

| ADAM WAGNER: *Tobak til tiden. Mac Baren – en virksomhed i Svendborg*, Svendborg Museum, Svendborg 2014, 213 s., 298 kr.

Mac Baren Tobacco Company kan føre sine rødder tilbage til et traditionelt håndværksbaseret tobaksspinderi etableret i 1826. Det nuværende navn stammer fra 1995, hvor man besluttede at udnytte firmaets hovedproduktlinje og vigtigste brand som betegnelse for virksomheden som helhed. Tidligere havde den haft skiftende navne, der dog efter 1887 alle var afledt af de nye ejeres efternavn. Halberg Tobaksfabrikker blev aktieselskab i 1971, men er stadig et familiefirma, i dag ledet af Henrik Halberg (f. 1950).

Udgivelsen af bogen er velmotiveret. Mac Baren pibetobak har en stor del af verdensomsætningen. Selv om pibetobak er en ret lille niche, er der altså tale om en dansk virksomhed med international gennemslagskraft, erhvervet i løbet af den proces, hvor tobaksindustrien i Danmark ellers skrumpede mere og mere ind, ikke primært fordi rygning af gode grunde er gået tilbage i de senere år, men i særdeleshed på grund af branchens strukturrationalisering som følge af teknologisk udvikling og internationalisering. Mac Baren har dermed interesse som *business case*, der måske kan give relevant information og inspiration til brug i den videre erhvervsmæssige udvikling. Ydermere knytter der sig en betydelig lokalhistorisk interesse til emnet, da virksomheden gennem så mange år har været en vigtig arbejdsplads i Svendborg-området.

Adam Wagner har udført et glimrende arbejde med affattelsen af manuskriptet. Bogen er et bestillingsarbejde under Svendborg Museum, medfinansieret af og i nært samarbejde med Mac Baren. Fremstillingen er kronologisk opbygget ud fra de skiftende generationer af Halberg-familien, som – med stadig succes – afløste hinanden som virksomhedens ejere og øverste ledere. Denne disponering kan lyde tung og traditionel, men fungerer faktisk godt. For det første er kapitlerne alsidige i deres indhold og belyser både produktudvikling, afsætning, den daglige produktion og adskilligt andet. For det andet er redegørelsen for de skiftende fabrikanter virke interessant og lærerig. Det anlagte perspektiv er et velkomment alternativ og korrektiv til det billede af foretagerens og erhvervslederens rolle og funktion, som har det med at dominere mediebildet, og som også en gang imellem dukker op i erhvervshistorien. Adam Wagner viser nok Halberg'erne som dygtige og initiativrige folk, men ikke som superstjerner, hævet over kolleger, medarbejdere og den grå hob i almindelighed. Det gen-

nemgående træk er deres forankring i lokalsamfundet og dettes hverdagsliv, herunder organisationsarbejde og – for de første generationers vedkommende – også politik, i form af engagement i det konservative parti. En virksomhed kan godt få et langt liv under omskiftelige brancheforhold og tilpasse sig disse i stadig udvikling gennem almindeligt godt lederskab. Som management-forfatteren Peter Drucker en gang udtrykte det: „Ingen organisation kan overleve, hvis ledelsen af den kræver genier eller overmennesker. Den skal indrettes, så den kan klare sig under en ledelse sammensat af gennemsnitsmennesker“ (citeret efter *The Economist*, 19. december 2015).

Virksomhedens historie var dog ikke en jævn, kontinuerlig strøm af dagligdags begivenheder. Specielt året 1945 markerer et skel. To af brødrene i den daværende generation af ejere/ledere blev ofre for et clearing-drab, og den tredje bror, Jørgen Halberg (1915-1995), vendte hjem fra USA for at tage over. Den efterfølgende udvikling af Mac Baren-mærket – som også omfattede andre varianter end den berømte *mixture* – og den dertil hørende markedsføring og branding må betragtes som eksempel på efterkrigstidens amerikanisering i både forbrug og produktion.

