

VINBLADET



Nr. 2 / 2022 / 35. årgang



Bordeaux
og vitsen med å vente

Kontraster
gir spenning i munnen

Brennevin
- slik smaker vi det

Utgiver:

Vinbladet er et gratis kundemagasin utgitt av AS Vinmonopolet

Postboks 6953
St. Olavs plass, 0130 Oslo
vinmonopolet.no
Tlf. 22 01 50 00

Ansvarlig redaktør:

Tom R. Tyrihjell

Redaktør:

Marie Steffens

Redaksjonen:

Anne Enggrav, Andreas Ingul,
Niclas Lundmark, Håkon Skurtveit
og Anders Stueland

Design:

Spoon

Forsidefoto:

Tommy Andresen

Trykk:

Kai Hansen Trykkeri AS
Trykt på miljøvennlig papir
Opplag: 90 000

Korrektur og nynorsk oversettelse:

Totaltekst AS

Ros, ris, innspill eller spørsmål kan sendes til: vinbladet@vinmonopolet.no

Redaksjonen har ikke ansvar for ubestilt materiale.



Vinmonopolet er akkreditert for sensorisk kvalitetstest av øl, vin, brennevin, fruktmost og juice.

Henvendelser om abonnement:
vinmonopolet.no eller
kundesenter@vinmonopolet.no

Ansvarlig salg

Vinmonopolet har drevet ansvarlig salg av alkohol i hundre år, og gjennom vinmonopolordningen skal vi bidra til å redusere skadevirkningene av alkohol. Det er derfor viktig for oss å forhindre at mindreårige får tak i alkohol. Vi har aldersgrenser på kjøp av alkohol i Norge for å beskytte unge mot skadevirkninger. Hjernen utvikles helt fram til man er i 25-årsalderen, og alkohol kan påvirke utviklingen negativt.

Det å drikke alkohol gjør også ungdommer mer utsatt for farer, ulykker og uønskede situasjoner. Man vurderer risiko dårligere når man er beruset, og unge mangler erfaring i å avverge slike situasjoner. Lav debutalder for alkohol henger sammen med et høyt konsum og økt sannsynlighet for alkoholproblemer i voksen alder. Derfor er det gledelig å se at debutalderen for beruselse går opp.

Ungdom er generelt veldig flinke til å vise legitimasjon uoppfordret. Tallene for hvor mange som gjør dette, har vært ganske stabile over flere år, men det var en dobling i antallet vi måtte spørre om å vise legitimasjon, fra 2019 til 2021. Årsaken er nok dels at så mange brukte munnbind i butikkene våre i fjor, noe som gjør det ekstra utfordrende å anslå alderen. I denne perioden hadde vi dessuten mange flere kunder enn normalt.

I august og september skal vi gjennomføre en holdningskampanje for alderskontroll. Vi har vært gjennom to spesielle år med pandemi og nedstengning av samfunnet. To årskull har blitt kjent med alkohol og med Vinmonopolet i denne perioden, og vi ser behov for å minne om at det er viktig å vise legitimasjon når man handler hos oss.

Flere butikker har merket en økning i tilfeller av langing, altså at voksne kjøper alkohol til mindreårige. Venner over 18 år er den viktigste kilden her. Jeg ønsker at du som er voksen, skal tenke over at om du kjøper alkohol til mindreårige, er du også medansvarlig for det som eventuelt kan skje etterpå. I denne utgaven av Vinbladet kan du lese om Vinmonopolets historie med ansvarlig salg gjennom hundre år. Jeg lover at vi vil fortsette den gode jobben vi gjør med dette.



Elisabeth Hunter
administrerende direktør

4

Ansvarlig salg

Vinmonopolet har alltid hatt ansvarlig salg som en hovedoppgave. Men tiltakene har endret seg mye gjennom hundre år.



10

Årganger i Bordeaux

Her kan du lese om noen årganger fra Vinmonopolets barndom, om årgangenes historie og om hva som gjør bordeauxvinene særlig lagringsdyktige.



16

Likt og ulikt

Når vi anbefaler drikke til mat, spiller vi gjerne på enten likheter eller kontraster. Her får du innblikk i hvordan vi tenker, og tips om drikke til noen litt annerledes sommerretter.

24

Bærekraftig rom

Vinmonopolet setter søkelys på vann, hvile, skygge og sanitærforhold for dem som jobber i sukkerindustrien. Vi vil gjerne ha inn flere romprodukter som er sertifisert etisk.



32

Produktene før og nå

Vinmonopolet fyller 100 år, og vi ser på trender og rariteter i produktutvalget gjennom tidene. I del to har vi nå kommet til perioden 1946–1970.

LES OGSÅ

- Hvilken drue er jeg?
- Smaken av brennevin
- Nye klokker for brennevin
- Smått og godt

Med henrygt til anerkendelse af my vasker hane
 når Fru Kjer slutter, og følger i det videre
 stand, at han her tack med Fru Margit
 Johansen, Dröbak, som gjennem fælle er
 til des her viderisat for Fru Kjer.
 Fru Johansen hadde da intetstet hane
 gjorde villen overta skillingen efter Fru
 Kjer, og ga da for samme løben og
 viderisat som Fru Kjer, såvidt stand
 forstod. Hun er 4 år. og en meget bra
 dame.
 Skjone antagelse at Fru ^{Margit} Johansen
 bli ansatt.

Sak. nr. 39.

For følgende personer utlåper kjøpe fortid
 1/1-1954.

1. Reinar	Dröbak
2. Harald	—
3. Rolf	—
4. Tor	Frogn
5. Johan	Dröbak
6. Olektor	—
7. Olthek	Frogn
8. Ferdinand	Dröbak

Da samtlige disse personer fortsatt er.
 uetruisk mistruket, testifikk skjone i folke
 kjøpe fortid for samtydelig i år til
 1/1-1955.

Ansvarleg sal på Vinmonopolet gjennom hundre år

Frå svartelister til kjærleik

Å selje alkohol med ansvar er Vinmonopolets samfunnsoppdrag, i dag som for hundre år sidan. Men svartelistene er heldigvis bytte ut med kjærleik.

TEKST: MARIE STEFFENS FOTO/FAKSIMILA: VINMONOPOLET

I 1930 innførte Vinmonopolet svartelister for å registrere dei som ikkje hadde rett til å kjøpe alkohol. Det var ingen sentralt samkøyrdelister, dei blei førte i dei enkelte utsala. Svartelistene fanst over heile landet, bortsett frå i dei største byane. Systemet fungerte nemleg best på mindre stader der dei tilsette kjende alle kundane, sidan det ikkje var noka generell legitimasjonsplikt i Vinmonopolets butikkar.

◀ **Kjøpeforbod:** Normalt gjaldt svartelistinga for eitt år om gongen. I ein møteprotokoll for «det stedelige styre på Vinmonopolets kontor» finn vi for møtet i november 1953 at kjøpeforbødet går ut for åtte namngitte personar i Drøbak. Men teksten sluttar ikkje der. «Da samtlige av disse personer fortsatt er notorisk misbrukere, besluttet styret å forlenge kjøpeforbudet for dem alle ydeligere 1 år ...», står det vidare. Når ein blar litt i boka, viser det seg at mange av dei same namna er å finne fleire år på rad.



Du kan høyre meir om denne delen av historia til Vinmonopolet i episode nummer 237 av podkasten vår, «Seiersrus og svartelister».

Normalt gjaldt svartelistinga for eitt år om gongen. Listene bestod først og fremst av personar som hadde blitt straffa for alkoholrelaterte lovbrøt fleire gonger. Politiet, edruskapskomiteen, fattigvesenet og verjerådet kunne be Vinmonopolet om å svarteliste personar. Talet på svartelista nådde ein topp på 1950-talet, men systemet levde heilt

fram til siste del av 1970-åra. Det norske systemet med svartelister var faktisk mindre strengt enn på det svenske Systembolaget. Der måtte ein nemleg ha eit særskilt løyve, registrert i ei såkalla motbok, for å handle. Vanlegvis fekk verken ungdommar, folk som var dømde for fyll, dei som var utan fast bustad, gifte kvinner eller folk på sjukeheim ei slik motbok.

Haldningskampanjar

På 1970-talet skjerpa Vinmonopolet alderskontrollen i butikkane. I butikkane førte ein statistikk over kor mange som blei nekta å handle på grunn av alder og rus. I 1973 blei aldersgrensa på kjøp av brennevin sett ned frå 21 til 20 år, men likevel steig talet på nektingar av folk som var for unge. Tidleg på 2000-talet starta Vinmonopolet årlege haldningskampanjar med budskap om alderskontroll og langing. Særleg om sommaren og rundt juletider har vi også gitt ut informasjon om risiko ved alkoholbruk.



Tenk deg at datteren din må på legevakten for å pumpe.

Tenk deg at datteren din må på legevakten for å pumpe
– og at det var du som kjøpte alkohol til henne.

Foreldre som sender med barna sine alkohol på fest gjør det sikkert i beste mening: "Då vet jeg i alle fall hva hun drikker..." Men forskning viser at de tar feil. Alkohol som ungdom får med seg hjemmefra, kommer i tillegg til det de likevel drikker. Aldersgruppen 16-20 år drikker i gjennomsnitt ca. 6 liter ren alkohol i året. Vinmonopolets oppgave er blant annet å sørge for at foreldre ikke kjøper alkohol til mindreårige. Men vi er selvfølgelig av din hjelp for å gjøre en best mulig jobb.

Ikke kjøp alkohol til mindreårige. Heller ikke til egne barn.



VINMONOPOLET

Ikkje kjøp alkohol til mindreårige!

Vinmonopolet tar eit særleg ansvar for å verne mindreårige mot skadar ved alkoholbruk. Vi definerer langing som det å skaffe alkohol til nokon som ikkje sjølv er gammal nok til å handle. Dei første langingskampanjane ville forhindre at foreldre kjøpte alkohol til dei mindreårige barna sine. I 2001 kjøpte mange alkohol til barna på Polet eller sende med dei noko heimanfrå når dei skulle på fest – «då veit vi i alle fall kva dei drikk», var argumentet. Men kampanjane informerte om at røyndommen var annleis. Alkoholen heimanfrå kjem på toppen av det dei unge får tak i på anna vis.

Vi retta kampanjar mot foreldre til og med 2009, då Vinmonopolets undersøkingar viste ein gledeleg nedgang i delen av foreldre som kjøpte alkohol til barna sine. Frå 2010 blei eldre søsken og venner den viktigaste målgruppa for kampanjane, sidan dei no blei den største leverandøren av alkohol til mindreårige.

Vis leg uoppmoda!

Då dei første alderskampanjane blei gjennomførte på slutten av 1990-talet, var det ei utfordring at dei butikktilsette måtte be alle unge om å vise legitimasjon. Bodskapen i alderskampanjane våre er derfor at alle mellom 18 og 25 år skal vise leg uoppmoda. I løpet av 2010 var det for første gong fleire som gjorde dette, enn som måtte spørjast.

Sidan stadig nye kull av unge kjem inn i målgruppa, er alderskampanjane stadig i gang. Kampanjebodskapen blir først og fremst spreidd i sosiale medium som dei unge i målgruppa nyttar: Snapchat, Facebook og Instagram. Gjennom mystery shopping (ei måling med anonyme kundar i målgruppa) blir både Polet og daglegvarehandelen målte på kor godt dei tilsette treffer på alderskontroll i butikk. Resultatet for Vinmonopolet er godt, med eit snitt på over 90 prosent gjennom heile perioden 2008–2019.



⬆ **Risiko og ansvar:** Fleire av kampanjeelementa informerte om risiko for ulykker, vald og andre uønskete situasjonar ved alkoholbruk. Du har eit ansvar for kva som skjer, viss du kjøper til mindreårige, var bodskapen i desse kampanjane frå 2005 og 2006.



📌 **Ungdomskjendisar:** Alderskampanjane har mellom anna brukt dei største ungdomskjendisane i tida til å fronte bodskapen. I 2010–11 kunne dei unge ringje eit telefonnummer og høyre Tone Damli lese ei innspelt melding.



📌 **Redd ei bie:** I 2014–15 spelte kampanjen på problemet med biedød. Unge som viste leg uoppmoda, var med på å redde ei bie. For første gong fekk dei også ein kjærleik som takk for hjelpa.



📌 **Tutta:** I 2013 møtte dei unge kundane Tutta – hunden som snuste seg fram til falsk leg! Bodskapen i kampanjen var at bruk av falsk eller lånt legitimasjon kan få alvorlege konsekvensar som prikk på rullebladet, bøter og fengsel.



📌 **Kjærleik:** Vi delte ut kjærleikar til ungdom som viste legitimasjon uoppmoda, første gong i 2014. Dette blei så populært at vi framleis gir dei yngste kundane våre ein kjærleik. Det er eit fint bilete på omsorga som ligg bak Vinmonopolets tiltak for ansvarleg sal.

📌 **Munnbind:** I løpet av koronatida har vi bede mange fleire unge om å vise legitimasjon. Dei viktigaste grunnane er bruken av munnbind og at vi har hatt mange fleire kundar enn normalt i denne perioden. Annsen blei vist på Facebook i 2021.

