

Ulrik Lehrmann, f. 1952, forskning og publicering af artikler og bøger primært omhandlende litteratur-, medie- og kulturhistoriske emner ca. 1860–1960, lektor ved Institut for Kulturvidenskaber, Syddansk Universitet

Nøgleord: Dagligvareforbrug, forbrugskultur, landbrugskultur, modernisering, 1960'erne

DAGLIGVAREFORBRUG, FROSTVARER OG ACCELERATIONS- TEKNOLOGIER i hverdagskulturens omformning omkring 1960

I artiklen undersøges forandringer af hverdagslivet i 1960'erne med afsæt i dagligvareforbruget i Lindeballe Brugs 1962-64. Overleverede kontrabøger gør det muligt at afdække dele af kundernes indkøb. Indkøbene afspejler en årstidsafhængig forrådshusholdning, hvilket står i kontrast til, hvorledes fremvæksten af køle- og fryseteknologi i løbet af 1960'erne forandrer de daglige rutiner i husholdningen i forhold til tidsacceleration. Indkøbene i Lindeballe Brugs demonstrerer også, hvorledes moderniseringen af dagliglivet i efterkrigstidens Danmark var en tidslig heterogen proces, hvorfor datidens intellektuelle kritik af det ny vare- og forbrugssamfund var ude af trit med den brede befolknings erfaringsverden.



Hvad karakteriserede dagligvareforbruget på landet i begyndelsen af 1960'erne? På hvilken måde forholdt indkøbene i den lokale brugs sig til det udvidede vareudbud og -forbrug i efterkrigstiden? Hvordan reflekteredes den ny forbrugskultur i den offentlige debat? Disse spørgsmål vil blive belyst med afsæt i en undersøgelse af dagligvareforbruget i en landsognsbrugs, Lindeballe Brugs 1962-64.

At hverdags- og madkulturen for blot 50 år siden var meget forskellig fra i dag, får man et levende indtryk af i den nu afdøde madanmelder på *Politiken*, Jonna Dwingers (1924-2012), karakteristik af 1960'ernes danske restaurantkøkken som „grøntsager fra konservesdåse, også midt om sommeren, og spandfulde af brun sovs til overstegt kød“.¹ Hvordan må hverdagsmaden så ikke have set ud i de private hjem? Madkulturen og husholdningsaktiviteter som en del af hverdagskulturen og det daglige forbrug skiltes ikke med sin eksistens og er derfor svær at komme på skudhold af. Indblik i hverdagslivets processer vil ofte bero på enten bevidst tilrettelagte etnologiske interviewundersøgelser² eller glimtvisе beskrivelser i erindringslitteraturen:

Det var altid kartofler og ofte frikadeller eller karbonader, som på Fyn var panerede. Det var ukrydret mad med opbagt sovs. Vi spiste ofte øllebrød eller byggrød eller fik min haderet sagsuppe, hvor de små grynkiggede på én fra bunden af tallerkenen som onde øjne. Vi fik fisk mindst en gang om ugen, hvor vi købte torsk, sild eller rødspætter meget billigt hos fiskerne på havnen. Fik vi torsk, fik vi resterne næste dag som plukfisk i hvid sovs. En særlig Bogenseret var maskintorsk i sennepssovs. Vi fik stegt flæsk og en variant, som min mor kaldte husmandskoteletter, som var paneret brystflæsk. Skidne æg i sennepssovs var en anden tilbagevendende ret. Det største var en grydestegt kylling, som var decideret søndagsmad. I sæsonen spiste vi rødgrød og stikkelsbærggrød lavet af bærrerne fra haven, hvor min far også dyrkede porrer, gulerødder, kartofler, løg og grønål.³

Forfatteren og journalisten Leif Davidsens erindringer om hverdagsmaden i årene omkring 1960 omhandler det tidspunkt, hvor Eksport Svin slagteriernes Salgsforening lancerede sloganet „Gris på gafflen“ i et massivt reklamefremstød med pjecer og reklamefilm, hvilket i 1958 resulterede i et salg af flæsk, der var 21,5 pct. højere end før kampagnen.⁴ *Gris på gafflen* var også titlen på Studenterrevyen 1962, skrevet af Jesper Jensen (1931-2009), Klaus Rifbjerg (1931-2015) og Leif Panduro (1923-77). Hvor slagteriernes kampagne gennem madopskrifter sigtede mod at få forbrugerne til at købe og lave mad af udskåret svinekød, blev kampagnens slogan vendt på hovedet i Studenterrevyen i en kritisk udstilling af, hvorledes den moderne vare- og forbrugskultur blev mere og mere omsiggribende i hverdagslivet og reducerede borgeren til forbruger. På den vis indrammer udtrykket „gris på gafflen“ og reaktionerne herpå, hvordan det danske samfund fra

1 Dwinger 1997, s. 8.

2 Jf. Olesen og Thorndahl 2004.

3 Davidsen 2015, s. 44-45.

4 *Landsbladet* 1958:36.

slutningen af 1950'erne til begyndelsen af 1970'erne gennemløb en voldsom materiel og kulturel omvæltning, hvor ikke mindst den almene velstandsstigning og de øgede forbrugsmuligheder ud fra forskellige perspektiver blev set som og også var en afgørende reformatering af hverdagslivet. I mindre landsogne som f.eks. Lindeballe Sogn i Midtjylland samt i mindre provinsbyer var en sådan markedsorienteret forbrugeridentitet dog først ved at blive en realitet. Mulighederne for vareæstetisk iscenesættelse og socialkulturel distinktion via forbrug var begrænsede i den diskbetjente lokale brugs, ligesom den teknologiske fornyelse til understøttelse af basale arbejdsprocesser i den daglige husholdning (vaskemaskine, fryser, elkofur) kun langsomt vandt fodfæste.⁵

Mulighed for vareæstetisk iscenesættelse var der til gengæld i de fremvoksende supermarkeder. Varen, der siger: „Her er jeg – tag mig med hjem – Det er udseendet, det kommer an på“, sådan beskrev landbrugsorganisationsbladet *Landsbladet* de nye supermarkeder.⁶ I en længere artikelrække i brugsforeningernes medlemsblad *Samvirke* 1960 rettedes opmærksomheden også mod „alle de ‘nye’ varer, der trænger frem, på de egentlige livsfornødenheders bekostning“ og mod det forhold, „at konkurrencen mindre og mindre gælder den billigste kilopris og mere og mere kommer til at dreje sig om ting som indpakning, butikkens indretning og varernes letanvendelighed i husholdningen“.⁷ Hele denne proces blev i *Samvirke* betegnet som „en revolution i forbruget“,⁸ og i 1963 konstateredes det, at „vi danskere er i stand til at bruge langt flere penge, end det nogensinde før har været tilfældet, og det er værd at lægge mærke til, at vi giver vore penge ud på en helt anden måde end før“.⁹ Målt i faste priser er der 1957-70 tale om en vækst i det samlede forbrug på 75 pct.,¹⁰ og „revolution“ er det begreb, der igen og igen bruges til at karakterisere denne forandring af den almindelige danske families hverdagsliv i løbet af 1960'erne og 1970'erne.¹¹

Konkret antog denne „sociale revolution“¹² skikkelse af bl.a. en anden tilrettelæggelse af indkøb af dagligvarer i takt med rationaliseringer inden for detailhandelen samt teknologisk og rumligt i form af ny køkkentechnologi og køkkendesign. Den gentagne anvendelse af revolutionsbilledet markerer voldsomheden i omkalfatringen af hverdagslivet, hvorved også en række huslige gøremål blev underlagt rationaliserings- og tidsteknologier som led i vare- og markeds-mæssiggørelsen af sider af hverdagslivet. Selv om revolutionsbilledet for en overordnet betragtning

5 Olesen og Thorndahl 2004, s. 58–61.

6 *Landsbladet* 1958:17.

7 *Samvirke* 1960:1, s. 7.

8 *Samvirke* 1960:10, s. 14.

9 *Samvirke* 1963:16, s. 14.

10 Hansen og Henriksen 1980, s. 214.

11 Se f.eks. Jensen 2011, s. 117.

12 Udtrykket anvendes i Selvbetjeningsbutikkerne i Danmark. Rapport udg. af sekretariatet for Danmarks Erhvervsfond for Handelsministeriets Produktivitetsudvalg. Kbh. 1960.



Fra diskbetjening til selvbetjening - fra personlig kontakt til anonymt vareforbrug og frihed? *Familie Journal* 44, 03.11.1964.

forekommer passende, er det på den anden side også værd at være opmærksom på, at reformeringen af hverdagslivet i 1950'erne og 1960'erne ikke var en lineær og homogen proces. Hverdagslivet rummer også en træghed i form af bl.a. mellemmenneskelige relationer, konkrete arbejdsprocesser, traditioner og naturforbundethed, hvilket er kontinuitetsskabende og tillige yder en vis modstand mod pludselige og voldsomme forandringer.¹³ I den forstand kan hverdagslivet ses som en forhandlingszone for grænserne mellem, hvad Jürgen Habermas be-

13 Leithäuser 1977a, b.

tegner som system- og livsverden, hvor systemverdenen forstået som økonomisk og institutionel målrationel handlen er overgribende og omstrukturerende i forhold til livsverdenens forankring i mellemmenneskelig kommunikation.¹⁴ Det er i dette lys, at ikke alene den ændrede forbrugskultur og den daglige husholdnings reorganisering, men også den almene og strategiske kommunikation heraf, reklamen, påkalder sig interesse. Som led i mediesektorens ekspansion i efterkrigstiden bidrog den i hidtil uset grad til strukturering af hverdagsbevidstheden.

