



Kød Flæsk & Pølser



En slagterbutik bliver til

Mette Ernst Andersen

Engang lå der slagterforretninger overalt i Danmark, men udviklingen med supermarkeder og befolkningsflugt fra mindre byer har udkonkurreret dem og andre specialbutikker. Museumsinspektør Mette Ernst Andersen giver baggrunden for slagterbutikken i Den Gamle By og fortæller om inspiration fra både Danmark og udlandet.

Forstil dig en slagterforretning i begyndelsen af 1970'erne, dengang de stadig fandtes i mange danske byer. Butikken var kølig, og måske duftede den af fersk kød, nyrøgede spegepølser og bagt leverpostej. Der var skramlen fra baglokalet, hvor slagtersvende var i gang med at forberede rullepølser til kogekarret, skære kød op til disken og stege flere frikadeller.

Slagtermesteren stod bag køledisken og bød kunderne velkommen – klar til at udskære de ønskede kødstykker. En ung kvinde, måske hans datter, stod ved delikatessedisken og solgte fiskefileter, skiveskåret pålæg og nylavet leverpostej. Og måske gav hun et barn en rød pølse med håndtag, mens husmoderen bestilte kød til dagens aftensmad, hvor menuen kunne være nakkekoteletter i fad eller boller i karry.

Nu er slagterbutikken tilbage. I hvert fald i Den Gamle By i form af "Kød, Flæsk, Paalæg" i 1974-kvarteret. Den har en prominent placering på hjørnet af Sønderbrogade og Nygade. Men hvorfor lige en slagterforretning? Valget af butikker i 1974-kvarteret tager udgangspunkt i et forskningsprojekt om 1900-tallets butiksudvikling i Danmark, som Den Gamle By gennemførte i 2012. Her undersøgte man erhvervsfordelingen i en typisk gade i otte købstæder. Under-

Bygningen i Mejlgade i Aarhus (februar 1966) inspirede til både facadens hvide fliser og navnet på slagterforretningen i Den Gamle By. Foto: Thomas Pedersen.

søgelsen viste, at slagterforretninger i 1974 var i top-5 over den mest almindelige butikstype – de andre var frisør, købmand, maler- og tapetforretning og bager. Slagterforretningerne fandtes i beboelseskvarterer og på mange gadehjørner i de mellemstore og store byer.

Det svære navn

Når besøgende betragter slagterbutikken udefra, kan de se, at facaden består af hvide fliser ved selve butikken og af en malet pudset væg ved vinduerne til baglokalerne. De hvide fliser kender vi fra mange facadefotos af 1970'ernes slagterforretninger. På billedet er der ofte et tyrehoved, så det skulle butikken i Den Gamle By naturligvis også have.

Der var flere overvejelser om butikkens navn. En undersøgelse af de mest udbredte butiks- og virksomhedsnavne i 1960'erne og 1970'erne viser, at butikkernes navne typisk afspejlede det, der var til salg. Ofte var det en kombination af ejerens efternavn og butikkens sortiment. Slagterforretningerne var ingen undtagelse, og

Udstillingen
åbnede for
gæster i februar
2022.



mange af dem havde en kombination af slagtermesterens efternavn med ”viktualie, kød, paalæg, flæsk og kødudsalg». Dog hed mange også blot noget med slagter eller kød.

Da slagterbutikken i Den Gamle By ikke tager udgangspunkt i en bestemt butik, gav det mening at undlade et personnavn på facaden. Navnet Kødhjørnet var allerede taget af en butik i Aarhus, så vi valgte de mest brugte ord – kød, flæsk, paalæg – og vi efterlignede en slagterforretning i Mejlgade i Aarhus med netop dette navn.

Hjælpen

Næsten alt inventar og stort set alle genstande i slagterforretningen er doneret af slagtere og deres familier og kommer fra forretninger rundtom i landet. Derudover har vi overtaget genstande fra Det Grønne Museum og Slagtermuseet i Roskilde. Køledisken havde holdt sit indtog i mange danske butikker i 1960’erne, så ud over marmordisken er der også kølediske, som de så ud i 1970’erne. Køledisken i vinduet kommer fra en slagter i landsbyen Ørting mellem Horsens og Aarhus. Han donerede vindueskøledisken sammen med loftskøleren og udhængsskiltet. Fra en tidligere slagter i den nordfynske landsby Særslev fik vi to porcelænstyre, træfade, kitler, grise-gipsfigur og meget af den julepynt, man kan se i butikken til jul i Den Gamle By. Huggeblokken, kasseapparatet, pålægsmaskinen, fade og løsdele er doneret af slagter Olesen fra Randers.

Slagterforretningen er indrettet, som en forretning kunne have set ud, hvis den var gået i arv fra far til søn eller slagtermester til slagtersvend. Det ses i både inventar og dekorative elementer i butikken. Den mest markante tilbageskuende genstand er marmordisken, der var typisk i slagterforretninger før 1960, hvor marmor var køleelementet. Disken kommer fra slagter Bessmann i Herning. En artikel i Herning Folkeblad i 2010 handlede om den 87-årige Werner Bessmann, der havde drevet forretning fra Odensevej 9 i Herning fra 1953 og ca. 30 år frem. Den Gamle By fik kontakt til familien og mulighed for at overtage to diske, kødhakker, kølelåger, kødkroge, fade, save og kødøkser.