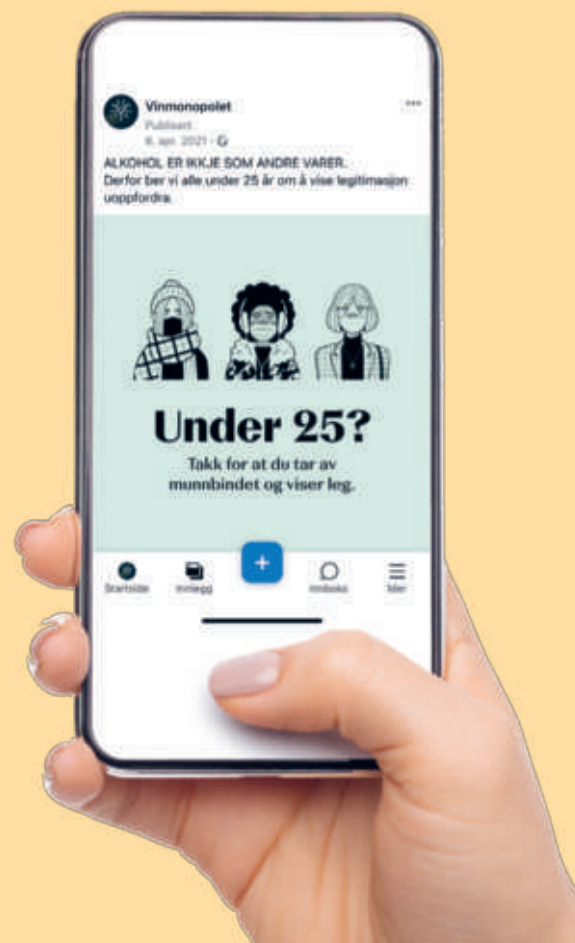




FOTO: GETTYIMAGES

Hvilken drue er jeg?

1. I landet jeg kommer fra, er det en liten by med samme navn som meg.
2. Spilte du tennis i 70-årene, kjenner du avslutningen min.
3. Stille er jeg ganske dyp i grunn, ja, faktisk selv når jeg amuserer meg.
4. Ikke mange vet at det er jeg som er Clevner, Beaunois og Gamay Blanc.
5. Jeg liker å gå på Bío-Bío, se Casablanca og spise popkorn.
6. Mange liker best ekstremsportutgaven av meg. Karrig og kaldt, det sier vel alt.
7. Men jeg er allsidig: dyrkes overalt og mange steder mest av alle.
8. Jeg er ikke den som smaker mest, men takler malo, fat og berme best.
9. Jeg hadde verdensherredømme, men på slutten av 1900-tallet vippet Pinot Grigio meg av folkets trone.
10. Jeg er selvskreven i vinens ABC, men heldigvis ikke lenger som Anything But C ...
11. Den blankeste champagnen er det jeg som står for.
12. Eple, sitron, tomat og urter, eller smør, nøtter, bakverk og kokos. Stilvalget er ditt.
13. Mange har trodd jeg heter Chablis. Og jeg gjør det faktisk sylskarpt der fortsatt.
14. Ja, i hele Bourgogne er det jeg som er dronning.
15. Stokk om på disse så har du meg: HAYCARNDON

Svar: Chardonnay

Bordeaux og årgangskultur

Ved modning av vin utvikles verdifulle egenskaper som gir nye kvaliteter. Vinene i kjelleren er også et mål på tiden som går, og noen av dem kommer til å overleve oss.

TEKST: PER MÆLENG, SENIOR PRODUKTSJEF



Lagring og modning er ikke noe som bare handler om vin, det er en del av en større kultur – fra de lagrede – gjærede fiskesausene i antikken til norsk rakørret.

Det er en utbredt oppfatning at årgangskulturen – det at årganger er forskjellige i stil og kvalitet, og at etterspørselen i høy grad avhenger av årgangens omdømme – er et nytt fenomen. For i dagens vinmarked er ingenting viktigere for salgbarheten til en vin enn den vedtatte kvaliteten på årgangen. Men årgangskulturen og bevisstheten om at noen årganger utmerker seg på en særlig positiv eller negativ måte, er eldre enn det de fleste later til å tro. Allerede romerne hadde en klar oppfatning om at vekstsyklusen i et bestemt år påvirket vinens kvalitet og etterspørsel positivt eller negativt (se egen ramme på side 15).

Utvikling i glassflaske

Den moderne årgangskulturen, slik vi kjenner den i dag, startet på slutten av 1700-tallet med den håndblåste og etter hvert industrielt framstilte flasken med en nyutviklet stopper av naturkork. På det tidspunktet startet de første slottene i Bordeaux å tappe vin på flaske snarere enn å selge den direkte fra fat til vinhandlere og forbrukere. Men gevinsten ved endringen i salg av vin fra flaske kom som en overraskelse. Vinen på flaske viste seg å få langt bedre holdbarhet enn om den ble solgt direkte fra fatet, der den raskt ble forringet som følge av oksidasjon. Og ikke bare holdt vinene lenger, det viste seg også at oppbeva-

ringen på flaske forandret vinen til det bedre. Det er den første erfaringen med lagringsgevinst, altså økt kvalitet som følge av oppbevaring over tid på flaske med en stopper av kork.

Lagring og kvalitet

Lagringskulturen har siden ca. 1800 vært en uimotsagt del av kvalitetsforståelsen. Ingen annen type vin har hatt en sterkere posisjon innenfor denne lagringskulturen enn de røde bordeauxvinene. Lagring og kvalitet har vært to sider av samme sak. Ingen som kjøper bordeaux for lagring tiår fram i tid, stiller spørsmål ved om vin blir bedre ved å lagres fram til modning. Det er en selv-sagt oppfatning i det vi kan kalle kjellerkulturen. Men fra en plass på utsiden av miljøet er det ikke like opplagt at lagring på flaske øker kvaliteten. Der finner vi dem som hevder at lagring og modning ikke har noe med økt kvalitet å gjøre. For mange er det et antikvarisk syn. Hvorfor skulle noe bli bedre av å ligge lenge?

Det tilhengere og motstandere er enige om, er at lagring/modning forårsaker sensoriske forandringer i vinen. Men det kan tolkes på ulike måter – positivt; negativt eller nøytralt. Innenfor lagringskulturen tolkes det positivt, modning gir økt kvalitet. For motstanderne er det to mulige posisjoner å ta. De negative mener at lagringen tar bort kvaliteter og

egenskaper i vinen. Den nøytrale posisjonen tolker den sensoriske endringen som en forskjell. Forskjellene gis verken positiv eller negativ verdi. Ja, en lagret bordeaux smaker annerledes enn en ung vin. Ikke nødvendigvis bedre eller dårligere, bare annerledes.

Poenget med lagringen

Korrekt lagring i kort eller lang tid har ett overordnet poeng: modning av vinen. Men hva er det som skjer under korken når en flaske vin modnes ved korrekt temperatur? I korte trekk handler modningen av vin om kontrollert oksidasjon i en lukket medium flaske. Denne nedbrytningsprosessen, som slutter ved at vinen ender opp som eddik, utløser komplekse biokjemiske prosesser som danner sensoriske egenskaper/kvalitet er noen har lært seg å verdsette og er villige til å betale ekstra for. Det er den samme positive forståelsen av lagring for å forårsake modning som vi støter på i den gastronomiske kulturen. Vi finner den i hengetidene for ulike typer kjøtt og fisk og i modningen av noen typer oster.

Lagring og modning er dermed ikke noe som bare handler om vin, det er en del av en større kultur – fra de lagrede, gjærede fiskesausene i antikken til norsk rakørret.

Innenfor lagringskulturen pågår det en

Det er mulig å se for seg hvordan en ung vin vil se ut, ved å sammenlikne den med en korrekt lagret vin med noen titalls år på baken.

løpende diskusjon om når vin er å betrakte som moden og på høyden av sin positive utvikling. Den perfekte modningen er tenkt som et punkt med visse sensoriske egenskaper i en stigende og fallende kurve mellom det for ungdommelige og det for utviklede og alderdomspregede. Det er dette punktet de prøver å treffe når en flaske åpnes etter å ha ligget årevis i en kjeller. Det er selvsagt ikke lett, og det finnes ingen fasit. Mye ender med å bli subjektivt.

Sammenlikning av årganger

Hvorfor er det bordeauxvinene som i særlig høy grad omfattes av lagringskulturen? Det er særlig to årsaker til det. For det første har bordeauxvinene historikk for å tåle en omfattende lagring. For det andre er produksjonsvolumene så betydelige at det alltid finnes gammel vin i markedet for dem som har råd til å betale det det koster for eldre årganger. Det gjør det mulig å sammenlikne yngre og eldre årganger.

Det er ingen eksakt vitenskap, men det er mulig å se for seg hvordan en ung vin vil se ut, ved å sammenlikne den med en korrekt lagret vin med noen titalls år på baken. Det er imidlertid noen x-er i en slik komparativ analyse av årganger. Ingen årganger er like, og vin produseres heller ikke på den samme måten i dag som for hundre år siden.

De sensoriske preferansene har også endret seg. Men til tross for alt som taler mot en sammenliknende analyse, er det i min verden mye som taler for. Det beror hovedsakelig på én ting. Adressen, altså vinmarkene, er i grove trekk den samme. En vin fra et toppslott kjent for lagringsdyktige viner i årgang 1928 er laget av druer fra samme voksested som årgang 1961 og årganger fra det siste tiåret. Vinens DNA er i det store og hele ganske lik. En erfaren smaker har ikke vanskelighet med å se likhetene i de to store og kompakte årgangene 1928 og 1961. Ved å danne seg et bilde av den massive 1928-årgangen – hvor den befinner seg i utviklingen i dag – en nesten 100 år gammel vin, er det mulig å danne seg et inntrykk av utviklingen av den like kompakte 1961-årgangen.

Voksestedet Bordeaux

Det er et faktum at bordeaux lagrer godt og lenge. Men hva er det med regionen, voksestedet, som gjør at vinene tåler å ligge i kjelleren?

Oppe ikke bare tåler de det, bordeauxvin hevdes å bli bedre ved å lagres.

Det er en kombinasjon av flere forhold som spiller inn: årgang, druemiks, teknisk kompetanse i vinmark og kjeller, osv. Men er det ett forhold som trumfer alt dette, er det et ekstremt karrig og næringsfattig jordsmonn i kombinasjon

med god drenering. Vinstokkene må jobbe for å levere kvalitetsfrukt i Bordeaux: frukt med konsentrasjon, friskhet og høyt tanninnivå. Når alt klaffer, produseres det ikke sterkere og mer intens og robust frukt noe annet sted.

1800-tallets storhetstid

Bordeauxvinenes første storhetstid strekker seg fra ca. 1800 – da flasken med en stopper av kork ble tatt i bruk – og fram til ca. 1900. Da vinlusen begynte å gjøre seg gjeldende i 1850-årene – etter å ha kommet til Frankrike fra Amerika via England – var vinmarkene i Bordeaux beplantet med gamle vinstokker av høy kvalitet. De beste vinene i perioden ble laget i årene 1850–80, og spesielt kjent er de store årgangene i 1860–70-årene, især 1864, 1865, 1869 og 1870.

Avlingene var små, og druene ble plukket tidligere enn i dag, med et høyt syre- og tanninnivå som resultat. Vinene trengte mange tiår før de modnet tilstrekkelig.

Jeg har smakt en del vin fra denne perioden, og i godt lagrede utgaver er vinene sjokkerende ungdommelige med full mørkerød farge, sunn frisk frukt og fast tannin. Da de ble smakt, var de langt over hundre år gamle, men de var i full vigør.

Det er som å stå under en gammel eik og forstå at vi ikke er herrer over tiden. Alt ebber ut, vi lever korte liv. De store vinene overlever oss.

Vinlus og omplanting

I 1900 hadde vinlusen langt på vei gjort kål på de opprinnelige vinstokkene i Bordeaux. Nye amerikanske rotstokker, som var resistente mot vinlusen, var i ferd med å bli plantet ut i vinmarkene i Bordeaux og ellers i Europa der vinlusen hadde herjet. Etter dette skulle det ta tid før vinstokkene leverte høy kvalitet. Det er vanskelig å ta stilling til om det skyldtes at de rotekte vinstokkene var av høyere kvalitet enn de nylig plantede amerikanske rotstokkene, eller om det skyldtes at vinstokkene var unge og stadig ikke var i stand til å produsere konsentrert frukt av samme kvalitet som før. Det kan også være snakk om en kombinasjon. Like fullt viste det seg at årgangene 1899 og 1990 holdt godt. Men vi må helt fram til de store 1920-tallsårgangene for å finne årganger som stadig er i live. Jeg har smakt mye bordeauxvin fra denne perioden, og spesielt 1928 har vist at det ikke bare er årgangene fra perioden før vinlusen som har holdt godt i hundre år. Godt lagrede flasker fra 1928 er fortsatt sjokkerende ungdommelige, ferske, fruktige og sunne. De bærer ikke preg av å være i nærheten av å takke av. De holder stand.