I denne artikel vil ovennævnte forandringsprocesser blive undersøgt i deres sammensatte og uensartede karakter ud fra flere indfaldsvinkler. Afsættet udgøres af et øjebliksbillede af dagligvareforbruget 1962-64 i en mindre brugsforening på landet, som flankeres af henholdsvis mediernes eksponering af dagligvarer og husholdningsteknologi og kritiske intellektuelles refleksion herover. Med den hverdagslige forbrugskultur som omdrejningspunkt bringes dagligvareforbruget således i spil med på den ene side de forestillinger om forbrug og husholdning medlemsblade og magasiner som *Landsbladet*, *Samvirke* og *Familie Journal* formidlede til sine læsere. Herigennem indkredses forbrugeren som en ny social identitet og den hermed forbundne tidsacceleration. På den anden side belyses denne ny forbrugeridentitet gennem samtidige kritiske intellektuelles forurogelse over, hvad de på et mere generelt plan oplevede som den ny forbrugerkulturs invasive karakter i form af reklamens kolonisering af den samlede kultur og samfundskommunikation.

Lindeballe Brugs 1962-64 – dagligvareforbrug i et landsogn

Dagligvareforbruget, som blev varetaget af detailhandelsbutikker, antog i efterkrigstiden nye former. Der var således tale om både et øget forbrug og en omlægning af detailhandelsleddet, hvilket indebar en fysisk, økonomisk og mental ændring af den måde, indkøbet af dagligvarer foregik på. I løbet af især 1960'erne overgik de fleste dagligvarebutikker fra diskbetjening til selvbetjening. Samtidig blev muligheden for indkøb 'på bog', dvs. på kredit, hvor køberen betalte ved månedens udgang, afskaffet til fordel for kontantbetaling. Det gjorde sig eksempelvis gældende inden for brugsforeningerne. Overgangen fra salg af ferskvarer til salg af frostvarer blev teknologisk muligt med kølediske i butikkerne og organisering af en infrastruktur af lukkede frostkæder på landsplan samt forsvarlig opbevaring af frostvarer i hjemmet i køleskabe og fryser. Den kolde revolution i form af køle- og fryseteknologiens implementering i detailhandelen og den daglige husholdning blev herved et omdrejningspunkt i omformningen af hverdagens tilrettelæggelse. Eksempelvis løsnedes afhængigheden af daglige eller adskillige indkøb pr.

14 Habermas 1996.



Lindeballe Brugs' nabobrug i Aast, første halvdel af 1960'erne. Give-Egnens Museum.



Køledisk og konserver i Lindeballe Brugs. Formentlig fra 1971 i forbindelse med ny uddelers tiltrædelse. Give-Egnens Museum.

uge. Et led i denne omformning af indkøbet var endvidere en øget centralisering i forbindelse med større supermarkeder, hvilket dels berørte mindre lokale butikker inden for den samme branche, dels specialforretninger som mejeriudsalg, slagtere og grønthandlere.

Brugsforeningsbevægelsen (FDB) var i årene omkring 1960 inde i en markant omstrukturingsproces, der tog sigte på at omforme de lokale foreningsbaserede brugser til en landsdækkende forretningskæde. En balancegang mellem hvad

FDBs formand Poul Nyboe Andersen (1913-2004) betegnede som „det folkelige og det effektive“.¹⁵ FDB var endnu en landsorganisation, som primært vedrørte grossistledet, dvs. fælles indkøb, samt nogle fabrikker til produktion af egne varer, mens de enkelte butikker ejedes lokalt på andelsbasis. Som led i rationaliseringen af grossistledet organiseredes efter amerikansk forbillede i årene omkring 1960 syv centrallagre, der afløste de indtil da 23 lagre.

I 1964 vedtog FDBs repræsentantskab en principbeslutning om at udvikle FDB til én landsdækkende organisation, så ejerskab og ansvar kunne forskydes fra de lokalt ejede brugsforeninger til én landsdækkende kæde. Det første skridt mod en sådan centraliseret landsdækkende butikskæde var de lokale selvejede butikkers indgåelse af frivillige kædeaftaler. I 1966 havde 51 pct. af de foreningsbaserede brugser tilsluttet sig den landsdækkende kæde.¹⁶ De centralistiske organisationsbestræbelser udsprang af ønsket om en markedsfølsom profilering og professionalisering i form af øget standardisering af brugsstørrelser, varesortiment (kød, frostvarer, brød), priser og offentlig fremtræden (fra vare- til butikdesign). Denne kraftigere markering af FDB som brand kan symbolsk aflæses i udviklingen af det fælles orange design af bl.a. ordet 'brugsen' (ikke som tidligere: forbrugsforening) uden på alle butikker samt intensivning af landsdækkende avis-, magasin- og biografreklamer.

Samtidig var disse markedsorienterede initiativer led i en tiltagende løsrivelse af brugsforeningsbevægelsen fra et landbrugssamfund, der tidligere havde sat sit stærke sociale og kulturelle præg på brugsforeningerne, men som også omkring 1960 var inde i en voldsom omstrukturering, som på lidt længere sigt på afgørende vis skulle mindske landbrugets sociale og politiske betydning. Et strukturudvalg vedrørende den fremtidige organisations- og butikstruktur inden for FDB pegede i 1963 på bindingerne til en lokalisering af brugser i forhold til en forældet sognestruktur samt et varesortiment, der var rundet af et ældre landbrugssamfunds indkøbsvaner, dvs. manglende salg af kød, viktualier, frugt og grønt, som en klods om benet i forhold til udviklingen af FDB som en effektiv butikskæde i konkurrence med andre butikskæder.¹⁷

Omstillingen inden for brugsbevægelsen var dog et særdeles sammensat fænomen og foregik i forskellig udviklingstakt i by og på land. I 1960 blev 15 pct. af alle fødevarer solgt i selvbetjeningsbutikker,¹⁸ men endnu i 1966 måtte man i en pjeces om FDBs status og udviklingsplaner konstatere, at den diskbetjente forretning dominerede på landet.¹⁹ En sådan brugs var i 1960'erne Lindeballe Brugs

15 Andersen 1959b, s. 635.

16 Jensen 2016, s. 164.

17 Oxe 2013, s. 85-86.

18 Samvirke 1960:10, s. 14.

19 Büchert 1966, s. 37.

(1890-1989), som i 1967 tilsluttede sig den frivillige kæde.²⁰ Butiksarealet var i 1965 på 100 m², og den årlige omsætning 1964-67 var ca. ¾ million kr. Heraf tegnede gødning og grovvarer til landbrugsproduktionen sig for knap 300.000 kr.²¹ Lindeballe Brugs var den ene af to brugser i Lindeballe Sogn, i dag en del af Vejle Kommune. Den anden var Aast Brugs (1907-80).

FDBs formand Poul Nyboe Andersen var i 1959 ikke i tvivl om, at de små landbrugers dage var talte:

Den traditionelle blandede landhandel – hvadenten den drives som brugsforening eller som privat butik – har [...] mere og mere svært ved at klare sig i konkurrencen med specialforretninger og varehuse i byerne.

Endnu køber man i det væsentlige sit forbrug af dagligvarer som kolonial og lignende i den lokale butik. Det kan imidlertid forudses, at de små brugsforeninger og købmænd i landsbyerne i løbet af de kommende 10-20 år vil blive udsat for stadig hårdere konkurrence fra „super-markeder“, der placeres i nærmeste by eller ved et centralt vejkryds med gode parkeringsforhold, hvorfra man kan tiltrække kunder fra et større landdistrikt.²²

Den diskbetjente og lokalt foreningsbaserede dagligvarebutik er interessant i forhold til udviklingen af en forbrugeridentitet, fordi den ikke indbyder til indkøb af meget mere end det dagligt fornødne og ikke i samme grad som selvbetjeningsbutikker og supermarkeder indbyder til impuls køb.²³ Fra Lindeballe Brugs er der overleveret kontrabøger, der gør det muligt at komme tæt på dagligvareforbruget i et landsogn i årene 1962-64.²⁴ At købe „på bog“, dvs. at få kredit og først betale ved ugens eller månedens udgang, var en udbredt indkøbs- og betalingsform, selv om man fra centralt hold i FDB i begyndelsen af 1960'erne agiterede energisk for overgang til kontantkøb.²⁵ Køb via kontrabog var nemlig svært forenelig med selvbetjening, da det gav uhensigtsmæssige lange flaskehalse i forbindelse med notering af de anskaffede varer.²⁶

20 Jf. samarbejdskontrakt (Give-Egnens Museum). Brugsen og indkøbsforholdene i Lindeballe svarer til beskrivelsen af forholdene i Gjern og omegn (Olesen og Thorndahl 2004, s. 123-126).