Etableringslauget

Slagterforretningen i Den Gamle By er blevet til i samarbejde med mange parter. Fra donation af genstande til fotos og fortællinger.

Men en særlig gruppe hjalp med indretningen. Etableringlauget blev oprettet i juni 2018 og bestod af tre pensionerede slagtere: Jørn Sølvsten, Søren Olesen og Lars Stjernholm. Alle har de erfaringer fra slagterfaget og var enten under uddannelse som slagtersvende i 1974 eller i gang med at etablere egen forretning. De havde med andre ord viden om indretning, værktøj, arbejdsgange og ikke mindst sortiment.

Som medlemmer af etableringlauget rådgav slagterne os om indretning af butikken, værktøj og sortiment, herunder tidstypiske udskæringer af kødet. En af deres første opgaver var at udvælge kød til kølediskene. For ingen slagterforretning uden kød.

Den japanske producent

I forbindelse med et besøg hos Danish Crown i Horsens havde vi fået kendskab til en producent af kunstige fødevarer. Danish Crown havde nemlig fået produceret kødattrapper i 2005, og de så stadig overbevisende ud i 2018. Den japanske producent af attrapperne var Iwasaki Be-I. Dem fik vi kontakt til.

Produktion af kunstige fødevarer i Japan har rødder tilbage til 1920'erne. Iwasakikoncernen blev grundlagt i 1932 i Osaka og eksporterede i slutningen af 1950'erne kunstige steaks til USA. Indtil 1970'erne blev de kunstige madvarer lavet i voks, men herefter vandt afstøbning i plastic frem. I dag fremstilles de kunstige fødevarer i farvet silikone, der bliver håndmalet og til slut anrettes i tallerkener og glas, klar til at blive udstillet.

De pensionerede slagtere går i gang

Før Iwasaki kunne komme i gang med attrapperne, skulle vi have afklaret, hvilke udskæringer der skulle laves afstøbninger af, og hvordan vi kunne få kødet til Japan. Transporten blev hurtigt løst, da Danish Crown tilbød at hjælpe os med at få svinekødet til Japan. Vi rettede fokus mod, hvilke udskæringer der ville være tidstypiske i 1974, og her kom etableringlauget for alvor på banen.

Som noget af det første udarbejdede slagterne en liste over sortiment til diskene. Vi målte køledisken for at afklare, hvor mange fade der kunne være, og hvor meget kød der var plads til. Slagterne planlagde også et suppevindue i køledisken ud mod Nygade, og de stod for at skære og anrette svinekød til afstøbningerne hos Danish



Søren Olesen fra etableringslauget i gang med at anrette kød i rette fad. Det blev nemlig støbt efter vores anretningsfotos, i vores valgte fad – som også blev sendt til Japan. Så fad og kød skulle matche, da silikonekød jo ikke er så bevægeligt som den rigtige vare.

Crown. Efter fotodokumentation af anretningerne sørgede Danish Crown for korrekt nedpakning og forsendelse til Japan. Oksekødet måtte findes i Japan. Vi sendte fotos og video af kødet, så vores japanske kontakt kunne finde kød, der mindede om dansk oksekød.

Ca. et år efter vi så det kunstige kød hos Danish Crown i Horsens, ankom fire flyttekasser med kunstigt kød til Danmark. I februar 2019 havde vi attrapperne klar, men ventetiden blev betydeligt forlænget af covid-19-pandemien. I august 2021 kunne etableringlauget endelig hjælpe os med at anrette kødet i diskene, og vi fik placeret de genskabte prisskilte og pyntet med kunstig persille.

Flere kunstige fødevarer

Ikke alt indhold kunne produceres i Japan, da det ikke var muligt at sende tilberedte fødevarer til afstøbning. Og eftersom delikatesse-disken skulle fyldes med attrapper, der lignede tilberedte fødevarer, måtte vi finde en anden løsning.

Igen hjalp slagterne os med en liste over indholdet til disken, og hvor fadene med attrapper skulle placeres. Kunstneren Niels Rahbæk fik til opgave at lave en del af indholdet – herunder stegte pro-



dukker, pålægspølser og skiveskåret pålæg. Rahbæks kreationer blev suppleret af produktioner fra den tidligere teatermaler Ditte Marie Winter. Hun stod blandt andet for spegepølser, salater og leverpostej, ligesom hun farvede wienerpølserne røde.

Netop wienerpølserne var blandt de kunstige varer, som vi kunne købe hos det tyske firma Döring. Firmaet har naturligvis fokus på tyske produkter, så der var ikke frit valg på alle hylder. Også her var slagterne behjælpelige med at udvælge de produkter, der kunne have været hos en dansk slagter i 1974: kålpølse, halv spegepølse, kylling og pynt.

