryggeri 2021-03-16.

meningen eftersom det är en kvalitativ undersökning. P.g.a. tidsbrist var en enkätundersökning inte aktuell. Det finns en risk att svarsfrekvensen blir låg och svarstiden lång. Avsikten är att ta reda på hur företag resonerar när de diskuterar arkivfrågor. I intervjusituationen ska jag använda mig av en metod hämtad från biblioteksvärlden kallad referenssamtal. Metoden går ut på att bibliotekarien ska intervjua låntagaren, ta reda på vad den är intresserad av för att i slutändan kunna rekommendera en bok. Med denna metod ska jag försöka få svar på varför företag väljer att satsa resurser på sitt arkiv eller varför det inte gör det. Förenings- och folkrörelsearkiv förvarar också enskilda arkiv men har i regel små resurser att bedriva sin verksamhet utan statliga bidrag (Sverige Arkivutredningen 2019, s. 157).

Mina informanter är fyra svenska hantverksbryggerier. I arbetet med att välja ut informanter skapade jag en tabell över svenska hantverksbryggerier. Tabellen i Bilaga 1 har tagits fram baserad på data från mobilappen Untappd. I appen betygsätter konsumenter öl i en skala 0–5. I tabellen rangordnas bryggerier efter snittbetyg. Tabellen har tagits fram utifrån kvantitativa metoder (Eggeby & Söderberg 1999). Nyare bryggerier med många öl på marknaden men med relativt få betyg per öl får i regel högre snittbetyg. För att tabellen inte ska bli missvisande har jag satt en gräns att ett bryggeri måste ha fler än 100 000 recensioner och på så vis ett jämnare snittbetyg. Apex Brewing Company får högsta snittbetyg. Jag valde bort det med tanke på att det startade 2016. Det är relativt nytt och osäkert hur pass stora mängder dokumentation de har.

Valet föll på Omnipollo, Brewski, O/O Brewing och Stigbergets bryggeri. Omnipollo besvarade inte min intervjufrågan. De tre övriga startade runtomkring 2013⁴. Dessa är några av Sveriges mest uppskattade av konsumenterna (Bilaga 1). De är framgångsrika och har bryggt många produkter som i sin tur har genererat stora mängder dokumentation för bryggerier med kort historia. Den fjärde informanten är Nynäshamns ångbryggeri. Det återfinns längre ner i tabellen. Jag har valt det p.g.a. att de är en av pionjärerna bland svenska hantverksbryggerier. Det startades 1997 som en reaktion på att ett fåtal svenska bryggerier dominerade marknaden med snarlika produkter.⁵

⁴ Informanterna har uppgett att de antingen bryggde sitt första öl eller startade bryggeri 2013 efter årtal som hembryggare.

⁵ Telefonintervju med VD Thomas Hansen Nynäshamns ångbryggeri 2021-02-23. 1990 uppgick Pripps, Falcons och Spendrups marknadsandelar till nästan 90% (Andersson-Skog & Larsson 2014, s. 536–537). 1993 fanns det 16 bryggerier. 2010 hade antalet ökat till 42 st. (SCB 2018).

Informanterna är spridda över landet, varför intervjuerna har gjorts över telefon. Jag valde telefon istället för videomöte för att vara flexibel. Telefon kräver inte att informanten har särskild programvara och är bunden till en plats i en timmas tid. Det visade sig också att en informant förflyttade sig under intervjun. Inspelning skedde med en app som sedan transkriberade intervjuerna till text av varierande kvalitet. Intervjuerna transkriberades sedan av mig med den maskinellt transkriberade texten som grund.

6.2 Ny arkivpedagogik

6.2.1 Transfer

Med hjälp av en ny typ av arkivpedagogik skulle jag vilja väcka intresse och entusiasm för arkiv hos personal i den enskilda sektorn. Meningen är att få ointresserade att inse nyttan med arkiv. Många är nog intresserade av arkiv utan att riktigt tänka på det. De är inte intresserade av arkiv i sig, men informationen som finns där vill de ta del av. Hur ska man gå till väga? Transfer används inom pedagogiken som en brygga. Läraren introducerar ny kunskap för eleven genom att förklara hur den hänger ihop med kunskap eleven redan besitter. Cynthia G Campbell och Teresa Z Taylor (2020) skriver i artikeln *Assessing student learning and knowledge transfer using principles of team-based learning and bridge assignments in large introductory statistics classes* om kunskapsöverföring. Psykologistudenter läser två separata kurser, först statistik och sedan teori och metod. Studien visar att många känner oro inför kursen i statistik p.g.a. bristfälliga kunskaper i matematik. För att underlätta lärandet i statistik kopplades laborationerna till forskningsmetoder. På det viset blev sammanhanget tydligare hur statistik och forskningsmetoder hör ihop. Det resulterade i fler godkända studenter i statistik.

I första kontakterna med en informant undvek jag att nämna dennes arkiv av rädsla för att skrämma bort den. Jag använde transfer när jag presenterade mitt projekt i hopp om att väcka informanternas intresse. I stället för att inleda med att skriva ingående om arkiv och kulturarv utgick jag ifrån bryggeribranschen i stort. Den trend med hantverksbryggerier som finns bottnar i en reaktion mot de stora bryggerierna med fokus på ljus lageröl. Stora bryggerier använder sina arkiv för att lyfta fram historia och traditioner i marknadsföringen av sina produkter. I min presentation frågade jag om informanten ville berätta om sin verksamhet och gjorde en poäng av att hantverksbryggerier inte har lika lång historia att luta sig mot. Däremot tittar många hantverksbryggerier tillbaka i bryggerihistorien och populariserar nästan bortglömda ölstilar och obsoleta tekniker så som ekfatslagrat öl.

6.2.2 Referenssamtal

När jag har väckt informantens intresse med hjälp av transfer använder jag mig av referenssamtalen som metod. Hur går då ett referenssamtal till i en arkivkontext? Till att börja med är det inte ett samtal i bemärkelsen att två personer turas om att prata såsom vi är vana att en konversation går till. Egentligen är det en intervju. Arkivarien intervjuar användaren för att ta reda på vilka arkivhandlingar den söker. Målet är att få användaren att prata så mycket som möjligt för att arkivarien ska få tillräckligt med information för att kunna skapa sig en bild för att kunna hitta rätt handlingar. I början kan användaren vara lite trögstartad eftersom den spelar efter de oskrivna regler som gäller i en konversation där samtalet studsar fram och tillbaka utan att fastna i monologer om sig själv. Det är just monologen om användaren arkivarien vill höra för att få information (Ross et al. 2009, s. 1–4).

Intentionen med att lära sig metoden att genomföra ett bra referenssamtal är att bli medveten om sitt eget agerande i mötet med användare och utveckla små färdigheter för att förbättra sitt sätt att kommunicera. I boken *Conducting the Reference Interview: A How-To-Do-It Manual for Librarians* beskriver Ross et al. hur ett referenssamtal går till. Personalen ska med hjälp av sitt kroppsspråk, ögonkontakt och ett leende sända signaler att den är tillgänglig för användare att be om hjälp. När användaren frågar, ska personalen inte bli förvånad om första frågan är vag av typen *Har ni något om S:t Lars sjukhus?* Det är ett sätt att skapa kontakt och samtidigt fråga i fall personen har kommit till rätt arkiv. Det kan hända att personen har besökt ett annat arkiv och lagt fram sin fråga i detalj och får veta att det är fel arkiv. Inled intervjun med öppna frågor och våga vänta på svaret. Det är lätt att bli stressad av tystnaden och besvara den egna frågan med en stängd fråga. Intervjusituationen underlättas när man bekräftar användaren. Det kan göras genom att man upprepar nyckelord som personen säger tex. namn, ort och årtal. För att användaren inte ska bli osäker på om arkivarien har slutat lyssna är det bra att säga korta neutrala fraser tex hummande, jag förstår, berätta mer, det är intressant, för att få personen att fortsätta berätta. Det är viktigt att arkivarien också verkligen lyssnar och gärna använder sig av aktivt lyssnande. Det kan lugna ner situationer som riskerar att eskalera till en konflikt. Exempel:

User's feeling: frustrated, worried, and disappointed.

Typical response: "The information you need is only found in the Periodicals Department."

Active listening response: "Sounds like you are worried about getting the runaround again. Let me call Periodicals Department to let them know you are coming and to make sure that they can help."

Detta bemötande gäller inte bara i fysiska möten. Det gäller också möten tex i en chat eller telefonintervjuer. Människor kommunicerar mycket genom kroppsspråket. I en chat där det inte är synligt lyder rådet att skriva ut vad man gör. Det går bra att skriva "ha ha" eller använda sig av emojis (Ross et al. 2009, s. 47–62). Under pandemin har distansmöten blivit snarare regel än undantag. I mina telefonintervjuer har jag kompenserat frånvaron av kroppsspråk med bekräftande småord för att uppmuntra informanten att ge så nyanserade svar på frågorna jag kan få.

I exemplet ovan där en frågar efter handlingar från S:t Lars sjukhus bedriver inte arkivarien uppsökande verksamhet. Det har jag gjort när jag har kontaktat informanterna. De förberedda frågorna till intervjun har utfått från den fiktiva premissen att informanten har tagit kontakt med frågan hur den ska gå till väga för att bevara sina handlingar. För att kunna besvara frågan är det nödvändigt att först göra en kartläggning hur företaget fungerar. Företaget kretsar kring produktionen i det här fallet ölbrygging. Det inkluderar produktutveckling. Många moment i produktionen genererar information som ska dokumenteras.

I ett arkivhänseende är ett företag en tratt där dokumentation skapas men som sedan minskas undan för undan när inaktuell information så som bokföring kastas. I takt med att dokumenten blir äldre förlorar de i värde och sist kvar blir de mest värdefulla. Dessa hamnar till sist i trattens botten där det avgörs om de ska arkiveras eller förstöras. Med hjälp av referenssamtalet har jag börjat med öppna breda frågor om bryggeriets verksamhet för att succesivt ställa mer konkreta frågor kring arbetssätt för att få en uppfattning om dokumentflödet.

7 Etiska överväganden

Informanterna har gett sina medgivanden att jag får nämna dem vid namn och har valt att göra det i denna uppsats. Det faktum att andra företag nämns i uppsatsen gör det är inkonsekvent om jag anonymiserar mina informanter. Redovisningen av valet av informanter underlättas också. Jag anser att anonymisering ska göras när det rör sig om känslig information. Det har inte skett i denna undersökning. Det är viktigt för transparensen att namnge företagen som har undersökts. Jag har inga kopplingar till något företag. Varken företagen informanterna representerar eller

andra namngivna i uppsatsen. Jag har inte heller fått ersättningar eller andra förmåner från informanterna eller företagen de representerar.