21 Den gennemsnitlige omsætning for en landbrugs var i 1961 440.000 kr. (Jensen 2016, s. 156).

22 Andersen 1959a, s. 259.

23 Jf. „Når forbrugsvanerne skifter og havregrød slår spegesilden ud!“, *Samvirke* 1958:3, s. 30-31.

24 Der er overleveret ca. 300 kontrabøger, der dækker et større tidsspænd end 1962-64, men kun for 1962-64 foreligger der en større mængde af nogenlunde sammenhængende dataserier fra 58 forskellige husstande. Hullerne i materialet skyldes, at kontrabøgerne efter Brugsens nedlæggelse har været placeret på et loft, hvor de har været udsat for både regn og sne. De læsbare kontrabøger befinder sig i dag på Give-Egnens Museum.

25 Se f.eks. *Samvirke* 1962:7, s. 5; 1963:6, s. 4-5.

26 Jf. *Samvirke* 1959:1, s. 5; 1959:11, s. 20.

	Samtlige lønmotagere	Lindeballe 1962-64
Føde og drikkevarer*	6.065	
Brød m.m.**	608	
Mel, gryn, cornflakes m.v. **	108	106
Kød og kødvarer **	1.646	
Fisk og fiskeprodukter **	210	
Fedtstoffer (smør, margarine, fedt) **	458	110,3
Sukker, honning, sirup **	99	98,8

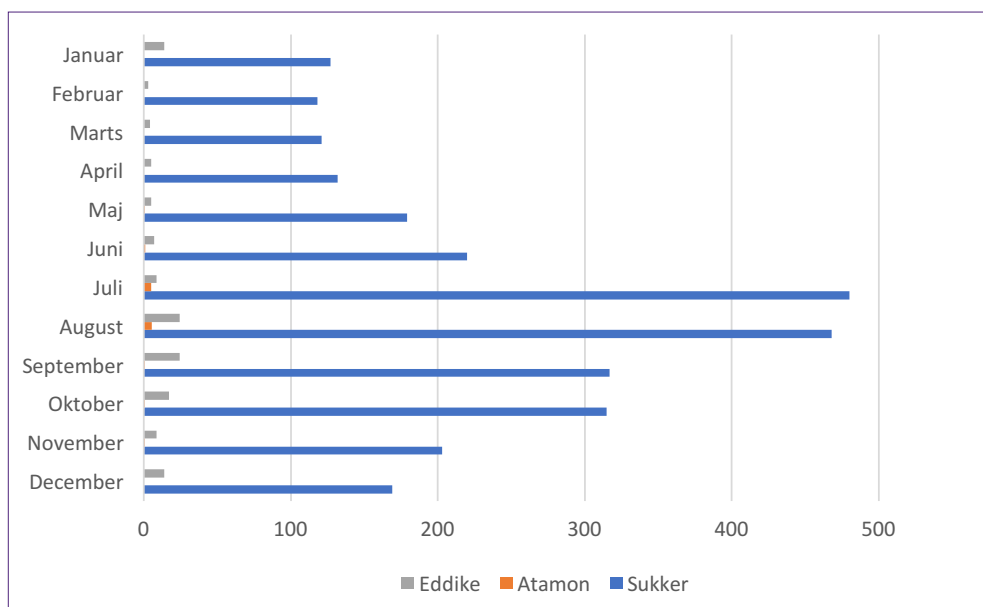
Tabel 1. Husstandens forbrug i Lindeballe 1962–64 i forhold til lønmotagerhusstandens forbrug 1964–65 i kr. pr. husstand.

* 1963: Statistiske Efterretninger 2, 1965. **1964–65: Statistiske Efterretninger 43, 1965.

Jeg citerer så udførligt for at fremhæve den helt anderledes karakter, indkøb af dagligvarer havde før selvbetjeningsbutikker og supermarkeder: dagligvarer blev indkøbt i adskilte butikker med hver deres speciale; ekspedienten modtog enten mundtligt eller skriftligt bestillinger på varer, som så blev fundet frem fra hyl-derne eller lageret og lagt på disken; betaling kunne foregå kontant eller ved at få beløbet skrevet i kontrabogen til betaling senere; storindkøb med brug af indkøbsvogn fandtes ikke, da næsten daglige småindkøb var den mest udbredte indkøbsform på et tidspunkt, hvor fravær af køleskabe gjorde det svært at opbevare let fordærvelige varer i længere tid. Både mht. tidsforbrug og planlægning havde indkøb af dagligvarer altså en helt anden plads i hverdagens gøremål end i dag. Indkøbene indgik indtil køleskabenes og supermarkedernes fremvækst i løbet af 1960'erne i en næsten daglig gentaget rytme. I Lindeballe Brugs var det således almindeligt, at kunderne købte ind hver anden eller hver tredje dag.

Den gennemsnitlige udgift pr. husstand til indkøb af dagligvarer i Lindeballe Brugs 1962-64 svarer til landsniveauet for en lønmotagerhusstand inden for udgiftskategorierne 'mel, gryn, cornflakes m.v.' og sukkerprodukter (jf. Tabel 1). Når det ikke har været muligt at sammenligne for varegrupperne 'brød', 'kød og kødvarer' og 'fisk', skyldes det, at disse varegrupper ikke fandtes eller næsten ikke blev omsat i Lindeballe Brugs, fordi brugsens medlemmer havde adgang til dem ad anden vej – f.eks. ved egen brødbagning eller ved køb hos den bagerbil, der ligesom en slagter- og fiskebil kørte rundt i sognet en gang om ugen. Den lavere omsætning af 'fedtstoffer' skyldes, at smør og andre mejeriprodukter blev bragt ud fra det lokale mejeri i forbindelse med afhentning af mælk.

De dagligvarer, der var tilgængelige i brugsen, blev hovedsagelig købt ind i nogenlunde samme omfang året rundt, hvilket formentlig skyldes, at der er tale om basisvarer som mel, sukker, gær og margarine til den daglige husholdning. I gen-



Tabel 2. Gennemsnit af det årlige køb 1962–64 i kr. pr. måned af sukker, atamon og eddike i Lindeballe Brugs.

nemsnit blev der således pr. husstand købt 4 kg mel, 3 kg sukker, 1 kg margarine og $\frac{1}{4}$ kg smør pr. måned året rundt. Der kan aflæses et merforbrug af korender, mandler, figer og dadler i november-december, men det kan alligevel undre, at der ikke var større udsving f.eks. mht. bageartikler eller udenlandsk frugt (appelsiner, tørret frugt) op imod jul.²⁸ En mulig forklaring på det ensartede forbrug året rundt kan være en tradition for nøjsomhed og sparsommelighed. Landmændene i Lindeballe Sogn var en del af en midtjysk hedebondekultur, hvor der har været begrænsede økonomiske midler til rådighed. Indkøb af luksusvarer som vin, spiritus og tobak lå således også på et lavt niveau – og uden udsving ved juletid.

Mht. sukker, atamon og eddike var der tale om markante sæsonudsving, idet disse varegrupper i særlig grad blev købt i juli-august-september i forbindelse med syltning og henkogning (jf. Tabel 2). Pga. de store forskelle i pris syner atamon og eddike ikke af meget i tabellen sammenlignet med udgifterne til sukker, men der er tale om markante forbrugsstigninger for atamon i juli-august og for eddike i august-september. Disse udsving vidner således i sammenhæng med køle- og frostteknologiens begrænsede betydning om, at årstidsafhængigheden – og dermed en naturbetinget cyklicitet – endnu anslog grundakkorden i dagligvareforbruget og madkulturen på landet i begyndelsen af 1960'erne. Der er med andre ord tale om opretholdelse af en traditionel selvforsyningsøkonomis tidsrytme.²⁹

28 „Juleappelsiner“ var således et almindelig anvendt begreb, jf. *Samvirke* 1959:22, s. 13.

29 jf. Olesen og Thorndahl 2004, s. 124, 310.

Adgangen til et globaliseret marked inden for dagligvarer med deraf følgende smagsdifferentieringer/-nuanceringer lå endnu ude i fremtiden, selv om udbredelsen af køle- og frostteknologi var på vej til i første omgang at gøre indenlandsk frugt og grønt tilgængeligt hele året og i anden omgang også at inddrage frugt og grønt fra hele verden i et omfang, det ville have været svært at forestille sig i Lindeballe Sogn i begyndelsen af 1960'erne.

