

# Et helt lite måltid



Per Alfsen. Foto: Sjur Harby

- Skulle speilegget ta seg pent ut på fotografiet, måtte det stekes i matfett eller olje, sier Per Alfsen. - Stekte du det i smør, ble det brune kanter. Vi hadde våre triks!

Dette er tredje artikkel i en serie om mat



Arkeolog og skribent. Driver rådgivningsfirmaet Disen Kolonial i Hamar.

www.disenkolonial.no

Det var ingen liten donasjon Riksarkivet på Sognavn i Oslo mottok da firmaet Ragge Strand og Per Alfsen Reklamefotografer AS opphørte i 2006. Fotoarkivet deres kom til å beslaglegge 65,4 hyllemeter og inneholdt nærmere 400 000 fotografier fra 20 426 forskjellige oppdrag. Flertallet av dem handlet om mat.

#### FRA INDUSTRI TIL MAT

- Vi fotograferte jo på oppdrag fra næringslivet, sier Per Alfsen. - Visst ble det mye mat etter hvert, men til å begynne med fotodokumenterte vi blant annet en del industribedrifter. Både Elkem og Christiania Spigerverk var store kunder hos oss, men også Nora, Freia, og Stabburet. Hvorfor vi fotograferte selve industrianleggene? Bedriftene trengte illustrasjoner til sine årsrapporter, og etter krigen ble det investert mye i nye maskiner, bygg og anlegg. Dette skulle jo vises frem. Vi dekket hele landet. I dag er jo mange av disse anleggene blitt historie, og vår dokumentasjon er kanskje det eneste som er igjen. Vi som formidlet fremskritt og optimismen, er selv blitt historie. Hvem kunne vel i 1950-årenes Norge, da vi bygde landet alle mann, tenke seg at vi noen tiår senere skulle oppleve at den ene store virksomheten etter den andre la



Foto: Riksarkivet. Ragge Strand og Per Alfsen Reklamefotografer AS

ned produksjonen for godt eller flyttet utenlands? Ting endrer seg fort. Han folder hendene og ser på meg. - Smil, sier jeg med kameraet klart for de første bildene. Per Alfsen glatter på skjegget setter opp et skjevt smil. Han er ikke vant til å være motiv.



Steen & Strøm i 1961. Foto: Riksarkivet. Ragge Strand og Per Alfsen Reklamefotografer AS.

#### «IT'S SUCH A NEW LOOK!»

- Men vi holdt jo på med andre ting også, sier han. - Klesmote var jo aktuelt etter mange år med krig og rasjonering. Til å begynne med var kanskje ikke vår hjemmelige konfeksjon rare greiene, men glem ikke at varemagasinet Steen & Strøm her i Oslo hadde sin egen modellavdeling, der utenlandske nyheter raskt fant veien inn i norske garderober. I den legendariske klesforretningen Molstad & Co på motsatt side i Kongens gate fantes etasje på etasje med alt en kvinne kunne begjære. For ikke å snakke avdelingen med stoffer. Molstad var kjent for sitt utvalg av kostbare silketøyer. Var det noe etterkrigstidens moteskapere visste å verdsette, var det nettopp eksklusive tekstiler med revolusjonerende farger, mønstre og tekstur. For meg som fotograf var det jo både en drøm en utfordring å arbeide med dette, og kanskje var det ikke helt ulikt den matfotograferingen vi senere skulle jobbe så mye med. Ukepressens reklamer og motereportasjer, ikke minst i blader som Alt for Damene og Alle Kvinner, var en viktig avtaker av disse bildene. - Det skjedde jo så mye på klesfronten etter krigen. Antakelig har han 12. februar 1947 i bakhodet. «It's such