8 Resultat

Detta kapitel är uppdelat i fyra avsnitt: Produktutveckling och produktion, Arkivering, Företagsarkivets funktion och Företagets risk- och konsekvensanalys. I Första avsnittet inleds intervjuerna med breda frågor om bryggeriernas verksamhet för att få en uppfattning om bryggeriernas produktion och administration. Dessa processer genererar i sin tur dokumentation som senare kan bli aktuella att arkivera. I efterföljande avsnitt går intervjuerna djupare in på frågor kring dokumenthantering och arkivering. I tredje frågas informanterna ut om det finns arkiv och hur det i så fall används och i fjärde och sista avsnittet resonerar informanterna kring arkivets för- och nackdelar. Samtliga informanter uppger att bryggeriet inte har ett ordnat och förtecknat arkiv varken på papper eller digitalt. Det är vanligt att datasystemet som används i produktionen också fungerar som arkiv.

8.1 Produktutveckling och produktion

Ett arkiv speglar verksamheten, varför det är viktigt att kartlägga ett hantverksbryggeris processer i det dagliga arbetet för att kunna få en uppfattning vilken typ av handlingar som kan bli aktuella att bevara. Jag kommer använda begreppen arkiv. Arkiv innebär att en större eller mindre mängd handlingar som samlats som bevaras hos en arkivbildare. I ett digitalt arkiv innebär det att handlingarna ska ha förtecknats och lagras enligt standarden OAIS. Använder man den vedertagna definitionen som gäller för myndigheter att en anteckning är en arkivhandling i samma stund som den har skrivits enligt 3 § arkivförordningen (SFS 1991:446) så skulle bryggeriernas datasystem innehålla arkivhandlingar. Några informanter associerade arkiv med gamla papper. När digital information togs upp i intervjuerna associerade några informanter IT-säkerhet och backup.

Processerna påverkar och kan även styra företagets rutiner kring arkivering rörande bevarande och gallring. Intervjuerna avslutades med frågor kring det egna företagsarkivets betydelse för verksamheten. Informanterna beskrev processerna att skriva recept, bryggbeskrivningar och loggar. För enkelhetens skull kommer jag i fortsättningen benämna informationen som skapas dokumentation och sättet den hanteras för dokumenthantering. Intervjuerna inleddes med en processkartläggning för att sedan övergå till specifika frågor kring dokumenthantering och

arkivering. I processkartläggningen beskrev informanterna hur företaget arbetade i produktionen och med administrationen.

Ett svenskt hantverksbryggeri börjar med en idé till ett nytt öl där det beslutas vilken stil det ska ha. Det kan vara lageröl, India Pale Ale (IPA), porter o.s.v. Därefter bestäms vilken smakprofil ölet ska ha. Utifrån den väljs ingredienser. Det finns en uppsjö av olika typer av malt och humle och därtill kan frukt, nötter, kaffe etc. ingå i receptet. Nästa steg i processen är provbrygning. När ölet har kommit så nära idén man hade från början bryggs ölet i större volymer, buteljeras och distribueras. Kommer samma öl bryggas igen? Det beror på produktens syfte. Det kan vara ett öl som bara bryggs en gång. Det kan vara en prototyp för att prova en idé för att få veta om den går hem hos öldricken. Det kan vara ett öl som bryggs regelbundet eller ett recept som plockas fram ur Brewskis eller Stigbergets bryggeris datorprogram med anledning av att det efterfrågas.

Bryggerier kan sälja produkterna via tre kanaler. Det är Systembolaget, restaurangbranschen och export. Nynäshamns ångbryggeris VD Thomas Hansen berättade hur marknaden har utvecklats sig. För drygt 20 år sedan när bryggeriet startades var det inte lönsamt att hålla en hög takt i produktutvecklingen. Marknaden var inte intresserad. Sedan några år har marknaden svängt om och vill ha nya öl så ofta det är möjligt. Stigbergets bryggeri och O/O Brewing beskrev att de också lägger märke till att ett nytt öl säljer bra i början när det har nyhetens behag. Det går att se på Systembolagets försäljningssiffror.

O/O Brewing vill utveckla ett öl, lansera det och sedan finslipa på ölet genom att hela tiden förbättra det vid varje brygning. Det har blivit svårare under pandemin och restriktionerna som har lagts på restaurangerna. Tre av informanterna vittnar om att de har blivit ännu mer beroende av försäljningen via Systembolaget. I stället för att ha samma öl månad efter månad på Systembolaget har O/O Brewing bytt strategi och börjat lansera ny öl varje månad p.g.a. att nyheter säljer bra. På frågan om detta har gett utrymme till kreativitet att ta fram nya öl oftare svarade VD Olof Andersson⁶ ”jag skulle säga att experimentlustan har snarare minskat”. Förklaringen till det är att bryggeriet använder samma maltbas men varierar smaken genom att kombinera olika humlesorter. Produkterna bär samma namn som humlen som används som ingrediens.

⁶ Telefonintervju med VD Olof Andersson O/O Brewing 2021-02-26.

Andersson förklarade att utöver att det blir öl som smakar gott också ger konsumenterna möjligheten att fördjupa sina kunskaper i olika humlesorters smakprofiler.

Brewski å andra sidan lanserar ständigt nya öl, så pandemin och nyhetstörsten bland Systembolagets kunder borde väl passa Brewski bra? VD Marcus Hjalmarsson⁷ på Brewski förklarade att pandemin var en katastrof för verksamheten. Före pandemin var Brewski ett i hög grad exportberoende företag och prioriterade inte försäljningen via Systembolaget. När Europas barer stängde tvingades Brewski ställa om produktionen och minska personalstyrkan. För att inte göra sig så beroende av Systembolaget och restaurangbranschen har Brewski en egen bar. Hjalmarsson berättade att det är ett showroom där de har möjlighet att testa nya öl på konsumenter för att få höra vad de tycker. Majoriteten av gästerna är inte hängivna ölentusiaster.

De vill bara komma ut och ha en trevlig kväll och dricka en god öl och äta god mat. Så att vi får ju ett annat klientel som kommer och då har vi en panel helt plötsligt som vi kan jobba med, som kan hjälpa oss att utveckla det här. Kommer det in en klassik storstarkdrickare och han dricker vår öl och säger ”Fy fan! Det här var den bästa lagern jag har druckit”. Ja. Men vad fan då har vi... då är vi... då har vi någonting liksom.

Marcus Hjalmarsson, Brewski

Nynäshamns ångbryggeri brygger också små volymer av nyutvecklade produkter. De skickar ut fat till ett fåtal utvalda barer för att sedan få kundernas synpunkter via samtal med barernas personal.

Under pandemin säljer Stigbergets bryggeri majoriteten av den totala produktionen via Systembolaget och håller ett högt tempo i produktutvecklingen. Produktionschefen Simon Karlsson förklarade att Stigbergets bryggeri experimenterar fram nya öl, men svarar också på offerter från Systembolaget. Systembolaget skickar ut offerter till bryggeri där det skriver vilken stil det ska vara på ölet och så väljer Systembolaget ut vilket eller vilka bryggerier som får beställningen.

Eftersom öl är livsmedel och innehåller alkohol som är punktskattad är både kommunens miljö- och hälsoskydd och Skatteverket tillsynsmyndigheter. Det gör att bryggeriet måste föra loggar och noggrant dokumentera processer i produktionen. Det görs också som en del i bryggeriets eget kvalitetsarbete. Med hjälp av loggar och anteckningar kan bryggaren gå tillbaka och

⁷ Telefonintervju med VD Marcus Hjalmarsson Brewski 2021-03-05.

jämföra med en tidigare bryggning (batch) av samma produkt. Om råvarorna skiljer sig åt beroende på tid på året måste bryggaren göra små korrigeringar för att ölet ska smaka som det är tänkt. De gör att samma produkt kan variera lite i smaken. Brewskis Marcus Hjalmarsson berättade att det tog tid att förklara detta för konsumenter som hörde av sig till bryggeriet. Lösning blev att märka produkterna med batchnummer så konsumenten fick möjligheten att välja öl från samma bryggstillfälle så den fick samma smakupplevelse.

Till den nya produkten skapas en etikett. Ofta är designen unik men inte alltid. Brewski använder sig av samma design till sina provbryggningar de skickar ut till pubar och barer. Det blir för kostsamt att låta specialdesigna etiketter till varje småskalig bryggning. Det beror på att det kan förbli en engångsbryggning beroende på om konsumenterna uppskattar den eller inte. Volymen öl är för liten för att det ska vara lönsamt att skapa en unik etikett. Den typen av produkter fungerar som en marknadsundersökning. Bryggeriet lyssnar på öldrickarnas synpunkter och efter justeringar resulterar arbetet i vissa fall i en produkt som bryggs i större volymer med en unik etikett.

8.2 Arkivering

Det är en smidig lösning att ha recept m.m. lättåtkomliga. Informanterna har uppgett olika anledningar till att arkiveringen ser ut som den gör. O/O Brewing önskar att de lade ner mer tid på arkiveringen men har svårt att hinna med det. Kärnverksamheten att brygga öl prioriteras högre än arbetet att organisera ett arkiv efter konstens alla regler. Thomas Hansen berättade att Nynäshamns ångbryggeri har rutiner som ser till att arkivexemplar av exempelvis flasketiketter sparas när en produkt tas ur sortimentet och gallringsbara handlingar gallras i enlighet med gällande lagar.

Av allting vi har gjort så sparar vi lite för att någonstans kunna titta tillbaka på det eller kunna titta på gamla etiketter. Hur såg det ut 2000 när vi tog fram första etiketten jämfört med vart vi är nu? Kanske något gammalt verktyg vi använt eller något sådant där. Vi har väl några rum i källaren fullt med allt möjligt gammalt skräp [haha]. [...] Så att. Vi... vi är nog inga som tar lättvindigt på att göra oss av med saker bara för att vi inte ser en användbarhet av just här och nu men hur det ser ut om 10, 20 år? Ja, det kanske finns en nytta att ha det kvar då och då kan vi väl spara det i så fall?

Thomas Hansen, Nynäshamns ångbryggeri

Det går inte att säga annat än att Nynäshamns ångbryggeri har arkivrutiner för att bevara handlingar som dokumenterar bryggeriets verksamhet och utveckling. Thomas Hansen fick frågan vad han tänker på när han hör ordet arkiv svarade Hansen ”Jaha, jag får nästan en bild av en svartvit fabrik framför mig.”