'Kold' teknologi og infrastruktur Fra andelsfrysehus til køledisk, køleskab og fryser

En pjece om udbud og behandling af konserves og frostvarer, som FDB udgav i 1959, beskrev den aktuelle situation på denne måde:

Det dybfrosne kød, frugt og grønsager har landhusmødrene gennem andelsfrysere allerede haft glæde af i mange år. Det er kun rimeligt. For de trængte til at have lidt mindre kød i saltkarret og lidt mere uden for. Men nu er frysediskene på vej ind i brugsforeningerne, fyldt med dejlige varer.³⁰

Der skulle dog gå endnu nogle år, inden frostvarer blev tilgængelige i brugser og købmandsbutikker, bl.a. fordi der rent lovgivningsmæssigt endnu ikke var åbnet op for salg af dybfrosset kød i kolonialvarebutikker.³¹

Fra slutningen af 1940'erne til midten af 1960'erne var frysehusene, ofte drevet på andelsbasis, måden, hvorpå man på landet og i mindre byer i provinsen opbevarede kød og bær m.m.³² Før frysehusene var man sæsonafhængige og mht. langtidsopbevaring henvist til nedsaltning og henkogning af kød og henkogning og syltning af bær. Etableringen af lokale frysehus var således et første afgørende skridt i en udjævning af årstidsafhængigheden og reduktion af intensive og tidskrævende arbejdsprocesser i forbindelse med henkogning og syltning. Det er langt lettere at partere en gris og nedfryse de udskårne dele eller nedfryse bærhøsten end at salte, henkoge og sylte, og der ligger et kvalitativt spring både mht. smagsoplevelse og naturbeherskelse, når f.eks. jordbær og solbær kan hentes fra frysehuset og nydes i optøet tilstand i vintermånederne – eller det er muligt at spise hjemmelavet is om sommeren. En ældre brugsuddeler i en mindre brugs på landet kunne i 1958 konstatere, at der blev solgt mindre grøntkonserves, "fordi et stadig stigende antal af brugsens andelshavere har fryseboks og deri kan gemme

30 Samvirke 1959:1.

31 Jf. Landsbladet 1963:41; Olesen og Thorndahl 2004, s. 39.

32 Olesen og Thorndahl 2004, s. 27-29.

f.eks. friskplukkede grønrter i månedsvis”.³³ Ifølge en Gallupundersøgelse fra samme år baseret på *Landsbladets* læsere havde 66 pct. af husstandene på landet adgang til fryseboks, mens kun 17 pct. havde eget køleskab og 12 pct. egen fryseboks.³⁴

I Lindeballe Sogn blev der bygget et frysehus i Lindeballe 1950/51, som med 14 frysebokse/medlemmer var virksomt indtil 1967. I Aast var frysehuset med 18 frysebokse/medlemmer virksomt 1952-75.³⁵ Ofte gik to husstande sammen om leje af en fryseboks, så medlemstallet var lavere end antallet af brugere.

Frysehusenes relativt korte levetid beroede på udbredelsen af køleteknologi i såvel de private husholdninger som butiksledet. Alene fra 1960 til 1963 femdobledes på landsplan antallet af husstande med hjemmefryser fra 20.000 til 100.000,³⁶ og i 1963 brugte den enkelte husstand i gennemsnit fem gange så mange penge på køb af køleskabe/frysere, som de gjorde i 1955.³⁷ Jævnside hermed udbyggedes en 'kold' infrastruktur i distributionsledet. Der var således ikke kun tale om, at køle- og fryseteknologi ændrede arbejdsprocesser og årstidsrytmer i den private husførelse, hvis man havde umiddelbar adgang til råvarer som kød, bær og grønsager. Også detailhandelen bidrog ved introduktion af frostvarer til omlægning af forbrugsmønstre, hvori årstidsafhængigheden spillede en stadig mindre rolle. Men selv om frysehusene markerede et opbrud fra sæsonafhængigheden, så beroede deres hastige udbredelse på landet imidlertid på, at de forholdsvis ukompliceret kunne indpasses i en traditionel forrådsøkonomi.³⁸

At blive i stand til at sælge frostvarer i de enkelte butikker var en krævende økonomisk og logistisk proces, der forudsatte etableringen af lukkede frostkæder fra produktion til butik, organisering af kvalitetsstandarder/-kontrol og lavpraktiske forhold som emballageformer – og i sidste ende også køleskabe og frysere i den enkelte husstand. Endvidere skulle forbrugerne 'oplæres' i den rette brug af konserver og frostvarer. „Konserver og frysevarer fylder mere og mere op i butikkerne, og husmødrene må have hjælp, så de kan bevæge sig med sikkerhed i konserverjunglen“, stod der således i en otte siders pjese med en fortegnelse over og instruktion i brug af konserver og frostvarer, der i januar 1959 fulgte med *Samvirke*.³⁹

FDB, som var førende inden for frostvarer på dette tidspunkt, havde med de syv nye centrallagre spredt over landet og kølebiler en struktur til håndtering

33 *Samvirke* 1958:3, s. 31.

34 *Landsbladet* 1958:19. Det fremgår ikke af undersøgelsen, i hvilken udstrækning ejere af egen fryser evt. også har haft adgang til fryseboks.

35 Pedersen 1986.

36 Pedersen 1986, s. 32.

37 Poulsen u.å.

38 Olesen og Thorndahl 2004, s. 310.

39 På baggrund af en mindre forbrugerundersøgelse konkluderes det i 1959, at de færreste forbrugere endnu har forstået at udnytte frostvarernes muligheder *Samvirke* 1959:21, s. 23.

heraf.⁴⁰ Det springende punkt var da etablering af frysediske i de enkelte butikker samt ikke mindst indhentning af tilladelse til salg af kød og fryse-/kølevarer fra de lokale sundhedskommissioner, hvilket ikke mindst for de mindre butikker på landet tog sin tid.⁴¹ I Lindeballe Brugs var det således først i august 1962, at Fiskeriministeriet gav tilladelse til opstilling af frostboks m.h.p. salg af „dybfrosne fisk og fiskevarer“. Der blev dog ikke umiddelbart tale om den store omsætning, da det gennemsnitlige beløb til køb af fisk pr. husstand lå på 2-3 kr. om måneden. Som nævnt blev forbrugerne i Lindeballe og omegn betjent af omkringkørende handlende a la nutidens Hjem Is bil.

I 1965 fornyede den kommunale sundhedskommission Lindeballe Brugs' tilladelse til med en frysedisk på 640 l at handle med „fuldt dybfrostsoriment“, dvs. kød, fjerkræ, færdige middagsretter, fisk, frugt og grønt.⁴² Det er formentlig først på det tidspunkt, at Lindeballe Brugs fik et fuldt sortiment inden for frostvarer. Der har måske hellere ikke været den store anledning til at anskaffe sig en stor frysedisk på et tidligere tidspunkt. Som nævnt blev der så godt som ikke solgt noget kød i Lindeballe Brugs, og det lokale frysehus har formentlig tjent til opbevaring af kød, bær og grønsager for sognets beboere, indtil det åbenbart havde udspillet sin rolle i 1967, hvor det blev nedlagt.

Af brugsens årlige driftsregnskab 1964-67 fremgår det, at „frisk frugt og grønt“ og „kød og viktualie“ hver tegnede sig for 2-3 pct. af omsætningen, mens ”kolonial“ og „isenkram, manufaktur m.m.“ udgjorde 73-77 og 17-21 pct. af omsætningen.⁴³ Det er derfor først med fremkomsten af frosne halvfabrikata til madlavning og frosne færdigretter, at køledisken overhovedet har kunnet have en funktion. Det centrale i et hverdagskulturelt perspektiv er imidlertid, at køle- og fryseteknologien både i hjem og butik tjente til reduktion af tidligere tidskrævende arbejdsprocesser og løsnelse af afhængigheden af årstidens råvarer. Hertil bidrog tillige diverse konserverprodukter på dåse. „Konserver sørger for året rundt at holde os forsynede med *sommerens* og *efterårets* grøntsager og frugter“, kunne man læse i *Samvirke* i 1958.⁴⁴ Kontrabøgerne og omsætningstallene for Lindeballe Brugs tyder imidlertid på, at landbefolkningen i Lindeballe og omegn i begyndelsen af 1960'erne levede i en mere traditionel forbrugskultur, hvori købefrostvarer, halvfabrikata og intensiveret tidsøkonomi spillede en meget lille rolle.

40 Jf. *Samvirke* 1961:1, s. 5-7.

41 Først i 1961 eksperimenterede FDB med den første fedevarefabrik til central produktion af vakuumpakket pålæg m.m. med henblik på landsdækkende distribution (*Samvirke* 1961:1, s. 5-7).

42 Begge tilladelser findes på Give-Egnens Museum. Det har ikke været muligt at finde det præcise tidspunkt for den første frysedisk i Lindeballe Brugs.

43 I 1965 købte kun 7-8 pct. af brugsmedlemmerne i Jylland og på Sjælland kødvarer i Brugsen (Jensen 2016, s. 168).

44 *Samvirke* 1958:16, s. 26, min kursivering.

Lille mellemstil: Oh, at blive forbruger!

”Jeg – en forbruger”. Med denne kokette overskrift, der spillede på pseudonymet Siv Holms erotiske bestseller *Jeg – en kvinde* (1965), indledte den senere redaktør af *Samvirke*, Aage Büchert (1932-), i 1966 en bred præsentationsbeskrivelse af FDBs virke, *Brugsen i familiens hverdag*. Den var et led i FDBs ledelses offentlighedsarbejde med henblik på at få gjort de mange selvejede brugsforeninger til en centralt ledet landsdækkende kæde. Andre overskrifter som „På vej ind i forbrugersamfundet“, „Nok at bruge penge til i dag“, „Forbrugernes fagre nye verden“ og „Appetit på livet“ anslår, hvordan forbrugeren blev betragtet som en ny social rolle, hvori adgangen til besiddelse af en mangfoldighed af varer blev forbundet med lystfuld livsappetit: „At være forbruger i dagens Danmark er et eventyr [...] set i forhold til de langt beskednere forbrugsmuligheder, danskerne havde for blot 25 år siden [...]“.⁴⁵ Kernen i forbrugseventyret bestod i at komme hinsides tidligere tiders skelnen mellem „nødvendighedsforbrug“ og „luksusforbrug“ og ad den vej blive sat i stand til „frit at vælge sammensætningen af sit forbrug“.⁴⁶

I *Samvirke* blev der anslået lignende toner, men med et langt videre perspektiv: „Vi danskere er af mange forskellige slags [...] Vi er forbrugere alle sammen, ligegyldigt hvad vor rolle i øvrigt er i samfundsøkonomiens anden ende“.⁴⁷ Forbrugeridentiteten blev ad den vej og som et historisk nybrud opfattet som den samfundsmæssigt sammenhængsskabende kraft. I 1965 var det gennemgående slogan i FDBs reklamer „mere fritid gennem bedre indkøb“. Forbruget blev i denne ligning set som arbejdsbesparende, hvorfor mere forbrug gav adgang til frihedens rige. Det interessante er, at hvad der umiddelbart tager sig ud som en mindre justering af den måde, dagligvareforbruget tilrettelægges, skulle blive det hverdagslige oplevelses- og erfaringsgrundlag for den almene omformning af samfundsborgeridentiteten til en forbrugeridentitet. Den grundlæggende kommunikationsform herfor var reklamen.