a new look!», skal sjefsredaktøren i det amerikanske motemagasinet Harper's Bazaar, Carmel Snow, ha utbrutt da Christian Dior lanserte sin vår- og sommerkolleksjon denne senvinterdagen. Seks mannekenger viste frem 90 nye og elegante modeller. I en tid med knapphet på stoffer tegnet han vide skjørt som gikk langt ned på leggen, med smale liv og skrå skuldre. De nye, feminine linjene slo raskt an og med ett sto hele verden på hodet. Paris hadde med et trylleslag gjenerobret sin stilling som motemekka. Etter hvert krøp skjørtelengdene oppover, det ble brede belter og smale liv, men elegansen holdt seg til langt ut på 60-tallet. - Vi drev også med sigarettreklame og biler. Bilene var vel det alle ventet på. Etter at rasjoneringen ble opphevet 1. oktober 1960, entret Norge bilens tidsalder. Det var da krigen virkelig var over. Men et skår i gleden var det nok at importavgiften ble satt opp samtidig. Bil har vel aldri vært billig her til lands. Har den vel? Han skotter bort på meg. Jeg tipper nei.

#### KVIKK LUNSJ

- Mitt første oppdrag? Han ser litt spørrende ut. - Det var for Freia. De trengte en vignett for sjokoladen



Foto: Riksarkivet. Ragge Strand og Per Alfsen Reklamefotografer AS

Kvikk Lunsj. «Et helt lite måltid i seg selv». Husker du den? Hodet mitt rister forsiktig. - Jeg hadde nettopp startet som fotoassistent hos Ragge Strand. Det var i 1958. Motivet kan jo virke litt pussig i dag; en tallerken med en brødkive og et bløtkokt egg. Spiste du en Kvikk Lunsj, skulle det liksom være jevngodt med det du så på bildet. Jeg tviler på at dette hadde passert nå, men den gangen ble det sagt mye rart i matreklamene. Hva var det de kalte Melange margarin? Han kikker opp i taket et øyeblikk. - «Solskinn i kosten», har du hørt? Han gjentar for seg selv: «Solskinn i kosten». Det var visst nok på grunn av



. Fra Riksmessen (Norges Varemesse) 11.6.1958.  
Foto: Riksarkivet. Ragge Strand og Per Alfsen Reklamefotografer As.

A- og D-vitaminene. Han henter seg inn igjen. - Men oppdraget for Freia var jo morsomt. Det er noe eget med Kvikk Lunsj. Holmenkollbanen hadde reklame for den på annenhver stolpe ut fra Majorstuen stasjon. Små metallskilt med de karakteristiske fargene i samme design som sjokoladepapiret. Kvikk Lunsj, tursjokoladen fremfor noen; du får snø, ski, påskeferie, holmenkollsøndag, sol og brune ansikter på netthinnen med en gang. - Bløtkokt egg. Han smiler. - Bløtkokt egg, mumler han en gang til. - Det var ikke riktig klokt.

#### EN EGEN SJANGER

Det var først i 1960-årene at matfotografiet etablerte seg som en egen sjanger her til lands. Før dette var det lite som skilte dem fra andre typer reklame- og illustrasjonsfotos. Mest kjent er kanskje bildene som fotograf O. Væring leverte til Henriette Schönberg Erkens Stor Kokebok, første gang utgitt i 1914. Deretter kom den i en rekke reviderte og utvidete opplag helt frem til hennes død i 1953. Foran hver ny utgave ble det fotografert på Dystingsbo i Vang ved Hamar. I hele huset skal det ha hersket unntakstilstand mens dette arbeidet pågikk. Barna fikk forbud mot å gå inn på kjøkkenet. Det var koking og forberedelser fra tidlig morgen til sen kveld. Væring var like respektert og myndig som Henriette selv. Visst var kokeboken imponerende

for sin tid, men likevel oppleves illustrasjonene i dag som en endeløs rekke av serveringsfat med mat. I svart-hvitt selvfølgelig, bare avbrutt av ett og annet bilde av en grønnsak, kjøkkenredskaper og flittige hender i en arbeidssituasjon. Dessuten, og dette var Schönberg Erken kjent for; rekken av oppdekkede bord for alle anledninger. Enkelte av dem gjengitt i farger. Håndkolorerte. Men altså, bare for å komme tilbake til saken: Ting hadde lenge stått ganske stille da Per Alfsen sto med svennebrevet i hånden. Det var i 1961.