Trods succesen fortsatte firmaet med andre produkter end Mac Baren pibetobakkerne. Cigarer, cerutter og cigarillos blev udfaset, efterhånden som lønsomheden blev direkte negativ, men ikke før. Ideen om at lave cigaretter blev opgivet, men rulletobak blev taget op ligesom lønarbejde for udenlandske selskaber og investeringer uden for tobaksbranchen. Kombinationen af specialisering og opretholdelse af en vis variabel aktivitetsspredning foruden satsning på bevarelse og udvikling af den personbårne viden og kunnen, som firmaet giver struktur til, kan betegnes som et eksempel på den model for firmaers udvikling og vækst, man i emnets teori kalder „ressource-baseret“.

Fremstillingen er velskrevet og flydende. Adam Wagner har imidlertid ikke i overdreven iver for en letløbende popularisering undladt at reflektere over sine kilder og deres rette tolkning. Billeders motiv og datering er f.eks. ledsaget af nødvendige overvejelser, herunder redegørelse for eventuelle hypotetiske elementer. Forfatteren har vel været en smule bundet af, at der er tale om *commissioned history*, hvilket han ikke behøver skamme sig over. Det er ret almindeligt – også når et virksomheds- eller organisationshistorisk projekt er indlejret i en højere læreanstalts forskningsmiljø – at opdragsgiverens interesser i den færdige analyses samlede billede sætter sit præg på vinkling og afgrænsning af de emner, der tages op. I dette tilfælde kan man som interesseret læser beklage, at der ikke er gjort noget rigtigt ud af forholdet – bl.a. konkurrencemæssigt – mellem de to danske virksomheder, som tilsammen er dominerende på verdensmarkedet for pibetobak.

Det andet firma er Scandinavian Tobacco Group Assens, kendt for Orlik-mærket, som også er bærer af en lang tradition og stor popularitet blandt forbrugerne.

Bogen retter sig især til læsere, som er interesseret i erhvervs- og industrihistorie, forbrugshistorie samt det lokale områdes historie. Enhver, der får den i hænde, vil dog hurtigt lade sig opsluge af de interessante og flot gengivne illustrationer, som belyser mange facetter af bogens stof. I de talrige billeder af produktemballager med eksotiske navne og billedmotiver vil kolleger med hang til postkoloniale læsninger finde en del stof af interesse. Selv er jeg især fascineret af emballagebilledet på pibetobakken „Vestindisk Melange“ til halvanden krone for 250 gram (s. 66). Det forestiller en velklædt piberygende herre med en stor bredskygget hat, der betragter et par tobaksplanter. En bestemt association melder sig: „Manden med den gule hat“ i den amerikanske børnebilledbog *Curious George* [Peter Nysgerrig, tidligere oversat til *Peter Pedal*] af Hans Augusto Rey & Margret Rey, 1. udg. 1941. Ægteparret Rey havde i en kort periode i 1930'erne opholdt sig i Brasilien. I den kritiske litteratur om børnebogen er det almindeligt, at „Manden med den gule hat“ tolkes som en semi-kolonialistisk yankee-figur, måske en slags opdagelsesrejsende eller storvildtjæger. Men hvor skulle Rey'erne, et europæisk ægtepar, som ikke satte deres fod i USA (eller Afrika), før efter bogen var skrevet færdig, have fået den idé fra? Måske benyttede de som model for deres figur i bogen – i hvert fald for så vidt angår den visuelle apparition – en caribisk-latinamerikansk plantageejer, hvis type de kan have lært at kende i Brasilien. Ligheden med den danske tobaksreklame er påfaldende, men da enhver direkte afhængighed mellem de to kan udelukkes, må det enten være en sær tilfældighed eller skyldes en fælles ikonisk kvalitet. Se selv efter i bogen. Adam Wagner fremsætter i billedteksten en noget anden forklaring på, hvad illustrationen og mærket henviser til, nemlig salget af De Dansk-vestindiske Øer.

Jan Pedersen

- | JON RØYNE KYLLINGSTAD: *Measuring the Master Race. Physical Anthropology in Norway, 1890-1945*, Open Book Publishers, Cambridge 2014, 255 s., £17.95 (paperback), £5.95 (elektronisk).
- | RIKKE ANDREASSEN: *Human Exhibitions. Race, Gender and Sexuality in Ethnic Displays*, Ashgate, Burlington 2015, 238 s., £54.00.

Frem til 2. Verdenskrigs afslutning spillede ideen om biologisk homogenitet og racetilhørsforhold en ret betydelig rolle i selvforståelsen i den vestlige verden.