

Redaktionelt forord

Temaet for dette nummer af *Økonomi & Politik* er "Politik og forbrug". I den første artikel præsenterer *Hans Rask Jensen* tre forskellige tilgange til studiet af det politiske forbrug, som han mener, bør komplementere hinanden: Deltagelsestilgangen, forbrugeradfærdstilgangen og den diskursive tilgang.

Anker Brink Lund analyserer i den anden artikel Arlas situation i perioden 2003-2006 i forbindelse med en række truende nationale og internationale forbrugerboykotter. Han konkluderer, at den politiske forbruger kun har yderst begrænset magt til at foranstalte en boykot. En langt vigtigere aktør er derimod de indflydelsesrige indkøbschefer i supermarkederne.

Suzanne C. Beckmann analyserer spørgsmålet om, hvorvidt forbrugerne belønner virksomheder, som udviser et socialt ansvar. På baggrund af en gennemgang af forskningen på området konkluderer hun, at en del forbrugere udviser positive følelser i den forbindelse og faktisk belønner disse virksomheder. Belønningen vil imidlertid ofte alene have en uholdbar form i form af forbedret virksomhedsomtale.

Roy Langer og *Ida Strand* argumenterer i den fjerde artikel for, at der er sket en politisering af fødevarerforbruget. Årsagen er imidlertid

ikke mere forbrugeraktivering, men at medierne placerer et stadigt større ansvar hos fødevaredistributørerne, som svarer til mediernes yndlingsfigur: David (forbrugeren) mod Goliath (fødevarekæderne).

Den femte artikel er af *Hans Rask Jensen*, som analyserer konflikten om Muhammedtegningerne og den påståede boykot af danske varer i Mellemøsten. Han ser sagen som et eksempel på globaliseringens virkninger, hvor fortolkningen af tegningerne kom til at indgå i den krænkelses- og ytringsfrihedsdiskurs, som i dag udkæmpes inden for den muslimske verden og mellem Islam og Vesten. En mellemøstlig forbrugerboykot var der imidlertid ikke tale om.

Uden for temanummeret bringes også en artikel af *Jens Ringmose*, som analyserer Dansk Folkepartis fødsel. Han når frem til, at partiets dannelse ikke skyldes en konflikt mellem strammere og slappere, som det opfattes mange steder. Dannelsen skyldtes en magtkamp baseret på personspørgsmål om, hvem der skulle have magten.

Den anden artikel udenfor temaet er af *Torben Andersen* og *Anne-Mette Hjalager*. Den drejer sig om den rationalisering i personaleansværelsen i den finansielle sektor efter fusionerne, som fandt sted fra 1990 og frem. De når frem

til, at det ikke er fusionerne, men snarere anvendelsen af IT, som har styret rationaliseringerne i personaleanvendelsen efter 1990.

I den tredje artikel uden for temaet analyserer *Kirstine Korsager, Anders Toftegaard og Jan Ulrik Rasmussen* sammenhængen mellem skat og migration. Den økonomiske teori giver umiddelbart grund til at frygte, at Danmark på grund af skattetrykket skulle have et omfattende migrationsproblem blandt højt-

uddannede. En nærmere undersøgelse af empirien viser sig imidlertid kun i meget ringe grad at understøtte de teoretiske forventninger. Det høje danske skattetryk skræmmer ikke højtuddannede væk, når man sammenligner med andre OECD-lande.

Peter Nedergaard

Ansvarshavende redaktør

Læserne af *Økonomi & Politik* indbydes til
ansvarshavende redaktør Peter Nedergaards
tiltrædelsesforelæsning i forbindelse med hans udnævnelse
som
professor ved Copenhagen Business School.

Forelæsningen har titlen

»Erhvervslivet, politikken og den europæiske markedintegration«

og finder sted den 11. maj kl. 14.00-15.30
på Copenhagen Business School,
Forstædernes Bank Auditoriet, S. 12, Solbjerg Plads 3, Frederiksberg.

Efter forelæsningen er der reception.

Tilmelding til forelæsning og reception sker til Mette Bang,
International Center for Business and Politics på
email mb.cbp@cbs.dk eller telefon 38 15 35 85.

Hermed indkaldes til generalforsamling i

Selskabet for Historie og Samfundsøkonomi

den 21. maj 2007, kl. 16.30
i DJØF Forlags mødelokale
Lyngbyvej 14, 4. sal, 2100 København Ø

Dagsorden er fastsat i henhold til vedtægterne

Forskellige tilgange til studiet af politisk fødevareforbrug

Af Hans Rask Jensen, ph.d., lektor ved Mads Clausen Institutet, Syddansk Universitet i Sønderborg

1. Indledning

Den 23.-24. august 2004 blev der afholdt en konference i Århus om forskning i politisk fødevareforbrug med støtte fra FELFO, som er den tidligere programkomite for fødevareforskning nedsat af ForskningsForum. 40 inviterede forskere med interesse for området deltog, og de havde mulighed for at kommentere de fire indlæg gennem direkte spørgsmål og skriftlige kommentarer via konferencens IT-faciliteter.

Denne fremstilling er et forsøg på at sammenfatte de forskningsspørgsmål, som konferencedeltagerne fandt anledning til at stille indenfor rammerne af de tilgange, som kan identificeres på basis af udskrifterne fra databasen. Andre observationer og forskningsbidrag vil blive inddraget i det omfang, de anses for at kunne befordre en perspektivering af både forskningsspørgsmål og tilgange.

Et udvidet litteraturstudium indenfor området ville utvivlsomt resultere i en identifikation af andre nyttige tilgange og spændende forskningsspørgsmål samt i en mere nuanceret og dybtgående fremstilling af, hvad der så at sige bør finde sig på den samfundsvidenskabelige fødevareforskningsdagsorden i fremtiden. Dette har imidlertid ikke været muligt indenfor rammerne af denne fremstilling, som alene tager sit afsæt i Lund (2004),

Miele (2004), Heldman (2004) samt i de mange tankevækkende meningstilkendegivelser, som blev artikuleret af deltagerne på Århus-konferencen.

Artiklen er en revideret udgave af et arbejds-papir, som har været forelagt det forskernetværk, som 2003 fik en bevilling fra FELFO til identifikation af forskningsbehovet indenfor området politisk fødevareforbrug.

2. Politisk forbrug

Politisk forbrug er et socialt fænomen, som i særlig grad er blevet analyseret som led i et forsøg på at forstå forskydningerne i borgernes politiske deltagelse (Andersen et al., 1993; Andersen & Tobiasen, 2001; Micheletti, 2001). Det ser ud til, at danskerne i et stigende omfang betragter markedsmekanismen som et supplement til andre kanaler for politisk deltagelse. Det er derfor i dag relevant at betragte forbrugerne som politiske aktører, der optræder på samfundsmæssige betingelser i samspil med andre aktører, og som foruden markedsmekanismen er afhængige af politiske institutioner, græsrodsaktiviteter og ikke mindst massemediernes formidling af information, der ligger inden for deres interessesfære.

Det er derfor ikke blot individer med en udviklet forbrugerbevidsthed samt forbrugeror-

ganisationsrepræsentanter, som optræder på den politiske scene. Almindelige borgere med sympati for andre politiske deltagelsesformer end de institutionsbundne er tilsyneladende blevet opmærksomme på, at den disponible indkomst ikke blot kan bruges til varekøb med private formål for øje, men også til at løse overordnede samfundspolitiske problemstillinger. Dette hænger bl.a. sammen med, at forbrugerne i et stigende omfang bliver tillagt et samfundsmæssigt medansvar, idet de fra forskellige sider bliver opfordret til at deltage i løsningen af politiske problemstillinger ved at lægge deres forbrugsvalg og hverdagsrutiner om i en politisk ønskværdig retning. Sådanne opfordringer kommer ikke blot fra interesseorganisationer, virksomheder, offentlige myndigheder og massemedierne, men også fra fremtrædende aktører i den institutionsbundne deltagelseskana (Jensen, 2003), og alt tyder på, at befolkningen er blevet mere tilbøjelig til at lytte hertil.

Forbrugere, som altid eller ofte tilvælger produkter ud fra en oplevet sammenhæng imellem disse produkter, udbyderen eller producenten og miljøproblemer, dyrevelfærd og menneskerettigheder, udgjorde 53 % af den danske befolkning både i begyndelsen af 1996 og i år 2000 (Andersen & Tobiasen, 2001:29). 40 % af danskerne havde endvidere boykottet et eller flere produkter af politiske grunde indenfor det sidste år i 1996, hvilket er en fordobling i forhold til 1990 (Andersen et al., 1993:43). Denne procent faldt dog til 21 i år 2000 (Andersen & Tobiasen, 2001:29), men steg igen til 42 i år 2004 formodentlig som et resultat af ARLA-konfliktens store mediebevågenhed (Tobiasen, 2005).

Heldman (2004) betragter forbrugernes stigende tilbøjelighed til at handle politisk som et udtryk for, at der er sket en fundamental ændring i den personlige identitet i postindustrielle samfund. Borgerne identificerer i et stigende omfang sig selv som forbrugere i

deres relationer med hinanden og deres regeringer, og nutidens forbrugere har i borgerrollen mindre tillid til deres regeringer end datidens producenter i borgerrollen. De søger derfor indflydelse gennem nye kanaler, hvor de føler, at de har mere magt. Markedspladsen bliver dermed i et stigende omfang betragtet som et sted, hvor forbrugerne kan stemme med deres disponible indkomst. Denne tankegang svarer i store træk til økonomernes anvendelse af begrebet forbrugersuverænitet om en magt hos forbrugerne til at bestemme produktionen. Forbrugeren er konge på markedet. Købet er en stemme på bestemte producenter. Det udtrykker forbrugernes ønsker med hensyn til, hvilke varer der skal produceres, hvilke produktionsfaktorer, der skal efterspørges, og hvordan de skal anvendes (Jensen, 1987: 16).

Ifølge Andersen & Tobiasen (2001:37) er der lige så mange danskere, der deltager i politisk forbrug som i valg til Europaparlamentet, og politisk forbrug opleves som mere effektivt end at have personlig kontakt med politikerne eller at deltage i en demonstration (Andersen & Tobiasen, 2001:39). Politiske forbrugere opfatter deres købshandlinger som en politisk indflydelsesmulighed, og endda som en temmelig effektiv indflydelsesmulighed (Andersen & Tobiasen, 2001:42).

Skal man indkredse en faktor, som i særlig grad er bestemmende for politisk forbrug, er det politisk interesse (Andersen & Tobiasen, 2001:48). Jo større politisk interesse, desto flere politiske forbrugere. Blandt de meget interesserede er der 66 %. Og det viser sig, at effekten af politisk interesse stort set er uændret, når man tager højde for uddannelsesforskellen. Det er altså den større politiske interesse, der forklarer det meste af, hvorfor der er mere politisk forbrug blandt de bedre uddannede.

Det viser sig også, at politisk forbrug hænger nøje sammen med politisk tillid, hvilket kan

undre, når man tager sit udgangspunkt i teorien om reflektiv modernisering og risikosamfundet (Beck, 1997). Politiske forbrugere har større tillid til det etablerede politiske system end dem, som ikke er politiske forbrugere (Andersen & Tobiasen, 2001: 64). Politisk forbrug er følgelig ikke et udtryk for deltagelse gennem en alternativ »modkanal« for subpolitik. Det er snarere et udtryk for tilidsfuld deltagelse gennem en supplerende kanal, som kan virke sammen med det institutionsbundne politiske system.

Forskningen i politisk forbrug har medført en sontring imellem følgende fire hovedtyper (Friedman, 1999:38; Andersen & Tobiasen, 2001:13, Micheletti, 2001; Jensen, 2005: 172):

1. Kollektivt, organiseret, positivt politisk forbrug, som f. eks. tilvalg af bestemte fair-trade produkter foranlediget af opfordringer fra Max Havelaar Fonden.
2. Kollektivt, organiseret, negativt politisk forbrug, som f. eks. fravalg af Shell-produkter foranlediget af opfordringer fra bl.a. Greenpeace under Brent Spar konflikten i 1995.
3. Individuelt, uorganiseret, positivt politisk forbrug, som f. eks. køb af økologiske fødevarer med henblik på fremme af denne særlige produktionsform.
4. Individuelt, uorganiseret, negativt politisk forbrug, som f. eks. fravalg af æg fra burhøns med henblik på at modvirke den ringe dyrevelfærd inden for denne produktionsform.

Andersen & Tobiasen (2001:12) definerer politisk forbrug som det, en person foretager sig, når vedkommende som forbruger tager væsentlige værdimæssige hensyn i forbindelse med et bevidst til- eller fravalg af bestemte varer med henblik på at fremme et politisk mål. Køb af økologiske varer kan dermed kun betragtes som politisk forbrug, hvis formålet hermed er at påvirke landbrugsproduk-

tionen eller de samfundsmæssige betingelser herfor. Køb af æg fra fritgående høns er ifølge Andersen & Tobiasen (2001:12) ikke et udtryk for politisk forbrug, hvis formålet hermed alene er, at man synes, at det er synd for dyrene at leve i bur.

3. Deltagelsestilgangen til studiet af politisk fødevarerforbrug

Man kan karakterisere deltagelsestilgangen til studiet af politisk fødevarerforbrug ved en forskningsmæssig interesse i at finde forklaringer på, hvad der i særlig grad bestemmer fødevarerforbrugernes deltagelse i politik. Selv om vi i dag har en hel del viden om forbrugernes anvendelse af markedsmekanismen som kanal for politisk indflydelse, ved vi stadigvæk ikke ret meget om, hvad der i særlig grad karakteriserer fødevarerforbrugernes anvendelse af denne kanal.

