

STABUKKER MOT STRØMMEN

- Vi har eksepsjonelt godt vann, sier Rolv Gjeilo.
- Og så lager vi kun lagerøl.
Vi bryr vi oss ikke om trender.

TEKST OG FOTO: KAI KRISTIANSEN

Daglig leder for Lom bryggeri, Rolv Gjeilo, prøver å forklare hva som kjennetegner øl fra Gudbrandsdalen. Og hva som er ideologien til bryggeriet.

Mer om det siden. For nå står vi nærmest og måper i det flotte produksjonslokalet.

Vi har kjørt et lite femminutt fra Bakeriet i Lom. Over elva Otta, og videre et par kilometer langs nordsiden av elva. Og der, med spektakulær utsikt over dalen og Jotunheimen i sør, ligger bryggeriet.

Tidligere var dette låven på driftsbygninga i Grjotheim. Nå er det et tipp-topp moderne bryggeri med en kapasitet på drøyt 400 000 liter øl, forteller Rolv.

- Det var her det startet, for snart ti år siden, sier han, og tar oss med på en omvisning i lokalene.

Som de fleste håndverksøl-produsenter begynte også Lom bryggeri i det små. 10 000 liter i året ble snart til 20 000, så 50 000. De fire siste årene har de stanget i taket med maks kapasitet, 100 000 liter.

Med det splitter nye (pent brukte) anlegget er ikke lenger det et problem.

Ærlig øl

Også tappemaskinen er byttet ut. Mens den forrige tappet 7-800 flasker i timen, er de nå på 13-1400 i timen.



«Døl» er brygget på malt av bygg dyrket i Skjåk, maltet på Malteriet på Kongsberg.



«Høgruta» er Lom bryggeris mestsalgende øl, oppkalt etter en fjelltur i Jotunheimen.



- Vi følger ikke trendene, men prøver å bli best mulig på det vi driver med, sier Rolv Gjeilo, daglig leder i Lom bryggeri.

- Det er innenfor, sier Rolv, mens han løper etter dattera Iben (1,5). Hun har tydeligvis vært med pappa på jobb før og finner stor glede i alle duppedingsene i lokalet. Pappa holder tritt, og greier på mesterlig vis å underholde både oss og Iben gjennom den neste timen.

I motsetning til mange andre lager Lom utelukkende lagerøl. Mange typer lagerøl. Og de er sta på forholdsvis mye, forteller Rolv. Som stil, med særlig fokus på maltsmaken.

- Vi karbonerer ølet mindre enn vanlig og bruker betraktelig mindre humle. Det gir et veldig ærlig øl. Det er ikke mye å skjule smaken bak. Bryggeprosessen og fermenteringen må være «spot on». Kommer det en liten bismak, så blir det veldig tydelig. Vi balanserer prosessen annerledes enn mange andre, med fokus på maltsmaken. Det er den gammeldagse måten å gjøre det på, sier han.

Lokale ingredienser er også viktig. Mye av malten de bruker er basert på bygg

dyrket av Tore Rune Kummen i Skjåk. Denne maltes på Malteriet fra Nordre Lie på Kongsberg, og blir brukt i blant andre ølene «Døl» og «Skjaak».

Smak av bjørk

Typisk for bryggeriet er også bruken av selvplukkede, lokale urter og bær. Og bjørkeskudd.

- Bjørk er noe alle har et forhold til, men kanskje ikke nødvendigvis i drikke. Når bjørka spretter om våren og blir grønn,



plukker vi av skuddene og koker det ned til låg, altså en kraft, sier Rolv.

Det er mye arbeid. Til 1000 liter øl trenger de mye bjørkeskudd. Resultatet blir en leskende lager som passer godt i solveggen, med et hint av bjørk og vår og sommer helt bakerst i munnen.

De har kultivert en gammel humlestamme som de bruker som aromahumle i noen av ølsortene. I andre øl har de einebær, blant annet i ølet «Eine», som er det lokale uttrykket for nettopp einebær.

- I den skal det være mer enn et lite hint; vi koker låg av busken og har i tillegg i knuste bær. Men det blir jo aldri helt likt i hvert øl. De er typiske oss de der, «Eine» og «Bjørk». Vi har også en øl med krekling og einebær, en litt rødlig amber. Det er veldig mye arbeid, altså.

Sterk identitet

Også identiteten til bryggeriet er de sta på, sier Rolv. Nesten dogmatiske. Ølene har enkle, forklarende navn, som «Ljost», «Myrt» (mørkt) og «Raudt». Nylig har de laget en ny hveteøl, den heter selvsagt «Kveite».

Logoen på etiketten, den spisse «takvinkelen», er inspirert av de store stabbur-ene som fungerte som kornkammer og matlager for hele samfunnet i Lom. Brunfargen på etiketten signaliserer at dette er et tradisjonsprodukt, basert på øl-håndverk gjennom århundrer.

- Vi foretrekker flasker, men vi har noen kunder utenfor allfarvei som får ølet på boks. Den pallen der, sier Rolv og peker.

- Den skal hentes med helikopter og flys inn til Fannaråkhytta. Dit er det knapt nok sti, så da er det greiest med boks. Men det er med flaskene vi skinner mest. Gjerne i serveringssammenheng. Det er da vi ser best ut.

En motvekt

Mange ølprodusenter satser på boks.

Og det er forståelig, synes Rolv.

- Det er mange humlerike ales, som Ipa og Neipa. Jeg synes det er en interessant trend, men er samtidig glad for at vi kan være en motvekt. Med bruk av flasker, brune etiketter, lokale urter og bær og så videre.

Også kundene ser ut til å sette pris på ølet. Første halvår 2024 hadde bryggeriet en omsetningsøkning på 50 prosent.

- Det er nok flere grunner til det, men jeg tror mye skyldes profilen og identiteten vår, at vi ikke følger trendene, men heller prøver å bli best mulig på det vi driver med.



Olav Grjotheim (øverst) tar seg av salg og kundekontakt, mens altmuligmann Hans Petter Bjørkli gjør mye av det andre.

Mål: Gjenkjøp

De har i dag like over fire ansatte. Tre på heltid, en på halv, og noen på timebasis. Lomb er å finne i over 60 Meny-butikker i Norge og i tilleggsutvalget til Vinmonopolet.

Så hva er det egentlig som kjennetegner øl fra Gudbrandsdalen?

- Vannet vårt er ekstremt viktig for oss. Lom er en liten plass, og alle prøver å dra ting i riktig retning. Så lenge det kommer mange turister til Gudbrandsdalen, er det bra. Og så lenge folk drikker bedre øl og

ikke mere øl, og de vil ha godt håndverksøl og ikke bare industriøl, er det bra for oss.

Målet er å lage et gjenkjøpsprodukt.

- Altså et øl som er kjempelett å like, og som har veldig høy kvalitet, som appellerer til alle. Vi har kunder som har kjøpt det samme ølet fra oss i åtte år. Det ruller og går, enten i dagligvare eller i restaurantmenyen. Lagerøl vil aldri være på trendtoppen, men det vil være en jevn etterspørsel. ■