#### MAJONES AV FRISKE EGG

I 1951 lanserte Mills sin ekte majones. Det var en liten milepæl. Etter hvert kom også reklamen som bidro til at den ble forbrukernes favoritt. Kanskje husker du fotografiet med to hender som holder et knekket egg? Plommen ligger i skallet mens hviten skilles fra. En kjent situasjon for mange husmødre. I bakgrunnen ser du hvite, friske, norske egg. «Mills lager majones av friske egg», het det. Men ikke bare det, bildet signaliserer at den var jevngod med hjemmelaget. «I gamle dager var det å lage majones ansett som en vidløftig affære», skriver kokebokforfatterinnen Mina Thiis i sin kokebok om supper og småretter fra 1932 og fortsetter: «Mindre enn to av husets høit betrodde personer kunde vanskelig greie det, skulde den bli presentabel. Det måtte helst

foregå i en kold kjeller: en måtte røre, en annen spe i oljen i langsomme dråper». - Skulle vi overbevise husmødrene om at kjøpemajonesen var like god som hjemmelaget, var det viktig å signalisere at den holdt samme kvalitet og var laget som om det skulle ha vært ved kjøkkenbenken hjemme, sier Per Alfsen. Dessuten at råvarene var det beste som kunne oppdrives. Kampanjen og bildet gikk i mange, mange år og gjorde Mills til markedsleder.

#### HØYERE KRAV, FLERE UTFORDRINGER

- Kravene til et matfotografi økte utover i 1960-årene. Alfsen kikker gjennom et gammelt foredragsmanus om matfotografiets utvikling. - Maten og produktene skulle se fristende ut. Det som ble beskrevet som nystekt eller nykokt, måtte også se slik ut. Det skulle dampe av vaflene når de ble tatt ut av jernet. I begynnelsen var det lampelys som gjaldt. Altså kunstlys. Tusenvis av glovarme watt som maten selv i høy grad mislikte. På toppen av dette var filmen den gang det vi kalte «langsom». Det vil si at lukkeren i fotografiapparatet måtte stå lenger åpen for at det skulle bli tilstrekkelig med lys i bildet. Vi burde helst lykkes i første forsøk, ellers måtte maten tilbreides på nytt. En sannhet med modifikasjoner selvfølgelig, siden nød også her hadde lært fotografen å spinne. - For hånden hadde vi alltid en pinsett, en skalpell og bomullspinner. Bare to sorter «sminke» var tillatt hos oss: En liten dusj med vann eller et penselstrøk med matolje om noe så litt tørt ut. Resten handlet om god og riktig belysning, samt ståsted i forhold til motivet og det innfallende lyset. Kamera avslørte om råvarene ikke var perfekte eller om den rennende sausen manglet riktig konsistens. En måtte være nøye.

#### INSPIRASJON

- Hjelpe meg, det var enkle forhold i begynnelsen, utbryter han. Ragge hadde opprinnelig sitt fotostudio i et nedlagt pøsemakeri, men etter hvert fikk vi leie hele kjelleren nede i Oscars gate 42, og da innredet vi et eget kjøkken der maten kunne forberedes under skikkelige forhold. Tidligere var det et gammelt mørkerom som hadde fungert som kjøkkenkrok. Nå fikk vi skikkelige benker, varmt og kaldt vann, avløp. Ja, i det hele tatt optimale forhold. Etter datidens standard, vel å merke. Arbeidsforholdene



Fra øverst:

- slik leserne kunne se den i ukebladet Allers i 1989.
- Duggfrisk, selvfølgelig. Fra 1962.
- fra Findus begynner å få noen år på baken. Fra 1961.
- erobret Norge med ketchup og sennep fra Slotts. Ca. 1970.