Det er i denne forbindelse vigtigt at have for øje, at fødevarerforbrug på mange måder adskiller sig fra andre former for forbrug. Køb af fødevarer er ofte noget, som forbrugerne ikke går så meget op i. Mange beslutninger er rutinerede eller træffes i forretningen uden større overvejelser. De fleste forbrugere ved, hvad de foretrækker at købe, de har relativt mange erfaringer og er sjældent parate til at bruge megen tid og mange kræfter på at købe ind og anvende varerne på den ønskede måde. De har også ringe tilbøjelighed til at skifte indkøbssted, hvis det skulle vise sig, at de foretrukne varer ikke findes eller ikke kan fås til den foretrukne pris. Dette indebærer, at politisk deltagelse på fødevarerområdet nok er mest sandsynligt, hvis det kan foregå indenfor rammerne af allerede etablerede indkøbs- og forbrugsvaner.

Samtidigt er fødevarer noget, som har stor mediebevågenhed, og forbrugerne bliver naturligvis ængstelige, hvis de f.eks. bliver konfronteret med budskaber om, at deres sundhed og sikkerhed er truet, eller at de bliver udnyttet af en virksomhed, som mis-

bruger sin monopolstilling. Derfor kan politisk deltagelse på fødevareområdet sikkert let komme på tale, hvis forbrugerne føler, at det kan medføre en ønsket forskel og kan ske indenfor rammerne af allerede etablerede indkøbs- og forbrugsvaner.

Det er også vigtigt at have for øje, at produktion og distribution på fødevareområdet foregår i få og meget store virksomheder/detailkæder, som alle har en dominerende stilling på markedet, og hvor strategiske beslutninger øver en væsentlig indflydelse dels på, hvad forbrugerne kan forsyne sig med, og dels på betingelserne for varekøb. Disse beslutninger har samtidigt i høj grad både politikernes og mediernes bevågenhed. Dette indebærer, at politisk deltagelse på fødevareområdet kan påregnes, især hvis politikere og embedsmænd gennem mediernes sætter spørgsmålstegn ved, hvad markedsdominerende udbydere foretager sig i forhold til forbrugerne uden selv at gribe ind.

Endelig er det vigtigt at have for øje, at markedsmekanismen på fødevareområdet er styret af mange politiske indgreb, og at der fortsat sker en væsentlig politisering af forholdene både på udbuds- og efterspørgselssiden (Lund, 2004). Dette indebærer, at forbrugerne er vant til, at politikerne gør indgreb i deres valgmuligheder, og at disse valgmuligheder konstant gøres til genstand for politisering, hvilket kan modvirke deres tilbøjelighed til at deltage i politik gennem markedsmekanismen.

Der er følgelig behov for studier, som kan forklare, i hvilket omfang fødevareforbrugerne faktisk deltager i politik, hvad deres motiver er for at gøre det, og hvilke betingelser der har været afgørende for beslutningen om deltagelse. Der er også brug for studier, som kan vise, om politisk deltagelse på fødevareområdet er et udtryk for en vedvarende tendens, eller om der mere er tale om noget situationsbestemt baseret bl.a. på specifikke

opfordringer til at bruge markedsmekanismen til et politisk formål. De store udsving i det negative politiske forbrug kunne tyde på, at det især er det sidste, som er tilfældet. I hvilket omfang er politisk intentionalt så et udslag af påvirkninger udefra i en bestemt politiseret kontekst?

Det er også væsentligt at få større viden, om politisk fødevareforbrug eventuelt afspejler en politisk identitet i bredere forstand, og hvad der i det hele taget er de væsentligste ligheder og forskelle mellem politisk deltagelse på fødevareområdet og på andre forbrugsområder.

Det er endvidere vigtigt, at holdningsundersøgelser ud fra denne tilgang er specifikke set i forhold til det, holdningerne retter sig imod. Forbrugerne kan godt have generelle, positive holdninger til f. eks. fair-trade produkter, men hvis de hverken bryder sig om at drikke kaffe, te eller chokolade, er det næppe sandsynligt at de deltager i politik gennem køb af Max Havelaar produkter. Man kan sikkert også forestille sig, at forbrugere med uafklarede holdninger til politisk forbrug alligevel kan finde anledning til at boykotte bestemte fødevareudbydere i en bestemt situation, som i høj grad har haft mediernes bevågenhed. I så fald er der tale om situationsbestemt politisk deltagelse, som i alt for ringe et omfang har været genstand for forskningens opmærksomhed på fødevareområdet.

Det er derfor vigtigt, at studier ud fra deltagelsestilgangen i et større omfang forsøger at forstå fødevareforbrugernes bestræbelser på at øve politisk indflydelse i en bestemt politisk kontekst. Fødevareområdet er et stærkt politiseret handlingsfelt (Lund, 2004), og forbrugerne træffer beslutning om politisk deltagelse inden for rammerne af dette felt.

Det er endvidere vigtigt, at studier ud fra deltagelsestilgangen forsøger at følge fødevareforbrugerne over et længere tidsrum for bl.a.

at finde svar på, om rutinerede handlinger eventuelt fortsat afspejler en politisk intentionalitet. Det kunne jo tænkes, at fødevareforbrugernes politiske refleksioner aftager i takt med en faldende medieinteresse for et bestemt emne. I så fald er en bestemt handling, som f.eks. køb af mælk fra et bestemt mejeri, ikke nødvendigvis længere politisk. Dette udelukker dog ikke, at forbrugerne alligevel godt kan give udtryk for, at handlingen er politisk, hvis de bliver spurgt direkte om deres politiske intentionalitet. Det kunne jo tænkes, at det er ønskeligt for mange forbrugere at have politiske intentioner med deres gøremål, også når de køber deres fødevarer, selv om det faktisk ikke har været tilfældet, og at de spørgsmål, som stilles, kan fremprovokere et svar, som ikke nødvendigvis er i fuld overensstemmelse med sandheden. Efterrationalisering og spørgsmålstilpasning er jo ikke et ukendt fænomen.

4. Forbrugeradfærdstilgangen til studiet af politisk fødevareforbrug

Denne tilgang er karakteriseret ved en forskningsmæssig interesse i at forstå, forklare eller forudsige forbrugernes beslutninger om varekøb på fødevarerområdet alt afhængigt af, hvilket videnskabeligt paradigme, der tages afsæt i. Disse beslutninger bringer forbrugeren igennem prækøbs-, købs- og postkøbsprocessen. Da forbrugerens dilemma anses for at bestå i en konflikt imellem endeløse behov/ønsker og begrænsede økonomiske, tidsmæssige og kundskabsmæssige ressourcer, er købs- og forbrugsstrategien et vigtigt middel til at finde en vej ud af dette dilemma, og en sådan strategi implicerer, at forbrugeren handler rationelt i en eller anden forstand. Forbrugeradfærd anses dog ikke nødvendigvis for at være økonomisk rationel. For det første indgår der flere emotionelle komponenter i beslutningstagningen. For det andet er rationalitetsbegrebet normalt relateret til den proces, gennem hvilken forbrugeren træffer sine beslutninger. Man kan derfor sige, at der bagved forbrugeradfærdstilgangen

skjuler sig en opfattelse af forbrugeren som et tænkende væsen, der indenfor rammerne af sine begrænsninger forsøger at nå sine mål gennem køb og anvendelse af varer og tjenester, som forventes at kunne tilfredsstille ønsker og behov (Jensen, 1987: 21). Målsøgningen og middelanvendelsen skal dog betragtes i en relevant social og kulturel sammenhæng. Mange forbrugsbeslutninger er baseret på fælles beslutningstagning som retter sig imod både individuelt og fælles forbrug.

Et stigende antal empiriske studier, som retter søgelyset imod forbruget af økologiske og lokale produkter, viser, at forbrugerne anvender forskellige strategier til at komme ud af dilemmaet imellem varetagelsen af private og offentlige hensyn og opfyldelsen af æstetiske og politiske ønsker (Miele, 2004). Disse studier antyder, at forbrugernes ønsker om en sundere livsstil, at tage hensyn til miljøet og at være socialt ansvarlig ofte balanceres af med andre modsatrettede ønsker bl.a. gennem forhandlinger i husholdningen. Halkier (1999) har vist, at forhandlinger i hverdagslivet om politisk fødevareforbrug er baseret på skiftende sociale betingelser og en deraf følgende ambivalens med hensyn til, hvad der er muligt og ønskeligt, og politiske motiver blandes tilsyneladende grundigt sammen med private motiver, når forbrugerne træffer deres endelige købsbeslutning. Politisk motiverede holdninger og købsintentioner munder derfor ikke nødvendigvis ud i en konsistent indkøbsadfærd.

At beslutninger på fødevarerområdet er sammensatte og ambivalente er dog ikke ensbetydende med, at de nødvendigvis er irrationelle. Politisk forbrug på fødevarerområdet bør betragtes som målrettet adfærd, idet politiske intentioner søges indfriet samtidigt med, at private ønsker og behov søges tilfredsstillet. De fleste af deltagerne på konferencen i Århus var da også ret enige på dette punkt. Dette betyder dog ikke, at fødevare-

forbrugeren nødvendigvis har en dyb og klar forståelse hverken af de private eller offentlige hensyn, og det er en væsentlig forskningsopgave ud fra forbrugeradfærdstilgangen at finde ud af, i hvilket omfang dette er tilfældet. Jo mere involverede forbrugere er i de politiske konsekvenser af deres forbrug, og jo mere risikobetonede forbrugsbeslutningerne forekommer at være, desto mere intensiv må man formode, at problemløsningen er, og politiske fødevarerforbrugere har naturligvis en vis autonomi med hensyn til, hvilke mål de sætter sig, og hvilke midler de vælger at anvende til at indfri målene. Jo mere kompleks indkøbs- og forbrugssituationen forekommer at være, desto mere grund må der derfor være til at anlægge et kognitivt syn på forbrugernes beslutningstagning og problemløsning set i en relevant social sammenhæng. Men der kan i det modsatte tilfælde også være tale om beslutninger, som i et væsentligt omfang bygger på umiddelbare affektive responser på medieret information f.eks. om magtmisbrug, monopoludnyttelse, sundhedsfare eller forbrugersvigt på udbuds- eller reguleringssiden, og det er derfor også en væsentlig forskningsopgave at finde ud af, i hvilket omfang dette er tilfældet på fødevarerområdet. Man må formode, at sådanne responser især vil gøre sig gældende i forbindelse med negativt politisk forbrug.

Ajzen's teori om planlagt adfærd og forgænger, Fischein's teori om begrundet handling, erkender, at forbrugernes holdning til et objekt ikke nødvendigvis er relateret til deres specifikke adfærd på en systematisk og konsistent måde (Ajzen & Madden, 1986). Den umiddelbare determinant for, om forbrugere vil handle på en bestemt måde, er deres intentioner om at realisere, hvad de fortrækker, og teorien om planlagt adfærd identificerer de faktorer, som øver indflydelse på denne sammenhæng (Peter, Olson & Grunert, 1999:130). Mange danskere har tilsyneladende intentioner om at ville handle som politisk forbruger. Alligevel kan det

konstateres, at salget af produkter, hvor efterspørgselen kan være politisk motiveret – som f. eks. økologiske fødevarer og Max Havelaar produkter – udgør en ret lille omend varierende andel af omsætningen på vareområdet. Da forbrugeradfærd kan være inkonsistent i forhold til identificerede adfærdsintentioner, er det vigtigt at få mere viden om, hvilke faktorer der kan være bestemmende for denne inkonsistens. Men selv om vi skulle blive i stand til bedre at forstå effekten af disse faktorer, er det alligevel relevant at stille det spørgsmål, om det på den måde vil være muligt at finde almen gyldige forklaringer på sammenhængen imellem holdninger og politisk fødevarerforbrug. Adfærd finder altid sted i en bestemt situation, i bestemte omgivelser og på et bestemt tidspunkt. Indebærer dette ikke en udfordring, som er for stor for positivistisk forbrugerforskning? Skulle vi ikke i stedet blive mere tilbøjelige til at være tilfreds med at få en dyb forståelse af politisk fødevarerforbrug i en ganske bestemt kontekst? Hvis man er af den opfattelse, er der behov for mere interpretativ og hverdagssociologisk forbrugerforskning, som kan hjælpe med til at finde svar på væsentlige spørgsmål, der bl.a. vil kunne bruges til at øge forbrugerrealismen i den kvantitative forskning ud fra deltagelsestilgangen.

Da forbrugere som regel udviser stor prisfølsomhed i forbindelse med køb af fødevarer, må det være væsentligt at få en bedre forståelse af, i hvilket omfang dette eventuelt måtte modvirke den politiske intentionelitet. Man kan ikke udelukke, at både den store prisfølsomhed og fødevarerforbrugets budgettyngde kan have en sådan effekt især inden for bestemte befolkningsgrupper. Modsningsvis kan man heller ikke udelukke, at relativt lave fødevarerpriser kan befordre den politiske intentionelitet netop på fødevarerområdet. Man må formode, at det er lettere at optræde som politisk forbruger i forbindelse med køb af fødevarer end ved køb af en bil.

Der er også brug for studier, som følger forbrugernes beslutningstagning over et længere tidsrum for bl.a. at finde svar på, hvorledes ønskes om variation i fødevareforbruget balanceres af med ønsker om at øve politisk indflydelse, og hvad der i det hele taget er bestemmende for udfaldet af sådanne beslutninger. En sådan forskning kunne også bidrage til en afklaring af hensigtsmæssigheden i at anvende segmenteringsteknikker på dette område. Hvis negativt politisk forbrug på fødevareområdet er så situationsbestemt, som man må formode, er en af hovedbetingelserne for anvendelse af sådanne teknikker ikke opfyldt. I det hele taget er der et stort behov for at søge en bedre forståelse af beslutningstagningens specifikke kontekst på fødevareområdet, ikke mindst af politiseringsprocesserne, og hvorledes de påvirker forbrugernes vareanskaffelse set i et dynamisk perspektiv.

