



En drinkhistoria

Magnus Torsne och Tjoget



En drinkhistoria

Magnus Torsne och Tjoget

En drink är så mycket mer än vatten, något bittert, något starkt och något sött. Den är en spegling av sin tid. Av fattigdom, kvinnokamp, förbud, sex, industrialism, konspirationer och kultur.

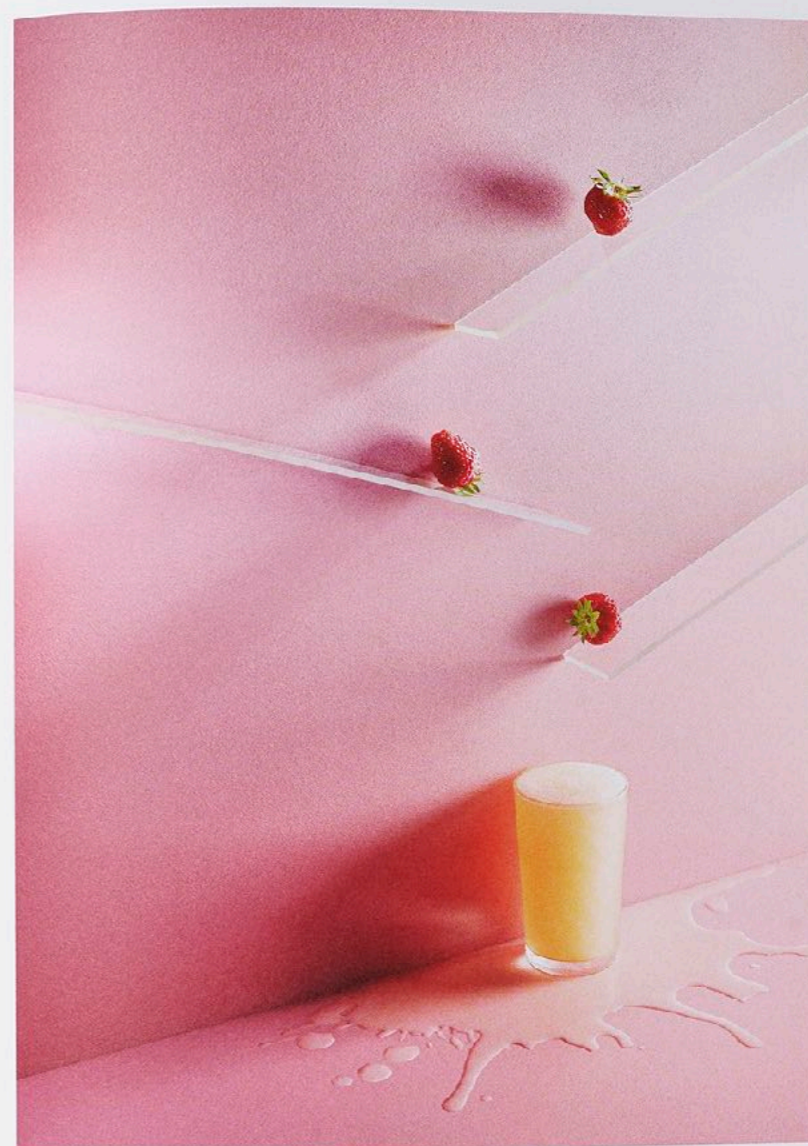
I den här boken kommer du att få reda på när, hur och varför några av de mest omtalade drinkarna kom till. Förhoppningsvis ser du inte bara en spritblandning i ett flott glas nästa gång du serveras en Old Fashioned, Manhattan eller Bellini, utan en liten historia som står där på bardisken.

Boken är skapad av fotograf Magnus Torsne och Tjoget-grundarna Joel Söderbäck och Andreas Bergman.



(AB) Och så är efterkrigstiden äntligen härl! Om jag hade en tidsmaskin är det definitivt till det här året jag skulle ha rest: 1948. Bellining tid. Europa är enat och det råder ett kollektivt rus av glädje och framtidstro från norr till söder. Man solar i bikini, tittar på tv, åker Porsche till jobbet, spelar musik från LP-skiva, föder barn som aldrig förr och förevisar lyckan på polaroid.

(JS) Och på den ökända baren Harry's i Venedig skapas en bubblande cocktail med smak av persika. En blekrosa påminnelse om en oskyldig tid som aldrig kommer igen.



(AB) Nu är vi framme vid det glada 20-talets början, och slut. *White Lady* skapas av den ökända bartendern Harry McElhone, antingen 1919 på Ciro's i London, eller 1929 på Harrys egen New York Bar i Paris.

(JS) Vilket vet vi inte. Men hon får helt olika betydelse beroende på vilket årtal hon föds. Antingen symboliserar hon starten på mänsklighetens kanske mest framgångsrika årtionde någonsin. När första världskriget är slut och vi går in i en högkonjunktur aldrig tidigare skådad, då dyker denna vita skönhet i cocktailgles upp på Londons gator och blir en självklar del av det ekonomiska välståndet, kulturrevolutionen, den kvinnliga frigörelsen, dansen och livslusten ...