Gris på Gaflen

I udstillingen hænger en genskabt kalender fra 1974: "Gris på gafflen – fra nær og fjern". Hver måned havde en beskrivelse af en ret med gris. Flere opskrifter hentede inspiration i udlandet – f.eks. en portugisisk ovnret eller chow-chow. Eksotiske retter prægede nemlig

Etableringslauget ved udstillingens åbning i februar 2022. Som der er tradition for i faget, har de bowlerhatte på til den festlige lejlighed. Fra venstre: Jørn Sølvsten, Lars Stjernholm og Søren Olesen.

I 1950'erne og 1960'erne var der ofte omfattende juleudstillinger i vinduerne. I udstillingen viser vi et suppevinde med kvie- og grisehaler samt kunstige grøntsager.



1970'erne, efter at danskerne i 1960'erne begyndte at rejse på charterferie. Resultatet var fordanskede versioner af græsk moussaka, italiensk pasta og spansk gazpacho. Hvis Den Gamle Bys gæster gerne vil prøve at lave mad som i 1970'erne, findes der på disken en tidstypisk opskrift, som man kan tage med hjem.

Kalenderen var en del af reklamekampagnen Gris på Gaflen, der blev sparket i gang i 1957 og var med til at øge forbruget af svinekød i Danmark. Flere familier flyttede til byerne, flere kvinder arbejdede i industrien, og der var ikke længere tid til at lave traditionelle langtidskogeretter. Eksport-Svineslagteriernes Salgsforening så en mulighed for både at hjælpe forbrugerne med at lave hurtigere retter og øge salget af grisekød. Produktionen var nemlig steget som følge af øget eksport af især bacon. Kampagnen oplyste om nye og lettere måder at tilberede grisekød på. Reklamerne bestod af kogebogen "Bord dæk dig", husstandsomdelte foldere, tilberedningsvejledninger og opskrifter til et samlehefte, der kunne hentes hos den lokale slagter.

Danskernes spisevaner

Gæster kan få endnu mere viden om danskernes spisevaner i slagterbutikkens to baglokaler. Bindeleddet mellem butikken og baglo-

kalerne er et skyggespil på den fysiske væg, der adskiller lokalerne. Også her fik vi hjælp af etableringlauget, da skyggespillet skulle vise slagtere, der arbejdede i baglokalet med at skære større stykker kød, lave rullepølse og bruge en pølsestopper. To af slagterne tropede op i studiet med en masse kød og gåpåmod.

"Baconkonge eller veganer" er en quiz med et glimt i øjet. Her er udsagn og holdninger, som gæsterne kan forholde sig til. Her åbenbares det, om man er baconkonge, moderne forbruger, flexitar, vegetar eller veganer. Madpakkespillet er rettet mod børn, men alle kan deltage. Målet er – i løbet af 45 sekunder – at vælge de madder, som hører til den madpakke, man har valgt. Madpakkerne er "1970'erne", "Klimavenlige", "Knap så klimavenlige", og til jul er der "Julefrokost". Spillets målsætning er at underholde, samtidig med at det giver bevidsthed om typiske 1970'erretter og klimavenlige madder.

I det sidste baglokale giver plancher og video info om danskeres spisevaner i nyere tid og om svineproduktion. På den sidste væg er der små firkanter med fotos af fødevarer og andre produkter, der alle kan indeholde gris.

Hvor blev de af?

I dag køber de færreste spegepølser, hakket flæsk, frikadeller eller bøffer hos en slagter. Det bliver snarere købt i et supermarked. Tendensen begyndte så småt i 1960'erne, hvor super- og minimarkeder begyndte at sælge færdigpakket kød og pålæg fra kølediske.

Udviklingen fik forbrugerne til at gå på kompromis med service og specialudvalg til fordel for lettere tilberedninger og lavere priser. Noget, der også passede fint med discountbutikkerne, da de kom til Danmark omkring 1980. Væk er slagterne på hvert gadehjørne. I stedet er slagterforretningerne rykket ind i storcentre og blevet til delikatesseafdelinger i dagligvarebutikker og supermarkeder. Eller et ugentligt besøg af en kølevogn på torvet, hvorfra der sælges kød, ost eller fisk.

Kun fremtiden kan vise, om de lokale specialbutikker er på vej tilbage.

The butcher's shop

It was decided to put a butcher's shop in the 1974 neighbourhood in Den Gamle By after a research project showed that in 1974 the butcher's shop was among the top five most common shops in a typical Danish town. Today there are very few left – supermarkets sell meat ready to go, at a lower price. Many consumers choose the cheaper product over expertise.

The new exhibition is not a recreation of any particular shop; rather it is a mixture of several shops. The items and photo examples that greatly helped in the establishing of the exhibition came mostly from retired butchers. Three retired butchers were key in selecting and placing the items and the meat that needed to be in the shop. The exhibition also contains a back room with plays and presentations of the Danes' eating habits and insights into pork production.