5. Den diskursive tilgang til studiet af politisk fødevareforbrug

Lund (2004) foreslår, at den såkaldte politiske forbruger tentativt betragtes som en ukendt og ambivalent størrelse, der primært eksisterer som en medieret konstruktion, i hvilken to sociale roller er sammensmeltede, nemlig rollen som borger og rollen som klient. Hvis man tager et sådant udgangspunkt, er det ikke primært forbrugerne som social kategori eller deres tanker, følelser og handlinger inkl. deres politiske deltagelse, som er genstand for forskningen, men mere den måde, hvorpå disse fænomener portrætteres i diskurser og storylines, og hvorledes medierede portrætteringer påvirker den sociale og politiske dynamik. Den diskursive tilgang er følgelig karakteriseret ved, at det ikke så meget er fødevareforbrugeren, men fortællinger om denne forbruger, som er af forskningsmæssig interesse.

Interesserede iagttagere af fødevaredebatten er ofte fejlagtigt gået ud fra, at det, som diskuteres, modsvarer ganske bestemte forhold

derude i virkeligheden. Hvis man gør det, overser man, at alle mennesker handler ud fra deres virkelighedsopfattelse, som afhænger af bestemte diskurser, der gør det muligt for dem at udtrykke sig. Fødevarediskurserne er specifikke med hensyn til tid og sted, og de styres bl.a. af modeller af fødevareforbruget, fødevareudbyderen, fødevaredistributøren, markedsmekanismen og den offentlige regulering på området, som afspejler vores historiske erfaringer og nuværende bekymringer. Enhver forståelse af vores fysiske og sociale omgivelser er baseret på kognitive repræsentationer, som altid implicerer et sæt af forudsætninger og sociale valgmuligheder, der formidles igennem en flerhed af specifikke diskursive praksisser. Dette betyder naturligvis ikke, at virkeligheden derude er totalt irrelevant i fødevaredebatten, men at dynamikken i denne debat ikke kan forstås, uden at man inddrager de diskursive praksisser, som styrer vores oplevelse af virkeligheden.

Med begrebet diskurs menes her en samling af ideer, begreber og meningskategorier, som produceres, reproduceres og transformeres gennem et særligt sæt af praksisser, gennem hvilke der tillægges mening til fysiske og sociale realiteter (Jensen, 2003). Diskursiv interaktion mellem mennesker kan skabe nye betydninger og nye identiteter. Den kan ændre på kognitive strukturer og skabe nye forståelser og nye positioneringer.

Det er da også derfor, at diskurser kan betragtes som noget, der så at sige konstituerer realiteterne i fødevarepolitikken. Konflikter på fødevareområdet handler ikke først og fremmest om, hvilke handlinger, der skal gennemføres, men mere om, hvilken betydning man skal tillægge fysiske og sociale fænomener.

Fødevarepolitik i bred forstand viser sig derfor som en strid om diskursiv hegemoni, gennem hvilken bestemte aktører prøver at finde støtte til deres virkelighedsopfattelse. Dis-

kursiv hegemoni kan betragtes som et socio-kognitivt produkt, idet det sociale og det kognitive et tæt sammenflettet. Argumenter kan derfor være overbevisende på grund af deres sandsynlighed eller troværdighed, som modstående synspunkter savner. Når man accepterer en bestemt position som sin egen, vil man uundgåeligt se verden i et bestemt perspektiv og i form af bestemte forestillinger, metaforer, storylines og begreber.

Storylines er narrativer eller fortællinger om den fysiske eller sociale virkelighed, gennem hvilke elementer fra mange forskellige domæner eller livsområder kombineres, så de giver aktører en symbolsk referenceramme, der så at sige repræsenterer en fælles forståelse (Jensen, 2003). Storylines tillader derfor aktører at trække på forskellige diskursive meningskategorier, således at de på den måde når frem til forskellige meninger om fysiske og sociale fænomener. De tilbyder dog alle entydighed i et virvar af forskellige diskursive komponenter, der kan sættes i forbindelse med et bestemt problem.

Storylines er derfor væsentlige anordninger, som gør det muligt at komme igennem meningsfragmenteringen på fødevareområdet og nå frem til en diskursiv slutning. Det vil typisk være således, at hvis man eksponeres for en bestemt storyline, opstår der automatisk en forståelse af den helhed, den er en del af. Det foregår på samme måde, som når man bliver præsenteret for en metafor. Storylines har derfor for det første den funktionelle betydning, at de gør det muligt at reducere et problems diskursive kompleksitet, så der kognitivt skabes entydige betingelser for en problemløsning. For det andet, når de først accepteres, og flere og flere aktører begynder at bruge dem, får de nærmest en ritual status, som bidrager til at give en debat en bestemt permanens. De bliver til billeder eller talemåder, som begrundet en bestemt tilgang til, hvad der forekommer at være et sammenhængende problemsæt. For det tredje gør sto-

rylines det muligt for forskellige aktører at udvide deres forståelse og diskursive kompetence på et område ud over deres ekspertise og erfaringer. Enhver storyline tilvejebringer så at sige det narrativ eller den fortælling, som gør det muligt for videnskabsmanden, sundhedsforkæmperen, fødevarepolitikeren eller den politiske fødevareforbruger at vise, hvorledes hans eller hendes personlige bidrag passer ind i et større puslespil.

Storylines hjælper imidlertid ikke blot med at fastlægge et problem. De gør det også muligt at skabe social og moralsk orden inden for et domæne som f. eks. fødevareområdet. De er anordninger, ved hjælp af hvilke aktører positioneres, og bestemte ideer om skyld, ansvar, påtrængende nødvendighed eller uansvarlighed tillægges andre aktører, grupper eller organisationer. Ved hjælp af storylines kan fødevareforbrugeren blive positioneret som en aktuel eller potential politisk aktør (Heldman, 2004), som et offer for strategiske beslutninger i magtfulde detailkæder (Lund, 2004), som et konfliktløsende individ, der søger at finde en balance imellem æstetiske og politiske ønsker (Miele, 2004) eller som klient (Lund, 2004).

Diskurser og storylines er derfor i høj grad bestemmende for, hvad der sker imellem mennesker, når de skal finde ud af, hvorledes de skal forholde sig til bestemte spørgsmål vedrørende fødevareudbudet, fødevareefterspørgselen, fødevareforbruget eller den politiske regulering på fødevareområdet. De danner baggrund for de diskussioner, som føres i husholdningen, og som kan munde ud i et positivt eller negativt politisk fødevareforbrug.

Det er derfor vigtigt, at forskningen ud fra den diskursive tilgang forsøger at identificere de diskurser og storylines, som konstituerer debatten om politisk fødevareforbrug. Det er også vigtigt, at forskningen på dette felt forsøger at kortlægge, hvilken indflydelse bestemte diskurser og storylines har på politise-

ringsprocesserne på fødevareområdet, hvorledes de opfanges, analyseres, reproduceres eller transformeres af massemediernes, som har deres særlige interesser i dem, og hvorledes forbrugerne og andre aktører forholder sig til medierede fortællinger, når de skal tage stilling til politisk fødevareforbrug.

Enhver form for sproganvendelse er imidlertid en kommunikativ begivenhed, som ifølge Fairclough (1992:73) har tre dimensioner. Den første vedrører det konkrete lingvistiske udtryk for begivenheden. Den anden vedrører den diskursive praksis, som en sproganvender er involveret i. Den tredje vedrører den sociale praksis på området. Forbindelsen imellem sproganvendelse og social praksis medieres gennem diskursive praksisser. Det er derfor kun, når mennesker bruger sproget til at kommunikere, og dermed er involverede i diskursive praksisser, at sproget påvirker eller bliver påvirket af sociale praksisser (Fairclough, 1992:72).

Sociale praksisser har imidlertid både diskursive og ikke-diskursive elementer. Diskursanalysen kan derfor ikke stå alene, hvis man ønsker videnskabelig indsigt i den tredje dimension ved Fairclough's model (Jørgensen & Phillips, 1999). Den bør suppleres med andre erkendelsesredskaber, bl.a. case-studier.

Det er formodentlig i spændingsfeltet imellem de lingvistiske udtryk, den diskursive og den sociale praksis, man finder den dybeste indsigt dels i politiseringsprocesserne på fødevareområdet, og dels i disse processers indvirkning på fødevareudbudet, fødevareefterspørgselen og fødevarereguleringen. Den politiske fødevareforbruger, den politiske fødevarevirksomhed og politisk fødevareregulering er derfor ikke blot medierede konstruktioner. De afspejler mere eller mindre centralt eller perifert, mere eller mindre dækkende, en bestemt social og politisk praksis blandt forbrugerne, virksomhedslederne og politikerne, og det er en væsentlig opgave for den samfundsvidenskabeli-

ge forskning at finde ud af, i hvilket omfang dette er tilfældet.

6. Konklusion

De tre tilgange til studiet af politisk fødevareforbrug, som er blevet karakteriseret i denne fremstilling, muliggør hver især, at søgelyset rettes imod forskellige, væsentlige problemstillinger, som alle fortjener større forskningsmæssig opmærksomhed. De bør derfor ikke betragtes som konkurrerende, men som komplementære tilgange. Dette betyder dog ikke, at de bør leve side om side uden at befrugte hinanden. Det holistiske er mere end summen af det partielle.

Dette indebærer, at forskningen ud fra deltagelestilgangen i et større omfang bør inddrage viden dels om fødevareforbrugernes beslutningstagning og adfærd og dels om medierede konstruktioners indflydelse på politiseringsprocesserne på området og på fødevareforbrugernes deltagelse i politik. I det hele taget er der et stort behov for øget indsigt i, hvorledes fødevareforbrugerne faktisk anvender markedsmekanismen som kanal for politisk indflydelse, samt hvilke forhold på efterspørgsels-, udbuds- og reguleringssiden, som spiller en afgørende rolle i forbindelse hermed.

Endvidere indebærer dette, at forskningen ud fra forbrugeradfærdstilgangen i et større omfang formår at indkredse fødevareforbrugets politiske betydning samt de forhold, som i særlig grad øver indflydelse herpå. Ingen fødevarer er udelukkende politiske. De er, netop fordi de er fødevarer, også altid noget andet, og sikkert først og fremmest noget andet. Forskningen ud fra forbrugeradfærdstilgangen bør derfor bidrage til en større afklaring af, hvad der så at sige forvandler fødevareforbrugernes adfærd til politisk deltagelse.

Endelig indebærer dette, at forskningen ud fra den diskursive tilgang i et større omfang formår at indkredse, hvorledes medierede

konstruktioner og diskursive praksisser indgår som elementer i politiseringsprocesserne på fødevarerområdet, og hvorledes disse processer påvirker og bliver påvirket af den sociale og politiske praksis på feltet. Hvis det er i spændingsfeltet imellem de lingvistiske udtryk, den diskursive og sociale praksis, at fødevarerforbrugerne træffer deres politiske beslutninger, er det også i dette spændingsfelt, at fødevarervirksomhederne og politikerne finder deres strategiske udfordringer, og dette er stadigvæk et ret ubelyst forskningsfelt.

Relevansen af den diskursive tilgang forøges dog, hvis det skulle forholde sig således, at politisk forbrug i den danske kultur anses for at være mere ønskværdig end uønskværdig, og hvis denne normative skævhed understøttes af massemediernes nyhedsproduktion. Opfattelsen af, hvad der er politisk korrekt, kan i så fald være mere afgørende for fødevarerforbrugernes politiske holdninger og købsintentioner, og dermed for deres tilbøjelige til at deltage i politik, end hvad vi indtil nu er gået ud fra.

Referencer

- Ajzen, I. & T.J. Madden (1986). Prediction of Goal-Directed Behaviour: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioural Control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 17, 453-474.
- Andersen, J., A. Christensen, K. Langberg, B. Siim & L. Torpe (1993). *Medborgerskab: Demokrati og politisk deltagelse*. Herning: Systime
- Andersen, J.G. & M. Tobiasen (2001). *Politisk forbrug og politiske forbrugere. Globalisering og politisk forbrug i hverdagslivet*. Aarhus: Institut for Statskundskab.
- Beck, U. (1997). *Risikosamfundet – på vej imod en ny modernitet*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Friedman, M. (1999). *Consumer Boycotts: Effective Change through the Marketplace*. London: Routledge.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Halkier, B. (1999). Consequences of the Politicization of Consumption: The Example of Environmentally Friendly Consumption Practices. *Journal of Environmental Policy and Planning*, 1, 25-41.
- Heldman, C. (2004). *The Politicized Pantry: Consumer Activism in the Food Industries*. Paper præsenteret på Polconfood-konferencen i Aarhus, 23.-24. august, 2004.
- Jensen, H.R. (2003). Staging Political Consumption: A Discourse Analysis of the Brent Spar Conflict as Recast by the Danish Mass Media. *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 10, 71-80.
- Jensen, H.R. (2005). Environmentally Co-responsible Consumer Behaviour and Political Consumerism. In: Grunert, K.G. & J. Thøgersen (eds.). *Consumers, Policy, and the Environment. A Tribute to Folke Ölander*. New York: Springer Science and Business Media, Inc., 165-181.
- Jørgensen, M.W. & L. Phillips (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. København: Samfundslitteratur.
- Lund, A.B. (2004). *Alle mod ARLA? Ko og kunde på et politiseret marked*. Paper præsenteret på Polconfood-konferencen i Aarhus, 23.-24. august, 2004.
- Micheletti, M. (2001). *Why Political Consumerism? A Theoretical Context for Understanding the Phenomenon*. Paper præsenteret på »International Seminar on Political Consumerism«, 31. maj-3. juni 2001, Stockholms Universitet.
- Miele, M. (2004). *Food Consumption Practices: What is the Role of Political/Ethical concerns?* Paper præsenteret på Polconfood konferencen i Aarhus, 23. – 24. august, 2004.
- Peter, J.P., J.C. Olson & K.G. Grunert (1999). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. Berkshire: McGraw-Hill.
- Tobiasen, M. (2005). Political Consumerism in Denmark. I *Political Consumerism: Its Motivations, Power, and Conditions in the Nordic Countries and Elsewhere*, eds. Brostöm et al., TemaNord, 2005:517, 113-145.

Alle mod Arla?