Under intervjuerna framgick det att recepten inte är den viktigaste dokumentationen. Thomas Hansen tror att hemlighetsmakeriet kring recepten är något som var vanligare förr. ”I dag med moderna lab. och allting i dag så kan du nog replikera det mesta som görs i ett bryggeri.” Thomas Hansen. Samtliga informanter är öppna med sina recept. Det är möjligt för konsumenter att be om receptet för att prova på att brygga ölet hemma. Det är bryggbeskrivningarna som är affärshemligheten. Den beskriver hur ölet ska bryggas. Utan den blir det svårare att brygga ett öl som liknar bryggeriets produkt

I och med att bryggeriernas olika datasystem både fungerar som IT-stöd i produktionen och som arkiv finns det inga rutiner att systematiskt flytta information ut ur systemet till ett digitalt arkiv. På frågan om det är möjligt att migrera informationen i databasen svarade två informanter att de utgick ifrån att det var möjligt eftersom de betalade licenser till företaget bakom programmen. En informant sa att den hade en fil med databasen, dock kan filen endast öppnas med samma datorprogram som den hade skapats i. På frågan om det var möjligt att få databasen i en fil som går att öppna med andra program, utgick även denna informant ifrån att det var möjligt att göra. Bryggerierna har sitt fokus på annat. Marcus Hjalmarsson från Brewski och Thomas Hansen förklarade.

Vi är ett bryggeri under utveckling och det är inte en chans i helvete att jag behåller mitt första recept liksom. Det... Vad fan, då kommer jag bara stå och trampa vatten medans alla andra kör om mig. Alltså, den här industrin är så jävla ung eller den här branschen är så jävla ung och den är under extrem utveckling och det... Öl blir bara bättre och bättre och bättre och det är... Fan, i dag jämfört med sju år sedan. Alltså, det konsumenterna får i dag. Det är helt fantastiskt.

Marcus Hjalmarsson, Brewski

Vi är väldigt framåt. Vi tycker om att testa nya saker. Vi tycker om processen att ta fram öl på alla olika avdelningar men vi är rätt dåliga på att stanna upp och utvärdera och ta hand om det vi har gjort på något vis. [...] När vi har börjat närma oss att vara klara med ett projekt då kanske vi redan har börjat diskutera vad nästa del är. Nästa projekt istället för att liksom ha en liten återblick, vilket jag tror, att man behöver ha det.

Thomas Hansen, Nynäshamns ångbryggeri

Marcus Hjalmarsson berättade att när Brewski bryggde sin första öl med frukt var bärnstensfärgad IPA populärt. Brewskis öl var en nytolkning av vad IPA kunde vara. Det är ljusgult och grumligt. Hjalmarsson minns ”När jag bryggde min första Mangofeber 2013 så kastade ju folk-ölet efter mig och sa att det här är inte öl. Det ser ju ut som frukostjuice.”. Andra bryggare sa också att det inte gick att brygga öl med frukt. Det fanns en stor risk att jäsningsen skulle misslyckas. Marcus Hjalmarsson berättade att nyckeln till att lyckas var att hålla god livsmedelshygien. Ölet höll god kvalitet och blev en framgång. Brewski ändrade inte så mycket i receptet att ölet fullständigt ändrade karaktär och därmed tillhörde en annan stil. Det hade fortfarande karaktären av en IPA med tydlig beska och humlesmak, men grumligt med en annan färg och frukt som ingrediens.

Nynäshamns ångbryggeri har också påverkat bryggeribranschen som nykomlingar men de har nära band med bryggartraditionen. Thomas Hansen berättade ”Sedan behövde man nog kanske de gamla bryggerierna. Jag har ju nära kompisar som liksom de [är] inne på sin sjätte generation i bryggeriet. För det måste ju finnas otroligt mycket gamla papper att ta hand om.”. Nynäshamns ångbryggeri experimenterar fram nya öl genom att vända blicken bak i historien och lyfter upp gamla nästan bortglömda ölstilar som den engelska stilen mild och utveckla den till en så bra representation av stilen som möjligt. Bryggeriet startade som en reaktion på likriktningen och det industriella ölet.

[Ölstilen old ale] Folk vet inte ens om det, fast de tycker de är ölexperter, så vet man inte ens om det. I dag handlar så mycket om sociala points eller göra sitt avtryck på Untappd [mobilappen] eller vad det nu kan vara? Man kanske missar att fördjupa sig i vad öl faktiskt är och dess historia? Man tittar mer framåt än att faktiskt titta lite tillbaka och just plocka upp det här old ale eller... Ja, jag trodde inte marknaden kanske var redo när jag presenterade för [System]bolaget att vi att vi ville göra en mild. Och mild har vi gjort. Det har vi gjort många gånger i små serier och så där. Men det har aldrig funkade på den svenska marknaden. Dels blir det för dyrt, dels har ju svensken alltid varit väldigt känslig mot lågalkoholhaltig öl. Det är den inte i dag. Men alltså, det var ju succé. Den blev ju jättopulär och mottagen jättebra.

Thomas Hansen, Nynäshamns ångbryggeri

8.3 Företagsarkivets funktion

Informanterna använder dokumentationen som referenser i kvalitetsarbetet. I varierande grad används också arkivet som inspiration när nya recept tas fram eller för att påminna sig om vilka kombinationer av ingredienser som har ingått i tidigare recept. Simon Karlsson på Stigbergets bryggeri gör det inte. Det saknas behov för det p.g.a. att det ständigt kommer nya humlesorter som bryggarna inte har provat att brygga med. Det finns ett otroligt stort antal möjliga kombinationer av olika humlesorter så att risken att råka brygga samma öl två gånger är liten.

Brewski är inne på samma spår och vill prova nytt men till skillnad från Stigbergets bryggeri använder Brewski sitt datorprogram med recept systematiskt för att lära sig vad vilka ingredienser som passar bra ihop. Det kan handla om frukter med olika egenskaper. Exempelvis lyfter syrliga hallon och citron fram jordgubbsmak. Brewskis personal resonerar också kring om ett öl kan förbättras utifrån informationen i datorprogrammet om tidigare bryggingar.

Datorprogrammet är en databas där recepten sorteras alfabetiskt. I arkivvetenskaplig mening är det inte ett digitalt arkiv där informationen är förtecknad och lagrad enligt OAIS-modellen. Brewski vidareutvecklar sina recept och bryggbeskrivningar, varför datorprogrammet innehåller äldre versioner av recept som inte längre är aktuella. Brewskis Marcus Hjalmarsson pratade inte om databasen som ett arkiv.

Maltprofilen är en eller en kombination av olika sorters malt har de lärt sig utantill och behöver inte söka bland recepten. När det kommer till vilken humle och övriga ingredienser är det svårare p.g.a. att antalet kombinationer är fler.

Jo, när det kommer till maltprofilen så vet vi ganska exakt vad vi ska använda. Vill vi ha en torr öl så jobbar vi ditåt. Om vi vill ha en... Och vad vi ska vi ha för jäst och så vidare. Och man glömmer i och med att vi har bryggt kanske... Vad är det? Drygt 400 eller 500 unika öl på de här åren så är det klart att... Det är ju... Det finns inte en chans i helvete att jag kommer ihåg det liksom så då är det bra att ha det här kartoteket eller... Vad man nu? Den här banken så att säga som man kan gå in och lyfta ut och titta "Okej, och hur togs det emot hos folket?".

Marcus Hjalmarsson, Brewski

Hur stort driv informanterna än har haft i sitt arbete med att ständigt ta fram nya öl så har samtliga det gemensamt att de använder sina gamla recept när något särskilt ska

uppmärksammas. Nynäshamns Bryggeri och O/O Brewing har bryggt öl till jubileum och Brewski planerar att brygga sitt första öl precis som det bryggdes när det är dags för 10-årsjubileum. Stigbergets bryggeri bryggde ett öl som var en kollegas första bryggd för att hedra den vid dennas bortgång.

Stigbergets bryggeri gick över från att skriva på papper till att skriva in informationen i ett datorprogram så sent som vid årsskiftet 2020/2021. Nya recept med tillhörande dokumentation skrivs in i programmet. Gammal dokumentation på papper skrivs bara in i programmet om den åter blir aktuell i samband med att ölet ska bryggas på nytt.

8.4 Företagets risk- och konsekvensanalys

Vad skulle hända om dokumentationen försvann? Det skulle göra arbetet i bryggeriet mycket krångligare men det skulle inte vara en katastrof. Marcus Hjalmarsson på Brewski tycker att det skulle vara befriande att få börja om från början igen. Samtliga informanter berättade om att mycket av kunskapen bär personalen på. ”Jag ser det inte alls som förödande för verksamheten. Vi har en tydlig riktning och den... Det sitter ju ganska djupt i väggarna nu. Var vi är på väg och vad det ska bli av med det här.” ”[S]kulle vi blivit av med allting så skulle inte jag. /.../ jag skulle nog sett det som en lättnad att börja om helt och hållet från början igen.” Marcus Hjalmarsson. O/O Brewings Olof Andersson jämför brygging med matlagning. En kock kan sina recept och tekniker.

Säg att det skulle börja brinna och alla våra loggar skulle försvinna och datasystemet skulle krascha och att vi skulle behöva starta från [ohörbart] det skulle orsakat en hel del huvudvärk men vi hade... Den viktigaste kunskapen är någonstans den som vi har liksom byggt upp i våra huvuden liksom. Det skulle inte vara så svårt att börja brygga öl från... på nytt igen. Vi skulle... Ja, vi skulle vara uppe på fötterna och brygga samma typer av öl som vi gör nu ganska snabbt så det skulle vara så lite kanske lite svajigt i några månader för att man som försöker komma ”Okej, hur? Vad gjorde vi för vattenbehandling senaste gången vi gjorde Narangi exempelvis?” Just den batchen kommer jag ihåg. Den blev väldigt bra. Vi gjorde någonting med vattenbehandlingen och så försöker man efterlikna det. Men det blev inte riktigt rätt men man har också byggt upp en stor intuition liksom hur... Det är lite som att laga mat.

Olof Andersson, O/O Brewing

I och med Stigbergets bryggeris expansion påbörjades arbetet med att skriva ner beskrivningar av bryggprocessen, så att arbetsmoment utförs konsekvent av samtliga anställda för att

säkerställa att kvaliteten bibehålls. Tidigare traderades kunskapen, vilket resulterade i små variationer hur exempelvis syrevärdena på ölburkarna mättes.

Det har varit en lite mer muntlig tradition hur man gör saker i detalj. Ja, men för att få en... Ja, men... Vad kan man säga? Ja, men att kunna göra saker mer konsekvent typ och se till att alla bryggare gör det likadant eller att alla buteljerarna som mäter syrevärdena på burkarna gör det likadant så vi får samma mätvärde och har koll på det, så det är väl för att kvalitetssäkra? Kan man säga.