Husholdningsteknologi: Hverdagslivsacceleratorer

I en reklame fra slutningen af 1950'erne for konserverprodukter kunne man læse:

„Den moderne Husmoder støtter sig paa Konserveres [...] Hun kan lægge Middagen an paa Købmandens store Udvalg af Konserver, og hun er sikker paa et godt Resultat. Vægten, Kvaliteten og Vitamin-

45 Büchert 1966, s. 7.

46 Ibid., s. 19.

47 *Samvirke* 1963:16, s. 14.

*rigdom er altid den samme, – tænk hvad Konserves sparer i Tid for Husmoderen!*⁴⁸

Fra slutningen af 1950'erne og til midten af 1960'erne blev der i magasiner som *Samvirke*, *Landsbladet* og *Familie Journal*, der henvendte sig til henholdsvis medlemmer af Brugsen, landbrugsforeninger samt mere bredt til den danske befolkning, ført en massiv reklamekampagne for konservesvarer, frysere og køleskabe. Reklameindsatsen blev i *Samvirke* og *Landsbladet* fulgt op af en del redaktionelle artikler, hvor typisk uddannede husholdningskonsulenter instruerede i, hvad husmødrene konkret skulle være opmærksomme på i forbindelse med konservesvarer og frysning (rensning, rette emballage, optøningprocesser m.m.).⁴⁹ Der var med andre ord tale om implementering af en ny husholdningsteknologi, der krævede en vis oplæring, og som samtidig bidrog til at omstrukturere de hverdagslige gøremål i forhold til tid, arbejdsbelastning og selvbestemmelse.

„Nu kan jeg tage et ekstra nap med, for nu laver jeg mad, når det passer mig!“, udtalte en landbokvinde i 1962 i en reklame for en Atlas hjemmefryser og fortsatte: „Hverdagen er blevet helt anderledes [...]. Tidligere var jeg bundet til køkkenet på bestemte tidspunkter, somme tider i dagevis, når det gjaldt syltning og henkogning. [...] Nu ordner jeg syltningen ved nedfrysning og bevarer grønsagerne friske på samme måde“. I samme reklame udtalte en anden kvinde: „Nu er det sæson hele året. [...] Frysehuset var godt nok til kødvarer, men gav slet ikke de praktiske lettelser, man får med en hjemmefryser“. Sådanne formuleringer var genkommende ikke alene i Atlas' reklamer, men også i hvad der blev skrevet redaktionelt om køle- og fryseteknologiens velsignelser. Ikke mindst tidsaspektet betonedes i form af tidsbesparelse og at blive sin egen tids herre ved at blive situations- og årstidsuafhængig (både arbejdsmæssigt og mht. forbrug af årstidsbestemt bær og frugt). Bagværk i fryseren kunne således gøre husmoderen i stand til at klare uventede situationer og arbejdsintensive perioder. I *Landsbladet* kunne man f.eks. læse: „Det kan spare 8 arbejdsdage om året ved én gang om ugen at lave større middagsportioner“ og efterfølgende fryse.⁵⁰ Lavede man en 4-dobbelt portion, sparede man den halve tid.⁵¹

Det tidsøkonomiske aspekt blev understreget igen og igen. F.eks. ved at gøre opmærksom på at madlavning kunne hurtiggøres ved at bruge frostvarer. I den rapport vedrørende fryseteknologi, der blev skrevet på baggrund af en Marshall-hjælp-støttet studierejse til USA, blev det således anført som en kvalitet ved fryseteknologien, at det blev muligt at levere „koge- eller stegefærdige“ retter og

48 Benthien 2009, s. 147.

49 Eksempelvis *Landsbladet* 1957:2; 1958:1; 1959:12; 1960:41; 1961:49; 1962:2; 1963:41; 1963:49; 1965:12; 1965:25; *Samvirke* 1957:20; 1958:12; 1958:16; 1959:1; 1960:15.

50 *Landsbladet* 1965:12, s. 42.

51 *Landsbladet* 1965:27, s. 43.

* Lørdag den 24. marts, 1962 * NR. 47 - LANDSBLADET - SIDE 33



Nu kan jeg tage et ekstra nap med, for nu laver jeg mad, når det passer mig!

siger fru gårdejer Erik Nielsen, Vejle Mark pr. Allested

„Hverdagen er blevet helt anderledes, efter at vi har fået vores ATLAS hjemmefryser! Tidligere var jeg bundet til køkkenet på bestemte tidspunkter, samme tider i dagene, når det gjaldt vintning og hestekøning. Og det er ja netop i den travle tid, hvor min mand særlig trænger til min hjælp. Nu ordner jeg vintningen selv med fryser og bevarer gødningsene friks på samme måde! Måltidsgør og bagværk har jeg også altid i beredskab, — så tiden er min egen på en helt ny måde. Og det gode er, at vi lever bedre og billigere nu.“

Hvad var der i fru Nielsens ATLAS hjemmefryser? Vi fik lov at kigge!

Køleand, frikadeller, suppe, fløde, agurkesalat, smøkk, leverpostej i små portionspakninger, æggesalmer, stakeløb, zetter, en studekøbe, en lævdeprøve, lakinge, smøder, kyllinger, 1 stk. bøv, 1 ribbensteg, 2 x 4 køstetter og 1 stk. krydstæk.

„Nu er det sæson hele året“

„Med en glød på 17 gr. ned og ingen hjælp må man indse sin praktisk. Fryseren var godt nok til kødvarer, men gav slet ikke de praktiske løsninger, man får med en hjemmefryser. Selv om



Jeg nu bruger munden tid i køkkenet, får vi bedre mad, blandt andet er vi sluppet for al den triste smøkketid. Vi spiser frugt og kød hele året i stedet! Og vi rydder vores egne friske grøntsager. Vi har altid godt med frosset porret, og så spid udgik. Vi kunne ikke undvære vores Atlas hjemmefryser!“

Fra Eva Møllehede, Maschove pr. Nr. Broby.

Der blev solgt 24 hjemmefrysere på 3 dage!

„Jeg er fornuftig i bestyrelsen for vores

stedehjemmefryser og har ved de sidste generalforsamlinger lidt kravl for nedlæggelsen af fryseren, fordi hjemmefryseren så afgjort er årtidens løsning. Vi kan lige så godt se i øjnene, at tiden er løbet fra fryseren, som slet ikke kan yde de daglige praktiske fordele, som vi nu har med i dag. De arbejdsfaste ikke er til at få. Det ser også ud til, at vores fryser bliver sædligt, for siden sidste generalforsamling har Atlas på bare 3 dage solgt hjemmefrysere til 24 af vores medlemmer!“

Plantagerier,
fru Johanne Larsen,
Tilsgårdsboen, Stærup.



HF 180 ATLAS
Crystal Freezer
nummer 180 l og koster incl. oms kr.

1245.-

Højde (incl. top) 84,0 cm
Højde (incl. top) 101,5 *
Bredde 80,0 *
Dybde 61,5 *



HF 285 ATLAS
Crystal Freezer
nummer 285 l og koster incl. oms kr.

1775.-

Højde 89,6 cm
Bredde 123,0 *
Dybde (incl. håndtag) 66,0 *
Dybde (incl. håndtag) 69,0 *



ATLAS



Fryseren – et redskab for selvbestemmelse og en ny tidsplanlægning. *Landsbladet* 1962:47. De samme vidneudsagn genbruges i en Atlas-reklame i *Familie Journal* 1963:44.

magasiners fremholdelse af, at stuede ærter kunne laves på 10 minutter ved hjælp af frosne ærter, mens det tog 40-45 minutter, hvis man skulle gøre det fra bunden.⁵³ Forloren skildpadde kunne tilberedes på 10 minutter som dybfrossen færdigret, mens det tog 2 timer, hvis man skulle gøre det fra bunden.⁵⁴ Kage/desserten med Mondamin Kagecreme: „lækker bid på ingen tid [...] færdig på to minutter“.⁵⁵ Og heroverfor information om at privat henkogning af asparges, ærter, spinat og svampe skulle foretages ad to omgange, der hver tog 1 time.⁵⁶

Tidens løsen blev angivet som „Spar tid og besvær“ ved hjælp af konserver og senere frysevarer,⁵⁷ og reklamerne og de redaktionelle artikler så det som deres opgave „at støtte husmødrene i deres bestræbelser på at rationalisere madlavningen“.⁵⁸ På et plan kan man se denne forandringsproces som en frigørelse, hvorved individet tilskrives mere selvbestemmelse. På et andet plan er der samtidig tale om en befæstelse af en øget opmærksomhed på tidsøkonomi, så den samme proces kan ses som en tidsacceleration, en fortætning af tidsrytmen.