– Kunde og ko på et politiseret marked

Af Anker Brink Lund, professor, International Center for Business and Politics, Copenhagen Business School

1. Indledning

I forretningsverdenen har det længe været en praktisk leveregel, at den der lever stille, lever godt. I skarp kontrast til politikken verden, hvor dårlig omtale kan være bedre end ingen omtale. Sådan er det ikke længere. At drive global virksomhed stiller ikke kun økonomiske, men også politiske krav. Det fordrer professionel kommunikation i relation til mange forskellige interessenter. Tidligere kunne man sige og gøre noget ude på eksportmarkederne, og noget andet herhjemme. Men den går heller ikke længere, som de danske mælkeproducenter blandt mange andre har måttet sande. Først da presse, radio og TV formidlede forbrugerkritik af Arlas optræden i den hjemlige konkurrence med mindre mejeriselskaber. Siden da Arla blev ramt af forbruger-bojkot internationalt som en bivirkning ved medialiseringen af de såkaldte Muhammed-tegninger.

Sådanne kontroverser lader sig vanskeligt bibringe ved rationel argumentation alene. Etablering af konsensus bliver yderligere vanskeliggjort ved, at både journalister, erhvervsfolk, folkevalgte og forskerne er indbyrdes uenige både om konkrete definitioner på fænomenerne og om deres faktiske udbredelse på fødevaremarkedet (Jensen, 1984; Sestoft, 2002; Sørensen, 2004). Det fører til, at globale virksomheder som Mejeriselskabet Arla Foods må kalkulere med risiko for forbruger-reaktioner, der ikke i snæver forstand

har ret meget med selve forretningsgrundlaget at gøre.

Den slags reaktioner forklares ofte med alment henvisninger til »politisk forbrug« og »globalisering« som senmoderne fænomener (Cheney et al. 2004). Men derved overses, at der også er tale om komplekse konsekvenser af historiske udviklingsprocesser. Mejeriselskabet Arla har således rødder helt tilbage til den første globaliseringsbølge i slutningen af 1800-tallet, hvor dansk landbrug blev oversvømmet af billigt korn fra de russiske stepper og den amerikanske prairie. Det gav stødet til en politiseret landbrugsrevolution organiseret i andelsselskaber. Mejerierne var i høj grad medvirkende til at konsolidere dansk nationaløkonomi. Eksporten af smør og ost var livsvigtig for land og folk. Kritik af virksomheden blev derfor betragtet som en trussel mod den hjemlige beskæftigelse og den altafgørende betalingsbalance. Negativ omtale var nærmest at ligne ved landsskadelig virksomhed.

På den baggrund praktiserede de fleste danske journalister selvcensur, når landbruget kom på mediedagsordenen (Lund, 1997). Men muligvis netop fordi andelsselskaberne indtil midten af 1970'erne nød godt af disse presseprivilegier, blev mediekritikken ekstra lammende, da selvcensuren gradvist blev ophævet. Allerede før Muhammed-krisen fik Arla verbale øretæver i den hjemlige presse, radio og tv. Til gengæld var der ingen danske

journalister, der problematiserede Arlas eksportindtægter, før Arla blev tvunget til at sige undskyld i annoncer rettet til de arabiske forbrugere.

Her skal ikke fældes dom i de konkrete stridigheder. Derimod vil jeg gøre et mediesociologisk forsøg på at indkredse, hvad politisk handlen på fødevaremarkedet indebærer i praksis anskuet som interesse-funderet produktion af mening. Med historisk institutionalisme som metodik (Campbell, 2004) og stakeholder-analyse som teoriramme (Freeman, 1984) vil jeg illustrere nogle almene konfliktlinjer på politiserede markeder.

Med den historiske sagsfremstilling som udgangspunkt vil jeg argumentere for, at netop forbruget af mælk rummer et illustrativt eksempel-materiale til diskussion af fænomenet »politisk forbrug« mere alment, idet konsummælk i over 100 år har været købt og solgt på et politiseret marked i Danmark. Afslutningsvis vil jeg forsøge at indkredse, hvilken rolle, forskellige interesser spiller i meningsdannelsen – historisk og aktuelt – med særlig henblik på vurdering af massemediernes rolle og forbrugernes muligheder for at handle frit og ansvarligt på et politiseret marked.

2. Det politiserede mælkemarked

Man kan vælge at se Muhammed-sagen og de hjemlige anklager mod Arla for misbrug af monopol-lignende dominans på mælke-markedet som tegn på en ny tendens til politiseret og aktivistisk forbrugeradfærd i Danmark. Men hvis vi i stedet anskuer forløbet som den foreløbige kulmination på en modsætningsfyldt udvikling, er der næppe tale om en pludselig politisering, men derimod om et intermezzo i et politisk spil om magten over konsummælken i vekslende alliancer mellem mælkeproducenter, mejerier, grossister, detailhandel og forbrugere – med nyhedsmediernes og offentlige myndigheder i dobbeltrollen som kommentatorer og linjevogtere.

Allerede oprettelsen af de første andelsmejerier i 1880'ernes Danmark kan ses som en politisk handling. Formålet var gennem andelsorganisering at sætte bønderne i stand til at levere mejeriprodukter af samme ensartede kvalitet som herregårdsmejerier og private grossister. Dermed tilstræbte andelsbønderne primært at opnå bedre priser for produkterne, men under forfatningskampen blev det i stigende grad en politisk handling at vælge mælkeleverandør. På landet blev andelsmejerierne helt dominerende, og i byerne forsøgte samarbejdende andelsselskaber at dele markedet efter aftale om placering af mejeriudsalg. Det politiske islæt blev i hovedstaden skærpet yderligere, da arbejderbevægelsen i 1898 oprettede Mælkeriet Enigheden. Derved skabtes en politisk betinget forbrugerloyalitet og en af arbejderkooperationens langtidsholdbare succeser med aflæggervirksomhed i andre større provinsbyer

Både andelstanken og arbejderkooperationen havde et politisk fundament, der i udgangspunktet primært vedrørte produktion. Til gengæld blev der parallelt oprettet medlemsbaserede brugsforeninger – henholdsvis organiseret i FDB og HB. Få forbrugere betragter i dag handlen hos Coop Danmark som en politisk manifestation. Men datidens bønder og arbejdere blev ikke bare medlemmer for at få del i dividenden. De markerede også et politisk tilhørsforhold, som især i stationsbyerne satte skel til de øvrige borgere, der gennem indkøb i specialforretninger støttede den lokale borger- og handelsstandsforening.

Politisk forbrug er altså ikke noget nyt fænomen i Danmark. Og når det gælder mejeriprodukter, kan der til forbruger-aspekter føjes andre former for konfliktfyldt politisering: Den offentlige regulering af mælke-markedet med forskellige hensyn på eksport- og hjemmemarkedet samt den politiske rivalisering landsdelene imellem og mellem befolkningerne i land og by.

Statslig regulering af mælkeproduktion og mejeriudsalg har en lang historie i Danmark. De første bestemmelser om pasteurisering var alene begrundet i hensynet til eksportmarkederne og kom ikke til at omfatte hjemmemarkedet, selvom en lang række smitsomme sygdomme blev associeret med mælk. Først efter det historiske kompromis mellem Højre og Venstre i 1890'erne kunne der i Rigsdagen skabes enighed om myndighedskontrol med konsummælken på hjemmemarkedet, hvor de første regler om pasteurisering trådte i kraft år 1900 – fire år efter oprettelsen af et særskilt Landbrugsministerium. Loven gav i øvrigt anledning til forbrugerprotester (støttet af læger), fordi man mente varmebehandlingen reducerede mælkens ernæringsværdi (Lund, 1997).

I det hele taget stod der kamp om den offentlige regulering af landbrugsområdet. De fleste ordninger blev derfor gennemført som statsautoriseret selvregulering. Først under mellemkrigstidens landbrugskrise (med Kanslergadeforliget af 1933 som løftestang) blev der i det liberale landbrugserhverv modstræbende accept af direkte myndighedsindgreb på hjemmemarkedet. Vel at mærke, hvis der økonomisk blev kompenseret for merudgifterne. Og der var stadig partipolitisk kamp om forbrugeroplysningen, hvor VK-flertallet i Landstinget blokerede et SR-forslag om oprettelse af Statens Husholdningraad helt frem til 1935.

Samme år kulminerede antallet af selvstændige mejerier i Danmark (Ellert, 1962): 1639 virksomheder (heraf 1.411 andelsorganiserede) kæmpede om forbrugernes mælkepenge. På landet havde det lokale mejeri de fleste steder monopolstatus: Her støttede man lokalpatriotisk sine egne. Men i byerne var konkurrencen mange steder ganske voldsom, og det gik ud over kvalitet og hygiejne. Både Mejeriernes Fællesorganisation og den siddende SR-regering ville derfor gerne have området reguleret. Men først, da man kunne

henvise til de udenrigspolitiske trusler og deraf følgende bekymring for forsyningssikkerheden lykkedes det at få gennemført den offentlige mælkeordning af 1940.

Den statsautoriserede regulering af markedet medførte, at mange konkurrerende mejeriudslag blev lukket på grund af manglende hygiejne. De overlevende var som hovedregel knyttet til større andelsmejerier, der således opnåede monopollignende status på udvalgte niche-markeder og dermed økonomisk grundlag for at modernisere og rationalisere virksomheden. Mælkeloven hjemlede oprettelse af kommunale mælkeudvalg, der kunne give (og tilbagetrække) leveringslicenser samt forhandle maksimalpriser. Derved fik de samvirkende konsummejerier i praksis monopol (med egne mejeriudslag) på levering af ferske mejeriprodukter til de større danske byer. Konsummejerierne dannede et statsautoriseret kartel: Danske Konsummejeriers Fællesrepræsentation (DKF), som dygtigt forhandlede med de politisk rutinerede mælkeudvalg i landets 83 købstæder og 1388 sognekommuner. Det medførte bl.a. at mælkepriserne varierede betydeligt mellem landsdelene og fra by til by landet over.

Ordningen blev forlænget flere gange efter besættelsens afslutning. Også i fredstid blev der politisk fastsat lokale mælkepriser. Konkurrerende etablering af mejeriudsalg og drift af mælkevogne krævede stadig kommunal koncession, som normalt blev afslået med henvisning til kvalitetskontrol, hygiejne og forsyningssikkerhed. Til gengæld blev der iværksat en strukturrationalisering af mejerisektoren under opsyn fra Handelsministeriet i tæt samarbejde med DKF. Ordningen førte til nedlæggelse af mange mindre konsummejerier – heraf alene en reduktion fra 108 til ni distributører på det lukrative københavnermarked. De tilbageblevne kunne således på monopollignende markedsvilkår supplere leverancerne fra underleverandører af råmælk, der i stigende omfang blev transporteret fra Jylland til hovedstaden.

Herved blev grundlaget skabt for intern strid i mejeribranchen. En strid, der senere skulle kulminere i priskrigen mellem MD og Kløvermælk (Kristensen, 1986), og som stadig trækker spor i de aktuelle Arla-konflikter: DKF-mejerierne blev »de riges klub«, hvori- mod udenforstående produktionsmejerier var henvist til begrænset oplandssalg plus usikre vilkår på eksportmarkedet og afhængighedsforhold til DKF-konsortiet som underleverandører af råmælk.

Indtil 1955 accepterede alle parter dog i det store og hele de politisk regulerede markedsforhold. Mejerieksporten gik strygende i de første efterkrigsår, hvor resten af det smørekseporterende Europa havde fået ødelagt produktionsapparatet. Derfor kunne dansk landbrug indgå langtidsaftaler med England, der både rummede pris- og leveringsgaranti. Men da Storbritannien nægtede at forlænge smøraftalen og konkurrencen på verdensmarkedet igen blev skærpet, var det svært at bevare solidariteten i spændingsfeltet mellem DKF-mejerierne og eksportmejerierne. På hjemmemarkedet blev priser og udbud på næsten planøkonomiske vilkår tilpasses efterspørgselen. På eksportmarkedet befandt landbruget sig i »EFs ventesal« spærret ude fra store dele af det europæiske fællesmarked.

Andelsmejerierne dannede i stigende grad en 1. og 2. division, som førte til etablering af regionale mejeriselskaber og nedlæggelse af 47 mejerianlæg pr. år i perioden 1958-64. Konflikter blev bevidst holdt inden døre, så Landbrugsraadet på hele erhvervets vegne kunne forhandle nationale støtteordninger. Begrundet i et kommende EF-medlemskab trådte staten til med direkte og indirekte eksport- og produktionstilskud. De årlige forhandlinger på Axelborg fandt sted under stor mediebevågenhed. Mest markant i 1961, hvor landmændene foranstaltede leveringsstop og for åben tv-skærm hældte råmælken i kloakken. Det gav anledning til nogen forar-

gelse, men ellers afspejlede mediedækningen i disse år den almene mening, at landbruget var hele Danmarks eksistensgrundlag – både på hjemmemarkedet og som indbringende eksporterhverv – med deraf følgende beskæftigelsespolitisk betydning.

Forbrugerne kunne stadig vælge politisk mellem forskellige mejeriudsalg, f.eks. arbejderkooperationens *Enigheden* frem for det godsejerdomimerede *Trifolium*. Men vel at mærke kun mellem koncessionerede udbydere. Derfor var det noget af en revolution, da mælkesalget – som et led i forberedelserne på dansk tilslutning til EF – blev dereguleret pr. 1.1.1971. På ganske få år gik forbruget af mælk i Danmark fra at være en gennemreguleret fastpris-produkt til at blive et prisbilligt slagtilbud – især hos de dele af dagligvarehandelen, der var kædeorganiseret. Til gengæld måtte specialbutikkerne lukke. Alene i perioden 1971-72 blev antallet af mejeriudslag halveret.