Simon Karlsson, Stigbergets bryggeri

9 Analys

I detta kapitel har de tre klassiska liberalernas teoretiska ramverk slagit samman med avsnitten från Resultat: Äganderätten, produktutveckling och produktion, Marknadsekonomi, arkivering och företagsarkivets funktion samt Människans frihet och företags risk- och konsekvensanalys. Utifrån John Lockes tankar kring att människan ska få behålla lönen för sitt arbete analyseras produktionen. I andra avsnittet nedan har Resultatets två avsnitt Arkivering och företags funktion analyseras tillsammans utifrån Adam Smiths teori om marknadsekonomi. I sista avsnittet analyseras bryggeriernas risk- och konsekvensanalys utifrån John Stuart Mills tankar kring människans frihet att bryggerierna själva få besluta om arkiven ska bevaras eller ej. Organisationsforskningen genomsyrar samtliga avsnitt och ger ytterligare ett teoretiskt ramverk som i sin tur förklarar bryggeriernas resonemang kring arkivering och arkiv utifrån ett företagarsperspektiv.

9.1 Äganderätten, produktutveckling och produktion

Grundarna har startat och byggt upp sina bryggerier. Det finns lagar och regler rörande miljö, bokföring, alkohol som är punkskattevara m.m. Uppfyller bryggerierna kraven så står det ägarna fritt att välja vilka produkter de vill producera. Äganderätten innebär att ägaren ska få behålla frukterna av arbetet den lägger ner (Locke 1960, s. 24–25). Den är också en förutsättning för att kunna styra vilken riktning företaget ska ta. Ägaren väljer ingredienserna som ska köpas för att kunna brygga produkten som förhoppningsvis ska tilltala konsumenterna att köpa den. Dokumentationen speglar verksamheten och funktionen de har fyllt i produktionen. I det dagliga arbetet fyller dokumentationen i huvudsak två funktioner. Dokumenten ska finnas för att myndigheterna ska kunna granska verksamheten och avgöra om bryggeriet följer lagar och regler. Det är också en hjälp internt i företags kvalitetsarbete för att tillverka produkter som håller jämn kvalitet.

När en handling inte längre fyller någon funktion och därmed har blivit inaktuella är det upp till ägaren att avgöra om det ska arkiveras eller kastas. Dagens lagstiftning ger ägaren den valmöjligheten. På ett eller annat sätt är ett ordnat och förtecknat arkiv förenat med en kostnad. Det finns äldre bryggerier som Carlsberg som bygger sitt varumärke genom att använda sitt arkiv för att lyfta fram en historia och på det viset rikta sig till kunder tilltalas av kontinuitet. Brewski och Stigbergets bryggeri är exempel på bryggerier som bygger sin autenticitet genom att bryta mot konformiteten och rådande normer (Holt 2002). De arbetar med att förnya ölstilar. Brewski har aktivt valt bort möjligheten att ha ett fast sortiment för att inte begränsa sig och skapa hinder för sin egen utveckling. När de startade handlade det fortfarande om att introducera nya ölstilar till konsumenterna. Numera har andelen pålästa konsumenter ökat så pass mycket att de inte köper vad som helst när väl nyhetens behag har lagt sig.

Brewski och Stigbergets bryggeri är i förhållande till Carlsberg företag unga företag. De har varit verksamma i mindre än 10 år och det kan vara lätt att tro att de är icke konformativa p.g.a. att de inte har en lång historia att falla tillbaka på. Kan det bli så att ju längre bryggerierna har varit verksamma desto mer kommer bryggarna att titta i datorprogrammet och nylansera produkter? Den möjligheten finns men det är inte en självklarhet. Att marknadsföra sig genom en icke konformativ strategi är en inställning till produktutveckling. Det kan uppstå en växelverkan mellan företag och konsumenter och det bildas en kultur (Harrison & Corley 2010, s. 410).

I början var hantverksbryggerierna stilbildande och konsumenterna följde efter och upptäckte nya stilar, då var bryggerierna trendsättare. Numera vet öldrickarna lite mera vad de vill ha och styr till större del vilka stilar bryggerierna brygger. Det är inte helt enkelt att säga vem som är trendsättare. I takt med att antalet outforskade ölstilar minskar och det finns tecken på att nygamla trender är på väg tillbaka kanske intresset för hantverksbryggeriens egna arkiv ökar. Det finns en potential i att prova gamla recept med nya metoder och tekniker och på det viset spränga gränser. Finns det intresset kan ett behov av att ordna arkivet dyka upp. Ses handlingarna som en resurs ökar benägenheten att ordna, förteckna arkivera dem för att det ska gå snabbt och smidigt att plocka fram en handling. Ett välordnat arkiv effektiviserar verksamheten (Kromnow 1953).

Nynäshamns ångbryggeri har också varit stilbildande genom ett icke konformt förhållningsätt till autenticitet. De har dock valt en annan väg än de övriga informanterna. Det har gått igenom

ölets historia och lyft fram ölstilar som har konkurrerats ut. Det har påverkat bryggeribranschen som nykomlingar men har också nära band med bryggartaditionen genom sina kontakter med bryggare där yrket har gått i arv i generationer. Nynäshamns ångbryggeri förfinar traditionella stilar men inte utifrån egna gamla recept. Det är så nära ett svenskt hantverksbryggeri kommer till att förändra bryggeribranschen som redan etablerade interna aktörer som den italienska producenten av Barolovin (Negro, Hannan & Rao 2011). På samma sätt som det nya franska köket hade det svårt i början (Rao, Monin & Durand 2005) hade Nynäshamns ångbryggeri svårt i starten när marknaden inte efterfrågade nya produkter.

Informanterna representerar framgångsrika bryggerier som i vissa fall har samlat på sig relativt omfattande dokumentation antingen över en längre tidsperiod eller genom att vara produktiva under ett fåtal år. Arkivutredningen föreslår att arkiv som anses ha ett kulturhistoriskt värde ska omfattas av arkivlagen. Det strider mot John Lockes (1960, s. 24–25) idé att människor ska få behålla lönen av sitt arbete. Så länge företag följer lagar och regler får de behålla lönen för sitt arbete. Att ålägga företag att bevara arkiv p.g.a. det är kulturhistoriskt värdefullt är undantag från regeln. Värdesätter företaget sitt arkiv så ökar chansen att det bevaras och då har arkivutredningens mål att bevara företagsarkiv uppnåtts. Nynäshamns ångbryggeri ser till att bevara arkivexemplar eftersom ägarna ser ett värde i det.

9.2 Marknadsekonomi, arkivering och företagsarkivets funktion

Bryggerierna är fria att fritt välja vilka öl de vill brygga men med det kommer ett risktagande. Om konsumenterna inte vill köpa ölet kommer företaget att gå i konkurs. Bryggerierna måste ta hänsyn till vilka ölstilar som är populära. Inom rådande genre av öl finns det ett manöverutrymme att experimentera för att sticka ut i konkurrensen och vinna marknadsandelar. Adam Smith (1970, s. 133–150) skrev att det konsumenten betalar för är tiden som har gått åt att producera en vara. Det har de stora industriella bryggerierna tagit fasta på. De brygger stora volymer effektivt med bibehållen kvalitet och kan sälja sina produkter billigt. De håller sig ofta inom stilen ljus lager som tilltalar ett brett kundunderlag. Hantverksbryggerier profilerar sig genom att brygga öl i olika stilar och i vissa fall kan ölet innehålla frukt som adderar arbetsmoment och ökade råvarukostnader. Hantverksbryggerier använder sig ibland av äldre tekniker som att till exempel lagra ölet en längre tid på ekfat likt whiskydestillerier för att nå nya produkter som bryter mot normen. Det gör att produktionen inte blir lika tidseffektiv som industriellt brygd öl och resulterar i ett högre literpris.

Att brygga öl är hantverksbryggeriernas kärnverksamhet. Att ordna och förteckna arkiv kräver arbetskraft tas från produktionen. Tar företaget in en arkivkonsult som utför arbetet kostar det pengar. Hur bryggeriet än vrider och vänder på det så medför det en kostnad. Kostnaden vägs mot hur stor betydelse arkivet har för produktionen. Hantverksbryggerier som Brewski har inställningen att det har precis startat och vill ständigt utveckla nya produkter. Brewski ser inget egenvärde i att lägga resurser på en digital arkivlösning enligt OAIS-modellen. Databasen med flera hundra recept och receptidéer är ett verktyg i bryggeriets produktion. Utifrån ett företagsperspektiv är det en resurs tillräckligt betydelsefull att betala en licens för. Dokumentation som inte längre är användbar i produktionen tar upp plats i programmet, vilket gör det svåröverskådligt och tar tid att hitta informationen man är vill ha. Antingen kan ägaren radera informationen eller flytta den till ett digitalt arkiv för att underlätta sökandet av information relevant för den aktuella bryggningen. Jag tror att risken är stor att arkiv förknippas med en kostnad i stället för en investering. Brewskis Marcus Hjalmarsson säger att redan nu tar det tid att hitta rätt recept i databasen och Hjalmarsson har börjat sortera den i mappar. När det tar för långt tid att leta reda på ett recept uppstår behovet att strukturera och sortera dokumentationen för att inte produktionen ska bli lidande. Först då kommer det vara aktuellt för Brewski att avgöra om inaktuella recept ska raderas eller arkiveras.

Inte heller Stigbergets bryggeri anser att det värt att skriva in den analoga dokumentationen i databasen för att den ska finns samlad och lättillgänglig på ett och samma ställe. Ska en gammal produkt återupptas digitaliseras relevant dokumentationen i samband med den nya bryggningen. Stigbergets bryggeri anser inte att det är värt den extra kostnaden det innebär att digitalisera för sakens skull.

När pandemin kom 2020 lades restriktioner på restauranger och pubar. Tillåtna antalet gäster minskades i Sverige och i många länder tvingades hela restaurangbranschen stänga ner. Det resulterade i att bryggeriernas försäljning via den kanalen minskade drastiskt i Sverige och utomlands. Informanterna tvingades ställa om produktionen från fat till att tappa öl på burk för att kunna sälja det via Systembolaget. Det var en nödvändig anpassning. Förutsättningarna på marknaden hade förändrats och informanterna tvingades anpassa sig för att kunna få sina produkter sålda för att undvika konkurs. De klarade av att anpassa sig. Det anser jag vara ett tecken på att företagen kommer investera i sina arkiv om de ser att det kommer gynna verksamheten.