Ifølge den amerikanske kvinde- og teknologihistoriker Ruth Schwartz Cowan, der har forsket i husarbejdets historie, er det dog forkert at tro, at diverse husholdningsteknologier mindsker det samlede tidsforbrug til husarbejde og forvandler husholdningen fra at være en produktionsenhed til en forbrugsenhed. I stedet bidrager den teknologiske innovation i løbet af 1900-tallet i form af eldrevne køkkenapparater til en omstrukturering og en udvidelse af arbejdets omfang i og med en forøgelse af den typiske husmors produktivitet.⁵⁹ Cowans påpegnings af den forøgede arbejdsproduktivitet som en integreret del af implementeringen af husholdningsteknologi er i forhold til husarbejdet en illustration af den tyske samfundsforsker Hartmut Rosa opfattelse af, at vores måde at leve på i moderniteten grundlæggende er underlagt en stadig stigende acceleration.⁶⁰ Forandringer i levemåden i tidligt moderne samfund ændrede sig ikke fra generation til generation (inter-generationelt tempo), men i den klassiske modernitet (ca. 1850-1970) foregik der en acceleration i, hvad Rosa kalder generationelt tempo, dvs. sociale forandringer indtræder fra generation til generation (f.eks. i form af arbejde, social position). I senmoderniteten øges forandringstempoet igen til intra-generationelt tempo. Forandringer er ikke længere et anliggende mellem generationer, men udspilles i den enkelte generation (f.eks. i form af hyppige jobskift, skiftende familieforhold). Herved konfronteres det enkelte individ med et stadigt præstationspres og nødvendigheden af en stadig identitetsmæssig tilpasning til

53 *Samvirke* 1958:12, s. 26.

54 *Familie Journal* 1960:45, s. 8.

55 *Alt for damerne* 1963:49, s. 110.

56 *Landsbladet* 1958:29, s. 21.

57 *Landsbladet* 1958:17, s. 17.

58 *Samvirke* 1958:16, s. 28.

59 Cowan 1989, s. 69, 97-99.

60 Rosa 2013.

KAREN KOK'S MAD

Hakkebøf med grønne bønner og kartofler
Blommekompot med makronflødeskum

Til fire personer købes en kg dåse hakkebøf, en kasse snittebønner à 250 g (svarende til 320 g frie bønner) og 1 kg hængte blomster, eventuelt

I et pickeflade og 50 g små makroner. Der er fem store hakkebøffer i dåsen. De er lidt finere hakket end ellers, men det er nødvendigt, for at bøfferne skal kunne hænge sammen under konserveseringen. Søvsen er mildt krydret, for at man selv kan smage den til. Jeg synes, et småk angelik søvs og lidt tomatsauce eller -puré har en god virkning. De frosne snittebønner er tip-top, fede og kødfede og uden en rib. De koges som sædvanlig på en halv liter og sættes over samtidig med kartoflerne.

Svendborg konserves har tre slags hængte blomster, som alle er gode. Her er viktoria- og reise blade blomster blandet sammen. I flødeskummet er der blandet knude makroner. Begge dele kan naturligvis undværes, det er toget mad, for at gøre desserten endnu bedre.

Middagsmad kan laves meget hurtigt, takket være pladesupper, konserves, fryseboxen derhjemme eller hos den handlende. Middagen her er lavet på den tid, det tager at koge en portion kartofler, og så er borddækningen regnet med i tiden.



„Middagsmaden er lavet på den tid, det tager at koge en portion kartofler“.
Samvirke 1958:3, s. 25.

nye situationer. Selv om Rosas periodiseringer er en noget grovmasket rammebestemmelse, kan de i forhold til det øgede forbrug og husholdningsteknologiernes omformning af hverdagslivet i slutningen af 1950'erne og 1960'erne bidrage til at skærpe blikket for tidsacceleration. Fryseteknologiens indtog i husholdningsarbejdet var således et led i en tidsoptimering, der inden for husarbejdet ombrød traditionelle arbejdsprocesser og samtidig løsnede forholdet til en cyklisk års-tidsrytme.

Hvor massiv denne tidsacceleration var, er ikke mindst tydeligt i artikler og reklamer om de muligheder, som konserves- og frostvareindustrien tilbød en moderne husholdning i årene omkring 1960. FDB slog i *Samvirke* især på tromme for egne produkter: Svendborg Konserves og Danefrost. Karen Kok (Bodil M. Begtrup (1902-85)) gav i *Samvirke* gode råd til nem og moderne madlavning bl.a. med flittig brug af konservesprodukter. F.eks. foreslog hun som middagsret „hakkebøf med grønne bønner og kartofler“ og „blommekompot med makronflødeskum“ til dessert. Middagsidéen lanceredes på følgende vis: „Middagsmad kan laves meget hurtigt, takket være pladesupper, konserves, fryseboxen derhjemme eller hos den handlende. Middagsmaden her er lavet på den tid, det tager at koge en portion kartofler, og så er borddækningen regnet med i tiden“.⁶¹ Det kunne lade sig gøre, fordi såvel hakkebøf som bønner og blomster var konservesprodukter, der bare skulle åbnes og tilberedes. En anden Karen Kok-menu bestod af panerede torskefiletter (frost), kartofler, tomatpuré (dåsekonserves) og ærter (frost).⁶² Med fryseteknologien kom også hele færdigretter, som blot skulle tões op og varmes eller

61 *Samvirke* 1958:3, s. 25.

62 *Samvirke* 1957:20, s. 31.

med Karen Koks ord: „Selve tilberedningen er blot at hælde indholdet fra bakken i en gryde og varme det langsomt op“. ⁶³ En særlig variant heraf var Danefrosts dybfrosne middagsretter, der blev lanceret som „Klip-Kog-Klar-retter“, hvilket indebar, at man klippede i den frosne plastpose, kogte posen i kogende vand, og derpå gjorde retten klar. Alt sammen på ca. 20 minutter. ⁶⁴

Tidsaccelerationen gav sig også udslag i forslag til hurtigt brød som „Galopfranskbrød“ bagt uden gær og hævnning, men med brug af bagepulver; ⁶⁵ ideer til hurtige supper udelukkende ved hjælp af Maggi suppepulver og frossen hakket spinat; ⁶⁶ eller hurtig genbrug af rester fra førstedagens Maizenagrød til næste dags karameldessert ved hjælp af sukker, vand og kakao med flødeskum ovenpå. ⁶⁷

I den massive vægtning af tidsfaktoren var indlejret et uafklaret forhold mellem kvinde-dobbeltarbejde og individuel selvbestemmelse. På den ene side blev husmoderen i løbet af 1960'erne tilsyneladende i stigende grad frisat i forhold til de arbejdstidskrævende processer i husarbejdet, men i samme bevægelse blev hun ofte endnu mere tidspresset pga. forøget arbejdsmængde i hjemmet og/eller ved udearbejde, hvad enten det var som medhjælpende hustru i landbruget eller i byerhverv. I magasinernes tematisering i redaktionelle artikler og reklamer af aspekter af husarbejdets omformning var det imidlertid ikke dobbeltarbejdsrollen, der blev fremhævet, men frigørelsen og selvbestemmelsen. I reklameretorikken betonede denne autonomi gang på gang, som når det i en reklame for en vaskemaskine fremhævedes: „med denne knap bestemmer DE selv automatikken“, ⁶⁸ eller når en reklame for et komfur med indstilleligt tænd/sluk-ur understregede: „stegen steger, som De vil. At stegen er færdig, og at der er slukket for ovnen, selv om De kommer for sent hjem“. ⁶⁹

Tidsacceleration og rationalisering af den del af hverdagslivet, der vedrørte husholdningsarbejdet, havde også en rumlig dimension. I takt med forbrugsudvidelsen og et stigende forbrug af halv- og helfabrikata i husholdningen blev det muligt at beskrive dagliglivet i køkkenet som en form for industrialiseret fabriksliv:

[...] for husmoderen vil køkkenet mere og mere komme til at ligne en lille automatisk fabrik, hvor alle slags mekanik afskaffer behovet for husligt slid med rengøring, vask og madlavning. Fødevareindustrien vil som leverandør af en stigende strøm af forbrugsfærdige varer fungere som kok for flere og flere. ⁷⁰

63 Samvirke 1959:20, s. 31.

64 Samvirke 1960:15, s. 24–26.

65 Samvirke 1962:13 (bagsiden).

66 Samvirke 1962:6, s. 24.

67 Samvirke 1963:1, s. 8.

68 Samvirke 1963:19 (reklameindstik).

69 Landsbladet 1965:19, s. 37.

70 Büchert 1966, s. 11.

I *Samvirke* anvendte man begrebet 'rationalisering' i forhold til både madlavning og husarbejdet som sådan. Fabriksmæssiggørelsen af køkkenet i form af tidsrationalisering kom endvidere til udtryk i detaljerede undersøgelser af tidsforbrug i husarbejdet,⁷¹ af tilbagelagte strækninger i køkkenarbejdet⁷² samt ideer til rationel indretning af køkkenarbejdspladser ved hjælp af præproducerede køkkenmoduler.⁷³ Ikke mindst i forhold til landkøkkener var dette relevant, idet en rationel arbejdstilrettelæggelse blev hæmmet af, at hovedparten af bygningsmassen på landet var fra før 1900. Eksempelvis havde kun 45 pct. af køkkenerne på landet indlagt vand i 1957.⁷⁴ De moderne typehuskøkkener i byerne var derimod så at sige fabriksmæssiggjorte fra tegnebrættet af. Optagetheden af rationaliseringen og teknologiseringen af husarbejdet illustrerer Ruth Schwartz Cowans grundlæggende pointe: at industrialiseringen ikke foregik 'udenfor' eller i kontrast til husarbejdet, men som et moment heri.

