

Pressmeddelande 2018-06-04

Vilken sill ska till om 180 år?

Berättelsen om Abba är inte bara ett stycke svensk näringslivshistoria. Den handlar lika mycket om framtiden. I år fyller ett av Sveriges äldsta varumärken 180 år. Det firar vi med att tänja på sillgränserna.

På julbordet, till midsommarlunchen och som en del av påskmiddagen. Få andra svenska maträtter har tagit en sådan självklar plats på våra festbufféer som den inlagda sillen. Men sedan är det också en maträtt som vilar på en lång tradition.

I år är det 180 år sedan Christian Gerhard Ameln grundade bolaget, som i folkmun senare skulle bli känt som Abba. Han var 29 år och nybliven entreprenör men var väl förtrogen med branschen sedan barnsben. Ameln tillhörde en köpmannafamilj som sedan generationer hade bedrivit sjöfart och salt- och sillhandel i norska Bergen. Hans eget bolag skulle också bli ett traditionellt familjeföretag vars vd-post gick i arv. 2014 blev hela sortimentet av sill, ansjovis, tonfisk, musslor och kaviar från Abba en del av Orkla Foods Sveriges portfölj. I sortimentet ingår både produkter för konsument och speciellt framtagna produkter för restauranger inom privat och offentlig sektor.

– En av de största utmaningarna med ett varumärke som Abba är att lyckas behålla ett ben i traditionen och samtidigt våga ta steg ut i framtiden. Det är genom historien vi får respekt för råvaran och kunskap om mathantverket. Men för att fler ska upptäcka fördelarna med sill i framtiden måste vi också vara nyskapande och innovativa, säger Malou Wik Yeang, marknadschef för Abba på Orkla Foods Sverige.

Det var precis vad som hände på Musselbaren i Smögen i april tidigare i år. Då bjöd Orkla Foods Sverige in till en avsmakningsmeny för att fira att Abba fyller 180 år.

Gästerna fick bland annat testa på att äta karamelliserad sill med bakad mör, kräm på hela bakade ägg och mörfett, Mästarmatjes med rostad blodpudding, blomkålkräm och rostat kaffe, rå vit sparris med vispat ansjovissmör och nasselbuljong, mussellasagne med brysselkål, tomat och grönt äpple samt glass på selleri och musslor.

– Tanken med menyn var att tänja på sillgränserna. Både när det gäller smak och konsistens men också när det gäller hållbarhet och matsvinn. Vi försökte så långt det gick att använda hela sillen, säger Johan Liljegren, Creative Head Chef på Orkla Foods Sverige.

Orkla Foods Sverige tillagar mat och dryck i Sverige med kärlek och omtanke om människor, hav och land. Våra varumärken är Abba, Anamma, Kalles, Felix, BOB, Frödinge, Ekströms, Risifrutti, Grandiosa, Önos, Mrs Cheng's, Kung Gustaf, Fun Light, Grebbestads, JOKK, Den Gamle Fabrik, Ejderns, Svennes, Hållö, Lucullus, Limfjord, Liva Energi och Paulúns.

Ett starkt miljöengagemang har alltid legat i fokus för Abba, inte minst för att varumärket är beroende av havet och tillgången på bra råvara. Sedan 2011 är all sill från Abba MSC-certifierad och kommer från hållbara bestånd. Målet är hela sortimentet ska vara MSC-certifierad 2020.

Idag arbetar omkring 240 personer på Hagaberg i Kungshamn, som räknas till en av de mest moderna anläggningarna inom fiskförädling. Till anläggningen hör också råvarucentralen Bergrummet där rom, skarpsill och andra sillsorter lagras. Sillen kryddas enligt gamla recept och rommen tas om hand som finaste champagne.

Vill du veta mer?

Är du journalist och intresserad av veta mer om historien om Abba? Vill du veta mer om vår anläggning i Kungshamn och hur vår sill blir till? Vill du ha hjälp att inspirera era läsare med nya kreativa sillrecept?

Kontakta:

Cecilia Franck, presschef, Orkla Foods Sverige
+46 735 97 97 43, cecilia.franck@orklafoods.se

Orkla Foods Sverige tillagar mat och dryck i Sverige med kärlek och omtanke om människor, hav och land. Våra varumärken är Abba, Anamma, Kalles, Felix, BOB, Frödinge, Ekströms, Risifrutti, Grandiosa, Önos, Mrs Cheng's, Kung Gustaf, Fun Light, Grebbestads, JOKK, Den Gamle Fabrik, Ejderns, Svennes, Hållö, Lucullus, Limfjord, Liva Energi och Paulúns.