Det går trender vilka ölstilar som är populära. Det är svårt att säga vem som sätter trenderna. Är det hantverksbryggerierna eller konsumenterna som efterfrågar nya produkter? Bryggerierna måste ta hänsyn till trenderna för att kunna få sina produkter sålda. Det betyder att de har recept de inte använder för tillfället för att det är inte kommersiellt gångbart. Flera av informanterna är öppna med sina recept. Finns det ölbrickare som vill prova andra stilar än den rådande trenden finns möjligheten att fråga bryggerier om recept med målet att brygga ölet hemma. I den servicen till konsumenterna fyller företagsarkiven en funktion. Det är möjligt att informanterna inte reflekterar över att deras databas i praktiken fungerar som ett arkiv. Thomas Hansen tänkte på en svartvit fabrik när arkiv kom på tal.

Vid särskilda tillfällen som jubileum ges informanterna en möjlighet att nylansera produkter som nödvändigtvis inte passar in i trenden med hänvisning till att det var det första ölet som startade allt. I det arbetet är det möjligt att använda sig av arkivet som en auktoritet och brygga ett öl precis som det bryggdes första gången. Det är också möjligt att låta sig inspireras och göra något nytt av en gammal produkt. Båda gör en poäng av att bryggeriet har utvecklats.

9.3 Människans frihet och företagets risk- och konsekvensanalys

Är det rätt att utvidga arkivlagen att också omfatta enskilda arkivbildare? Frågar vi John Stuart Mill är svaret nej. Enligt Mill är det i sin ordning att staten håller efter sina myndigheter. Med tiden har den statliga byråkratin vuxit sig så stor att myndigheten Riksarkivet har inrättats för att se till att statens andra myndigheter följer Tryckfrihetsförordningen. Staten har inte rätt att tvinga enskilda. Det gäller också arkiv. Att tvinga företag att bevara arkiv med motiveringen att det gynnar forskningen eller kulturarvet är inte giltiga argument enligt John Stuart Mill. När det kommer till granskning finns det redan bl.a. bokföringslagen som ålägger företag att arkivera ekonomiska handlingar för att kunna utreda om det har förekommit oegentligheter. Mill säger att staten kan försöka uppmuntra företag att frivilligt bevara sina arkiv (Mill 2015, s. 5–15). Det finns tendenser att dokumentation kommer att arkiveras, men det varierar beroende på viken informant som svarar. Nynäshamns ångbryggeri har ett arkivrutiner och O/O Brewing skulle vilja arkivera mer men saknar resurser till det.

Stigbergets bryggeri hade inte skrivit ner sina bryggbeskrivningar och rutiner så det har inte funnits särskilt mycket att arkivera. I takt med deras framgångar har produktionen ökat så pass att de har expanderat och brygger numera öl på flera platser. När all öl bryggdes på samma plats

fanns det inget behov av att skriva ner processerna men när nyckelpersoner inte kan vara på två ställen samtidigt uppstod behovet. Stigbergets bryggeri skrev inte ner hur de brygger öl för att det ska bevaras som en del av den göteborgska bryggerihistorien som i sig är ett kulturarv. Det gjordes för att undvika att på produkternas kvalitet skulle försämrats. Det är möjligt att Stigbergets bryggeri kommer gå från ett icke konformativt tillvägagångssätt till arbeta med kontinuitet i sitt varumärkesbyggande och profilera sig som pionjärer bland svenska hantverksbryggerier. Om det blir så ökar sannolikheten att bryggeriets arkiv kommer att bevaras.

Varför skulle företag bevara arkiv? Vad vinner företaget på det? Varför ska det lägga resurser på inaktuell information så som recept på öl som inte kommer att bryggas igen eller gamla flasketiketter? Det givna svaret är att det finns en möjlighet att ett välorganiserat arkiv där informationen är lättåtkomlig kan gynna verksamheten ifall exempelvis ett jubileum ska firas. Vi har sett att företagsarkiv kan spela en roll oavsett om företaget jobbar med autenticitet efter kontinuitets- eller konformitetsgenren. Hantverksbryggerier har användning av arkivet för att gå tillbaka till inaktuella produkter och utveckla dem på nytt.

Det finns också inställningen att arkivet inte spelar särskilt stor roll i produktionen. Brewskis Marcus Hjalmarsson arbetar med ständig produktutveckling för att hävda sig i konkurrensen med stora bryggerier som arbetar med kontinuitet och sakta bygger upp ett förtroende hos kunderna med rötter i företagets historia. Hjalmarsson menar att Brewski är ett livslångt projekt som ständigt är under utveckling. Om arkivet förstördes skulle det t.o.m. kunna innebära in nystart för bryggeriet.

10 Diskussion

I diskussionen lyfts föregående analys av hantverksbryggerierna in i ett större sammanhang och generaliserar svaren på uppsatsens frågeställning och analyserar andra branscher utifrån dem. Sedan 1864 har vi i Sverige haft allmän näringsfrihet (SFS 1864:41). Det innebär att de sista reglerna med rötter i medeltiden avskaffades och medborgarna gavs friheten att starta företag (Andersson-Skog & Larsson 2014, s. 58). 60 år senare hölls debatten hos Historiska klubben där arkivarier diskuterade problemet att företagsarkiv gick förlorade. Arkivarien Per Sonden argumenterade för att staten skulle öppna en arkivdepå till enskilda arkiv. Arkivrådet Bertil Boëthius motsatte sig idén och men kunde tänka sig att staten skulle assistera företagen i deras arkivarbete. Riksdagsmannen Anders Pers fyllde i att staten inte saknade resurser att också ta

hand om enskilda arkiv. Staten följde Boëthius linje och har stött utvecklingen av ett nätverk med regionala enskilda arkivinstitutioner som får ekonomiska bidrag för att bevara företagsarkiv.

Arkivariekåren har arbetat med att uppmuntra företagen sedan dess. (1984) års arkivutredning tog fasta på näringslivets arkivintresse och lade fram förslaget att det skulle etableras en central arkivdepå finansierad av näringslivet. Det förslaget gick inte igenom. Arkivutredningen (2002) fortsatte på den frivilliga linjen men att enskilda arkiv skulle tillskrivas ett kulturhistoriskt värde i arkivlagen. Inte heller det har genomförts, vilket leder oss fram till arkivutredningen (2019). Den går på samma linje som tidigare utredning med ett likande förslag. Utredningen har ännu ett förslag, att särskilt kulturhistoriskt värdefulla enskilda arkiv ska omfattas av arkivlagen.

Om enskilda arkiv skulle omfattas av arkivlagen bör det också följas upp för att se till att lagen efterlevs. Lagstiftning är inte en garanti. Det händer att myndigheterna inte alltid följer lagen vilka handlingar som ska gallras eller inte. Det kan bero på slarv, okunskap eller ointresse. För att komma till rätta med detta lägger Riksarkivet ner resurser på att skriva föreskrifter för att underlätta och guida myndighetspersonalen att följa lagen och tillsyn för att kontrollera att föreskrifterna efterlevs (Edquist 2019, s. 254–259). Myndigheter finansieras med allmänna medel och medborgarna har genom Tryckfrihetsförordningen getts rätten att granska hur skattepengarna används. Riksarkivet har till uppgift att se till att myndigheter inte gallrar handlingar som försvårar granskning, forskning eller förstör delar av kulturarvet.

Det finns alternativ till att lagstifta. Arkivariekåren har provat att försöka väcka företags arkivintresse på senare år genom att visa på företagsarkivens rika innehåll och hur det kan användas i marknadsföring. Det har gjorts genom att exemplifiera med företag som redan använder sina arkiv utan att teoretisera på ett djupare plan. Det är här organisationsforskningen kan bidra med teorier och förklaringsmodeller varför vissa företag använder sitt arkiv och andra inte. Den utgår inte från ett arkivperspektiv. Arkivvetenskapen och organisationsforskningen undersöker företagsarkiv från två olika håll där de kan mötas på mitten. Den stora problematiken för arkivvetenskapen är att det blir svårt att motivera relativt nystartade företag att bevara dokumentation med motiveringen att det i framtiden kan bli ett kulturhistoriskt värdefullt arkiv.

Ofta är företagets tidigaste äldsta dokumentation den mest spännande. När företag har blivit framgångsrika med en lång historia händer det att dokumentation från den första tiden inte

längre finns bevarad. Det kan bero på att handlingar har förstörts i en brand. Ett exempel på det är Levi Strauss & Co. som inte vet varför deras jeansmodell heter 501. Företagets arkiv förstördes i jordbävningen i San Fransisco och den efterföljande branden 1906. Det kan också bero på att det inte har betraktats vara intressant att arkivera när det fanns möjlighet till det som i Brewskis fall.

Det händer dock att företag inser att de har begått ett misstag. Gitarrtillverkaren Gibson är ett exempel på ett företag som inte satte ett särskilt högt värde på sin dokumentation men har gjort det nyligen. Gibson har utfäst en hittelön på 59 000 dollar till den som kan återlämna en liggare över sålda gitarrer från 1959–1960 (Gibson 2021). Anledningen till att Gibson är beredd att betala för att få tillbaka liggaren beror på att gitarrerna av modellen Les Paul Standard från 1959 för tillfället är bland de mest eftertraktade gitarrerna på marknaden (Bonamassa 2016). Gibson arbetar med att försöker återskapa kopior som liknar originalen så exakt som möjligt (Gibson 2019). Gibson vill ha sin liggare eftersom de tror att den kommer gynna företaget så mycket att det är beredd att betala en betydande hittelön. Det går trender i vad som är populärt även i bryggeribranschen. Stigbergets bryggeri har provat att lansera produkter som var populära för några år sedan ”Vi har försökt några gånger att göra IPA westcoaststil men det var inte så... Det har inte fastnat än om man säger så. Men kanske snart?” berättade Simon Karlsson på Stigbergets bryggeri. Det kan vara ett incitament för hantverksbryggerierna att bevara sin dokumentation.

Anna Christina Ulfsparras (2002) antagande att företagsarkiv skulle kunna användas av företag till att bygga en identitet och en gemenskap hos personalen bekräftades av organisationsforskarna Hatch och Schultz (2017). I deras undersökning av Carlsberg berättade personalen att de använde grundaren Jacobsens motto *Semper Ardens* för att bygga en gemenskap och företagskultur i den multinationella koncernens dotterbolag. Mottot fick legitimitet när det gick att spåra det tillbaka till Jacobsen i företagets arkiv. Dotterbolagen med egna starka varumärken skiljdes sig åt så mycket att det blev svårt att samlas kring Carlsbergs historia. *Semper Ardens* betyder att hålla elden igång. Mottot ingöts med företagskulturen att aldrig vara nöjd och alltid sträva efter högre kvalitet och bättre produkter. Det visade sig vara en framgångsrik strategi. Här finns en potential för arkivvetenskapen att lära av organisationsforskningen för att få djupare teoretisk kunskap om företagsarkiv utifrån ett företagarperspektiv.