Samtidig flyttedes kontrollen med prisdannelsen fra kommunerne til Monopoltilsynet, der med henvisning til EU-reglerne problematiserede koncessionsaftalerne. De usikre salgsvilkår førte til fald i den indvejede mælkemængde hos de i alt 383 tilbageblevne mejerier. Som erhvervspolitisk modtræk havde Mejeriernes Fællesorganisation lanceret visionen om »Mejeriselskabet Danmark,« der skulle fastholde andelsselskabernes konkurrenceevne og samtidig bilægge konflikterne mellem DKF og produktionsmejerierne: Som tilfældet allerede var på eksportområdet, skulle alle andelsmejerier arbejde solidarisk sammen i et fælles moderselskab på hjemmemarkedet. Målet var at bevare kontrollen over mælken gennem frivillige fusioner, hvor de traditionelle andelsprincipper blev bibeholdt under Mejerikontorets branchepolitiske koordination.

Visionen vandt bred tilslutning (Slumstrup, 2006). Mange mejerier var allerede på forretningsmæssigt grundlag fusioneret, bl.a. for at

leve op til myndighedernes hygiejnekrav eller for som blok at forhandle bedre kontrakter som underleverandører med DKF på det lukrative hovedstadsmarked for konsummælk. De eksisterende mejerisammenslutninger, som var tiltænkt rollen som drivende kraft i det solidariske »Mejeriselskabet Danmark« havde imidlertid ikke altid sammenfaldende interesser. Det var næppe heller gavnligt for solidariteten, at man som leder af samarbejdsprojektet valgte en fhv. direktør for Hovedstadens Brugsforeninger, der som en af sine første embedsgerninger forlangte det kommende mejeriselskabs hovedkontor placeret i København.

Fællesorganisationens plan om »Mejeriselskabet Danmark« led definitivt skibbrud i 1969: Kun navnet – MD – overlevede. Men vel at mærke som betegnelse for et ganske andet forretningskoncept end det, Fællesorganisationens legendariske leder, Thorkil Mathiasen, oprindeligt havde forestillet sig. MD blev en kamporganisation, der samlede de eksportorienterede produktionsmejerier som alternativ til DKF, på et tidspunkt hvor dansk EF-medlemskab åbnede nye markedsmuligheder ude og hjemme.

I første omgang slog MDs europæiske markedsøffensiv fejl. Derimod konsoliderede DKF-mejerierne deres position ved at tilpasse sig EF-ordningerne og gennem solidarisk prispolitik at fastholde de markedsandele, som var opnået under den offentligt regulerede mælkeordning. MD satsede derimod på eksport – især af ost – og deraf følgende produktudvikling, hvilket krævede store investeringer. Da eksportindtægterne svigtede, valgte MD i 1974 at lægge markedsstrategien radikalt om: Med en forhenværende DKF-direktør i førersædet gik MD nu i direkte konfrontation med de hjemmemarkedsorienterede mejerier. Desuden iværksatte MD en kraftig strukturrationalisering (læs: nedlæggelse af urentable enheder), hvilket affødte kritik blandt lokalpatriotiske andelshavere.

MDs langsigtede mål blev at opnå en væsentlig andel af hjemmemarkedet, så man blev mindre afhængig af den økonomisk risikable mejerieksport. Til det formål etablerede MD en alliance med FDB, bl.a. gennem finansiering af ferskvareterminaler. FDB var dog ikke nogen uproblematisk samarbejdspartner. Medlemsdemokratiet hjemlede nemlig selvbestemmelse for de enkelte brugsforeninger. Især i hovedstaden foretrak mange HB-medlemmer et samarbejde med Mælkeriet Enigheden, som udgjorde en af de sidste bastioner i den socialdemokratiske arbejderkooperation.

Først i 1978 blev MDs eksklusivaf tale med FDB en økonomisk realitet – med enkelte undtagelser – landet over. Mange små købmænd bojkottede MD i protest, og DKF svarede igen med en landsomfattende eksklusivaf tale med Dansk Supermarked (Føtex og Bilka). Afgørende vigtigt var det imidlertid, at FDB-aftalen sikrede MD logistik til at invadere storbyerne København, Århus og Odense i tur og orden. En sådan offensiv var afgørende for styrkeforholdet internt i mejeribruget. Det var ikke gratis for andelshaverne, men kunne i nogen grad kompenseres ved massiv eksport af fetaost til Mellemøsten – støttet af EF-tilskud.

På hjemmemarkedet lancerede MD sit eget varemærke (margeritten), mens DKF svarede igen med den fælles kløver-emballage. Endnu var ingen af dem enerådende, og frem til slutningen af 1980'erne kunne man stadig finde mange andre varemærker på det danske mælkemarked. I første omgang søgte de konkurrerende mejeriselskaber desuden at undgå direkte priskonkurrence, som på afgørende vis kunne forskubbe magtbalancen til fordel for de store butikskæder. Men efterhånden blev »dumpingpriser« og forhandlerrabatter et væsentligt led i markedsføringen.

En bivirkning ved den skærpede konkurrence blev en halvering af producerende mejerier i perioden 1972-1982. Der var dog stadig 171

danske mejerier i drift i 1982, hvor andelsmejerierne fejrede 100 års jubilæum med en hidtil uset gave til forbrugerne: Åbenlys pris-krig på mælk. I de følgende 17 år blussede priskrigen jævnlgt op lokalt og nationalt. Konflikterne søgtes bilagt i flere omgange med Mejeriernes Fællesorganisation som mægler. Derved opstod et kompliceret net af aftaler, uden at hverken MD eller Kløvermælk fik et afgørende overtag. Til gengæld led de små spillere – især Mælkeriet Enigheden – store tab, som på længere sigt tvang dem til at vælge side i striden: MD overtog Enighedens produktionsanlæg, som – under stor mediebevågenhed – blev taget ud af drift i 1996.

I mellemtiden var der blevet etableret en ny konflikklinje i landbruget: Kampen mellem konventionel og økologisk drift. På mejeriområdet åbnede de økologiske alternativer mulighed for overlevelse af små virksomheder gennem målrettet niche-produktion. At handle økologisk blev for et mindretal af forbrugere en politisk handling, som mod en merpris lod sig praktisere bl.a. på mælkeområdet. For de konventionelle andelsmejerier var økologiske leverandører derimod et problem, fordi afregningsprisen var højere end forbrugerne gennemgående var villige til at betale. Derfor måtte en væsentlig del af de økologiske leverancer sælges til konventionelle priser.

I første omgang stod disse problemer dog i skyggen af det nådeløse opgør mellem de to store spillere i dansk mejeribrug. I 1998 kom det afgørende *showdown* i mælkekrigen. MD, der nu formidlede 73 procent af den indvejede mælk i Danmark, satte en afgørende triumf i spil: »Friskhed« som salgsargument (og deraf følgende krav til konkurrentens mindre effektive distributionsapparat) fulgt op med store introduktionsrabatter. Det kostede den gennemsnitlige andelshaver hos Kløverbælk, 26.000 kr. i tabt årsbonus. Dermed var smertegrænsen overskredet. Pengene vejede tungere end traditionen, så vejen var hermed banet for

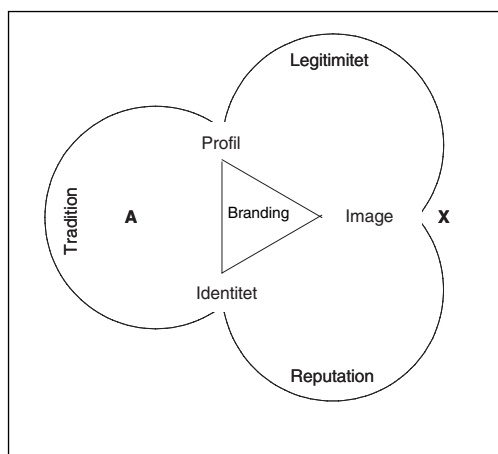
fusionen af 10.3.1999 – umiddelbart efter udvidet med svenske *Arla* (5.10.1999).

De danske konkurrencemyndigheder udtrykte betænkelighed ved fusionen og krævede frasalgvarende til fem procent af Arlas samlede aktiviteter. Derimod gik den skandinaviske fusion stort set glat igennem hos EU-myndighederne, der til gengæld var kritiske over for Arlas voksende engagement i Storbritannien. I kampens hede truede Dansk Supermarked, der nu ud over Føtex og Bilka også omfattede discountkæden Netto, med at importere tysk mælk, så danske forbrugere havde noget at vælge imellem i kølediskene. Det blev dog ikke til noget, da markedsundersøgelser tydede på, at danske forbrugere ganske vist forholdt sig kritisk til de monopolistiske tendenser i mejeribranchen. Men det store flertal fandt det endnu mere politisk ukorrekt at købe udenlandsk mælk i Danmark: Kun 25 procent, af de danske forbrugere var villige til at købe tysk mælk – også selvom prisen var markant lavere. Omsat til forbrugeradfærd syntes mælakens traditionsrige Danmarkshistorie således stadig at øve en vis indflydelse på den aktuelle meningsdannelse.

3. Kampen om kunde og ko

På baggrund af den historiske udvikling, bliver det forståeligt, hvorfor dansk mejeribrug aktuelt befinder sig i en politisk klemme mellem modstridende forventninger og krav fra kunder og leverandører, hjemmemarked og eksportinteresser. Det er på dette grundlag, vi må vurdere alvoren af det forbruger-bojkot som fra efteråret 2003 blev udløst af anklager mod Arla om misbrug af dominerende placering på markedet til at presse mindre mejerier ud af detailhandelens kølediske. Reaktio-nerne førte til tab af markedsandele på hjemmemarkedet, og blev i den offentlige debat sammenkædet med boycot på en række udenlandske markeder affødt af de såkaldte Muhammed-tegninger i 2005-6.¹

Hvor de udenlandske reaktioner tydeligvis er affødt af religionspolitiske protester, der i høj grad forekommer topstyrede, er hjemmemarkedets forbrugerreaktioner knyttet til lokale modsætninger mellem kundernes krav om valgfrihed og lave forbrugerpriser kontra kvægfolkenes krav om højere afregningspriser for mælken gennem stordrift. Desuden har der været massiv medieopmærksomhed om konflikter mellem økologisk og industrialiseret landbrugsproduktion. Ingen af disse interessekonflikter er »politiske« i snæver forstand, men for det fusionerede Arla forstærkes de massemedierede modsætningsforhold af fejderne mellem MD og Kløvmælk, der havde lokalpatriotiske overtoner. Hertil kommer, konflikter mellem hensynet til den traditionelle identitet på et traditionelt hjemmemarked, hvor der stadig er minimal konkurrence, og mere aggressiv profilering på eksportmarkeder, hvor der kræves store investeringer i global konkurrence. I begge tilfælde kan man tale om adfærd på politiserede markeder, der kan afføde mere eller mindre image-skadende forbrugerreaktioner. Sådanne fænomener kan dog ikke reduceres til slagord som »politisk forbrug« og »globalisering«, men må analyseres i en historisk sammenhæng, som tager højde for en bred vifte af meningsdannende interesser (Andriof et al. 2002).



Hvordan konkrete interessekonflikter kan tackles kommunikativt kan vi skematisk illustrere ved at placere andelsmejerierne (A) i en politisk kontekst defineret af virksomhedens tradition, legitimitet og reputation (Lund, 2004). Umiddelbart beror markeds-kontrollen på tillid hos forbrugere og mælkeproducenter (X), hvis præferencer helt eller delvis er ubekendte for A, og som kan påvirkes af mere eller mindre repræsentative opinionsledere i presse, radio og TV (Wiemann, 1994). Hertil kommer præferencer hos andre interessenter, f.eks. politiske beslutningstagere og detailhandelen. I det lange løb må A på et politiseret marked etablere en rimelig grad af overensstemmelse mellem det image, som aflejres hos forskellige dele af X, markedsføringens profilering af virksomheden samt dens traditionsbestemte identitet, *in casu* andelsformen. A kan i nogen grad styrke sin profil, f.eks. ved at hyre kreative reklamefolk. Men de øvrige elementer i det strategiske offentlighedsarbejde defineres i overvejende grad af interessenter uden for andels-selskabernes umiddelbare kontrol.

Historisk set har relationen på mejeriområdet mellem A og X været forholdsvis tillidsfuld – især i andelsbevægelsens *gründerzeit* ca. 1882-1935. På landet opnåede det enkelte andelsmejeri i realiteten monopol på konsummælk legitimeret gennem levering direkte fra ko til kunde. I byerne var der større grad af konkurrence, men det enkelte mejeri havde også her den traditionsbestemte fordel, at kontrollere hele konsummælkens formidling fra jord til bord – uden brug af grossister eller kædeorganiseret detailhandel.

Formaliseringen af mejeriernes indbyrdes samarbejde manifesteredes ved dannelsen af Danske Mejeriers Fællesorganisation i 1912. Ved ikke kun at organisere samtlige andelsmejerier, men også hovedparten af datidens privatmejerier, kunne det såkaldte Mejeri-kontor i høj grad udøve kontrol med erhvervets reputation og prisdannelsen på hjemme-

markedet: Gennem solidarisk optræden i offentligheden – herunder meningsdannede *branding* (f.eks. »Karolines Køkken«), og målrettet påvirkning af journalister og forbrugerne – forsøgte Fællesorganisationen (med stor dygtighed) at placere konsummælken som en privilegeret fødevare på det danske marked for levnedsmidler – både under og efter gennemførelsen af den offentlige mælkeordning af 1940.

Ved at gennemføre frivillig selvdisciplin i medlemskredsen lykkedes det i høj grad at begrænse myndighedskontrollen og opbygge et *image*, som det erhverv, familien Danmark skulle leve af. Samtidig optrådte mejeribrugget solidarisk på verdensmarkedet – formaliseret gennem etableringen af statsautoriserede eksportudvalg i 1933. Kritik af dansk landbrug var således en trussel mod landbrugseksporten og dermed mod den hjemlige beskæftigelse – og derfor at ligne ved landskadelig virksomhed.