«Memento mori»

I et utsatt, sårbart menneskeliv, der alle dager kan være de siste, lever 1928 videre. Det er en befriende tanke. Det er som å stå under en gammel eik og

forstå at vi ikke er herrer over tiden. Alt ebber ut, vi lever korte liv. De store vinene overlever oss. Vi har ikke så mange tidsmålere: kroppene våre, ungene vi har eller ikke har. Vinen i kjelleren er en velkommen tidsmåler. Når vi åpner en flaske fra en kasse fem år senere, er den endringen som registreres, også et bilde på den som smaker den. Så det bildet som legges ut på sosiale medier som et trofe, er også meg selv – fem år eldre.

Alle øktene på tredemøllen eller botoxbehandlingene kan ikke redusere det faktum at bordeaux 2016 kommer til å overleve meg. «Memento mori» vit at du skal dø, og vit at noe overlever deg.

Vekslende år på 1900-tallet

Fra slutten av 1920-årene og framover til midten av 1940-årene var det få år som var gode nok til å vise hva Bordeaux kunne levere i denne perioden. Fra 1945 og framover til ca. 1970 er det imidlertid en rekke årganger som viser de store bordeauxvinenes kvalitet og lagringskraft. Etter det forringes kvaliteten som følge av ulike forhold. En kombinasjon av for produktive vinstokker, dårlig viti-kultur, høye avlinger og en for logrende tilpasning til markedet – der de rådende journalistene fikk for stor betydning og markeds-makt – bidro til det. Vi må helt til 2000-tallet for å se at kvaliteten på arbeidet i vinmarkene forbedres, og at den teknologiske utviklingen i kjellerne muliggjør en bedre sortering av frukten.

Årgangene på 2000-tallet

Fra og med 2005 ser vi en kontrollert nedgang i avlingene i kombinasjon med et ganske annet og mer detaljert arbeid i kjelleren. Den tekniske kvaliteten på arbeidet i vinmarkene og i kjellerne har aldri vært bedre i Bordeaux enn i dag. Slottene har i dag et repertoar av verktøy i skuffen som de aldri har hatt før. Det har noen fordeler, men også ulemper. De tøffe og ekstremt lagringskrevende vinene fra 1900-tallet, som vi delvis også finner i forrige hundreår, ser vi aldri mer. Vinene er mer markedstilpassede, frukten er mer ekspressiv og åpen, og tanninen er moden og oftest bløt. Hvor godt årganger som 2009, 2010, 2015, 2016, 2018 og 2019 vil lagre, er det vanskelig å ha en formening om. Jeg ser ikke mange hundreåringer, til det er druematerialet for snilt. Men at de beste vinene vil lagre godt i minst 50 år, er jeg ikke i tvil om. Og det er da noe det også, ikke sant?

Moderne kunder vil drikke ungt

For moderne konsumenter er 50 år en evighet, og de aller fleste i dag kjøper bordeaux til seg selv, ikke til generasjonene som kommer etter dem. De ønsker å drikke vinene unge, helst før de er ti år, som alle de ledende vinjournalistene skriver at man kan. Og når de først skal drikke ungt, vil de at vinene skal være laget slik at de gir tidlig drikkeglede. Produsentene kommer dem mer enn

Vi lever i en tid der umiddelbar tilfredsstillelse styrer forbrukernes krav og forventninger. Bukser skal ha stretch, sko skal ikke gi gnagsår, og livet skal være uten motstand.

gjørne i møte på dette punktet. Så dagens viner har få utfordrende elementer; de er verken sjenerende syrlige eller spesielt trå. Når jeg stadig er av den oppfatning at de beste vinene fra de siste store årgangene vil holde fint i 50 år, er det fordi balansen mellom de bærende elementene er på plass.

Det jeg er mindre overbevist om, er at konsumentene vil vente særlig lenge. Vi lever i en tid der umiddelbar tilfredsstillelse styrer forbrukernes krav og forventninger. Bukser skal ha stretch, sko skal ikke gi gnagsår, og livet skal være uten motstand.

Bordeauxvinene er også innenfor denne komfortsonen, de skal være enkle å like.

Ingen gidder å lagre seg fram til det som i gamle dager ble kalt en moden vin. For dem som likevel ønsker å gjøre seg kjent med vinene fra den gangen de trengte noen tiår på å modne, er det heldigvis et marked der ute som kan tilby den typen gleder. I auksjonsmarkedet kan du finne vin fra perioden 1960–90 som naturlig har modnet og derved har utviklet en patina som dagens årganger neppe rekker. Det er verdt å hilse på en pensjonist som – gitt en god flaske – har klart seg bedre enn oss. Livet trenger slike påminnelser, det er verdighet også i en god, gammel flaske vin.

Romersk årgangskultur

Alt i Romerrikets tid ble vin omsatt for høye priser basert på årgangen.

Årgangskulturen ble til i de avanserte bykulturene som utviklet seg i Romerrikets storhetstid. I hjertet av Romerriket lå Roma. Rikdommene fra det enorme Romerriket endret den romerske mentaliteten – for alltid. Nøysomhet, en høyt respektert romersk dyd fra den første perioden av Romerrikets historie, mistet snart taket på den mest velstående delen av Romas befolkning og ble erstattet av en smak for det påkostede, raffinerte, sjeldne, bisarre og dekadente. Denne utviklingen hadde også innvirkning på mat- og vinkulturen. Gammel vin ble en etterspurt luksus, noe de rikeste romerne serverte for å stadfeste sin sosiale posisjon i samfunnet. 121 f.Kr.-årgangen, som Petronius Arbiter lar oppkomlingen Trimalchio servere utvalgte gjester i innledningen til det hellenistiske

romanfragmentet *Trimalchios middag*, var fullt drikkbar to hundre år senere, om vi skal tro den romerske historikeren Plinius den eldre i *Historia Naturalis*. I større romerske byer solgte vinhandlere et bredt spekter av vin.

Hvordan kunne det ha seg at noen viner var så holdbare at de kunne drikkes to hundre år etter årgangen? Romerske myndigheter oppmuntret til å plukke druene sent, gjerne etter at bladene hadde falt av vinstokken. Romerne foretrakk søte viner, og da var det nødvendig å plukke senest mulig for å maksimere sukkermengden. Ofte ble vinene tilsatt honning for å forsterke sødmenivået. Ibland ble mosten kokt inn for å konsentrere sødmen. Det forklarer holdbarheten. Tørre viner kom inn i historien senere. De så dagens lys i den nordlige delen av Europa, i rikets utposter, antakelig i Gaul som er dagens Frankrike. De tørre vinene skulle vise seg å bli framtiden.



Kontrast eller harmoni

Det er nyttig å se på både likheter og kontraster hvis du skal ansette en ny medarbeider eller finne en kjæreste. Og selvsagt når du kobler mat og drikke.

TEKST: MARIE STEFFENS FOTO: TOMMY ANDRESEN KOKK OG OPPSKRIFTER: ANDREAS INGUL DRIKKETIPS: ANNE ENGRAV

Motsetninger tiltrekker hverandre, heter det. Men vi sier også at like barn leker best. Hva er egentlig sant? Antakelig begge deler. Kontraster inspirerer oss og motvirker kjedsomhet. Men motsetningene må også ha noe felles for å kunne snakke sammen.

Samspill mellom mat og drikke

Likhet og kontrast er de viktigste prinsippene vi bruker når vi skal velge drikke

til mat. Selv om de ikke forklarer alt, er de et godt sted å starte.

Målet er å finne en slags balanse, men også å skape nye smaksopplevelser. Ved å analysere delene i en rett finner vi lettere et felles språk for hva som smaker godt, eller hva som mangler i maten, drikken eller kombinasjonen. Det er flere måter å analysere et måltid på. Her ser vi på grunnsmak, aroma og munnfølelse.





Grunnsmak

Vi har fem grunnsmaker: salt, søtt, surt, bittert og umami. Du kjenner dem i munnen, men kan ikke lukte dem. Hvis du synes det lukter syrlig av en sitron eller søtt av en kake, er det nok fordi du har erfart en kobling mellom aroma og smak. Du kan teste det selv ved å holde deg for nesa når du smaker.

Gjensidig påvirkning

Mat og drikke gjør noe med hverandre, og særlig kan opplevelsen av grunnsmakene endres. For eksempel dempes syrligheten i drikken når maten har mye syre. Det kreves derfor ekstra syre for at drikken ikke skal virke slapp. Søt mat forsterker syre, men maskerer sødme og frukt i drikken, som derfor gjerne kan ha litt ekstra av dette.

Når to pluss to blir fem

I grunnsmakenes verden er for eksempel

surt og salt motsetningspar, slik svart og hvitt er visuelle bilder på kontrast. Smakskontraster tilfører ofte noe til kombinasjonen. Søt sauternes til salt og litt bitter blåmuggost er en fransk klassiker, mens søt og syrlig eplemost til salt fenalår er en norsk.

Syre i drikken blir en forfriskende kontrast til fet mat – akkurat som surkål til svinekjøtt eller rabarbra til makrell.

Når grunnsmak i maten påvirker vinen, kan det være lurt å velge ekstra tydelige viner som kompenserer for det maten «stjeler», for eksempel vin med ekstra sødme eller friskhet til umami-rik mat. Når salt spekemat gjør vinen mindre frisk, kan det være en idé å velge en ekstra frisk vin.

Du kan også velge en vin der egenskapene som maten framhever, er mindre framtrepende.

Aroma

Aroma oppleves både som en lukt gjennom nesa og såkalt retronasalt, når den treffer luktsenteret fra svelget i ettersmaken. Duft er vanskeligere å sette ord på enn smak. Aromaene er mangfoldige og personlige, og de henger tett sammen med følelser og minner. Hvordan vi oppfatter dem, varierer etter referanser og erfaringer.

For å skape et felles språk assosierer vi aromaene i vin med kjente lukter fra matvarer, kjemikalier, blomster eller annet i naturen. Å sammenlikne og gruppere aromaer kan være nyttig og gøy, men du trenger selvsagt ikke ord for å nyte sanseopplevelsen.

Aromaer er lagspillere

Vi har erfart at aromaer som likner hverandre, ofte passer godt sammen, for eksempel hvitvin med mineralske aromaer til sjømat og fatpreget vin eller mørkt øl til grillet kjøtt. Urtearoma i vin passer til urter i maten, det gjør også humlepreget øl. Men det er grenser for hvor likt det skal være. Multelikør til multekremen blir nok for mye av det gode for de fleste.

Uventet gode kontraster

Det kan være vanskelig å se hva som egentlig er en aromatisk kontrast. Oppfatningen vår henger i stor grad sammen med assosiasjoner og hva vi har lært om hva som hører sammen.

Ferske råvarer lukter annerledes enn tørkede, og naturlig fruktaroma er ulik den syntetiske. Fersk sitron og eple i en blanc de blanc champagne får derfor et annet møte med østers enn den mer dropsaktige pærekarakteren i prosecco.

Full klaff i aroma kan komme overraskende, som når en IPA møter gulrotkake. Sauvignon blanc til chevre og tørr porter eller stout til østers er andre eksempler.

Munnfølelse

Som navnet sier, er dette en følelse du kjenner i munnen, men det er noe annet enn smak. Fylde, konsentrasjon, temperatur, tekstur og konsistens er noe av det som hører med her. Fett og alkohol føles på en spesiell måte i munnen, og det sprø er noe annet enn det myke. Og selv om alle drikkene er flytende, kan de ha forskjellig munnfølelse.

Balanse og påvirkning

Ulik munnfølelse fra drikke påvirker møtet med mat. Snerp fra tannin får munnen til å kjennes tørr og ru, mens en leskende saftighet har motsatt effekt.

Hvis konsentrasjonen i drikken passer til maten, unngår du at en av delene overkjører den andre. Munnfølelse kan også påvirke smaken. Fet mat stjeler friskhet

og frukt fra vinen og kan gjøre den mindre snerpende. Sterk mat gjør drikken friskere, mer snerpende og mindre søt og fruktig.

Fyrverkeri av kontrast

Kontraster i munnfølelse er ekstra gøy. Her kan du til og med ta øyne og ører i bruk for å sanse forskjell mellom hardt og mykt eller knasende og flytende – som når boblende drikke møter sprø krutonger i en glatt suppe.

Temperatur kan gi kontrast, vanligvis mellom varm mat og kald drikke. Saftighet i øl, fruktmost eller vin har leskende effekt på en tung rett, mens et lite glass akevitt kan løfte fet mat som rakfisk eller pinnekjøtt.



Kobling av mat og drikke

Etter likhet

Aromaene

i maten er beslektet med aromaene i drikken.

Munnfølelsen

i drikken fortsetter munnfølelsen i maten.

Grunnsmak

i mat og drikke likner.

- Syre i drikken er godt når det er mye syre i maten.
- Sødme i drikken er godt når det er sødme i maten.

Intensitet

i mat og drikke harmonerer.

- Det er nok konsentrasjon i drikken.
- Drikken overdøver ikke maten.