Jag har tilltro till att företagen kommer att bygga upp arkiv, men det kommer inte ske med kulturhistoriska förtecken. De kommer att bevaras för att det gynnar företaget. Hantverksbryggeriet Ängöl har bryggt ett ekologiskt öl där det är möjligt att spåra samtliga ingredienser tillbaka till producenterna. Med hjälp av blockchainteknologi är det möjligt att spåra malten tillbaka till maltproducenten som har fått spannmålet från bonden och tillbaka till när grödan såddes. På samma sätt är det möjligt att spåra humlen (Helt spårat 2021). Det ligger i företagets intresse att informationen är korrekt och autentisk för att behålla förtroendet hos kunderna genom att enkelt och transparent kunna dela informationen. Kunden lägger till ytterligare information som förs vidare till nästa kund och så bildas en obruten kedja till konsumenten (Foodchain 2021). Ängöl har använt teknologin för att öka spårbarheten varifrån de ekologiska ingredienserna kommer ifrån när de har bryggt ett öl. Spårbarheten används i marknadsföringen för att övertyga tvivlande konsumenter att ölet är helt och hållet ekologiskt.

Ängöls drivkraft när de använde blockchainteknologin handlade inte om att säkerställa att dokumentationen skulle förbli autentisk för att framtidens dokumentation ska vara pålitliga. Att de kommer bli så är en biprodukt. Drivkraften låg i viljan att kunna brygga ett ekologiskt där det var möjligt att dokumentera råvarornas ursprung för att skingra konsumenternas tvivel att det skulle kunna innehålla icke ekologiska ingredienser. Nyckeln till att lyckas bevara digitala företagsarkiv är att arkivvetare fortsättningsvis är nyfikna på den tekniska utvecklingen och anammar existerande IT-lösningar. På samma sätt är det betydelsefullt att söka tvärvetenskapliga samarbeten. är ett exempel på det där arkivvetenskap ligger under Institutionen för informationssystem och informationsteknik (Mittuniversitetet 2021; se Klareld & Gidlund 2017). På andra lärosäten ligger arkivvetenskapen humanistiska fakulteter (Uppsala universitet 2021; Lunds universitet 2021b). Det är en styrka att arkivvetenskapen expanderar från humaniora till andra forskningsfält.

Nästa fält för arkivvetenskapen att samverka med är organisationsforskningen för att nå en lösning på problemet som Kromnow och Ulfsparre har tagit upp att arkivarier har haft så svårt väcka företagets arkivintresse. Intresset finns där om frågeställningen formuleras utifrån organisationsforskning i stället för ett arkivperspektiv. Organisationsforskningens artiklar om upplevd autenticitet och företagets varumärkesbyggande visar att ett företag väljer att satsa resurser på sitt arkiv om det stärker varumärket och då bevaras en del av kulturarvet som en biprodukt precis på samma sätt som när Ängöl väljer att använda blockchainteknologi för att bevisa för konsumenter att deras öl är ekologiskt.

Det finns många fler bryggerier än de fyra jag har varit i kontakt med. Om svenska hantverksbryggerier befinner sig en bubbla som de amerikanska gjorde 1998 (Elzinga, Tremblay & Tremblay 2015, s. 252) vad kommer då hända med arkiven från alla nedlagda bryggerier? Skulle de försvinna? I dagsläget är det upp till ägarna. Det kanske finns fler som resonerar som Marcus Hjalmarsson? ”[S]kulle vi blivit av med allting så skulle inte jag. [...] jag skulle nog sett det som en lättnad att börja om helt och hållet från början igen.”

Hur fungerade metoderna transfer och referenssamtal? Det är en nytolkning av vad arkivpedagogik kan vara genom att informera om arkivets fördelar utifrån verksamhetens behov. Metoderna var användbara i kontakterna med informanterna. I likhet med organisationsforskningen utgick jag inte från arkiv. Som transfer hänvisade jag till bryggerier med lång historia och deras arbete att marknadsföra sig genom den i kontrast till informanternas bryggeri. I referenssamtalen inleddes intervjuerna med frågor om informanternas verksamhet för att avslutas med frågor kring arkivering. Det ledde till att informanter resonerade kring arkiv och bevarande. Metoderna fungerar men skulle behöva användas mer i arkivvetenskaplig forskning för att nå sin fulla potential. Att använda transfer var en framgångsrik metod för att få en intervju med Nynäs- hamns ångbryggeris Thomas Hansen. Hansen sa att min presentation var en ny vinkel som var intressant. Det är dock svårt att säga hur pass avgörande metoden var för att få övriga informanter att tacka ja.

11 Slutsatser

Alternativet till lagstiftning är att fortsätta att uppmuntra företag att intressera sig för sina arkiv. Arkivvetenskapen har kommit en liten bit på väg genom att lyfta fram företag som bygger sitt varumärke med hjälp av sitt arkiv. Här kan organisationsforskningen bidra med kunskap kring företags resonemang till hur och varför företag använder arkiv beroende vilka konsumenter det riktar sig mot och om det vill uppfattas som traditionstyngt med en lång historia eller som rebell.

Det finns hantverksbryggerier som är villiga att lägga resurser och det finns andra som är helt ointresserade av det. Gemensamt för samtliga är att den dagliga produktionen går före eventuella satsningar på arkivet. När informanterna ser uppenbara fördelar med att exempelvis

digitalisera dokumentation från pappershandlingar till ett datasystem görs det i samband med att ölet åter ska bryggas och informationen aktualiseras på nytt.

För att ett hantverksbryggeri frivilligt ska lägga resurser på sitt arkiv måste slutresultatet gynna företaget. Arbetet att ordna och förteckna arkivet måste resultera i att tidsvinster uppnås i informationssökningar. För att det ska vara lönsamt måste också det finnas ett intresse av att bevara handlingarna för framtiden. Det går att uppnå tidsvinster med hjälp av molntjänster men en sådan tjänst garanterar inte att filerna förblir läsbara över en längre tidsperiod. Denna problematik har arkivvetenskapen försökt lösa utan att lyckas förstå varför vissa företag saknar intresse. Det beror på att det finns företag som ständigt tittar framåt och drivs av en idé att ständigt utvecklas. I ett sådant företag finns det litet utrymme för arkivvård.

Det finns företag med lång historia som ser värdet i sitt arkiv och satsar resurser på det. Den enkla anledningen är att de inser att det kan hitta stöd i arkivet för påståenden att deras produkt är ännu en i en lång rad kvalitetsprodukter. Företag utan en lång historia att falla tillbaka på satsar på teknologi för att marknadsföra ett ekologiskt öl i en tid då konsumenter efterfrågar ekologiska produkter. Företagets konkurrensfördel är öppenhet och spårbarhet i dokumentationen kring produktionen. Samtidigt har de dokumenterat sin produktion med en blockchainteknologi. Det är en teknologi som försvårar manipulation av informationens äkthet. Utan att kanske tänka på det har bryggeriet följt framtidens digitala arkivstandard. Jag har tilltro till att företagen kommer bevara sina arkiv.

12 Källor och referenser

12.1 Källor

Brewski. Telefonintervju med VD Marcus Hjalmarsson den 5 mars 2021.

Nynäshamns ångbryggeri. Telefonintervju med VD Thomas Hansen den 23 februari 2021.

O/O Brewing. Telefonintervju med VD Olof Andersson den 26 februari 2021.

Stigbergets bryggeri. Telefonintervju med produktionschef Simon Karlsson den 16 mars 2021.

12.2 Referenser

Adamson, R. & Christensson, O. (1969). Företagsarkiven måste räddas. *Historisk tidskrift*, Andra följd, trettioandra årgången. Åttionionde årgången, s. 477–481.

Alingsås bryggeri AB (2021). *Historik*. <http://www.alingsasbryggeriab.se/historik/> [2021-05-18].

Andersson-Skog, L. & Larsson, M. (2014). *Det svenska näringslivets historia 1864–2014*. 1. uppl. Stockholm: Dialogos.

Arkivutredningen Arkiv för alla (2002). *Arkiv för alla - nu och i framtiden: betänkande*. Stockholm: Fritzes offentliga publikationer Tillgänglig på Internet: <http://www.regeringen.se/rattsdokument/statens-offentliga-utredningar/2002/09/sou-200278/>

Askergrén, K. (2009). *E-arkivera rätt: sju perspektiv på hantering av digital information med hjälp av OAIIS*. Stockholm: Näringslivets arkivråd.

Bell, M. et al. (2019). 'Underscoring archival authenticity with blockchain technology', *Insights: The UKSG Journal*, 32(1). doi: 10.1629/uksg.470.

Bergholm, H. & Jacobsson, E. (2016). *Företags uppfattningar om arkivering - en kvalitativ studie av svenska små och medelstora företags arkiveringstraditioner och historiesyn*. Masteruppsats. Institutionen för kulturvetenskaper. Lund: Lunds universitet.

Beverland, M. B. (2005) 'Crafting Brand Authenticity: The Case of Luxury Wines', *Journal of Management Studies (Wiley-Blackwell)*, 42(5), pp. 1003–1029. Available at: <https://search-ebscohost-com.ludwig.lub.lu.se/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=17511955&site=eds-live&scope=site> (Accessed: 26 March 2021).

Bhatia, S. & Wright de Hernandez, A. D. (2019). 'Blockchain Is Already Here. What Does That Mean for Records Management and Archives?', *Journal of Archival Organization*, 16(1), pp. 75–84. doi: 10.1080/15332748.2019.1655614.