På tværs af politiske skel var der enighed om, at de markeds-mæssige alternativer til selvregulering på landbrugsområdet var uønskede. I stedet fik dansk mejeribrug et system af koncessionerede selskaber, der effektivt kunne indgå i forhandlingsspil med kommunernes mælkeudvalg, som repræsenterede legitime forbrugerinteresser på mælkeområdet. På længere sigt havde den offentlige hjemmemarkedsordning imidlertid utilsigtede bivirkninger, som skabte splittelse mellem de hjemmemarkedsorienterede konsummejerier og eksportorienterede produktionsmejerier. At de koncessionerede mælkeordninger ikke desto mindre kunne opretholdes som uformelle karteldannelser længe efter dereguleringen af 1971, må betragtes som en erhvervspolitisk kraftpræstation, selvom det ikke lykkedes Danske Mejeriers Fællesrepræsentation at videreføre planøkonomien som et solidarisk »Mejeriselskabet Danmark«.

Medlemskabet af EF betød, at konkurrencemyndighederne nødvendigvis måtte sætte spørgsmålstegn ved legitimiteten af koncessionsordningerne. Samtidig gjorde liberalisering af næringslovgivningen kædebutikker i detailhandelen til kommercielle spillere, som var langt mere handlekraftige end de kommunale mælkeudvalg. De nye supermarkeder blev så at sige skudt ind i fødekæden mellem kunde og ko som et selvstændigt X: Mælk blev nu et prisfølsomt slagtilbud i dagligvarebranchen, som effektivt forsøgte at spille mejeriselskaberne ud mod hinanden for derigennem at opnå rabatter og markedsføringstilskud.

I en sådan konkurrencesituation har andels-selskaber den afgørende fordel, at de i et prispresset marked kan klare sig længere end de fleste andre selskabsformer, fordi andelshavere ikke kan forlade selskabet uden opsigelsesvarsel. Det betyder til gengæld også, at hvis to eller flere jævnbyrdige andelsselskaber fører priskrig, vil de ikke blot udrydde svagere konkurrenter, men også selv lide store tab – både hvad angår andelshavernes privatøkonomi og selskabernes investeringsmuligheder samt reputation og legitimitet.

Det var netop det, der skete i slutspillet mellem MD og Kløvermælk: Når det ikke længere var legitimt at fortsætte traditionen for solidariske aftaler om pris og markedsdeling, måtte de tidligere samarbejdspartnere enten forbløde eller fusionere. Samtidig betød det, at prisen på konsummælk blev holdt kunstigt nede, og at kontrollen med kunderne i høj grad gled over til detailhandelen. De fusionerede mejerier kunne ikke længere ubetinget regne med lokal forbrugerloyalitet eller at offentlig kritik blev anset for landsskadelig virksomhed, for nu fremstod danske mejeribrug som en ganske almindelige, multinationale virksomheder, der sloges om markeds-andele.

Det trak store veksler på andelsselskabernes reputation og legitimitet. På den baggrund kunne journalister og forbrugere tegne et nostalgisk billede af det danske mælkemarked som en monopolistisk forfaldshistorie: Der var en gang over 1600 selvstændige mejerier, som i fredelig sameksistens leverede mælk af høj kvalitet i regi af effektiv selvkontrol og lokalpatriotisme. Men så kom den store stygge MD/Arla og spolerede idyllen. Siden er forbrugspriserne steget, mens afregningen til mælkeproducenterne er faldet – med deraf følgende bitterhed hos kunde og ko.

Om denne meningsdannelse er faktuel korrekt eller ej, er – politisk vurderet – sagen ganske uvedkommende, så længe en betydelig del af forbrugerne, mælkeproducenterne og folkevalgte beslutningstagere handler på det massemedierede værdigrundlag. Det afgørende spørgsmål er i den sammenhæng ikke, hvordan den politiserede meningsdannelse svarer til mejeribrugets faktuelle identitet, men derimod hvem, der har interesse i den aktuelle form for historieskrivning.

Koens repræsentanter – mælkeproducenterne og Landbrugsrådet – har det næppe. Selvom disse dele af X sikkert jævnlige drømmer sig tilbage til de gode gamle dage, hvor Fællesrepræsentationen kontrollerede markedet sammen med de kommunale mælkeudvalg, erkender de fleste mælkebønder, at koncessioneret planøkonomi på mejeriområdet ikke lader sig genindføre. Nogle mælkeproducenter vælger i protest at prøve lykken hos uafhængige mejeriselskaber og søger derved – helt legitimt – at opnå en merpris for deres mælk, f.eks. gennem økologisk drift eller andre former for niche-produktion. Men en sådan option gælder nødvendigvis kun et mindretal. Flertallet af Danmarks 7000 mælkeproducenter deler skæbne med Arla: Jo flere *free-riders*, der under stor medieopmærksomhed bryder med Arlas bindingsregler og leveringspligt, jo større usikkerhed efterlades flertallet af andelshavere med.

Kundens repræsentanter på hjemmemarkedet – Konkurrencestyrelsen, Forbrugerrådet og de aktivistiske forbrugergrupper – har en legitim interesse i billig mælk af høj kvalitet. Fri konkurrence mellem nogle få ligeværdige udbydere er en mulig vej til at opnå noget sådant. Derimod sikres det hverken under monopolistisk udbud eller under midlertidige priskrige mellem meget ulige udbydere. Ligeværdig konkurrence kan både fremmes og svækkes gennem det, journalister betegner som »politisk forbrug«. Gennem boykot af en dominerende spiller kan forbrugeren markere en utilfredshed, men på et andelsbaseret marked vil det næppe have umiddelbar effekt i form af ændrede styrkeforhold. Derimod kan positiv opbakning bag små spillere eller nicheprodukter styrke forbruger-indflydelsen. Men det kræver en langsigtet og kollektiv indsats, som vanskeliggøres ved mangelfuld politisk organisering. De fleste kunder tænker kortsigtet og følelsesmæssigt. Ofte vinder materielle interesser over mere idealistiske hensyn (f.eks. villigheden til at betale merpris for økologiske varer) og sidst, men ikke mindst: Forbrugerne har under de herskende markedsforhold i praksis deponeret størstedelen af deres autonome valgfrihed hos magtfulde detailkæder på dagligvaremarkedet. På eksportmarkedene kompliceres relationen mellem kunde og leverandør yderligere af potentiel intervention fra regeringstalsmænd, oppositionspolitiske bevægelser og religiøse ledere.

Hvor de udenlandske interesserepræsentanter i de danske nyhedsmedier klart fremstår som politiserende i deres adfærd, tildeles repræsentanter for *detailhandelen* – Coop Danmark, Dansk Supermarked, Aldi og de andre kæder – en privilegeret rolle som neutrale eksperter og markedsanalytikere, f.eks. på konsekvenserne af prisstigninger eller ændret forbrugeradfærd. Journalisterne overser tilsyneladende, at netop supermarkedskæderne er blevet den helt afgørende magtfaktor på det danske mælkemarked. I de hjemlige Arla-sa-

ger er det således bemærkelsesværdigt, at Dansk Supermarked image-mæssigt kan slippe helskindet fra først at fjerne mælk fra mindre mejerier fra kølediskene og derefter score pluspoint på reputationen ved atter at lukke produkterne ind i butikkerne. Det illustrerer de faktiske styrkeforhold på dagligvaremarkedet: Hvis kæderne undlader at give plads på hylderne til alternative produkter, kan forbrugerne kun protestere – ikke i praksis øve markeds-mæssig indflydelse.

Massemediernes rolle – de mange nyhedsjournalister og få specialiserede fødevarermedarbejdere – fremstår som udenforstående iagttagere, men udøver i praksis en ganske effektiv indflydelse af politisk art. De påvirker bl.a. dagsordenen på Christiansborg. Ikke kun gennem det, der gøres og siges, men i mindst lige så høj grad gennem det, der ignoreres og forties. Den redigerende magt udøves ved professionelle valg af nyhedsværdige begivenheder og meningsdannende udspil samt den historiske ramme, de aktuelle historier sættes ind i. Konkret tager journalisterne udgangspunkt i Arla-fusionen anno 1999 og ser stort set bort fra den øvrige baggrundshistorie – herunder detailhandelens rolle på mælke markedet. Tidligere kunne andelsbevægelsen regne med ubetinget støtte i Venstre-pressen. Men med nyhedsmediernes større uafhængighed af de politiske partier, præger forbrugerperspektivet mediedækningen på tværs af partipolitisk tradition. Meningsdannelsen går så at sige fra konkurrencepræget ensidighed til monopolistisk ensartethed i den journalistiske fødekæde.

De politiske partier – først og fremmest Venstre og Socialdemokratiet – har igennem mange år profileret sig på landbrugsområdet i almindelighed og mælken i særdeleshed. Det afgørende nye efter årtusindeskiftet er dels EU's ændrede prioriteringer i landbrugsstøtten, dels Venstres placering som regeringsbærende på et program om forbrugernes frie valg. Hvor andelsbevægelsen tidligere

kunne regne med politisk opbakning hos Venstre mod kritik fra konservative handelsinteresser og socialdemokratiske forbrugershensyn, er situationen nu folketingspolitisk præget af et meningsdannende spil, som i den konkrete sag kan sammenfattes under overskriften »Alle mod Arla«. Det er vel at mærke ikke et resultat af politisk forbrugeradfærd af kontrollerende art, men snarere af ændrede prioriteringer i Folketinget – herunder realpolitiske hensyn til flertalsdannelsen og EU-reglerne.

Som dominerende producent på det danske mælke marked behøver Arla Foods næppe af økonomiske grunde bekymre sig, så længe hovedparten af detailhandelen (og de mange »upolitiske« forbrugere) køber Arla-produkter. Derimod tilsiger frygten for politisk regulering at værne om virksomhedens legitimitet og reputation. Indtil nu har Arla på dette felt valgt at satse defensivt på juridiske argumenter suppleret med *corporate branding* (Kunde, 2001). Men det er tvivlsomt, om en sådan strategi skaber større forståelse for Arlas modsætningsfyldte markedssituation hos politiske modstandere, forbrugere, konkurrencemyndigheder og journalister. Tværtimod betyder et korporativt varemærke, at enhver enkeltsag smitter af på hele virksomhedens omdømme. Derimod kunne en offensiv satsning på traditionsbaseret *priming* skabe bedre grundlag for politisk meningsdannelse i samspil med landbrugserhvervet som helhed (Højberg m.fl. 2002).

På et politiseret marked som det foreliggende skjuler den meningsdannende nyhedsdækning nemlig ufatteligt meget ved at sætte kritisk fokus på relativt lidt (Lund, 2002). Spillet »Alle mod Arla« kan derfor betragtes som en politisk afmagtshandling og et symptom på journalistiske undladelser. Anskuet snævert ud fra en forenklet David mod Goliath dramaturgi overser meningsdannere, at det på dagligvaremarkedet hverken er danske forbrugere eller mælkeproducenter, men dan-

ske og udenlandske detaillister, der sætter dagsordenen. I den sammenhæng er både kunde og ko-statister, der kan tages som gidsler af de krigsførende parter. Men frie aktører med politisk autonomi, er de ikke.

4. Den klientgjorte borger

Den historiske meningsdannelse på mælke-markedet lægger mere alment op til en institutionsanalytisk problematisering af begrebet »politisk forbrug« som autonom kraft på et kæde-kontrolleret dagligvaremarked. Konkluderende vil jeg derfor foreslå, at vi til forskningsformål betragter »politisk forbrug« som et ubekendt og modsætningsfyldt X, der primært eksisterer som en journalistisk konstruktion, og derved handlingssociologisk medialisere politiserede roller som *borger* og *klient*.

I princippet kunne den danske mælkebruger for hundrede år siden optræde som fri og ansvarlig borger ved gennem sit mælkekonsum at bekræfte sin politiske identitet i med- og modspil til andre forbrugere. På landet ved at støtte det lokale erhvervsliv. I byerne ved at manifestere sit klassetilhørsforhold. Borgerrelationen blev imidlertid under den offentlige koncessionsordning og efterfølgende karteldannelse gradvist transformeret til *patron-klient forhold*, hvor det frie mælkeforbrug blev gjort afhængigt af politisk dikterede priser og topstyrede leveringsaftaler. Samtidig løstes de danske statsborgeres partipolitiske bånd (af mange andre grunde) og medvirkede til, at velfærdsstatens (for)brugere i stigende grad optrådte som passive tilskuere snarere end politiske aktører i det sociale liv.

Ved punktvis at optræde aktivistisk i sin daglig(vare)handel, signalerer (et mindretal af) danske forbrugere ønsket om at træde ud af den passive klient-rolle, f.eks. gennem boykot eller villighed til at betale merpris for niche-produkter med henvisning til miljø- og økologipolitiske hensyn. På tilsvarende vis kan forbrugere, f.eks. i Iran og Saudi Arabi-

en, fravælge Arla-produkter med henvisning til religionspolitiske hensyn. Men selvom ansvarligheden kan opleves som stor, er handlefriheden begrænset. Imellem konsument og producent står magtfulde interessenter, der handler strategisk ud fra materiel egen nytte og andre særinteresser, der kun i begrænset omfang har med forbruger-præferencer at gøre. Det er således langt fra alle varemærker, den enkelte forbruger har umiddelbar adgang til. Kun de varenumre, der stilles til rådighed af detailhandelen inden for den enkelte forbrugers handlingsradius, kan der øves en vis grad af kontrol over. Hvis mange andre forbrugere vel at mærke gør ligeså.

Ergo kan vi betragte meningsdannelsen bag hybrid-rollen *politisk forbruger* som resultatet af et historisk kompromis mellem borger og klient i form af relativt *ufrie manifestationer af frustreret ansvarlighed* formidlet gennem stedfortrædende patroner – primært detailhandelen og nyhedsmediernes i Danmark. Statsprivilegerede grossister og imamer i den arabiske verden. Derfor forekommer det forskningsmæssigt mest perspektivrigt at analysere aktivistisk forbrug som politisk knyttet til en social rolle som »klientgjort borger«.