Etter kontrast

Aromaene

i drikken er en god kontrast til aromaene i maten.

Munnfølelsen

i drikken bryter med munnfølelsen i maten.

Grunnsmak

i mat og drikke kontrasterer.

- Syre i drikken er godt når det ikke er så mye syre i maten.
- Litt sødme i drikken er godt når maten er salt.



Andreas Ingul er både kokk og vinmonopolekspeditor. Han deler raust av kunnskapen sin om mat og vin både på interne kurs på Polet og til kundene våre – her i Vinbladet og i butikken på Bekkestua. Denne gangen har han laget tre små sommerretter som kontrasterer drikken med hensyn til henholdsvis aroma, munnfølelse og grunnsmak.

Andreas ser salt, fett, syre og «spice» som byggesteiner i maten og ønsker å skape en balanse mellom dem. Han er opptatt av tekstur i munnfølelse og tilfører ofte noe sprøtt og knasende som kontrast til en bløt rett.

Umamismør

(Smøret holder til mange porsjoner, eventuelle rester kan også fryses ned.)

- 20 g tørket steinsopp
- 75 g parmesan, finrevet
- ½ glass ansjos
- saften av ½ sitron
- 2 ss sherryeddik
- 250 g smør, temperert
- 1 stort hvitløksfedd
- salt og pepper

Ha steinsoppen i en blender og kjør den i 2–3 minutter til soppen blir pulverisert. Ha pulveret i en bolle sammen med smøret. Kjør så ansjos, sitronsaft, hvitløk og sherryeddik i blenderen til en helt glatt blanding. Hell blandingen i bollen med smøret og steinsoppen og ha i parmesanen. Pisk blandingen i en kjøkkenmaskin til den blir helt glatt og luftig. Smøret kan oppbevares i bollen eller i en sprøytepose på benken til det skal brukes.

Kontrast i grunnsmaker

Umami er en grunnsmak som virker forsterkende på andre grunnsmaker og aromaer – litt som salt gjør. Salt og umami brukes ofte sammen som en ekstra boost i maten, og dette smøret er absolutt en booster. Syre fra sitron og eddik gir avkobling fra det fete, salte og umamirike. Det er denne syrlige kontrasten vi forsterker med drikkevalget. Vinens egen grunnsmak er syre. Det er nettopp den gode kontrasten syre gir til andre grunnsmaker, som gjør vin til et så godt matfølge. I tillegg til syrens forfriskende og nesten rensende effekt



Umamismør: Smøret er en lavfrekvent smaksbombe pakket med både syre, salt og umami. Dype, intense aromaer av parmesan og sopp dominerer smaken. Kjøttet spiller andrefolin i dette basstunge smaksbildet. Umamismøret har mange bruk-sområder – på en saftig biff, til grillet fisk, som breiflabb og steinbit, til alt av lyst kjøtt, som svin, kylling og kalkun, på brødskiva, til gratinering av snegler eller kamskjell eller i en bakt potet eller til pasta.

på salt og fet mat kommer aroma som for eksempel fruktighet.



Drikketips

Fet, rik hvitvin: Det faktisk lettere å smake detaljene i maten med en god hvitvin enn med rødvin i glasset. For at ikke vinen skal reduseres til et syrlig skjelett, er det avgjørende at den har nok konsentrasjon. Umamien stjeler mye frukt, og konsentrasjonen i vinen må være god nok til at fruktigheten ikke blir borte. Her bør du kanskje litt opp i pris, over 200 kroner finner du mye godt. Chardonnay eller chenin blanc som er lagret på fat eller gjærrester, er erkeeksempler på dype viner som har noe ekstra i tillegg til frukt. De lages over hele verden, for eksempel chardonnay fra California og chenin blanc fra Sør-Afrika.

Fatpreget og bermen forsterker de dype smakene i maten. Syrligheten kobler umamien ut et lite øyeblikk, og det gir liv i kombinasjonen.

To ulike rødvinstiler: Mørk og rik rødvin som garnacha fra Gredos i Spania spiller på dybden i retten og forsterker den. En mencía fra et av de spanske områdene Bierzo eller Galicia er lettere og friskere. Fruktigheten og friskheten gir kontrast til maten.

Sursøtt øl: Det er bare noen få ølstiler som har tydelig syrlighet. Den kan komme fra melkesyrebakterier eller tilsatt frukt og bær. En god blanding av dette gir et sursøtt, fruktig øl med ekstra dybde som bidrar til smaksforsterkningen. Maten kommer tydeligst fram med de fatlagrede variantene.

Alkoholritt: En saftig og sprudlende eplemost, gjerne tilsatt frukt eller bær, smaker sommerlig og friskt. Sødmen demper smakene i maten litt.



Stoccafisso mantecato

(Forrett til 3–4 personer)

Dette er en venetiansk tørrfiskdip med en norsk hovedråvare. Den brukes mest som en antipasto, eller forrett, servert med ristet brød eller skiver med kokt potet, polenta eller kikerbrød fra Liguria. Retten er rendyrket og viser lite aroma-kontraster. Tørket fisk, innkokt fløte og ristet brød dominerer. Aromaene av noe tørket, jordlig og brunet (maillard) er et perfekt bakteppe for aromakontraster. Retten kan også lages med utvannet klippfisk.

- 60 g tørrfisk uten skinn og bein
- 4 hvitløksfedd, finhakket
- 3 dl fløte
- 1 liten potet
- 1,5 dl olivenolje
- salt og pepper
- litt vann
- sitron og finhakket persille

Hvis tørrfisken er i et helt stykke, kan du banke den med en hammer eller kjele på fjølen først. Alternativt kan du bruke tørrfisksnacks, som er i tynne biter og løser seg opp fortere. Kok opp tørrfisk med fløte, hvitløk og potet. La det koke til fisken og poteten faller sammen og lar seg røre til en tykk grøt. Spe eventuelt på med litt vann underveis hvis kremen tykner for mye. Når du har kjølt kremen og tørrfiskblandingen, sper du på med olivenolje og smaker til med salt og pepper. Server med ristet brød, persille og en sitronbåt.



Kontrast i aroma

Drikker med liknende aromaer som maten forsterker og forlenger smaken av den. En utviklet champagne med tydelig autolysepreg eller et øl med lett ristet maltpreg ville sikkert smakt kjempegodt til. Men denne gangen vil vi vise kontraster. Derfor har vi valgt drikker med ferske og fruktige aromaer. De tydeligste drikke-ene, der aromaene nærmest hopper ut av glasset, skaper den klareste kontrasten. Fordi smaken av maten demper aromaene i drikken, må drikken ha et overskudd av klare og fokuserte aromaer for å takle maten. Retten er salt, og syrlighet i vinen gir en god kontrast.



Drikketips

Hvitvin: Sauvignon blanc fra New Zealand har som regel en ekstremt aromatisk profil med fersk frukt og urter. Selv om maten demper vinen litt, står den fremdeles klart ut som en ekstra sitronskvis og persillekvast. Noen ganger kjemper aromaene i maten mot aromaene i vinen, men her gir maten rom til den «høylytte» drikken. Vin som gir aroma-kontrast, kan representere det maten

mangler, eller noe som ville vært et godt tilskudd. I dette tilfellet er vinen som en ekstra urt.

Riesling i to stiler:

Riesling feinherb er en betegnelse på vin med litt sødme. Den gjør at fruktigheten blir tydeligere og ikke dempes så mye sammen med maten. Den ferske frukten er en god kontrast til den tørkede fisken, og sødmen er en kontrast til saltet. Friskheten i vinen virker leskende.

Enkel og rimelig riesling viser frukten som mindre aromatisk og ofte preget av bare sitrus og grønne epler. Denne vinen fungerer som en ekstra sitronskvis på maten, og både maten og vinen blir tydelig på hver sin måte. Den klare fruktigheten og tydelige syrligheten kontrasterer maten og gjør munnen klar for en ny runde.

Alkoholfritt: Frukt- og bærmoster som ikke er gjæret eller brygget, smaker nesten som flytende frukt og er den rake motsetningen til innkokt fløte med tørket fisk. Det leskende og ferske i drikken gir en avkobling fra smaken av maten. Både eplemost og limonade har syrefrisshet og litt sødme som sammen med aromaene kler denne retten godt. Ingefærøl ligger ikke så langt unna maten aromatisk, men blir likevel et slags ekstra krydder og en aromatisk kontrast. Sødmen dempes litt mot den salte maten.

Ajo blanco

(Forrett til 3–4 personer)

Denne kalde, spanske mandelsuppen fra Andalucía er en slags hvit variant av gazpacho, og den er helt vegansk. Suppen smaker mildt av mandler og agurk, med et lite sting av hvitløk og sherryeddik. Den passer godt i sommervarmen, er enkel å lage og kan gjøres ferdig mange timer før gjestene kommer. Suppen er ganske tjukkt og har sprøtt tilbehør som mandler, agurk og selleri.

- 3 dl mandelmelk
- 80 g mandler uten skall, ristet
- 1 agurk, rensert for skall og kjerner
- 2 skiver tørt brød uten skorpe
- 1 lite, grønt eple
- 1 stort hvitløksfedd uten skall
- ½ sitron
- 1 neve grønne druer
- 3 ss sherryeddik
- salt og pepper
- 1 dl olivenolje

Legg til side noen mandler og litt agurk til topping, før du begynner å lage suppen. Kjør mandelmelk, mandler, agurk, brød og sherryeddik i en blender til det blir helt glatt (ca. 2–3 minutter). Spe eventuelt på med mer mandelmelk om det blir for tykt. Sil suppen og pisk inn olivenolje, sitron, salt og pepper. Smak til og sett kaldt. Suppen serveres med noen skivede mandler, halve druer, litt grønt eple og olivenolje.

Kontrast i munnfølelse

Når mat og drikke har samme konsistens, kan det være vanskelig å kjenne smaken av maten og drikken hver for seg. Da er det et poeng å få til en kontrast enten i form av temperatur eller munnfølelse. Siden suppen er kald, er det munnfølelsen som gjør det mulig å kjenne forskjell på hva som er mat, og hva som er drikke. Bobler i drikken har samme funksjon som noe sprøtt til suppe – det blir kontrast i munnfølelsen. For å tydeliggjøre kontrasten mellom den flytende suppa og drikken har vi bare

valgt drikker med bobler her. I tillegg har vi tatt hensyn til elementer som aroma og konsentrasjon.



Drikketips

Vin med bobler – to varianter:

Tradisjonell metode («champagne-metoden») gir bobler som er så små og mange at munnfølelsen nesten virker kremet. Likevel gir det en brusende kontrast til munnfølelsen i suppen. Vinen bør ha en del konsentrasjon for ikke å forsvinne bak maten. Aroma fra fat og bunnfall (berme) i en chardonnay gir kraft som denne maten takler godt. Aromaene i vinen matcher fint og bidrar som et ekstra krydder til suppa.

Pétillant naturel (pét nat) er laget med en metode som bare gjør vinene perlende, ikke fullt ut musserende. Likevel har de nok bobler og konsentrasjon, og de gir en litt lettere og slankere kombinasjon. Vinene har noe ekstra i tillegg til fruktighet, ofte beskrevet som noe gjæraktig.

Det passer godt til de dype aromaene i maten.

Eplesider: Tørr, fruktig sider er godt og forfriskende til suppen. Munnfølelsen i sideren gir en tydelig og renskåret kontrast til maten. Syrligheten og fruktigheten i sideren framhever det fruktige i tilbehøret, og eplesideren i glasset og eplesidereddiken i suppen forsterker hverandre.

Øl med lyst maltpreg og moderat

bitterhet: Boblene i et håndverksøl, som for eksempel saison, kan være fint kremet, og munnfølelsen gir kontrast til maten. Øl med lyst maltpreg forsterker det lyse brødet i suppa. Litt bitterhet strammer fint opp i avslutningen og gir en fin kontrasterende effekt til kombinasjonen, men hvis det blir for mye, kan det dominere smaken.

Alkoholfri sider eller musserende:

Logikken i mat- og drikkekombinasjon er helt lik også for drikke uten alkohol. Vi har gode alkoholfrie alternativer til alle produktene som er nevnt over, for eksempel en alkoholfri sider eller en god alkoholfri musserende.



Kunsten å fange brennevinskvalitet

Når ein er godt nøgd med noko, er det stas å få vise det fram. Her får du innsyn i Vinmonopolets eigen teknikk for å smake brennevin utan sjølv å bli brent.

TEKST: HÅKON SKURTVEIT, FAGANSVARLEG SENSORISK PRØVEINSTANS

Ein gong eg var på besøk hjå eit destilleri i Skottland saman med eit par produkt-sjefar i Vinmonopolet, kjende eg meg kry. Det skjer ikkje ofte. Verken at eg er kry eller i Skottland. Grunnen var at ein erfaren og smått legendarisk destillatør blei imponert over kor flinke vi var til å smake såkalla new make spirit på rundt 70 prosent alkohol. Vi ytra oss frimodig om eigenskapane i dei uuttynna destillata som var henta direkte frå destillasjonsapparatet. Legenda smilte og nikka og kom med anerkjennande kommentarar og var overraska over at vi fekk noko ut av så konsentrert brennevin. Klart eg blir glad av slikt.