- Bodin, S., Sahlén, T. & Sjögren, C. (2000). *Dokumenthantering i företag och organisationer: en kvalitetsfråga*. Stockholm: Folkrörelsernas arkivförbund.
- Bodin, S. & Sundqvist, A. (2005). *Dokumentstyrning i processororienterade organisationer*. Stockholm: Folkrörelsernas arkivförbund.
- Boëthius, B., Sondén P., Swartz C., Pers, A., Steckzén B., Sahlin C., Naumann, E., Ambrosiani S., Indebetou G., Rönnow, S. & Swartz C. (1924). De svenska bruks- och gårdsarkivens vård. Diskussion den 4 februari 1924. *Rig: Föreningens för svensk kulturhistoria tidskrift*, Bd 7, s. 169–175.
- Bonamassa, J. (2016). *The 1959 Gibson Les Paul Standard – the holygrail of guitars*. <https://jbonamassa.com/1959-gibson-les-paul-standard-holy-grail-guitars/> [2021-04-02]
- Campbell, C. G. & Taylor, T. Z. (2020) ‘Assessing student learning and knowledge transfer using principles of team-based learning and bridge assignments in large introductory statistics classes’, *Scholarship of Teaching and Learning in Psychology*, 6(1), s. 15–23. doi: 10.1037/stl0000167.
- Carlsberg (2017a). *Carlsberg 1883*. <https://www.youtube.com/watch?v=kcGgYhD3exc> [2020-01-06].
- Carlsberg (2017b). *ReBrew*. <https://www.youtube.com/watch?v=pUR6DrhsXm0> [2020-01-06].
- Carlsson, I. (1974). Att bygga nationalregister över enskilda arkiv. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr. 16, s. 7–14.
- Carroll, G. & Swaminathan, A. (2000) ‘Why the Microbrewery Movement? Organizational Dynamics of Resource Partitioning in the U.S. Brewing Industry1’, *American Journal of Sociology*, 106(3), pp. 715–762. doi: 10.1086/318962.
- Danielsson, B. (1991). Företagsarkiv från Euroc på landsarkivet i Lund. *Arkiv, samhälle och forskning*, 1991:3, s. 19–28.
- Domstolens dom av den 12 mars 1987 mål 178/84. Talan avser tillämpningen av renhetskraven på öl som importeras från andra medlemsstater.
- Droguet, A. (1998) ‘Aménagement du territoire et archives. L'exemple suédois’, *La Gazette des archives*, 182–183(1), s. 166–170. doi: 10.3406/gazar.1998.3529.
- Edquist, S. (2018): De enskilda arkiven i historisk kontext. I Hagström C. & Ketola, A., (red.) (2018). *Enskilda arkiv*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 978- 91-44-12244-1. s. 12–28.
- Edquist, S. (2019). *Att spara eller inte spara: de svenska arkiven och kulturarvet 1970–2010*. Uppsala: Institutionen för ABM, Uppsala universitet

- Edström, J. (1961). Inventering av enskilda arkiv i Västsverige. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr 6, s. 74–78.
- Eggeby, E. & Söderberg, J. (1999). *Kvantitativa metoder: för samhällsvetare och humanister*. Lund: Studentlitteratur.
- Elzinga, K. G., Tremblay, C. H. & Tremblay, V. J. (2015). 'Craft Beer in the United States: History, Numbers, and Geography', *Journal of Wine Economics*, 10(3), pp. 242–274. Available at: <https://search-ebscohost-com.ludwig.lub.lu.se/login.aspx?direct=true&db=ecn&AN=1554965&site=eds-live&scope=site> (Accessed: 20 April 2021).
- Englund, K. & Gidlöf, A. (2018). Initiativ till bevarande av enskilda arkiv. I Hagström C. & Ketola, A. (red.) (2018). *Enskilda arkiv*. Lund: Studentlitteratur. ISBN: 978- 91-44-12244-1. s. 30–51.
- Eriksson-Zetterquist, U. & Ahrne, G. (2015). Intervjuer. I Ahrne, Göran, Ahrne, Göran & Svensson, Peter (2015). *Handbok i kvalitativa metoder. 2.*, [utök. och aktualiserade] uppl. Stockholm: Liber. S. 34–54.
- Filmarkivet (2015). *Spendrups – inga tillsatser*. <https://www.filmarkivet.se/movies/spendrups-inga-tillsatser/> [2021-03-27]
- Fogelberg, T. (1968). Svenska glasbruksarkiv. I Engström, S., Swedlund, R. & Lundberg, B. (red.) (1968). *Arkivvetenskapliga studier Saml. 4*. Uppsala: Landsarkivet, s. 85–105.
- Foodchain (2021). *Om oss*. <https://foodchain.se/om-oss/> [2021-05-23].
- Gibson (2019). *Mark Agnesi Talks About The 60th Anniversary 1959 Les Paul Standard Model*. <https://www.youtube.com/watch?v=BEuQr-VsnO8> [2021-04-02]
- Gibson (2021). *Can you find the missing ledger?* <https://www.gibson.com/Ledger> [2021-04-02]
- Gidlöf, A. (2005). Bildarkiv i näringslivet – en lönsam historia?. *Arkiv, samhälle och forskning*, 2005:2, s. 38–46.
- Gidlöf, A. (2020). Ett centralarkiv för näringslivet. Visioner, verklighet och nya möjligheter. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr. 3, ny följd, s. 43–79.
- Gidlöf, L. (1981). Samordning av kommunal och enskild arkivvård: erfarenheter av Värmlandsarkivmodellen 1971–1981. I Engström, S., Berg, L. O. & Nilsson, N. (red.) (1981). *Arkivvetenskapliga studier Saml. 5*. Uppsala: Landsarkivet, s. 139–155.
- Gidlöf, L. (1987). Why history matters to managers: några funderingar om näringslivet, arkiven och det historiska perspektivet. I Engström, S., Edström, J. & Berg, L. O. (red.) (1987). *Arkivvetenskapliga studier Saml. 6*. Uppsala: Landsarkivet, s. 107–115.

- Grage, E. B. (1958). Carnegy & Shepards arkiv. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr 4, s. 76–78.
- Gränges (2021). *Berättelsen om Gränges*. <https://granges1897.se/> [2021-05-01].
- Hamrén, N. & Svelander, M. (2020). *Att vara eller inte vara laglösa - en intervjustudie om hur den enskilda arkivsektorn ställer sig till att inkluderas i arkivlagen och deras plats i kulturpolitiken*. Masteruppsats. Institutionen för ABM. Uppsala: Uppsala universitet.
- Hansen, L-E. & Sundqvist, A. (2016) ‘Memory at stake – Swedish private archives in a changing landscape’, *Archives & Manuscripts*, 44(3), s. 124–140. Available at: <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edo&AN=120749213&site=eds-live&scope=site> (Accessed: 8 February 2021).
- Harrison S. H. & Corley K. G. (2011). ‘Clean Climbing, Carabiners, and Cultural Cultivation: Developing an Open-Systems Perspective of Culture’, *Organization Science*, 22(2), pp. 391–412. Available at: <https://search.ebscohost-com.ludwig.lub.lu.se/login.aspx?direct=true&db=edsjsr&AN=edsjsr.20868867&site=eds-live&scope=site> (Accessed: 27 March 2021).
- Hasselberg, Y., Matti, T. & Petersson, T. (2002). Företaget från insidan – VD-korrespondens och den historiska företagsforskningen. *Arkiv, samhälle och forskning*, 2002:2, s. 52–60.
- Hatch, M. J. & Schultz, M. (2017). ‘Toward a Theory of Using History Authentically: Historicizing in the Carlsberg Group’, *Administrative Science Quarterly*, 62(4), s. 657–697. doi: 10.1177/0001839217692535.
- Hedar, S. (1935). *Enskilda arkiv under karolinska enväldet: studier i svensk arkivhistoria och räfstepolitik*. Diss. Lund: Lunds universitet.
- Helt spåret (2021). *Sveriges första spårbara öl*. <https://www.heltspåret.se/projekt detaljer> [2021-05-22].
- Holm, N. F. & Carlsson, Ingemar (1975). *Enskilda arkiv i Riksarkivet*. Stockholm: LiberFörlag/Allmänna förl.
- Holt, D. B. (2002) ‘Why Do Brands Cause Trouble? A Dialectical Theory of Consumer Culture and Branding’, *Journal of Consumer Research*, 29(1), pp. 70–90. doi: 10.1086/339922.
- Högman, N. (2010). *Hur arkiverar Sveriges byggföretag? - ett försök att finna arkiveringspraxis i en för kulturarvet viktig företagsbransch*. Masteruppsats. Institutionen för ABM. Uppsala: Uppsala universitet.

- Insider (2015). *How a tiny brewery run by monks came to make the best beer in the world*.
<https://www.businessinsider.com/best-beer-in-the-world-westvleteren-xii-2014-12?r=US&IR=T> [2021-03-27]
- Jansson, B (1999). Billeruds registreringssystem. I Persson, O. (red.) (1999). *Om äldre företagsarkiv*. Härnösand: Institutionen för kultur och humaniora, Mitthögskolan, s. 11–29.
- Johnson, S. (1968). Enskilda arkiv och samlingar i landsarkivet i Lund. I Engström, S., Swedlund, R. & Lundberg, B. (red.) (1968). *Arkivvetenskapliga studier Saml. 4*. Uppsala: Landsarkivet, s. 201–210.
- JRC (2011). *JRC Newsletter February/March 2011* [nyhetsbrev].
- Karlsson, T. (2007). Personalen i företagets arkiv – tobaksmonopolets arbetarmatriklar. *Arkiv, samhälle och forskning*, 2007:2, s. 54–65.
- Klareld, A.-S. & Gidlund, K. L. (2017) ‘Rethinking archives as digital: The consequences of “paper minds” in illustrations and definitions of E-archives’, *Archivaria*, 2017(83), pp. 81–108. Available at: <https://search-ebSCOhost-com.ludwig.lub.lu.se/login.aspx?direct=true&db=edselc&AN=edselc.2-52.0-85026815633&site=eds-live&scope=site> (Accessed: 23 May 2021).
- Kommissionens förordning (EG) nr 1549/98 av den 17 juli 1998 om komplettering av bilagan till förordning (EG) nr 1107/96 beträffande registrering av geografiska beteckningar och ursprungsbeteckningar enligt förfarandet i artikel 17 i rådets förordning (EEG) nr 2081/92.
- Kommissionens genomförandeförordning (EU) 2017/2216 av den 1 december 2017 om införande av vissa namn i registret över garanterade traditionella specialiteter ”Vieille Kriek, Vieille Kriek-Lambic, Vieille Framboise-Lambic, Vieux fruit-Lambic/Oude Kriek, Oude Kriekenlambiek, Oude Frambozenlambiek, Oude, Fruit-Lambiek” (GTS) och ”Vieille Gueuze, Vieille Gueuze-Lambic, Vieux Lambic/Oude Geuze, Oude Geuze-Lambiek, Oude Lambiek” (GTS)
- Kulturdepartementet (2016). *Kulturarvspolitik* (Regeringens proposition 2016/17:116). Stockholm: Regeringskansliet.
- Kromnow, Å. (1947). *Hur man ordnar ett industriarkiv: handledning utarbetad på uppdrag av Sveriges industriförbund*. Sthlm.
- Kromnow, Å. (1953). Företagsarkiven – ett brännande problemkomplex. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr 1, s. 49–58.
- Kromnow, Å. (1958). Näringslivets arkivdagar i Göteborg 9–10 dec. 1957. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr 4, s. 94–98.