(AB) ... eller så symboliserar hon den stora börskraschen som slår ner precis tio år senare. Den stora depressionen som följer Wall Street-kraschen och som sprider sig som pesten ut över hela världen. Det finns faktiskt en vandringsägen, eller ska vi säga spökhistoria, från den här tiden som säger att om man ser ett kvinnligt spöke helt klädd i vitt precis innan man dör så kommer man att möta en ren död. *White Lady* kan med andra ord vara den cocktail alla börsmäklare sänker sekunden innan de avslutar livet.



Historien om den här boken börjar en ruggig tisdagseftermiddag i oktober 2017. Med nervösa steg går jag uppför trappan från Hornstulls tunnelbanestation. Jag är på väg till en av världens bästa barer för att presentera en idé som är mig så kär att jag kramar datorn lite extra hårt mot bröstet där i oktoberblåsten, nästan som för att hålla om mig själv inför det stundande mötet. Jag är fotograf och om tre minuter ska jag blotta min idé för Tjogets grundare: Joel Söderbäck och Andreas Bergman.

Idén är en drinkbok. Och nu är det bara två minuter kvar till jag ska hålla det väl förberedda brandtalet om varför jag vill göra en bok om drinkar, med just Joel och Andreas. Det är bara det att jag inte riktigt har något brandtal. Jag vill bara väldigt gärna göra det här tillsammans med dem eftersom jag vet att de älskar drinkar lika mycket som jag. Jag vet också att vår kärlek tar sig helt olika uttryck; de blandar drinkar i en högljudd miljö och reser jorden runt för att hämta inspiration och starta upp nya barer. Jag fotar stilleben i min stillsamma studio, lägger timmar på att bygga upp världar till mina bilder och tycker att drinkar är bland det mest fotogeniska som finns. Men jag är övertygad om att om Joel och Andreas får göra vad de är bäst på — storslagna konstverk i glas — och jag får göra det jag är bäst på — skapa kraftfulla bilder med hjälp av uppbyggda världar — så kan vi tillsammans göra världens bästa drinkbok. En minut kvar nu.

(JS) Tjena, Joel.

En kille med mörkt lockigt hår och snälla ögon ger mig ett bestämt handslag.

(JS) Bergman är på väg. Han kommer strax.

Efter en bra stund ansluter Andreas Bergman. En energirik och yvig person som sätter sig mitt emot mig tillsammans med Joel. Jag hinner knappt berätta om min idé innan de går igång och börjar prata. Non stop och hela tiden i mun på varandra berättar de om varje drink och om drinkens betydelse i historien.

(AB) Ta Black Velvet till exempel: En prins dör i det viktorska London och när hans efterlevande ska ära hans minne blandar man champagne och Guinness. Vad betyder det? Försökte man dölja att man egentligen firade prinsens död?

(JS) Hade man inte tillräckligt med champagne och var tvungen att späda ut?

(AB) Eller är det en inbjudan från kungligheterna till det fattiga London för att alla ska ha råd att ära kungens bortgång ...

(JS) ... det kan vi bara spekulera i.

Sådär fortsätter de. Under våra fotosessioner i min studio på Snickarbacken i Stockholm vill historierna aldrig ta slut. Och här är resultatet. Vårt gemensamma projekt. Joel och Andreas har blandat drinkar och fyllt på med historier. Och jag har gestaltat.

På följande sidor kommer du att få lära känna några välkända och okända drinkar lite mer. Det är ett härligt gäng som jag har spenderat många timmar med. Jag hoppas att du kommer att tycka om dem lika mycket som jag. Och att du nästa gång du blir serverad en Manhattan, Bellini eller Old Fashioned inte bara ser en färgsprakande spritblandning i ett flott glas, utan en liten historia som står där på bardisken.