I can teach you

Først hadde vi vore ein runde i destilleriet og sett på og tatt på og spurt og grave og masa slik vi pleier. På veg tilbake til kontoret for å smake fortalde whiskymakaren at han nett hadde vore dommar i ein whiskykonkurranse på austkysten. «Men de veit jo korleis det er. Etter at ein har smakt ein fem–seks whiskyar, er det ikkje lett å kjenne nokon forskjell», sa han. Straks slo ei strofe frå den fabelaktig fengande sangen «Milkshake» med artisten Kelis ned i hjernen min: «I can teach you, but I have

to charge!» Men nei, eg sang ikkje ut. Det finst grenser for låg impuls kontroll. Eg sa ingenting. Men eg kan godt lære Vinbladets lesarar korleis det er mogeleg å smake førti whiskyar på ein dag, og kjenne forskjell der det er forskjellar å finne – gratis! Den teknikken er også fin å kjenne om du set deg ned med eit lite glas calvados ein lys sommarkveld.

Vår prøveteknikk på 1-2-3

Det handlar om ein teknikk som vi har utvikla, og som vi bruker i Vinmonopolets sensoriske prøveinstans (kjend som SPI) når vi testar kvalitet i brennevin som del av innkjøpsprosessen. Teknikken er så enkel at det tar deg om lag tre minutt å lære. For å bli ein påliteleg smakdommar trengs det rett nok grundig og regelmessig trening.

- 1 Ta ein pitte liten slurk brennevin inn i munnen. Spytt ut!
 - 2 Smatt litt, og pust ut gjennom nasen.
 - 3 Repeter punkt 1 og 2 etter eit halvt minutt eller så.
- ➔ Passe mengd: Omtrent ei lita teskei.
- ➔ Passe tid: Omtrent to sekund. Inn på tunga og ut att utan hast og utan sommel.

Og nei, vi skyller ikkje munnen mellom kvar prøve. Det er fleire grunnar til det. Skylling med vatn vil også skylle bort spytt som ligg som eit beskyttande lag i heile munnen. Ein blir òg fortare trøyt av å stadig skylle, og bruker ein kaldt vatn, vil det verke forstyrrande. Vi har kome fram til at det å smake kvar prøve to gonger, gjer at skylling er bortkasta. Det er betre å sitje og samle seg litt og produsere spytt mellom kvar prøve. Når ein smaker to gonger, vil smaken av den førre prøven vere eliminert ved andre slurken.

Akkurat nok er passe

Denne prøveteknikken er eit resultat av at vi ønskjer å fange dei kvalitetane vi er på jakt etter, så godt som mogeleg, med minimal belastning for sanseapparatet. Med kvalitetar meiner eg alle sensoriske eigenskapar i brennevinet som kan vere verdifulle. Å sjå og å lukte på brennevin er ikkje problematisk. Men vanleg alkohol, etanol, er også eit løysmiddel som gjev ei varmande kjensle i munnen, særleg frå 20 prosent og oppover. Dei fleste brennevin inneheld rundt 40 prosent alkohol. Det gjev ei brennande munnkjensle dersom vi smaker med same teknikk som for vin og øl, med ein raus



slurk som slurpast rundt i munnen. Det funkar ikkje. Teknikken vår for brennevin verkar omtrent som om tunga skulle bli pensla med brennevinet. Det er nok. Det høyrest kanskje utruleg ut, men du trur det viss du prøver sjølv.

Ufortynna kvalitet i brennevin

Den vesle mengda brennevin blir raskt tynna ut av spyttet på tunga. Du sit att og smattar på aromabletet som faktisk er det mest interessante og tiltalende ved whisky. Du vil også kunne kjenne tannin frå fatlagringa, og andre eigenskapar ved munnkjensla. Du vil registrere lengda på ettersmaken som er eit resultat av konsentrasjonen av smaks- og aromastoffa i brennevinet. Men kvifor ikkje berre tynne ut brennevinet til vinstyrke og smake på vanleg måte? Det er nokon som gjer det slik, men dersom vi tynnar ut ein whisky frå 46 prosent alkohol til 15, vil eg påstå at det ikkje er whiskyen vi prøver, men ein longdrink av vatn og whisky. Drinken vil ha eit anna aromabilete enn whiskyen, mellom anna fordi nokre aromastoff kjem lettare fram ved låg alkoholstyrke, andre dårlegare.

Kjeldene til kvalitet i brennevin

Men kva er god kvalitet i brennevin? Korleis skal ein god whisky smake? Korleis

skal god amerikansk whisky smake i forhold til god skotsk eller japansk? Og kva eigenskapar skal vi forlange av ein dyr whisky i forhold til ein rimeleg? Dette er slike spørsmål som dommarane i SPI stiller seg, og som dei må formulere eit felles svar på før dei grip om stilken på første prøveglas. Det er lurt å vere systematisk, og ein måte å starte på er å tenkje over kva som er kjeldene til dei sensoriske eigenskapane. For brennevin kan vi dele det i tre kjelder: satsen, fatlagringa og eventuelle tilsetjingar.

Satsen er det ein fyller på destillasjonsapparatet. For druebrennevin som cognac er det ein vin på rundt 10 prosent alkohol. For whisky er satsen basert på korn, vanlegvis malta bygg som blir malen, meska og gjæra til ein sats på rundt 7–8 prosent. Frå satsen får vi aromastoff frå sjølve råvara og frå gjæringa av satsen. Whisky har aroma av malta bygg, nokre gonger også av røykt malt og eventuelt anna korn, saman med fatpreg og noko innslag av frukt som kan komme frå gjæringa.

Fatlagring tilfører brennevinet noko oksygen, og dette fører til utvikling av fleire og nye aromastoff, som gjer brennevinet meir samansett. Sjølve treverket gjev litt brunfarge til brennevinet, i tillegg til aroma og tannin. Tannin kan gje litt

tørrande eller ru munnkjensle. Ofte blir brennevin lagra på fat som har vore brukte til noko anna før, til dømes har brukte sherryfat vore populære til whisky og akevitt.

Tilsetjingar i brennevin kan vere alt mogeleg av vekstar, røter, krydder, frø, frukter og blomar. Ein kan trekkje ut stoff frå tilsetjingane direkte i brennevinet, eller lage eit uttrekk i alkohol som så blir destillert og brukt som tilsetjing. Dette siste gjer blant anna at ein kan unngå syrer og ein del bitterstoff.

Eksempel

Det at eg har brukt whisky som eksempel i denne artikkelen, skuldast berre at eg kom til å tenkje på hendinga i Skottland.

Whisky høyrer til den gruppa av brennevin der særpreget kjem frå råstoffet satsen er laga av. Andre kjende brennevin der råstoffet i satsen er kjelda til dei viktigaste aromastoffa, er cognac (druer), tequila og mezcal (agave), calvados (eple) og massevis av ulike fruktbrennevin.

Akevitt, gin, bitter og likør er eksempel på brennevin med aroma frå tilsette råvarer.

Preg frå fatlagring er vanlegast i dei råvaredominerte brennevina. Lagring på gamle fat gjev lite aroma og smak frå sjølve treverket. For rimelege, store merkevarer blir ofte eikeekstrakt og karamell tilsett for å gje mørkare farge og smak som minner om lang fatlagring. Ekstrakt frå eik er vanleg i cognac og andre druebrennevin, men noko eg aldri har høyrte om eller erfart i whisky.

Vodka har for det meste nesten nøytral aroma, og her er målet for sensorisk kvalitet først og fremst mjuk munnkjensle (ikkje sviande skarp), og fråvær av alle ufyslege aromainnslag.

Alle typar brennevin kan sansast og analyserast med SPIs prøveteknikk, som no også er din!

For brennevin er det tre kjelder til dei sensoriske eigenskapane: satsen, fatlagringa og eventuelle tilsetjingar.

Nyttige ord for å forstå kva du liker

Det er vanskeleg å forklare aroma og andre sensoriske eigenskapar slik at andre forstår kva ein pratlar om. Det er lett å bli imponert over nokon som kan ramse opp ein haug med aromainntrykk. Men vel så interessant kan det vere å samle merksemda om nokre overordna kvalitetar. Om du lærer nokre av desse orda, kan det føre til at du blir meir klar over kvifor du synest at noko smaker kjedeleg, mens noko anna får deg til å smile. Her er fire uttrykk som er sentrale for kvaliteten i meir enn brennevin:

➔ Fokus

Dette er eit uttrykk frå optikken. Du kan tenkje på aroma bileteleg, som når du fokuserer ein kikkert eller ein projektor. Dersom vi kan skilje ulike aromaer tydeleg frå kvarandre, seier vi at aromabiletet er fokusert. Når du smaker verkeleg gammalt brennevin, slikt som har lege 20–30 år og meir på fat, er det gjerne fokus som skil dei velutvikla frå dei som berre har blitt gamle. Vellukka lagring kan tilføre godt brennevin eit mylder av detaljert aroma (sjå kompleksitet) som gjer det spennande og frydefullt å snuse og smatte på.

➔ Konsentrasjon

Når aromaen frå brennevinet er intens, og varer lenge etter at du har spytta ut eller svelgt, er brennevinet konsentrert. Generelt reknar vi høg konsentrasjon som betre enn låg. Gin som har høg konsentrasjon, kostar gjerne litt meir fordi det er brukt meir av dei tilsette råvarene (brakebær, urter og andre vekstar). Maltwhisky tappa ufortynna på flaske frå fat (fatstyrke eller cask strength) har ofte svært høg konsentrasjon, nettopp fordi han ikkje er blanda ut med vatn.

➔ Kompleksitet

Dette uttrykket er mykje brukt, men sjeldan definert. Vi har definert det som samansett aroma. Det mest dramatiske får vi når eit brennevin inneheld store aromakontrastar, til dømes whisky som luktar både noko fruktig og spirande korn og torvrøyk. Ein cognac frå Grande Champagne-området kan/bør vere kompleks som følgje av mange ulike aromainnslag. Det kan typisk vere noko som minner om blomst, litt sitrus og noko tomatstilk- eller basilikumaktig saman med fint treverk og tørka frukt. For at eit brennevin skal gje mange aromanyansar, må det også vere fokusert. Dersom du er med på det, har du forstått både fokus og kompleksitet!

➔ Aromakvalitet

Dette handlar ikkje om mengd, men om kor fine eller tiltalende aromaene er. Nokon gonger er det lett å avgjere. Ingen synest det er tiltalende dersom det luktar svakt av spye (isovaleriansyre) frå ein whisky, til forskjell frå eit lite streif som minner om honning og lyng saman med noko sjøaktig. I ei fagleg kvalitetsvurdering av aroma finst det gjerne etablerte grenser og reglar for kva aromaer som høyrer heime i ulike brennevin. Desse kjem frå tradisjonar som er utvikla frå noko som folk har vore (subjektivt) begeistra for gjennom tidene. Som polkunde har du full fridom til å setje pris på det du liker, heilt subjektivt, utan å tenkje på om noko er rett eller gale. Bruk den fridommen!



Vinmonopolet sikrar kvaliteten

SPI er Vinmonopolets eige, akkrediterte sensoriske laboratorium. Hovudoppgåva til SPI er å bedømme kvaliteten på tilbodsprøver som Vinmonopolet har etterspurt gjennom anbod. Dommarane her kan kvalitetsbedømme over 40 brennevin på ein dag utan problem, takk vere den smarte prøveteknikken. Alle tilbod blir prøvd blindt frå glas med talkodar servert i tilfeldig rekkefølge. Der er ingen kontakt mellom dommarane under prøvinga. Dei veit heller ikkje kva produsentar som er representerte. Slike reglar må til for at alle prøver skal bli testa likt og objektivt. Resultata frå prøvinga blir analysert for å kontrollere at dei fem dommarane er koordinerte seg imellom, og at kvalitetsvurderinga dei gjer er i samsvar med krava Vinmonopolet har sett i anbodsspesifikasjonen. Dette er med andre ord ikkje ei avstemming mellom dommarane om kva dei likar best, men ei metodisk, fagleg vurdering av kvar enkelt prøve der kriteria for kvalitet er definerte. Resultatet av denne jobben er best mogeleg kvalitet til rett pris ut i butikkhyllene våre.

Klokke- klart

Nå blir det snart enklere å finne fram til brennevinet du leter etter.

TEKST: KJETIL JACOBSEN, RÅDGIVER PRODUKTKVALITET

Over sommeren får alle typer brennevin klokke-diagrammer for smaks- og strukturelementer. Klokkene forteller deg om viktige forskjeller i fylde, aroma og smak. Vi bruker den samme 12-punktskalaen du kanskje kjenner fra øl og vin, som har hatt slike klokke lenger. Klokkene skal dekke de vesentligste egenskapene i hver enkelt under varegruppe og egenskapene som skiller produktene tydeligst fra hverandre.