- Lehman, D. W. et al. (2019) 'Authenticity', *Academy of Management Annals*, 13(1), pp. 1–42. doi: 10.5465/annals.2017.0047.
- Lenander Fällström, A-M. (1990). Företagsarkiven. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr. 33, s. 59–69.
- Lenander Fällström, A-M. (1992). Temadag enskilda arkiv. *Arkiv, samhälle och forskning*, 1992:1, s. 69–70.
- Levi Strauss & Co. (2014). *History of the Levi's® 501® jeans*. <https://www.levistrauss.com/wp-content/uploads/2014/01/History-of-Levis-501-Jeans.pdf> [2021-05-11].
- Liljeroth, E. (1954). Stora Kopparbergs Bergslags arkiv. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr 2, s. 22–36.
- Limhamns bryggeri (2021). <http://limhamnsbryggeri.se/> [2021-05-18].
- Locke, J. (1960). Second treatise on civil government – An essay concerning the true original, extent and end of civil government. I Barker, E. (red.) (1960). *Social contract: Essays by Locke, Hume and Rousseau*, London: Oxford University Press, s. 1–206.
- Lundberg, B. (1968). Enskilda arkiv i landsarkivet i Uppsala. I Engström, S., Swedlund, R. & Lundberg, B. (red.) (1968). *Arkivvetenskapliga studier Saml. 4*. Uppsala: Landsarkivet, s. 240–252.
- Lundh, B. (1976). Brevens bruks arkiv 1766-1920. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr. 18, s. 73–82.
- Lundqvist, L. (2009). Näringslivsarkiv i Sverige. *Arkiv, samhälle och forskning*, 2009:2, s. 21–30.
- Lunds universitet (2021a). *Organisation. Forskning inom organisation*. <https://publicera.ehl.lu.se/fek.lu.se/forskning/organisation> [2021-03-25].
- Lunds universitet (2021b). *Institutionen för kulturvetenskaper*. <https://www.kultur.lu.se/> [2021-05-23].
- Mattarucchi, E. et al. (2010) 'Authentication of Trappist Beers by LC-MS Fingerprints and Multivariate Data Analysis', *JOURNAL OF AGRICULTURAL AND FOOD CHEMISTRY*, 58(23), pp. 12089–12095. doi: 10.1021/jf102632g.
- Mattsson, P. (1992). Riksarkivets nämnd för enskilda arkiv och dess roll. *Arkiv, samhälle och forskning*, 1992:1, s. 77–79.
- Mill, J. S. (2015). *On liberty, utilitarianism, and other essays*. Oxford: Oxford University Press.

- Mittuniversitetet (2021). *Institutionen för informationssystem och -teknologi (IST)*.
<https://www.miun.se/ist> [2021-05-23].
- Mora bryggeri AB (2021). *Vår historia*. <https://www.morabryggeri.se/om-oss/> [2021-05-18].
- Morhart F. et al. (2015) 'Brand authenticity : An integrative framework and measurement scale', *Journal of Consumer Psychology*, 25(2), pp. 200–218. Available at:
<https://search-ebshost-com.ludwig.lub.lu.se/login.aspx?direct=true&db=edsjsr&AN=edsjsr.26618062&site=eds-live&scope=site> (Accessed: 27 March 2021).
- Negro G., Hannan M. T. & Rao H. (2011) 'Category Reinterpretation and Defection: Modernism and Tradition in Italian Winemaking', *Organization Science*, 22(6), pp. 1449–1463. doi: 10.1287/orsc.1100.0619.
- Nilsson, L. (1969). Enskilda arkiv i landsarkivet i Vadstena. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr. 11, s. 67–76.
- Nilsson, L. (1973). Föreningen Värmlandsarkiv. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr 15, s. 58–64.
- Ofir.dk (2020). *Studentermedhjælper til Carlsberg Arkiv*. <https://www.ofir.dk/resultat/studentermedhjaelper-til-carlsberg-arkiv-330236283.aspx?jobId=330236283> [2020-01-06].
- Omnipollo (2021). *Flora*. <https://omnipollo.com/products/flora> [2021-03-27].
- Pursche, W. (1992). Landsarkivet i Vadstena och de enskilda arkiven. *Arkiv, samhälle och forskning*, 1992:2, s. 27–36.
- Rao, H. Monin, P. & Durand, R. (2005) 'Border Crossing: Bricolage and the Erosion of Categorical Boundaries in French Gastronomy', *American Sociological Review*, 70(6), pp. 968–991. Available at: <https://search-ebshost-com.ludwig.lub.lu.se/login.aspx?direct=true&db=edsjsr&AN=edsjsr.4145402&site=eds-live&scope=site> (Accessed: 27 March 2021).
- Riksarkivet (1984). *Att bevara företagsarkiv: betänkande*. Stockholm: Liber/Allmänna förl.
- Ross, C. S., Nilsen, K. & Radford, M. L. (2009). *Conducting the Reference Interview: A How-To-Do-It Manual for Librarians*. 2. uppl. New York: Neal-Schuman Publishers. ISBN: 978-1-55570-655-5.
- Rundberg, B. (1980). Utredningen om företagsarkivens bevarande – bakgrund och nuläge. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr. 22, s. 69–77.
- Sahlén, T. (2016). *Informationsförvaltning i offentlig och privat sektor*. Stockholm: Näringslivets arkivråd.

- Sandberg, J. (2016). *Arkiverad identitet - en kvalitativ studie om företagsarkiv som redskap för att synliggöra företagsidentitet via varumärke och kommunikation*. Masteruppsats. Institutionen för ABM. Uppsala: Uppsala universitet.
- SCB (2018). *Svensk bryggeriboom förändrar branschen*. <http://www.sverigeisifror.scb.se/hitta-statistik/artiklar/2018/svensk-bryggeriboom-forandrar-branschen/> [2021-03-31]
- Schug, A. (2010). *History marketing: använd företagets historia i kommunikation och marknadsföring*. Stockholm: Ekerlid.
- SFS 1864:41. *Näringsfrihetsförordningen*. Stockholm: Kommerskollegium.
- SFS 1990:782. *Arkivlag*. Stockholm: Kulturdepartementet.
- SFS 1991:446. *Arkivförordning*. Stockholm: Kulturdepartementet.
- Smedberg, S. (1985). Samordnad förvaring av arkiv?. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr 27, s. 37–41.
- Smith, A. (1970). *The wealth of nations: books 1-3*. Harmondsworth: Penguin.
- Spendrups (2021a). *Ölvärlden. Tyska renhetslagen*. <https://www.spendrups.se/olvarlden/> [2021-03-29].
- Spendrups (2021b). *Historia*. <https://www.spendrups.se/om-spendrups/historia/> [2021-05-01].
- Sundby, C. (2011). Vikten av enskilda arkiv. *Arkiv, samhälle och forskning*, 2011:1, s. 17–21.
- Svensson, S. (1962). Landsarkivens upprustning. *Rig: Föreningens för svensk kulturhistoria tidskrift*, Årgång 45, häfte 4, s. 124–125.
- Sverige Arkivutredningen (2019). *Häriifrån till evigheten: en långsiktig arkivpolitik för förvaltning och kulturarv*. Stockholm: Norstedts juridik. <https://www.regeringen.se/rattsliga-dokument/statens-offentliga-utredningar/2019/12/sou-201958/>
- Svärd, P. (2017) 'The woes of Swedish private archival institutions', *Records Management Journal*, 27(3), s. 275–285. doi: 10.1108/RMJ-01-2016-0003.
- Swedlund, R. (1950). Landsarkivens uppgifter: några synpunkter. I Jägerskiöld, O. & Kromnow, Å. (red.) (1950). *Donum Boëthianum: arkivvetenskapliga bidrag tillägnade Bertil Boëthius 31/1 1950*. Stockholm: Norstedt, s. 425–440.
- Thelin, K. E. & Ydreskog, Å. (1971). Orrefors bruks arkiv. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr 13, s. 78–88.
- Trappist (2021). *Criteria for obtaining the ATP label*. <https://www.trappist.be/en/about-ita/atp-label/> [2021-03-26]
- Ulate-Segura, B. (1972). Ferna bruksarkiv. *Arkiv, samhälle och forskning*, nr 14, s. 52–59.

- Ulfsparre, A. C. (2002). Företagsarkiven – problembarn eller värstingar?. I Abukhanfusa, K. (red.) (2002). *Vardagslit och företagsvinst*. Stockholm: Riksarkivet, s. 11–17.
- Uppsala universitet (2021). *Institutionen för ABM*. <https://www.abm.uu.se/> [2021-05-23].
- Utbildningsdepartementet (1987). *Om kulturmiljövård* (Regeringens proposition 1987/88:104). Stockholm: Regeringskansliet.
- Utbildningsdepartementet (1989). *Om arkiv m.m.* (Regeringens proposition 1989/90:72). Stockholm: Regeringskansliet.

Bilaga 1. Untappd

Snittbetyg utifrån konsumentrecensioner i mobilappen Untappd 2021-05-10. Betygsskalan är 0–5. Listan omfattar svenska hantverksbryggerier med fler än 100 000 recensioner. Årtalen har hämtats från allabolag.se alternativt respektive bryggeris websida med undantag för S:t Eriks bryggeri. S:t Eriks bryggeri är ett varumärke som ägs av Galatea.

<u>Bryggeri</u>	<u>Snittbetyg</u>	<u>Antal recensioner</u>	<u>Etablerades år</u>
Apex Brewing Company	4,05	147 708	2016
Omnipollo	3,89	1 716 656	2012
O/O Brewing	3,80	248 407	2013
Stigbergets bryggeri	3,80	644 530	2013
Brewski	3,70	610 184	2014
Dugges bryggeri	3,67	683 565	2003
Beerbliotek	3,60	417 952	2012
Brekeriet Beer AB	3,60	312 107	2011
Spike Brewery	3,58	143 298	2015
Poppels bryggeri	3,58	402 512	2012
Oppigårds bryggeri	3,55	431 901	1999
Electric Nurse	3,48	148 438	2011
Nynäshamns ångbryggeri	3,46	175 508	1997
Stockholm Brewing Co.	3,41	125 918	2012
Sigtuna brygghus	3,33	148 266	2005
Oceanbryggeriet	3,27	103 013	2006
S:t Eriks bryggeri	3,24	163 626	2010
Nils Oscar	3,22	179 399	1995
Jämtlands bryggeri	3,18	111 630	1995

Bilaga 2. Intervjufrågor

Får jag spela in intervjun?

Skulle du kunna berätta lite om verksamheten? Hur många nya öl brygger ni per år?

Hur går processen till när ni tar fram en ny produkt?

Berätta gärna vad som händer med receptet och etiketten när ni har bryggt en öl och sålt det?

Är det viktigt för er att spara gamla recept?

Hur använder ni gamla recept? Som utomstående tänker jag mig att det är en inspirationskälla eller en kontrollmekanism så att den nya ölen inte råkar bli för lik en öl ni redan har bryggt.

Hur sparar ni recept, etiketter mm?

Kan ni tömma databasen på information?

Vad skulle det innebära för er om er dokumentation skulle försvinna?

Har ni ett digitalt arkiv?

Hur stora resurser skulle ni vara beredda att satsa på arkivering?

Vill du vara anonym?