Konkret kan det, vi har været vidne til under de såkaldte »Arla-sager« 2003-6, betragtes som en afmægtighedsreaktion, der kun i begrænset omfang har manifesteret sig i strategisk handlen. De nyhedsformidlende massemedier har forstærket aktivistiske forbrugeres umiddelbare handlemuligheder. Men nyhedsmediernes ager selv på et politiseret marked, som sætter grænser for journalisters valgmuligheder og handlefrihed. »Politisk forbrug« på fødevareområdet er således et begreb, som nyhedsmediernes kan være med til at udbrede – og dermed fremme som ramme om mere eller mindre fri og ansvarlig forbrugeradfærd. Endnu væsentligere for forståelsen af fænomenet forekommer det dog, at som følge af detailhandelskædernes kontrol

med udbudet i butikkerne, kan slutbrugerne hverken individuelt eller kollektivt udtrykke politiske holdninger fuldstændig frit gennem meningsdannende købsadfærd.

Kort sagt: Aktivistisk handlen i forbrugerrollen sker altid med udgangspunkt i begrænsede frihedsgrader defineret af medierende interesser. Hvis der i Danmark anno 2006 på mejeriområdet skal peges på markedsdominerende kræfter, som i praksis udøver effektiv forbrugskontrol, er det hverken frustrerede forbrugere, politiske partier, monopolstyrende myndigheder, frikøbte mælkeproducenter eller fusionerede mejerier, men derimod detailhandelskædernes indkøbschefer. Stærkt medvirkende til deres privilegerede position er, at supermarkedernes indkøbspolitik i journalistisk meningsdannelse betragtes som en upolitisk aktivitet, der stort set aldrig problematiseres i det offentlige rum.

Note

1. Om Arlas rolle i den såkaldte Muhammed-sag se artiklen af Hans Rask Jensen i dette nummer af *Politik & Økonomi* s. 48.

Referencer

- Andriof, Jörg et al. (2002). *Unfolding Stakeholder Thinking*. Greenleaf Publishing.
- Björn, Claus m.fl. (1982): *Dansk mejeribrug 1882-2000*. Danske Mejeriers Fællesorganisation.
- Campbell, John L. (2004): *Institutionel forandring og globalisering*. Akademisk Forlag.
- Cheney, George et al. (2004): *Organizational Communication in an Age of Globalization*. Waveland Press.
- Ellert, Holger m.fl. (1962): *The Dairy Industry of*

Denmark. The Federation of Danish Dairy Associations.

- Freeman, Edward R. (1984): *Strategic Management – A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Hansen, Jens Otto Kjær (2004): *I Andres brød. Håndbog i informationsjournalistik, virksomhedskommunikation og public relations*. Forlaget Ajour.
- Horst, Maja (2003): *Controversy and Collectivity – Articulations of Social and Natural Order in Mass Mediated Representation of Biotechnology*. CBS-ph.d.-thesis.
- Højberg, Jesper m.fl. (2002): *Al den snak om landbrug – selvpfattelse, image og omdømme*. LOK.
- Jensen, Hans Rask (1984): *Forbrugerpolitik og organiseret forbrugerarbejde*. Akademisk Forlag.
- Kristensen, Svend Winther (1986): *Kampen om mælken. En erhvervshistorie om Mejeriselskabet Danmark*. Landbohistorisk Selskab.
- Kunde, Jesper (2001). *Unik nu ... eller aldrig*. Børsens Forlag.
- Lund, Anker Brink (1997): *Smitsomme sygdomme i dansk journalistik*. Munksgaards Forlag.
- Lund, Anker Brink (2002): *Den redigerende magt – Nyhedsmediernes politiske indflydelse*. Aarhus Universitetsforlag.
- Lund, Anker Brink (2004): *Niche Nursing Political Networks: Priming and Framing before Spinning*. Modinet.
- Sestoft, Christine (2002): *Med hensyn til den politiske forbruger*. Akademisk Forlag.
- Slumstrup, Finn (2006): *Ballonskipperen. Fra Bennikegaard til Mejeriselskabet Danmark*. Poul Kristensen Forlag.
- Stockmann, Erik (1992): *Større, færre og billigere: Dansk dagligvarehandels historie i vort århundrede*. Schønbergs Forlag.
- Sørensen, Mads P. (2004): *Den politiske forbruger*. Hans Reitzels Forlag.
- Wiemann, Gabriel (1994): *The Influentials: People Who Influence People*. State University of New York Press.

Politisk motiveret forbrug: Belønner forbrugere virksomheders sociale ansvar?

Suzanne C. Beckmann, professor, Dr.rer.soc.,
Copenhagen Business School*

»How selfish soever man may be supposed, there are evidently some principles in his nature, which interests him in the fortune of others, and render their happiness necessary to him, though he derives nothing from it except the pleasure of seeing it.«

Adam Smith, The Theory of Moral Sentiments, 1759

1. Forbrugeren som interessent

Hvorfor handler forbrugere altruistisk, f.eks. når de giver økonomiske bidrag til velgørende organisationer, vælger at betale en højere pris for miljørigtige produkter, eller endog at donere organer til andre mennesker? En forklaring kan være et dybtliggende menneskeligt ønske om at føle dét, Andreoni betegner som en indre »varm glød« (Andreoni 1990). En sådan motivation står imidlertid i skarp kontrast til et mere traditionelt økonomisk perspektiv på mennesker som selviske, nytte-optimerende individer. Det er da også et åbent spørgsmål, om forbrugerne føler denne »varme glød« i forhold til virksomheder, der handler altruistisk, og om de belønner disse virksomheder derefter, f.eks. i form af mere positive oplevelser af virksomhedernes ry og rygte, forbedret brand image, eller større forbrugerloyalitet.

At opnå et positivt svar på sidstnævnte spørgsmål er et centralt argument for at den

enkelte virksomhed bør forpligte sig til, og engagere sig i, social ansvarlighed. Det er et underliggende tema i hele interessenttankegangen: en socialt ansvarlig virksomhed må forventes at tage hensyn til de interesser og at leve op til de krav, der stilles af dens vigtigste interessenter – dvs. de aktører som, direkte eller indirekte, kan påvirke, eller blive påvirket af, virksomhedens aktiviteter (Donaldson & Preston 1995; Jones 1995; Maignan, Ferrell et al. 1999; Waddock 2000). Disse aktører kan eksempelvis være kunder, leverandører, medarbejdere, aktionærer, investorer, medier, lovgivere eller interesseorganisationer (Freeman 1984).

Forbrugerne er utvivlsomt nøgleinteressenter for virksomhederne i den udvekslingsproces, som kendetegner markedsføring (Hunt & Vitell 1992; Folkes & Kamins 1999). Ikke desto mindre er der forsket relativt lidt i forholdet mellem virksomhedernes CSR aktiviteter (CSR = corporate social responsibility) og forbrugernes opfattelser, holdninger og adfærd i et interessentperspektiv. Derudover spreder sig de få undersøgelser, som beskæftiger sig med forbrugeradfærd og markedsføring i et interessentperspektiv, over en meget bred, og til tider usammenhængende, række af temaer. Dertil kommer, at en del studier mere implicit konceptualiserer forbrugerreaktioner, eller

mangel på samme, som henholdsvis brand-evalueringer eller købsintentioner.

Denne artikel vil derfor fokusere på hvad vi i dag ved om hvornår, hvorfor, og hvordan forbrugerne reagerer på forskellige typer af CRS aktiviteter – med udgangspunkt i, at disse reaktioner kan underordnes overskriften »politisk motiveret forbrug«, fordi dette fænomen er den anden side af medaljen »corporate citizenship«. På denne baggrund vil det være muligt at identificere væsentlige temaer, der er relevante at studere nærmere for de organisationer, der er villige til at engagere sig i CSR aktiviteter, og er interesserede i at anskueliggøre dette engagement i deres kommunikation med en eller flere af organisationens vigtige interessenter. Med henblik på fuldt ud at forstå den nuværende situation inden for området, er det på sin plads at starte med en kort historisk introduktion til CSR tankegangen, som den har udviklet sig inden for forbruger- og marketingforskningen hidtil.

2. Ny vin på gamle flasker?

Traditionelt set har marketing managere antaget et aktionærperspektiv i opstillingen af succeskriterier for virksomhedens marketingaktiviteter. Formuleret i simple termer vil det sige, at man har målt sin succes på salg, profit, og/eller markedsandele for et givet produkt eller serviceydelse. I dag vinder interessentperspektivet imidlertid i stadig højere grad indpas, og både i relation til marketing og ledelse oplever virksomhederne et øget pres for at udvise godt »borgerskab« i ethvert land, de måtte operere i (Pinkston & Carroll 1994). At dømme efter den offentlige debat, forventes virksomhederne i dag mere end nogensinde før at leve op til deres økonomiske, juridiske, etiske og øvrige forpligtelser, ikke bare i forhold til aktionærene, men også i forhold til medarbejderne, kunderne, de øvrige interessenter og samfundet som helhed (Sen & Bhattacharya 2001). Virksomhedens sociale ansvar er dermed blevet et populært koncept blandt såvel prakti-

kere som akademikere (Brown & Dacin 1997; Osterhus 1997; Handelman & Arnold 1999), og mange taler stærkt for at CSR aktiviteter må betragtes som en nødvendig adgangsбилет for at drive forretning i det 21'ende århundrede (Altman 1998).

Denne idé er dog så langt fra ny. Både inden for marketing- og ledelseslitteraturen har man diskuteret social ansvarlighed i adskillige årtier, i USA helt tilbage til 1930'erne (Berle & Means 1944 (1932)). Navnlig i 1960'erne og 1970'erne så man en stærk interesse inden for dette område – en interesse, der så er dukket op igen med jævne mellemrum frem til i dag. For eksempel argumenterede Austin (1965) for at virksomhederne skulle vurdere hvilke sociale konsekvenser, der kunne forventes af deres strategiske beslutninger, og de teknologiske fremskridt, de satte i værk. Dette skulle ikke mindst ske for at forhindre unødige politiske indgreb, f.eks. i form af ny lovgivning. I tråd med dette foreslog Grether i 1969 (Grether 1969), at det var nødvendigt at de private virksomheder involverede sig socialt, og at denne involvering måtte foregå gennem den konkurrencestyrede markedsøkonomi, således at der blev taget hensyn til såvel sociale som konkurrencemæssige vilkår: »Store, diversificerede, nationale og multinationale virksomheder, der er tæt indbyrdes forbundne på så mange niveauer, må nødvendigvis pålægges et stærkt socialt ansvar« (s. 41, forfatterens oversættelse). I (Vest-)Tyskland kan man spore debatten om virksomhedernes sociale ansvar tilbage til 1970'erne, hvor Ulrich (1977) f.eks. introducerede sit koncept af virksomheden som en halv-offentlig institution. Denne debat resulterede i de såkaldte »Eksterne sociale Indberetninger« (Dierkes 1974; Brockhoff 1976), som først meget senere blev efterfulgt af de »Ethiske Regnskaber«, der kendes i Danmark. I USA publicerede Rådet for Økonomiske Prioriteter (Council on Economic Priorities) allerede i 1986 dét, som i undertitlen hedder »En provokerende håndbog over virksomhe-

derne bag de produkter, du køber hver dag« (Lydenberg, Marlin et al. 1986).

I marketinglitteraturen har tilsvarende interesser og bekymringer været rejst. For eksempel efterlyste Lazer (1969) en bredere forståelse af marketingkonceptet, hvor det relevante ansvarsområde udgør meget mere end profit og omfatter en form for »institutionaliseret social kontrol, som er af afgørende betydning for en nyorientering af kulturen, fra en producent til en forbruger orientering« (s. 3, forfatterens oversættelse) – et perspektiv, som senere vandt genklang i et andet velkendt begreb, nemlig markedsorientering (Kohli & Jaworski 1990; Jaworski & Kohli 1993). Lavidge (1970) fastholdt ligeledes, at marketing ikke blot var blevet tilført flere funktioner og bredere spændvidde, men også i stigende grad vil blive mødt med krav om at råde bod på uansvarligheder. Han lagde tillige vægt på dynamikken i disse krav: »Historien viser, at standarden vil blive hævet. Visse fremgangsmåder, der i dag generelt anses for acceptable, vil gradvist komme til at fremstå som uetiske, siden umoralske, og vil til sidst blive gjort ulovlige« (s. 25, forfatterens oversættelse). Dette udsagn er bestemt i god overensstemmelse med den udvikling, der er sket over de følgende tre årtier!

En anden gren af marketinglitteraturen har været optaget af »social marketing«, hvilket vil sige, at man har beskæftiget sig med anvendeligheden af marketingkoncepter i relation til at fremme sociale »mærkesager« (Kelley 1971; Kotler & Zaltman 1971). I tråd hermed blev »cause-related marketing« et populært emne, defineret som »den proces, hvori man formulerer og implementerer marketingaktiviteter, der er karakteriseret ved at virksomheden bidrager med et fastsat beløb til en bestemt sag, når kunderne indgår i en omsætningsgivende udveksling, der imødekommer organisatoriske og individuelle mål« (Varadarajan & Menon 1988), s. 60, forfatterens oversættelse). Se også (Strahilevitz

1999; Cornwell & Smith 2001; Lafferty & Goldsmith 2005). Siden kunne man i 1980'erne og 1990'erne observere en mere ledelsespræget tilgang til marketing, social ansvarlighed og forretningsetik (Robin & Reidenbach 1987; Drumwright 1994; se Kilbourne & Beckmann (1998) for en meta-analyse af marketing- og forbrugeradfærdslitteraturen med særligt fokus på økologi).