Klokkene som hjelpemiddel

Klokkeverdiene viser hvordan produktene smaker, i motsetning til kjemiske analyser, som gir innhold i gram per liter. Vinmonopolet har benyttet paneler med flere kompetente smakere som har prøvesmakt, sammenliknet og diskutert seg fram til de ulike klokkeverdiene. Siden det handler om sensoriske opplevelser, ikke direkte målbare verdier, og alle sanser litt ulikt, vil inntrykkene av fylde og smak kunne variere litt fra person til person. Klokkeverdiene er derfor ikke absolutte sannheter. De er heller et omtrentlig, men likevel nyttig hjelpemiddel.



Minst, middels, mest

Egenskapen klokken viser til, kan være noe vi vil ha mer eller mindre av. Klokkene graderer en gitt egenskap fra 1 (minst) til 12 (mest), og med unntak av et par varegrupper oppretter vi tre ulike klokke for hver produkttype. Alle typer brennevin får en klokke for fylde, og mange får fatpreg eller sødme som klokke to. Den tredje klokken er mer spesifikk for den enkelte undergruppe av brennevin.

Brennevin får disse klokkene

- fylde (alle typer brennevin)
- fat (whisky, druebrennevin, akevitt, genever, rom, fruktbrennevin)
- røyk (whisky)
- frukt (druebrennevin, fruktbrennevin)
- krydder og urter (akevitt, genever, gin, bitter)
- Sødme (gin, rom, vodka, likør, bitter, annet brennevin)
- friskhet (likør, annet brennevin)

Hva er egentlig fylde?

Fylde er nok den egenskapen som er minst intuitiv og krever mest forklaring. Klokkeverdien for fylde avspeiler opplevelsen av rikhet og «vekt» i munnen og henger særlig sammen med innholdet av alkohol, smaks konsentrasjon og mengden av tørrstoffer, som tannin. Sukkernivå og fatlagring bidrar også til fylde i produktet. Fylde er ikke et kvalitetskriterium i seg selv, og hva man ønsker her, avhenger av hva produktet skal benyttes til. Skal det være en lett akevitt til skalldyrbordet eller en fyldig, fatlagret og kraftig krydret akevitt til julematen? Nå vil et raskt blikk på klokkene på hylleforkantene eller i nettbutikken gi deg mye av svaret.

Øvrige klokke

Utover fylde er det seks ulike klokke: fat, røyk, frukt, krydder og urter, sødme og friskhet. Også her tar vi utgangspunkt i hva som er typisk for varegruppen, og hvilke ytterpunkter som finnes.

Slik leser du klokkene

Fylde

Klokkeverdiene for fylde kan leses omtrent slik:



1–3: lett



4–6: middels fylde



7–9: god fylde



10–12: fyldig

Folk flest ønsker å sammenlikne varer innenfor en og samme produktgruppe, ikke mellom gruppene. Klokkeverdien for fylde settes derfor relativt innenfor hver enkelt produktgruppe, siden de forskjellige undergruppene av brennevin har ulike minsteverdier for blant annet alkohol- og sukkerinnhold, krav til minstetid på fat, osv. Fatlagring tilfører både tørrstoffer og aroma, og fatmodnet 40 prosent druebrennevin med gjennomsnittlig fylde 6 framstår som fyldigere enn ulagret og nøytral 40 prosent vodka med samme fyldeangivelse. Samme relative logikk gjelder for de øvrige brennevinstypene.

Fat

finder du på brennevinstyper der fatlagring er påkrevet eller mye brukt. Klokkeverdiene settes

relativt til hva som er typisk eller gjennomsnittlig for den enkelte brennevinstypen. For eksempel vil en middels fatpreget cognac, der minstetiden på fat er tre år, ha en tydeligere aroma og smak av fat enn en middels fatpreget brennevinstype der det ikke er krav til bruk av fat, eksempelvis akevitt.



Klokkeverdi fra 1 (ulagret eller usedvanlig lite fatpreg) til 12 (svært markant fatpreg).

Røyk

er spesifikk for whisky. Klokken brukes særlig for skotsk whisky, men den brukes også for whisky fra andre land, som Japan, som framstiller whisky av røkt malt.



Klokkeverdi fra 1 (uten merkbart røykpreg) til 12 (svært markant røykpreg).

Frukt

brukes for druebrennevin og fruktbrennevin, som cognac og calvados, og angir i hvilken grad fruktighet fra råvaren kjennetegner aromabildet. Dette kan være inntrykk av ferske frukter og bær, tørket frukt, syltet frukt, osv. For noen typer brennevin med klokke for fruktighet er det krav til minstetid for fatlagring som tilfører aroma fra treverket. Fataroma, som karamell og vanilje, vil derfor i varierende grad prege smaksbildet. Klokken for fat og frukt vil derfor kunne indikere en bestemt stil. Hvis klokken viser en lav verdi på fat og høy verdi

på frukt, vil råvarepreget (fruktighet) være framtrepende, mens det omvendte vil indikere et brennevin der vanilje, karamell og andre fataromaer er tydeligst. Forholdet mellom klokken gjør det lettere å finne fram til stilen du ønsker.

Krydder og urter

brukes vi for brennevin som smaksettes med ulike krydder og urter, eksempelvis gin, akevitt og bitter. Igjen er verdiene satt relativt til hva som er typisk for den enkelte undergruppen. En gjennomsnittlig krydret gin vil ha et mildere preg enn en akevitt eller bitter med tilsvarende klokkeverdi. For akevitt vil dessuten fatpreg (vanilje, fruktighet, trearoma) ofte kunne dempe inntrykket av krydderne og urtene som benyttes. Klokkeverdiene for fat og krydder og urter indikerer stilen til den enkelte akevitt (fatpreget eller mer råvarepreget).

Sødme og friskhet

er grunnmaker som registreres i munnen. Her er det i større grad mulig å sammenlikne produkter på tvers av undergruppene siden klokkeverdiene for sødme og friskhet i stor grad avspeiler det absolutte innholdet av sukker og syre, målt i gram per liter. Likørene er de søteste brennevinene. I motsetning til gin, rom, vodka og bitter, som kan være helt tørre, er likører alltid mer eller mindre søte. Nederste del av skalaen for sødme benyttes derfor normalt ikke for likører.

Rom til ettertanke

Rom er trendy, men det kan være greit å vite at romproduksjon også har sine skyggesider.

TEKST: KRISTINE SANNE,
SENIOR KOMMUNIKASJONSRAÐGIVER

Det er én klar regel for å lage rom: Produktet må komme fra sukkerrør. Kort fortalt framstilles brennevinet ved at sukkerrørsjuice eller biprodukter fra sukkerproduksjon, som melasse, gjæres og destilleres. Sukkeret du kjøper i butikken, kommer derimot oftest fra bete framstilt i Europa. Unntaket er rørsukker eller demerarasukker. Bakpå pakken med rørsukker vil du sannsynligvis se et merke for Fairtrade. Dette viser at produsenten jobber systematisk med å sikre anstendige arbeidsforhold for sukkerrørsarbeiderne.

Arbeidsforhold i sukkerindustrien

Til tross for at rom også kommer fra sukkerrør, ser du sjelden produktmerking som garanterer akseptable arbeidsforhold i verdikjeden. Av romproduktene i Vinmonopolets sortiment er foreløpig få sertifisert. Vi jobber for å få flere etisk merkede romprodukter i hyllene.

– Romindustrien er kompleks og uoversiktlig, med en rekke ledd mellom råvareproduksjon og romprodusent. Tidligere forholdt vi oss bare til romprodusentene, ikke til sukkerleverandørene bak, forteller produktsjef Idar Sørensen. En forskningsrapport som havnet på skrivebordet til Vinmonopolets bærekraftsenhet i 2015, forandret alt. Rapporten, utarbeidet av Fairfood International, fastslo uakseptable arbeidsforhold for arbeidere i sukkerindustrien. Ifølge rapporten jobbet over halvparten av sukkerrørsarbeidere i Mellom-Amerika mer enn ti-timers arbeidsdager, syv dager i



FOTO: GETTYIMAGES

Arbeidsforhold: Tungt arbeid i sterk varme og stekende sol har ført til høy forekomst av den kroniske og dødelige nyresykdommen CKDu.

ukene, med få eller ingen pauser. Slik var det blant annet fordi de lønnes per kuttet sukkerrør. Arbeidsforholdene, med tungt arbeid i sterk varme og stekende sol, lite hvile og mangel på drikkevann, har ført til høy forekomst av den kroniske og dødelige nyresykdommen CKDu (Chronic Kidney Disease of Unknown Origin). Mens CKD er relatert til høy alder eller livsstilsfaktorer som overvekt og diabetes, rammer CKDu i langt større grad unge menn uten andre underliggende sykdommer. Ifølge Fairfood International er en viktig årsak til CKDu «hete-stress», og sykdommen forekommer i hovedsak blant arbeidere i Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras og Nicaragua.

Vann, hvile og skygge

Siden rapporten kom, har Vinmonopolet tatt en ledende rolle for å sette søkelyset på vann, hvile, skygge og sanitærforhold i sukkerindustrien i Mellom-Amerika og Karibia, der rom på Polet stort sett kommer fra.

– Vårt arbeid med å lansere sertifisert rom handler ikke bare om å få produkter inn i hyllene. Vi har måttet endre en hel industri. I 2015 fantes det ikke tilstrekkelig mange sertifiserte rom til at Vinmonopolet kunne etterspørre slike produkter, så første steg var å skape motivasjon for sertifisering i markedet, forteller Sørensen. Produktsjefen jobbet også tett med Vinmonopolets bærekraftsavdeling for å klare å få produktene på plass.



Samarbeid: Bærekraftsrådgiver Sasha-Monique Elvik og produktsjef Idar Sørensen samarbeider tett for å få etisk sertifisert rom inn i polhyllene. De to har besøkt destillerier og råvareprodusenter i flere land.

– I stedet for å «gå i strupen» på produsenter og underleverandører for å tvinge gjennom en bedring har vi gått i bresjen for et samarbeid med industrien, sier bærekraftsrådgiver Sasha-Monique Elvik. I tillegg til kravene som gjelder for alle Vinmonopolets leverandører – med tydelige retningslinjer for etisk handel – har Vinmonopolet ledet en opplæring for å skape bevissthet om disse utfordringene blant bedriftene i romindustrien.

Sertifisert melasse

Fordi melasse kun er et biprodukt fra sukkerproduksjon, har det fått lite oppmerksomhet, og historisk har ingen spurt etter sertifisert produksjon av melasse.

– Melasse er et stort produkt på verdensbasis, der rom utgjør en svært liten andel. Det brukes blant annet i asiatisk mat, til dyrefôr, gjødsel og en del bakevarer. Likevel er det, så vidt meg bekjent, ingen som har stilt krav til produksjon av melasse, sier Elvik.

– Når vi nå har kommet dit at Vinmonopolet kan etterspørre rom av

sertifisert melasse, da har Vinmonopolet klart å ta et godt skritt i riktig retning, supplerer produktsjefen.

– Når melassen er sertifisert, må også sukkerplantasjen og destilleriet garantere akseptable arbeidsforhold. Dermed favner vi hele verdikjeden ned til sukkerrørsarbeideren. Merkeordningen Bonsucro har nå innlemmet krav til skygge, vann og hvile i sin sertifisering.

– Dette har ført til at mange destillerier i Sør-Amerika nå ønsker å bli sertifisert av Bonsucro, sier Sørensen. Han håper at vi om noen år kun ser sertifisert rom på Polet.

Slik markedet er i dag, kan ikke Vinmonopolet kun etterspørre etisk sertifisert rom fordi det er mangel på tilbydere. Vinmonopolet jobber for at vi om noen år kan sette sertifisering som standard på alle anbud. Flere av de store merkevarene er i prosess for å sertifisere produktene sine under Bonsucro eller Fairtrade. Men det tar flere år å lagre rom; noen skal lagres i opptil 20 år. Markedet, med de nordiske monopolene i front, er i bevegelse, og bevisstheten blant forbrukerne er økende.



Fairtrade

Fairtrade er en sertifiseringsordning for rettferdig handel i Asia, Afrika og Latin-Amerika. Sertifiseringen bidrar til et mer bærekraftig jordbruk og et bedre liv for bønder og arbeidere. Produkter med denne sertifiseringen merkes med Fairtrade på etiketten. Fairtrade-produkter synliggjøres også med Vinmonopolets eget merke: «Sertifisert etisk».



Bonsucro

Bonsucro er en internasjonal merkeordning som bidrar til en mer bærekraftig sukker- og melasseproduksjon. Sertifiseringen krever blant annet at sukkerrørsarbeiderne gis tilstrekkelig med vann, skygge og hvile. Produkter med denne sertifiseringen merkes med Bonsucro på etiketten.

Økende interesse for rom

Salget av rom og romprodukter på Vinmonopolet har økt med bortimot 45 prosent siden 2019. Mye av økningen skyldes at Vinmonopolets totale salg økte med cirka 40 prosent i perioden på grunn av koronapandemien. Tallene viser imidlertid en økt nysgjerrighet for rom, og det er spesielt lagret rom Vinmonopolets kunder viser interesse for. Dette følger en internasjonal trend vi har sett noen år.