Langt fra Lindeballe – eller på tærsklen til en ny forbrugerkultur set gennem kritiske hornbriller

Hele spørgsmålet om de udvidede forbrugsmuligheder, markedskommunikation og forbrugeridentitet handlede i årene o. 1960 ikke kun om markedsøkonomi og implementering af husholdningsteknologi, men blev også betragtet som et mere alment samfundskulturelt anliggende. Den offentlige interesse skyldtes, at det øgede vareudbud og forbrug gik hånd i hånd med en øget medieeksponering og dermed bidrog til at synliggøre vareverdenen og forbruget.⁷⁵ Som en reaktion herpå sendte DR i 1957 to radioudsendelser om henholdsvis reklamens positive og negative sider efterfulgt af en debatudsendelse med deltagelse af en repræsentant for reklamebranchen, en psykolog og forhenværende handelsminister Lis Groes, der ytrede sig kritisk på forbrugernes vegne.⁷⁶

Vanskelighederne ved at navigere i den nye situation kunne aflæses af FDBs holdning til reklamer. Ifølge *Samvirke* var selvforståelsen inden for FDB fortsat o. 1960, at andelsorganiseringen grundlæggende varetog forbrugernes interesser – og dermed udgjorde en slags forbrugerorienteret modspil til de frie markeds kræfter. Andelsorganiseringen blev kort sagt betragtet som en form for kapitalismeinddæmmende projekt. Heraf fulgte imidlertid en dobbelttydig holdning til reklamer og vareæstetisk indpakning. Med det gennemførte branddesign af egne butikker i

71 *Samvirke* 1963:10, s. 13–15.

72 *Samvirke* 1959:1, s. 23; *Landsbladet* 1959:6.

73 *Samvirke* 1959:2, s. 24; *Landsbladet* 1959:9, s. 19; 1961:23, s. 21. Jf. Vyff 2011.

74 *Landsbladet* 1957:35, s. 14–15.

75 Jf. Jensen 1997, s. 32–36, 97–105.

76 *Samvirke* 1957:21, s. 12–13.

logo og farver, egenproducerede varer samt landsdækkende reklamer var FDB på centralt ledelsesplan tydeligvis interesseret i at markere sig som butikskæde. På den anden side tilskrev brugsforeningsbevægelsens tradition, at vareæstetisk indpakning og reklame var en unødigt fordyrelse af diverse produkter, som modarbejdede de andelsbaserede brugsforeningers grundprincipper. Derfor kunne man i *Samvirke* finde læserbreve, der protesterede mod den tiltagende markedsrettede mainstreaming af FDB som landsdækkende kædebutik og udmøntningen heraf i reklamer (f.eks. biografreklamer for FDBs produkter). På den ene side blev der i *Samvirke* lagt afstand til det „tilgift-, lotteri- og rabat-uvæsen“,⁷⁷ som bl.a. kendetegnede datidens sæbepulverreklamer, og på den anden side opererede man med begrebet „en oplysende reklame“,⁷⁸ ligesom man forsvarede de egenproducerede Davre-havregryns ekstraudstyr med udklipsfigurer på pakken med, at der var tale om pædagogisk forsvarligt legetøj udformet af den fra tv kendte Jørgen Clevin.⁷⁹

I studenterrevyen *Gris på gaffen* (1962) blev den ny forbrugerkultur og -identitet hudflettet i ironiske opfordringer til „køb dig køleskab, villa og mam“, og hvis du som forbruger alligevel er „utilfreds“, „så tag et stykke med steg / gris på gaffen / [...] det sku ku stoppe / kæften på dig“. De øgede forbrugsmuligheder blev kritiseret for også at være en form for mental beherskelsesteknologi, der bidrog til at sløve befolkningens samfundsengagement. Denne kritiske position udfoldedes også i Johan Fjord Jensens gennemlysning af det moderne teknokratiske samfunds „homo manipulatus“ (Jensen 1966) og i forestillingen om en 'bevidsthedsindustri', dvs. den kapitalstyrede og mediebarne formatering af hverdagsbevidstheden (Enzensberger 1962). På lignende vis kan man i digte af bl.a. Erik Knudsen, Ivan Malinovski og Klaus Rifbjerg finde et skarpt blik for vareverdenens sproglige og mentale forurening.⁸⁰

I det små var disse kritiske røster indløb til samfundsforskere som Jürgen Habermas' og Anthony Giddens' analyse på makroniveau af moderniseringsprocessen i efterkrigstidens vesteuropæiske samfund. Hos den unge Habermas drejede det sig om en påvisning af, hvordan offentligheden som kritisk kommunikationsforum – i takt med opkomsten af de moderne vesteuropæiske velfærdssamfund – forvandlede til en form for mediepropaganda, der reducerede den enkelte borger til passiv forbruger såvel materielt som mentalt (Habermas 2009). Der var tale om en grundlæggende forvandling af borgeren fra statsborger til forbruger som følge af hverdagslivets omformning i kølvandet på den forbrugskultur, de øgede forbrugsmuligheder i efterkrigstidens vesteuropæiske samfund muliggjorde.⁸¹

77 *Samvirke* 1960:16, s. 4.

78 *Samvirke* 1958:3, s. 25.

79 Jørgen Clevin og Davre-havregrynene blev dog også brugt i en konkurrence om et fjernsyn, *Samvirke* 1960:21 (bagsiden).

80 Jf. Lehrmann 2012.

81 Giddens 1997; jf. også Fairclough 2008.

De kritiske forbehold over for den moderne forbrugeridentitet og for udbredelsen af markedskommunikationsformen til det kulturelle og politiske liv indvarsledes i slutningen af 1950'erne, hvor eksempelvis Poul Henningsen (1894-1967) råbte vagt i gevær i en anmeldelse af den amerikanske journalist og samfundsdebattør Vance Packards bog *De skjulte fristere* (1958). Den handlede om reklameindustriens avancerede forførelsesteknikker. Henningsen, der i 1964 som den første redaktør af Forbrugerrådets blad *Tænk* blev talsmand for den rationelle og oplyste forbruger, advarede mod den moderne forbrugskulturs masse menneskeliggørelse i konstruktionen af „forbrugsslaven“ og betegnede de moderne markedsanalyse- og marketingsteknologier som „en indvoldsorm, der borer hjernen ud på folk“.⁸² Ikke alene Poul Henningsen, men også Hans Scherfig, Eva Hemmer Hansen, Henning Fønsmark og Max Kjær-Hansen blandede sig i debatten om Packards bog.⁸³ Selv Max Kjær-Hansen, der var professor inden for afsætningsøkonomi og marketing på Handelshøjskolen, fandt, at „Reklamen er ved at udvikle sig til noget dødsens farligt, noget lige saa farligt som atombomben. Ja, farligere, for atombomben anretter da kun materiel skade, men reklameteknikken er ved at være der, hvor den kan bruges til at massakrere menneskesjæle“.⁸⁴ Den udbredte foruroligelse byggede imidlertid på en alt for simpel og i dag forkastet kommunikationsforståelse, den såkaldte 'kanyleteori', hvor man opererede med et umiddelbart årsag-virkningsforhold mellem medieeksponering og bevidsthedsindhold.

Det paradoksale og historisk interessante er den samtidige eksistens af denne intellektuelle kritik af den udvidede forbrugskultur og hverdagsforbrugets begrænsede karakter i Lindeballe. Tilegnelsen af efterkrigstidens udvidede vare- og forbrugssamfund forløb hverken socialt eller geografisk som en homogen proces, men i forskudte tempi, der ikke mindst afslørede et voldsomt socialkulturelt spænd (jf. Rindalisme-debatten 1965-66, jordskredsvalget i 1973, nutidens center/udkantskonflikt). Hvor beboerne i Lindeballe Sogn knap nok endnu havde fået adgang til de udvidede og ændrede forbrugsmuligheder i forhold til madprodukter og køkkenteknologi, som i den grad var genstand for diverse magasiners journalistik og reklamer, og endnu fulgte årstidsrytmen i arbejdet og i husholdningen, der markerede debatten om reklamekommunikation og *Gris på gafflen* en opsparet kritik fra intellektuelt hold af, hvad der blev oplevet som en omsiggribende markedsgørelse og kulturel forfladigelse af den danske befolkning. Kombinationen af efterkrigstidens udvidede forbrugsmuligheder og den mere intensive markedsføring i form af reklame og vareæstetik synliggjorde i hidtil uset grad markedsgørelsen af kultur- og hverdagsliv. Når reklamen blev genstand for debat, var det derfor ikke så meget reklamen i sig selv, kritiske intellektuelle diskute-

82 Henningsen 1958, jf. Andersen 2011.

83 *Land og Folk* 10.12.1958; *Social-Demokraten* 19.11.1958; *Berlingske Aftenavis* 14.10.1958; *Information* 06.12.1958.