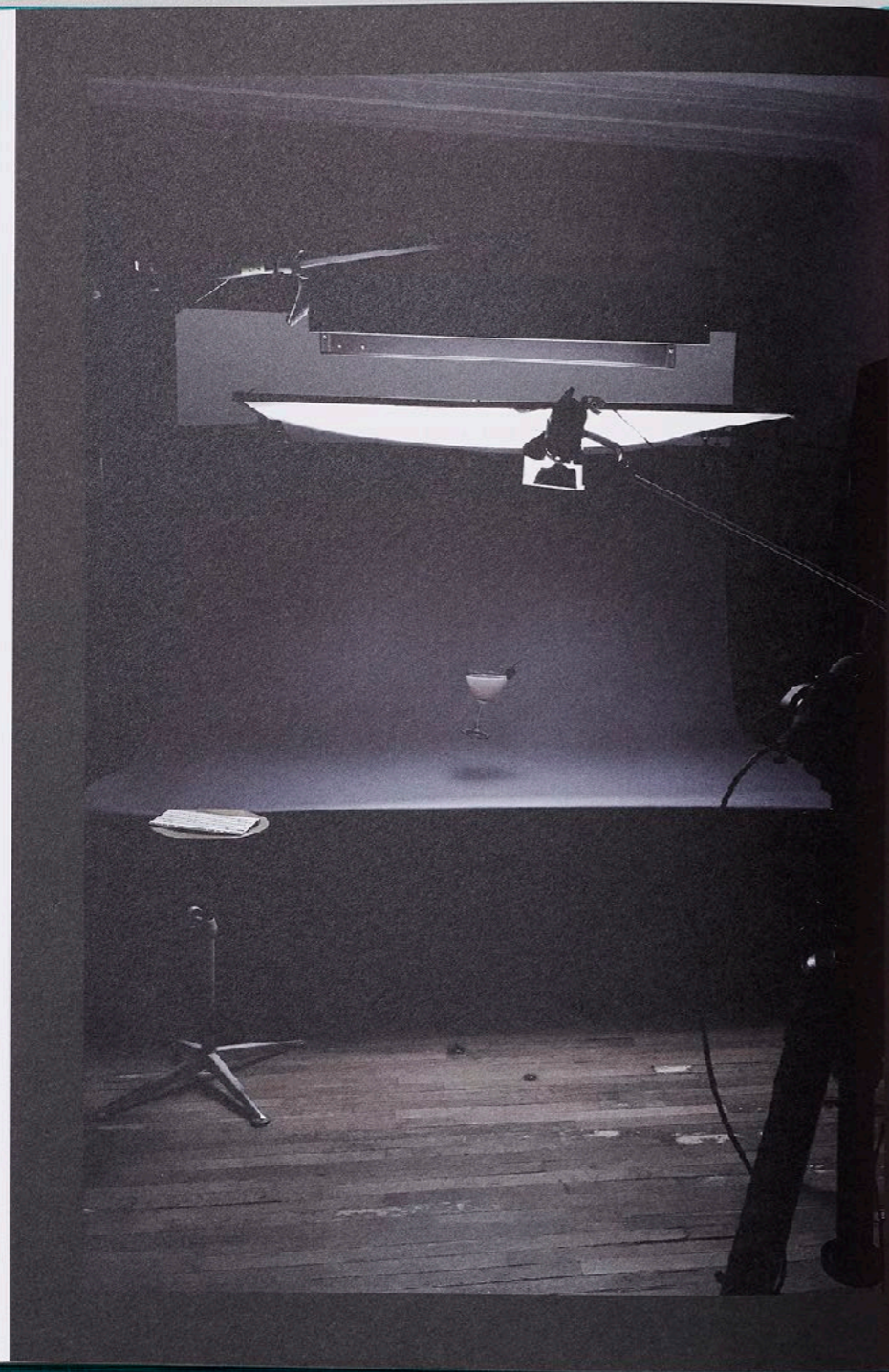
Magnus Torsne, fotograf.

(JS) Men uppkomsten av Wallbanger är svårare. Det sägs att en stressad bartender redan på 50-talet slänger ihop den av berens rester efter att en gäst stängt huvudet blodigt mot väggen i frustration över att inte få sin drink i tid. Det sägs också att den är uppkallad efter en mystisk surfare vid namn Harvey Wallbanger.

(AB) Tyvärr verkar sanningen vara så enkel som att en cynisk marknadschef får i uppdrag att marknadsföra huvudingrediensen Galliano och slår sig ihop med en duktig reklamtecknare. Tillsammans skapar de denna drink. Men 70-talets pool-grindare är lika nöjda för det och enligt legenden får reklamtecknaren betalt för varje såld drink och blir stenrik på kuppen.







Pimm's Cup

Vad:
50 ml Pimm's No. 1.
10 ml citronjuice.
100 ml ginger ale,
lemonad eller club soda.

Hur:
I ett highballglas. Häll i Pimm's, citronjuice och isen. Rör om för att binda och kyla vätskorna. Toppa med ginger ale (eller annan läsk angiven i receptet ovan) och rör om ett varv i drinken med skeden. Garnera med gurkstav, mynta och frukt efter säsong.

Pimm's är, precis som vermouth, ett kryddat starkvin som håller några dagar i kylen. Men bör drickas så snart som möjligt på grund av oxideringen.



Black Velvet

Vad:
100—150 ml iskall champagne.
50 ml Guinness eller annan stout.

Hur:
I ett vin- eller champagneglas. Häll upp champagnen och toppa med Guinness.

Ett tips när man gör drinkar som serveras utan is är att kyla glaset och ingredienserna innan. Då håller drinken sig kall längre och kalla drinkar är alltid godare drinkar.



Mint Julep

Vad:
60 ml bourbon.
2 barskedar sockerlag (tycker vi, annars efter smak. Dock inte under några omständigheter mer än 10 ml!)
Färsk mynta.

Hur:
I en silverbägare. Ta mynta och lägg i din handflata, slå den två gånger med din andra hand. Detta "öppnar" myntan som släpper ut oljorna där all smak sitter. Lägg i silverbägaren. Tillsätt bourbon, sockerlagen och rikligt med krossad is. Rör drinken iskall. Toppa av med mer krossad is och garnera med myntakvist.

Bra bourbon är det som gör den här drinken. Socker höjer smaken, men var försiktig med mängden; amerikaner har en sötare smakpalett än européer och därför är drinken ofta brutalt söt i USA.