Vinmonopolets produktutvalg gjennom 100 år

Gjennom en serie i fire deler her i Vinbladet skal vi ta et tilbakeblikk på utviklingen av Vinmonopolets vareutvalg fra etableringen i 1922 til i dag.

1922–1945

1946–1970

1971–1996

1997–2022

TEKST: TOM TYRIHJELL OG ANDERS STUELAND FOTO: VINMONOPOLET

Forskåret brennevin og gryende vinkultur

I tiden etter krigen var det fremdeles rasjonering på mange varer, men tiårene som fulgte, brakte med seg både ny teknologi, nye produkter og ikke minst velstandsvekst. Brennevinssalget gikk gradvis nedover, og svakvin begynte å bli en drikk også for andre enn borgerskapet.

Brennevin var likevel den vanligste drikken for de fleste polkunder i 50-årene. Da rasjoneringen av brennevin forsvant i 1945, ble den erstattet med avgifter som skulle bremse salg og forbruk, samtidig som det var et bidrag av budsjettmessige hensyn, ifølge Finansdepartementet. Da sukkerrasjoneringen forsvant i 1952, var det en reell frykt for at hjemmebreuten ville vinne siden tilgangen på sukker ble bedre. Regjeringen ville ikke justere avgiftene. Vinmonopolet tok derfor saken i egne hender og kuttet avansen for noen utvalgte

norske brennevin, slik at de som også var dårligere stilt, hadde råd til å handle på Polet.

Men pris var ikke den eneste veien. Med kvalitet skulle flere kunder oppdage gleden med dannet nytelse i stedet for fyll. Tollen på importert brennevin, som konjakk og whisky, ble satt ned. Vinmonopolet lanserte også flere varianter av såkalt forskåret brennevin, som var en blanding av importert brennevin og norsk sprit.

I 1953 ble boken *Vin og brennevin*, skrevet av Vinmonopolets innkjøps-

direktør Haakon Svensson, gitt ut. Det var den første norske boken som tok for seg valg og servering av vin, sterkvin og brennevin. Han la spesielt stor vekt på mat og drikke i kombinasjon. I Vinmonopolet hadde det vokst fram en tanke om at veiledning og råd kunne vri salget over fra brennevin til vin. Prislistene hadde fremdeles mye bordeaux, men i løpet av 60-årene skulle det dukke opp mange rimeligere viner fra andre land og områder, og den største suksessen var en blanding.



1950- og -60-årene var en tid for gjenreise og velstandssøkning i Norge. Polkundene var stort sett menn med hatt og frakk. Plastposer hadde ennå ikke inntatt butikkene, og ekspeditøren på Polet pakket inn hver enkelt flaske i papphylse og gråpapir. Bildet er fra Storgata 33 i Oslo i 1953.

1949

Rødvin fra Algerie

Helt ut i 60-årene lå Algerie på andre plass i Vinmonopolets lister over antall rødviner. Riktignok lå de langt bak Frankrike, men i 1949 var det fem typer rødvin fra Algerie og bare én fra Italia. Vinene fra Algerie var mørke og fyldige, basert på sørfranske druetyper som Carignan og Cinsault. Algerie ble kolonialisert av Frankrike i 1830.

60 år senere ødela vinlusen Phylloxera mange av de franske vinmarkene, men ikke franskmennenes tørst etter vin. Løsningen ble en voldsom import av algerisk vin, som ofte ble blandet inn i sørfransk rødvin. Da engelske vinimportører begynte å selge algerisk vin som fransk, skapte det store protester blant de franske vinbøndene, som presset på for å få på plass vinlover som beskyttet fransk vin og franske vinområder. De franske appellasjonene var delvis et resultat av dette. I 1960 eksporterte Algerie dobbelt så mye vin som Frankrike, Italia og Spania til sammen. Etter frigjøringen fra det franske kolonistyre i 1962 falt store deler av det franske markedet bort.



Håndarbeid: Kvinner i Toscana flettet bast på fiasco-flaskene. Dette bildet er tatt omkring 1950. Ikke lenge etter ble framstillingen av flasker og kurver overtatt av maskiner.

Fra 1950

Kurvflasken som ble lysestake

Italia er i dag en av de virkelig store vinlandene i verden, også i Vinmonopolets vareutvalg, først og fremst med sine rødviner og musserende viner. Men det var først i 80-årene at italiensk vin begynte å markere sin posisjon. I de første tiårene etter Vinmonopolets opprettelse i 1922 var Italia stort sett kun representert med vermut og aperitif. Først i 1950 fikk italiensk rødvin sin egen plass i Polets lister.

Det var bare snakk om to viner, og begge kom fra Chianti i Toscana. Flaskene kom med en bastkurv som dekket den nederste delen, og gikk under navnet fiasco. Den hadde lenge vært populær i Italia og på mange tavernaer og familiebord rundt om i verden. De billige bordvinene ble populære også i Norge, og de ble gjenbrukt som lysestake i kjellerstuer og på mang en studenthybel.

Så hvorfor en fiasco? Det er lettere for en glassblåser å lage en rund enn en flat bunn. Men det funker ikke så bra for en vinflaske. Så da glassblåserne ikke

klarte å blåse en stødig bunn, var flasken en fiasco. Men i stedet for å kaste disse flaskene fant et smart hode på at de kunne settes oppi noe annet som hadde flat bunn – for eksempel en liten kurv av bast.

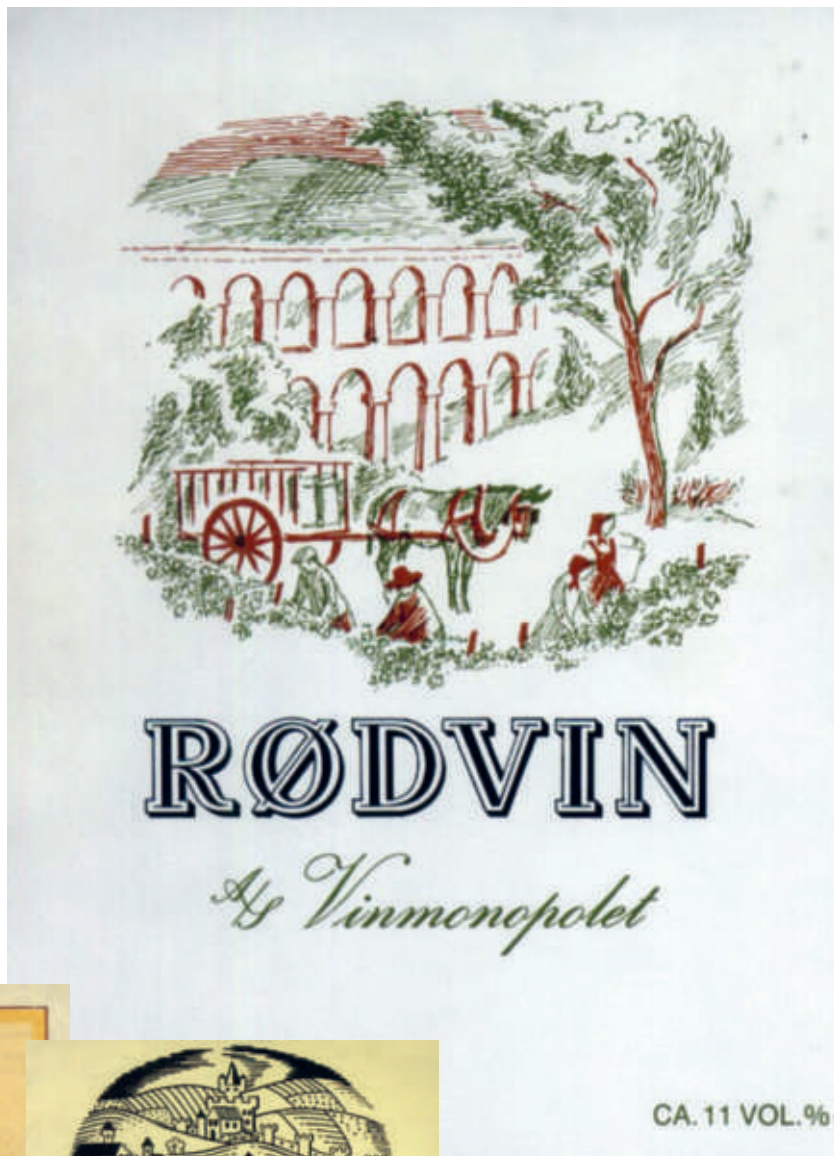
På begynnelsen av 1900-tallet sysselsatte fiascoene over 1 000 glassblåsere og 30 000 kurvflettere. Fra 1950-årene ble framstillingen av flaskene og kurvene automatisert. Denne «feilproduksjonen» fikk faktisk også plass i et regulativ, da den i 1965 inngikk i vinloverket for Toscana. Kurvene var ikke lenger forbeholdt de billigste bordvinene, også viner høyere opp i kvalitetshierarkiet fikk slike.

Fiascoene ble ensbetydende med rødvin fra Toscana – billig vin til studenter og hvermannen. Men for Toscana – med voksende ambisjoner om å være en region for kvalitetsvin – ble flettekurven til sist en hemsko. Den ble et symbol på billigvin, og i midten av 1970-årene bestemte vinprodusentene i Chianti at fiascoen måtte fases ut.

1950

6-kronersen blir født

Den ikoniske «Rødvin-rødvin» eller «6-kroners rødvin» dukket opp med fast listeføring fra 1950. Den ble en enorm suksess, og i midten av 50-årene omsatte den for like mye som alle de 111 bordeauxvinene i Vinmonopolets lister til sammen. Ledelsen hadde likevel et ambivalent forhold til storselgeren. De hadde nok ønsket at det ble solgt vin av bedre kvalitet, og mistenkte at vinen tjente som et billig sterkvinsalternativ og en fylledrikk når folk tilsatte sprit og sukker. I 60-årene ble den likevel et satsingsområde og et virkemiddel for å vri forbruket over til svakvin fra sterkere saker. Det er noe av grunnen til at prisen lå fast i hele 18 år! Vinen hadde fått en symbolsk funksjon, og det satt langt inne å sette opp prisen i 1968. Vinen var lenge stort sett en blanding av fransk rødvin, men dette ble etter hvert for dyrt, og vinen ble da kjøpt inn fra Spania. Den fruktige og bløte 6-kronersen nådde toppen i 1981. Da sto den for bortimot 30 prosent av salget av svakvin med nesten fire millioner liter. Produksjonen stoppet i 2014.



Rødvin: Polets egen rødvin hadde mange kallenavn: Vanlig rødvin, Château Hasle, Rødvin-rødvin, Hest og kjerre, og Seks kroners. Etter krigen ble restevin fra den tyske okkupasjonen i Norge solgt med den oransje etiketten lengst til venstre. Rødvin fikk fast listeføring i 1950 med den gule etiketten. Fra midten av 1950-årene og helt til 2010 ble vinen solgt med den ikoniske etiketten over, designet av tegner og grafiker Fredrik Matheson (1908–1999).

Fra 1952

Liebfraumilch – fra tvilsom berømmelse til topp kvalitet

FOTO: PXY.ORG/JOHN PUPKIN



Tysk vin, som hadde vært en sentral del av hvitvinsutvalget fram til 1945, forsvant helt ut av listene i årene etter krigen. Restlageret ble blandet sammen og solgt som «Hvit Bordvin» til 4 kroner. I 1952 var tysk vin tilbake med hele 60 hvitviner. Fem av dem var av typen liebfraumilch, en av Tysklands mer ettertraktede viner i over 100 år.

Det overrasker nok mange. Liebfraumilch var en av de første vinene mange av oss ble kjent med, en fruktig, søtlig, rimelig vin som var lett å like. Men så kom det en bølge av

tørr, tysk riesling skyllende over landet som gjorde sinn og gane oppmerksom på andre kvaliteter i tysk hvitvin. Liebfraumilch ble opprinnelig laget så tidlig som på 1500-tallet. Utenfor byen Worms i Rheinhessen lå Vår frues kirke (Liebfrauenkirche). For pilegrimer på vei til blant annet Santiago de Compostela var kirken et sted for ly. Her kunne de med egne øyne se kirkens berømte Madonna-statue. Munkene på stedet laget vin av druene som vokste i skyggen av kirketårnet, og serverte den til pilegrimene. På midten av 1800-tallet var liebfraumilch å finne på vinkartet i mange av verdens beste restauranter.

Den opprinnelige liebfraumilchen var fra selve vinmarken bak kirken i Worms. Men på 1800-tallet var det ikke et lovverk som beskyttet bestemte vinmarksnavn og definerte deres plass i et kvalitetshierarki. Da vinen vokste i popularitet, ble den bokstavelig talt en ubeskyttet merkevare. Den tyske vinloven bøt heller ikke på dette. Liebfraumilch ble definert som en regionsvin framfor en vinmarksvin og kunne komme fra hvor som helst i Pfalz, Rheinhessen, Rheingau og Nahe. Den opprinnelige vinmarken bak kirken i Worms, som er på litt over 14 hektar, eies i dag av fem produsenter og har fått eget navn: Liebfrauenstift-Kirchenstück. 3,8 hektar av den er klassifisert som grosses gewächs (GG) av VDP.Rheinhessen. Dermed er den originale liebfraumilch tilbake på toppen i kvalitetshierarkiet.