Alle foto: Riksarkivet. Ragge Strand og Per Alfsen Reklamefotografer As.

resulterte i at fotografer, mat- og reklamefolk fikk langt bedre kontakt. Vi lærte mye om matlaging og råvarer. Husstellkonsulentene og reklamefolkene snappet opp det vi kunne om lyssetting og hvordan vi brukte rekvisitter. Sammen utviklet vi våre tommelfingerregler: Hvetebackst og vafler måtte lages samme dag, ellers ble det skrukk og krymp. Koking og steking måtte være hensynsfull. Oversteekte kjøttkaker ble blå på bildene. Supper og sauser måtte være lune eller kalde for å oppføre seg korrekt.

#### GRØNN KREM

Men utfordringene stoppet ikke med dette. - I fargefilmens barndom opplevde vi at den endret fargestikk når vi kom opp i lange eksponeringer. Derfor slo vi kloa i de første, store blitzanleggene som kom her til landet. Dessuten polaroidkassetene, da de dukket opp. Tenk deg den dagen vi kunne se en ferdig fargekopi etter bare to minutter. Det var en revolusjon. Men så var det trykkingen da. Selv om bildet ble bra, kunne gjengivelsen være så som så. Papirkvaliteten var den gang så dårlig og trykkefargene likeså. - Vi klaget vår nød og la frem fargediasene våre og krevde bedre trykk. Vi kunne være ganske på tuppa. Tenk deg å oppleve at du etter mye arbeid opplever at kremkakene blir grønne eller fiolette. Det skjedde fra tid til annen, sier Alfsen. - Men publikum, de hadde jo ikke sett originalbildene og godtok derfor forbausende mye av misfargingen. I dag er vel dette problemet en saga blott.

#### THE AMERICAN STYLE

Etter hvert gikk han fra å være fotoassistent til å bli partner i firmaet. Men ikke bare det, gjennom 27 år skulle han bli ukebladets Hjemmets faste fotograf i tett samarbeid med husstellkonsulentene Anny Bjerkebæk og Eva Mølsæter. - Til å begynne med var matfotografering en liten del av porteføljen vår, men utover i 1960-årene vokste oppdragsmengden. Ikke minst etter at vi flyttet inn i de nye lokalene i Oscars gate. Med

eget kjøkken kunne vi konkurrere med svenskene. Det var ikke uvanlig at matfotograferingen skjedde i utlandet den gang. Et år inviterte vi en amerikansk matstylist eller «Food Stylist», som hun kalte seg, fra New York. Hun skulle lære oss å bli moderne. Det var da vi begynte med den lille persilledusken eller den halve sitronskiven på tallerkenen. Det livet liksom litt opp om motivet ellers kunne virke dystert. Dessuten: hun lærte oss å lage perfekte erstatninger av produkter som var problematiske å fotografere, for eksempel iskrem.

#### DET BESTE BILDET

Hva kjennetegner det gode bildet? Jeg spør ham, vel vitende om at han antakelig har svart på spørsmålet hundre ganger før. - Det skal være så informativt som mulig, svarer han. - Du skal se at gulrøttene eller aspargesen er akkurat passe. Kjøttsaften skal piple forsiktig ut. Det skal se delikat ut, skyen må ikke ha snerk. Det må være en god stemning i bildet, en stemning som skaper lyst og matglede. Dessuten må det være tilstrekkelig kontrast og riktig lyssetting. Lettsaltet torsk skal se ut som lettsaltet torsk. Du skal fornemme at den kommer rett fra gryta. Vi kokte suppe og grønnsaker hver for seg. Deretter ble grønnsakene lagt opp i suppa en og en med pinsett, slik at leseren eller kunden tydelig så hva slags ingredienser som inngikk i matretten. Du må aldri bruke dårlige råvarer. Aldri.



#### ERTER

- Se her. Ikke en ert har mistet skallet. Det handler om frosne, grønne erter fra Nora. En tom plastpakning av det slaget som en gang fylte kjøpmennenes frysedisker over hele landet. Han lar fingeren gli over bildet. Ikke en eneste ert. Pakninger skulle vare lenge. Bildet måtte være perfekt. Skjønner du? Jeg skjønner. Ikke en eneste ert må miste skallet.