84 Interview i *Information* 06.12.1958.

rede, men det hermed forbundne forbrug som identitetsskabende markør for en ny moderne livsstil. Men set i forhold til den hverdagsvirkelighed, store dele af befolkningen refererede til, var den intellektuelle foruroligelse på mange måder en overreaktion.

Forbrugeridentitet, dagligvarer og hverdagsliv

Forbruget i Lindeballe i begyndelsen af 1960'erne repræsenterede en i overvejende grad traditionel selvforsyningsøkonomi med begrænset inddragelse af husholdningsteknologier. Dagligvareforbruget viser, hvorledes der stadig fandtes en intensiv sæsonbestemt sylte- og henkogningspraksis, og denne traditionsbaserede landkultur havde ikke forandret sig voldsomt siden begyndelsen af 1900-tallet. Den naturforbundne årstidsrytmiske organisering af det daglige husarbejde, som udgjorde en træghed i forhold til de samtidige bestræbelser for rationalisering af husholdningen, blev givetvis i de følgende årtier opløst i takt med en lang række eldrevne husholdningsteknologiers indtog i husarbejdet.

Selv om det sociale liv i efterkrigstidens Danmark gennemløb en omfattende modernisering, som også berørte den daglige husholdnings organisering, så var der langt fra tale om en homogen proces. I Lindeballe var det inden for den daglige husholdning i første række fryseteknologien i form af frysehus, der markerede en begyndende løsrivelse af arbejdsfunktioner fra naturens kredsløb. Køle- og fryseteknologien vandt også indpas i dagligvarebutikkerne og i de private husholdninger, men i Lindeballe Brugs var køle- og frysediske først fuldt udbygget midtvejs i 1960'erne. I det hele taget synes køle- og fryseteknologien at udgøre en krumtap i omformningen af husarbejdets daglige gøremål i forhold til indkøb, madlavning og overhovedet tidsplanlægning. Tidsacceleration blev således både en praktisk foranstaltning i hverdagens gøremål og et mentalt orienteringspunkt i kraft af diverse fag- og ugeblades reklamer og opskrifter. Samtidig bidrog medierne til en markant ny forbruger- og forbrugskultur med fokus på individuel frigørelse. Heri er ikke alene indeholdt en ny organisering af husholdningsarbejdet, men en ny forestilling om, hvad det vil sige at være samfundsborger: forbrugeren som indgangsportal til moderne hverdagskultur. Oplevelsen af at blive herre over egen tid og sat fri fra tids- og arbejdskrævende processer i husholdningsarbejdet har dog i vid udstrækning været behæftet med en samtidig vækst i arbejdsmængde og -intensitet⁸⁵ og en heraf følgende tidsacceleration i hverdagen. På paradoksal vis går den hverdagslige oplevelse af frigørelse og øget selvbestemmelse således hånd i hånd med intensiveret tidsacceleration og fremmedbestemmelse.

Litteratur

- Andersen, Kåre Ørum 2011: „FDB som amerikaniseringsagent i dansk detailhandel efter 1945“, Sørensen, Nils Arne (red.): *Det amerikanske forbillede? Dansk erhvervsliv og USA, ca. 1920-1970*. Syddansk Universitetsforlag, s. 95-124.
- Andersen, Morten Bendix 2011: „Forbrugeren på sigtekornet“, Sørensen, Nils Arne (red.): *Det amerikanske forbillede? Dansk erhvervsliv og USA, ca. 1920-1970*. Syddansk Universitetsforlag, s. 267-303.
- Andersen, P. Nyboe 1959a: „Land og by og fremtiden“, *Højskolebladet* 1959: 16, s. 259-260.
- Andersen, P. Nyboe 1959b: „Det folkelige og det effektive“, *Højskolebladet* 1959: 39, s. 635-636.
- Benthien, Claes 2009: *Husmoderens køkken i 50'erne & 60'erne*. Vandkunsten.
- Büchert, Aage 1996: *Brugsen i familiens hverdag*. Det danske forlag.
- Cowan, Ruth Schwartz 1989: *More work for mother*. Free Association Books.
- Davidsen, Leif 2015: „Fjerne voksne“, Margrete Auken m.fl.: *Min barndom i 50'erne*. Lindhardt og Ringhof.
- Dwinger, Jonna 1997: „Forord“. Elizabeth David: *Fransk Landkøkken*. Høst.
- Enzensberger, Hans Magnus 1962: „Bevidsthedsindustri“, *Vindrosen* 1962: 5, s. 391-399.
- Fairclough, Norman 2008: *Kritisk diskursanalyse*. Hans Reitzels forlag
- Familie Journal* 1959-1964.
- Fossat, Sissel Bjerrum 2013: „Revolution i detailhandlen? Om Marshall-plan, studierejser og selvbetjeningsbutikker“, *Kulturstudier* 2013, 2, s. 35-58. DOI: 10.7146/ks.v4i2.15519
- Giddens, Anthony 1997: *Modernitet og selvidentitet*. Hans Reitzels Forlag.
- Habermas, Jürgen 1996: *Teorien om den kommunikative handlen*. Aalborg Universitetsforlag, Aalborg.
- Habermas, Jürgen 2009: *Borgerlig offentlighed*. Informations Forlag, København.
- Hansen, Svend Aage og Ingrid Henriksen 1980: *Velfærdsstaten 1940-78. Dansk social historie 7*. Gyldendal.
- Henningsen, Poul 1958: „Lønslaven er død! Forbrugsslaven leve!“, *Social-Demokraten* 03.10.
- Jensen, Johan Fjord 1962: „Kultur og underholdning“, *Vindrosen* 1962: 7, s. 559-566.
- Jensen, Johan Fjord 1966: *Homo manipulatus*. Gyldendal.
- Jensen, Klaus Bruhn (red.) 1997: *Dansk mediehistorie 3*. Samleren.
- Jensen, Kristoffer (red.) 2016: *Brugsen – en anderledes forretning?* Samvirke.
- Jensen, Tenna 2011: *Fødevarerforbrug i Danmark i det 20. århundrede*. Ph.d.-afhandling, Københavns Universitet.

Landsbladet 1957-1964.

Lehrmann, Ulrik 2012: „Bikini: Kulturlivets tvedeling – dunkel poesi og kulørte blade“, Charlotte Kroløkke m.fl. (red.): *Alle tiders køn – køn til alle tider. Køn og kulturelle praksisser i hverdagsliv og medier* (2012).

Leithaüser, Thomas 1977a: „Kapitalistisk produktion og samfundsmæssiggørelse af hverdagen“, Thomas Leithaüser og Walter R. Heinz (red.): *Produktion, arbejde, socialisation*. Medusa, s. 146-169.

Leithaüser, Thomas 1977b: „Vergesellschaftung und Sozialisation des Bewusstseins“, Thomas Leithaüser m.fl. (red.): *Entwurf zu einer Empirie des Alltagsbewusstseins*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, s. 163-183.

Martens, Gustav 1989: *Historien om et landsbysogn i Danmark. Lindeballe sogns historie*. Forlaget Ingus.

Nielsen, Niels Kayser 2003: *Madkultur*. Klim.

Olesen, Bodil og Jytte Thorndahl 2004: *Da danske hjem blev elektriske 1900-2000*. Kvindemuseets Forlag.

Oxe, Ejvind 2013: *På Tapetet i FDB 1950-90*. Coop Danmark Forlag.

Pedersen, Hans Kruse 1986: *Fra henkogt medister og saltet flæsk til andelsfrysehus*. Give-Egnens Museum.

Rosa, Hartmut 2013: *Fremmedgørelse og acceleration*. Hans Reitzels Forlag.

Rostgaard, Marianne 2011: „Mrs. Consumer og fremvæksten af selvbetjeningsbutikker i Danmark“, Sørensen, Nils Arne (red.): *Det amerikanske forbillede? Dansk erhvervsliv og USA, ca. 1920-1970*. Syddansk Universitetsforlag, s. 239-265.

Samvirke 1957-1964.

Vejen til Danmarks Brugsforening. 1964.

Vyff, Iben 2011: „Hvilke amerikanske drømmekøkkener? Forhandlinger af USA i dansk køkkenkultur 1950'erne og 1960'erne“, Simonsen, Dorthe Gert og Iben Vyff (red.): *Amerika og det gode liv. Materiel kultur i Skandinavien i 1950'erne og 1960'erne*. Syddansk Universitetsforlag, s. 119-143.

Websteder

Poulsen, Jørgen u.å.: 1960'erne: Danmark under ombygning, <http://kvinfo.dk/2015/1960erne-danmark-under-ombygning> (Besøgt 12/11 2017).

English Summary

Transforming traditional everyday life through domestic consumption, frozen food and technological acceleration in the 1960s

Based on research of the purchase of household appliances in Denmark, the article examines changes in everyday life in the 1960s. During the 60s, the increase of refrigerators and freezers in ordinary households, for instance, had a tremendous effect on daily routines, especially in relation to time. Yet notebooks containing the purchase of household appliances bought on credit at Lindeballe grocery store from 1962-64 reveal that traditional homemaking still depended on the seasons of the year. Furthermore, the amount and the nature of the purchased goods demonstrate how the modernization of everyday life in postwar Denmark was actually a heterogeneous process in respect to time. This lack of attention to the processes is the reason why past critique of the new consumer culture doesn't reflect the experience of common people.