1956

Stor skepsis til vin på tank

Vinmonopolet solgte både slottstappet vin og vin de tappet selv på Hasle. Fram til 50-årene ankom vin til tapping på fat av tre i ulike størrelser. Det var arbeids- og tidkrevende å håndtere disse fatene. 7. april 1956 markerte derfor starten på en ny og mer effektiv tid: Da svingte den første tankbilen med vin inn porten. Mange av Vinmonopolets vinkesperter var skeptiske til den nye måten å transportere vin på. De mente at slike tanker var for kjemikalier og teknisk sprit, mens vin hørte hjemme på fat. Lettelsen var derfor stor da tanken ble åpnet og trente nesar kunne konstatere at det luktet friskt av vinen. Hele 18 000 liter ble pumpet fra tank til anlegg på under fire timer. Svenskene og Systembolaget hadde på sin side allerede skaffet seg egen tankbåt som fraktet hjem vin og brennevin.



«Herlig duft»: Lagersjef Sem tok nysgjerrig imot den aller første tankvognen med vin 7. april 1956. Han kunne straks konstatere at det slo en «herlig duft opp av topplokket», og at vinen ikke hadde tatt skade av tanktransporten.



Forskjæring: I de første tiårene etter krigen var det mangel på mange råvarer. Vinmonopolet lanserte flere varianter av såkalt forskåret brennevin, som var en blanding av importert brennevin og norsk sprit. Bildet viser maskintapperiet på Hasle i 1951.

1960

Forskåret brennevin

Druebrennevin og whisky var langt dyrere enn vår hjemlige potetsprit og til nød plankesprit. For å dekke etterspørselen var løsningen å blande ut med billig norsk potetsprit til det man kalte akseptabel kvalitet. Produktene ble blandet og tappet på Vinmonopolets anlegg på Hasle. På etikettene og i prislistene ble de merket som forskåret brennevin. I de første tiårene etter krigen var det mangel på mange råvarer, og salget av forskåret

brennevin var derfor høyt. I 1960 var en tredjedel av brennevinet forskåret. Brandy Special var et av disse merkene av forskåret brennevin som skulle gi brennvinskunden en smak av det fornemme ildvannet fra sørligere strøk til en overkommelig pris. Brandy Special ble lansert i 1927 og forsvant i 1943 for så å bli relansert i 1947. Det var et forskåret brennevin helt fram til 1992 da det til slutt ble et rent druebrennevin. I 2019 ble produksjonen avsluttet.

1969

De første alkoholfrie festdrikkene

Vinmonopolet er pålagt å ha et utvalg av alkoholfrie festdrikke, som det heter. I dag er produktene populære og godt likt, og det er mye å velge mellom.

Vinmonopolet ble meddelt rett til innførsel, engrossalg og detaljalg av alkoholfrie festdrikker ved kongelig resolusjon av 14. november 1969. Salget kom i gang i desember, og i løpet av måneden ble det solgt 3 709 liter.

Staten ville begrense det totale forbruket av alkohol. Å styrke tilbudet av alkoholfrie alternativer (under 0,7 %) var et av flere tiltak.

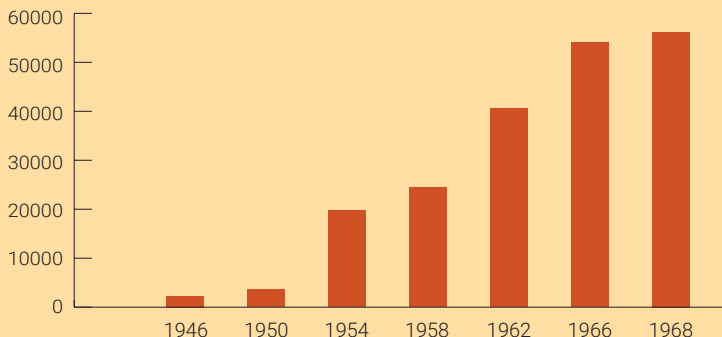
I begrepet alkoholfri festdrikke ligger det en føring som sier at disse produktene ikke skal være vann og brus, men noe med litt «schwung» over seg. I 1970 ble det lansert fem produkter: to rødviner, to hvitviner, to musserende og en aperitif.

Målet er å beholde mest mulig smak når man fjerner alkoholen. Det at produktet har vært gjennom en gjæring, gir andre og flere aromaer og smaker enn det som er å finne i bare druesaft. I dag er det flere metoder for å oppnå dette. For 50 år siden var det vakuumdestillasjon som gjaldt, en metode som først ble tatt i bruk av tyskeren Carl Jung i 1907 for å lage verdens første alkoholfrie vin.

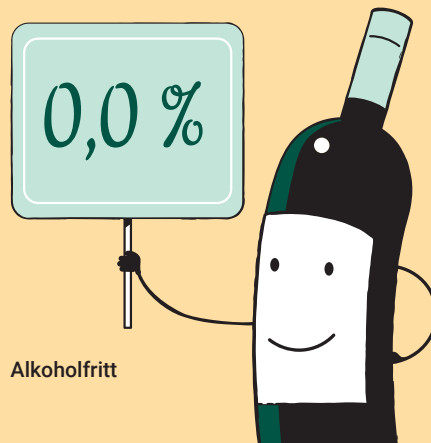
Under vakuumdestillasjon trekkes alkoholen ut av vinen ved en temperatur på under 30 grader. Lavt trykk gjør at kokpunktet senkes betraktelig. Fordelen med en så lav temperatur er at vinens aroma og den fine fruktigheten ikke blir kokt og forringet.

Salgsutvikling i perioden 1946-1970

Salget av italiensk rødvin i liter (1946-1968)



Italiensk rødvin: Italia har vært et ledende vinland i Vinmonopolets utvalg i mange år. Men går vi tilbake til 1946–50, var bildet et helt annet. Rød chianti-vin i bastkledde «fiascoer» var lenge den eneste representanten for Italia i våre lister. Les mer om disse vinene på side 34.

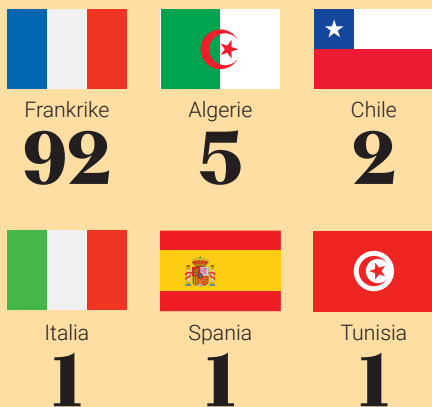


Alkoholritt

Alkoholritt festdrikk	1970	2021
Antall alkoholritt produkter	7	128
Produkter totalt	365	32 000
Andel alkoholritt produkter	1,9 %	0,4 %
Prosent av salget i liter	0,3 %	0,7 %

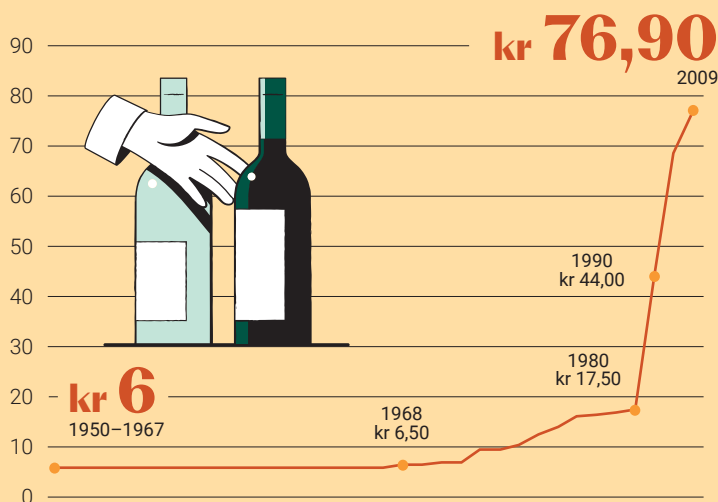
Alkoholritt: «Alkoholritt festdrikk» ble en egen kategori i Polets prisliste fra 1970. De utgjorde en relativt stor andel av det totale antallet merker den gangen, selv om prosentvis salg var mer enn dobbelt så høyt i 2021. Historien om de første alkoholritt festdrikkene finner du på side 37.

Rødvin, antall merker i prislisten for oktober 1949, fordelt på land

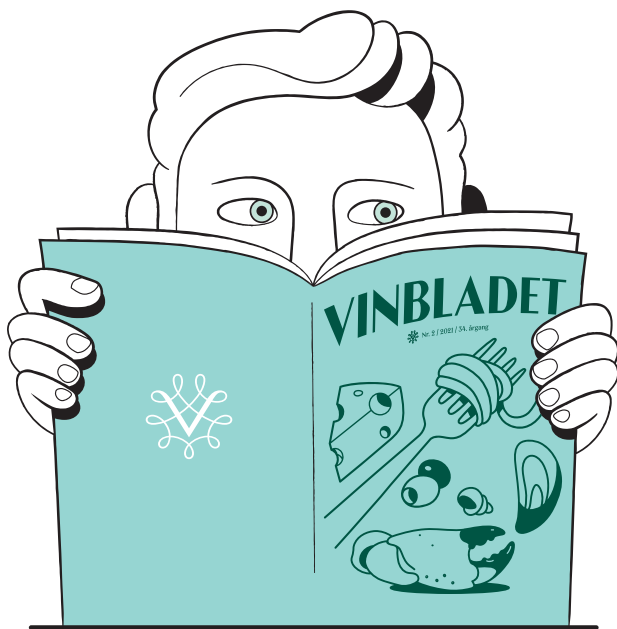


Rødvinland: I oktober 1949 dominerte Frankrike prislisten vår overlegent med 92 ulike rødvinmerker: 73 fra Bordeaux og 19 fra Bourgogne. Algerie lå på en overraskende andreplass. Du kan lese mer om algerisk vin på side 34.

Prisutvikling Vinmonopolets egen «Rødvin»



Uendret pris: Prisen på Polets egen «Rødvin» var uendret i hele 18 år fra den ble lansert i 1950 og fram til 1968. Noe av grunnen var at Vinmonopolets ledelse så den populære vinen som et virkemiddel for å vri forbruket fra brennevin og over til svakvin. På side 35 kan du lese mer om «Rødvin».



Bli abonnent helt gratis!

Liker du Vinbladet og har lyst til å få det gratis hjem i postkassa?

Gå inn på vinmonopolet.no og lag en profil i nettbutikken dersom du ikke har det fra før. Der kan du hake av for at du ønsker å motta Vinbladet.

VI SPØR KJEMIKEREN

Metoksypyrasin

Metoksypyrasin er en fellesbetegnelse for en gruppe kjemiske komponenter som dannes i druene. Komponentene forblir intakte gjennom gjæringsprosessen og gir et viktig sensorisk bidrag til vinen. De sensoriske egenskapene er ofte karakterisert som lukten av tomatplante, grønn paprika, solbærbusk, nesle og kattepiss. Det er store variasjoner i innholdet av metoksypyrasin i ulike druetyper. Carménère, Sémillon, Sauvignon blanc, og Cabernet sauvignon har de høyeste konsentrasjonene. For noen druetyper er aroma fra metoksypyrasin selve signaturen. Trolig er det den viktigste årsaken til den karakteristiske lukten av vin fra Sauvignon blanc. Felles for metoksypyrasin-molekylene er at vi har en svært lav terskel for å kjenne lukten av dem (2 ng/liter vin). Små variasjoner i mengden av dem i druen kan derfor få store konsekvenser for vinens totalaroma. I små mengder gir komponentene kompleksitet til vinen, men blir konsentrasjonen for høy, vil aromaene bli dominerende. De maskerer all lukt av frukt, og vinen smaker «grønt», som om den var laget av drueart. Dårlig modning av druene kan da også være årsaken. Det finnes ingen god metode for selektivt å fjerne metoksypyrasin fra vin. Derfor er det viktig å sørge for at druene blir modne nok. Forskningsresultater viser at også god lyseksposering av druene er viktig for å begrense metoksypyrasin. Tidligere antok man at soleksposering brøt ned pyrasinen, men nye forsøk har vist at sollyset reduserer mengden av et sentralt enzym i pyrasin-syntesen. I praksis fjernes bladverk rundt drueklasene, slik at de kommer bedre fram i lyset.



FOTO: ELLEN JOHANNE JARLI

Trygve Brekke, leder for produktkvalitet i Vinmonopolet

FOTO: TOMMY ANDRESEN



Neste nummer av Vinbladet

Neste nummer av Vinbladet kommer i begynnelsen av september. Da kan du blant annet lese om sopp som grunnlag for alle produkter i polhyllene. Du får også oppskrifter og råd om drikke til sopprettene.



A/s VINMONOPOLET