Marketinglitteraturen anvender i det væsentligste den samme forståelse af CSR's rationale som den, man finder i andre videnskabsgrene, nemlig at en socialt ansvarlig virksomhed må forventes at tage hensyn til de interesser, og leve op til de krav, der stilles af dens vigtigste interessenter – dvs. de aktører som, direkte eller indirekte, kan påvirke, eller blive påvirket af, virksomhedens aktiviteter (Donaldson & Preston 1995; Jones 1995; Maignan, Ferrell et al. 1999; Waddock 2000). Disse aktører kan eksempelvis være kunder, leverandører, medarbejdere, aktionærer, investorer, medier, lovgivere eller interesseorganisationer. Der er derimod langt mindre enighed om, hvilke elementer der egentlig udgør virksomhedens sociale ansvarlighed. Budene strækker sig fra Carroll's (1998) »four faces of corporate citizenship«, der omfatter økonomiske, juridiske, etiske, og filantropiske elementer, til Lantos (2001; 2002), som argumenter for at altruistisk (hhv. filantropisk) CSR bør udelades af betragtningen, mens etiske mål er en del af strategiske mål.

3. At udstikke forskningsfeltet

Ligesom tidligere kan et kort historisk tilbageblik over den relevante litteratur hjælpe til at forstå de rødder hvorfra forbrugerperspektivet på CSR stammer. I den engelsksprogede litteratur kan konsumentadfærdsstudier koblet til virksomhedernes sociale ansvarlighed spores tilbage til 1970'erne, ligesom det var tilfældet inden for management- og marketinglitteraturen. Her går de fleste referencer tilbage til Berkowitz og Lutterman (1968), som tegnede en profil af den »alment socialt ansvarlige per-

sonlighed«. I overensstemmelse med tidens interesser inden for marketingdisciplinen fokuserede de fleste undersøgelser først på demografiske, og siden på sociografiske og psykografiske kriterier, i forsøget på at identificere forbrugersegmenter, der kunne regnes for interesserede i virksomheders social ansvarlighed (på det tidspunkt med fokus på miljøansvarlighed) (Anderson & Cunningham 1972; Kinnear & Taylor 1973; Kinnear, Taylor et al. 1974; Webster 1975; Brooker 1976; Mayer 1976; Scherhorn & Grunert 1988). Ofte var resultaterne af disse undersøgelser utilstrækkelige og ind imellem ligefrem selvmodsigende. Den forskningsgren, der fordybede sig i det »grønne« segment, fremskyndte et væld af »grønne« produkter og »grønne« reklamer, samt en øget interesse i energibesparelse, affaldshåndtering og genbrug. I de tidlige 1980'ere så man følgelig starten på en ny forskningsstrøm, der især interesserede sig for forudsætningerne for socialt ansvarlige adfærdsformer, f.eks. genbrug og køb af »grønne« produkter. Denne forskning havde til tider det formål at udvikle kommunikationskampagner, der kunne bekræfte forbrugerne i sådanne købsbeslutninger og sådanne typer af adfærd i forbindelse med både køb og afhændelse af produkter. Igen fandt man det vanskeligt at påvise en sammenhæng mellem miljørelaterede holdninger og adfærd hos forbrugerne (Balderjahn 1988; Beckmann 2005a; Beckmann 2005b). Det er værd at bemærke, at denne forskningsstrøm desuden bibragte feltet en række andre koncepter, der var anvendelige som variable i designet af de enkelte studier. Det drejede sig eksempelvis om måling af forbrugerviden, motivation, gruppepåvirkning, og cost-benefit overvejelser (Ölander & Thøgersen 1995; Kilbourne & Beckmann 1998).

Generelt betragtet baserer mange konsumentadfærdsstudier sig på det kognitivt inspirerede paradigme, der anskuer forbrugeren som et rationel informationsbearbejdende individ. Det betyder, at man her – mere eller mindre eksplicit – undersøger forudsætninger, korrelatio-

ner, og konsekvenser af forskellige faser i forbrugeren beslutningsproces: Behovserkendelse -> informationssøgning -> vurdering af alternativer -> beslutning (-> handling, køb/ikke køb) -> efterkøbsadfærd, samt vurdering af forbrugeren oplevelser med det pågældende produkt eller service.

Disse faser af beslutningsprocessen kan fortolkes som følger i en politisk forbrug og CSR kontekst:

- Behovserkendelse refererer til forbrugeren bevidsthed om og interesse i virksomheders CSR aktiviteter som en ekstra, ikke-funktionel produkt egenskab. Denne »egenskab« kan bestå i en virksomheds holdning til miljø eller i forbrugeren bevidsthed om at købsbeslutninger kan have politiske konsekvenser. Man kan derfor sige, at begrebet »behov« her forstås som ønsket om at udtrykke symbolske værdier, der går videre end den funktionelle værdi.
- Både informationssøgning – aktiv såvel som passiv – og vurdering af alternativer er faser, der påvirkes af holdninger og overbevisninger vedrørende produkt, brand, og/eller virksomhed. Det betyder, at forbrugeren kan forventes aktivt at søge information om typen og graden af en virksomheds CSR aktiviteter, med det formål at søge indfrielse af særlige symbolske værdier. Det kan dog også betyde, at et brand, som forbrugeren har en stærk relation til, vil blive foretrukket frem for andre brands, uanset hvor dedikeret virksomheden bag brandet er til CSR. Samtidig præges forbrugeren holdninger og overbevisninger af både personlige, kommercielle og ikke-kommercielle informationskilder.
- Køb måles som oftest som købsintentioner. Det vil i dette tilfælde sige intentioner om at købe produkter eller serviceydelser af virksomheder, der er engageret i CSR – og dermed at give udtryk for politisk/socialt overbevisninger.
- De oplevelser, forbrugeren har med det købte produkt eller serviceydelse er for så vidt relevant, når en negativ oplevelse f. eks. med hensyn til produktkvalitet kan danne modvægt til forbrugeren holdninger og dermed formindske dennes loyalitet, selv over for CSR-aktive virksomheder.

Af de studier, der beskæftiger sig med forholdet mellem konsumentadfærd og CSR, er det imidlertid meget få, der eksplicit inddrager

denne beslutningsproces. I de fleste tilfælde undersøger man en eller to faser samt nogle udvalgte begreber, der er relevante i forhold hertil. Dette gælder både for kvalitative og kvantitative undersøgelsesmetoder. Det er også væsentligt at hæfte sig ved, at disse faser i beslutningsprocessen meget vel kan være iterativt forbundne samt at en del af begreberne ikke nødvendigvis indgår i en entydig årsags-virkning-sammenhæng. Nedenstående tabel forsøger at sammenfatte denne lidt uklare situation (og dermed afspejle den kompleksitet, som er kendetegnende for menneskelig beslut-

ningstagning) ved kun implicit at repræsentere de nævnte fire hovedfaser.

Desuden er der endnu flere begrænsninger at tage højde for: I mange af de undersøgelser, der her refereres til, ser man kun på bestemte aspekter af CSR aktiviteter, hvilket i sagens natur giver et begrænset indblik i forbrugernes reaktion i forhold til CSR. Kun sjældent vælger man at inddrage hele det spektrum af CSR aktiviteter, der findes. Det kan være udtryk for flere grunde: enten 1) vælger flertallet af virksomhederne ikke at engagere sig i alle typer af

Undersøgelses resultater	Kilde
<i>Forbrugere er vidende om, og interesserede i, CSR og siger at CSR er et beslutningskriterium</i>	Creyer & Ross (1997) Handelman & Arnold (1999) Lewis (2003)
<i>CSR fremmer positive holdninger over for virksomheden og/eller brandet</i>	Brown & Dacin (1997) Lichtenstein, Drumwright & Braig (2004) Murray & Vogel (1997)
<i>CSR fungerer som et værn i krise situationer: et proaktivt CSR engagement er vigtigt</i>	Dawar & Pillutla (2000) Dean (2004) Klein & Dawar (2004) Ficks (2005) Werther & Chandler (2005)
<i>Forbrugere bedømmer sammenhængen mellem CSR initiativer og virksomhedens ry samt tidligere adfærd, og anvender timingen af initiativerne i deres fortolkning</i>	Becker-Olsen, Cudmore & Hill (2006) Dean (2004) Ricks (2005)
<i>De positive effekter af CSR aktiviteter overføres til strategiske alliancer (sponsor aktiviteter, co-branding, non-profit)</i>	Cornwell & Smith (2001) Lafferty & Goldsmith (2005) Ross, Patterson & Stutts (1992)
<i>Forbrugerholdninger påvirkes stærkere af uetisk adfærd end af positiv CSR adfærd</i>	Elliott & Freeman (2001) Folkes & Kamins (1999)
<i>Mangel på viden, bevidsthed og/eller interesse – og meget lidt viden om hvilke virksomheder, der er CSR engagerede og hvilke, der ikke er</i>	Auger et al. (2003) Belk, Devinney & Eckhardt (2005) Boulstridge & Carrigan (2000) Carrigan & Attalla (2001)
<i>Forbrugernes støtte til den af virksomheden valgte mærkesag er vigtig</i>	Lichtenstein, Drumwright & Braig (2004) Sen & Bhattacharya, 2001
<i>Forbrugere afvejer CSR mod traditionelle beslutningskriterier (»gamle vaner er svære at knække«)</i>	Andreau et al. (2004; 2005) Beckmann et al. (2001) Boulstridge & Carrigan (2000) Carrigan & Attalla (2001) Mohr, Webb & Harris (2001)
<i>Produkt kategori og/eller pris spiller en rolle</i>	Elliott & Freeman (2001) Mohr & Webb, 2005 (2005) Strahilevitz (1999) Strahilevitz & Myers (1998)
<i>Begrænset villighed til at betale mere: effekten af individuelle cost-benefit analyser</i>	Creyer & Ross (1997) Osterhus (1997)
<i>Skeptiske og kyniske holdninger vedrørende CSR (kommunikation)</i>	Mohr, Webb & Harris (2001) Sen & Bhattacharya (2001) Swaen & Vanhamme (2004)
<i>Forbrugere skelner mellem personalige og sociale konsekvenser af etisk/uetisk virksomhedsadfærd</i>	Baron (1999) Pitts, Wong & Whalen (1991)
<i>Forbrugere, der er for CSR, findes, men det er vanskeligt at beskrive dem præcist</i>	Auger et al. (2003) Hustad & Pessemier (1973) Mohr, Webb & Harris (2001) Roberts (1995; 1996)
<i>Der finde nationale og kulturelle forskelle mht. CSR</i>	Andreau et al. (2004, 2005) Maignan & Ferrell (2003)

Tabel 1. Undersøgelsesresultater vedrørende relationen mellem forbruger og CSR

SCR aktiviteter, eller 2) den enkelte virksomhed er fortrinsvis kendt for et bestemt sæt af CSR aktiviteter, eller 3) undersøgelsens design bliver for kompliceret, fra et metodologisk synspunkt, til at kunne bidrage med valide og pålidelige resultater, såfremt hele registret af mulige aktiviteter inddrages.

En anden væsentlig bemærkning er, at langt de fleste af de studier, som refereres til i denne gennemgang, er foretaget i USA. Af kulturelle, politiske, og historiske grunde begrænser dette muligheden for at generalisere til Europa, eller endog Skandinavien (se Beckmann, Morsing & Reisch angående explicit og implicit CSR (2206), baseret på Matten og Moon (2004)).

4. Hvad vi ved og hvad vi ikke ved

En række engelsksprogede akademiske tidskrifter inden for disciplinerne marketing, forbrugeradfærd og kommunikation er blevet undersøgt med henblik på at identificere studier, der omhandler forbrugerreaktioner i forhold til CSR (se Tabel 1).

Når resultaterne grupperes efter de fire faser i processen, kan de opsummeres som følger:

- Behovserkendelse (bevidsthed, viden, interesse): Flertallet af forbrugere giver udtryk for interesse i CSR, mens bevidsthedsgrad og viden om virksomhedernes CSR aktiviteter er meget varierende blandt forbrugerne. Størstedelen af forbrugerne er i det store og hele uvidende om at mange virksomheder er engageret i en eller flere typer af CSR aktiviteter. Andre forbrugere er skeptiske eller ligefrem kyniske i deres syn på virksomhedernes CSR aktiviteter og kommunikation herom.
- Informationssøgning og evaluering af alternativer (holdninger og overbevisninger): Overordnet set har mange forbrugere en positiv holdning til virksomheder, der påtager sig et socialt ansvar og handler derefter. Der er imidlertid en række aspekter, der komplicerer det billede, der tegner sig. Det drejer sig f.eks. om virksomhedens almene ry og rygte, sammenhængen mellem virksomheden og den mærkesag hvortil CSR aktiviteten er knyttet, forbrugers personlige forhold til den pågældende sag, forskellen mellem proaktive og reaktive CSR

initiativer, produkt kvalitet, og pris. I stort set alle tilfælde gælder det endvidere, at relationen mellem de holdninger, man som forbruger giver udtryk for, og de valg, man træffer, er svag.

- Køb (hhv. købsintention): De fleste forbrugere er uvillige til at gå på kompromis med kerneegenskaberne ved et produkt, f.eks. pris og kvalitet. Ikke desto mindre fungerer en proaktiv adfærd omkring CSR som en slags »værn« i eksempelvis kritiske situationer, hvor et produkt på en eller anden vis har voldt skade. Tilsvarende synes forbrugerne at være mere tilbøjelige til at se gennem fingre med negativ information om en virksomhed, som er dedikeret til CSR, og forbliver således ofte loyale, selv om der skulle forekomme en fejl af og til fra virksomhedens side. Endelig er forbrugerne mere følsomme over for uetisk adfærd end de er over for ansvarlig adfærd, dvs. at kritisabel eller uansvarlig adfærd skader virksomheden mere end positiv eller ansvarlig adfærd hjælper den.
- Efterkøbsadfærd: Mange forbrugere ser CSR aktiviteter på linie med mere traditionelle produktegenskaber, og derfor vil en negativ produktoplevelse i langt de fleste tilfælde give bagslag og forhindre genkøb, virksomhedens CSR aktiviteter desuagtet.

Denne viden om forbrugerne og deres holdninger og adfærd kompliceres yderligere pga. individuelle, sociale, og nationale forskelle på tværs af processens faser og de dertil knyttede begreber. Desværre er holdninger og adfærd hverken simpelt eller direkte relateret til eksempelvis demografiske faktorer som alder og køn, eller individets socioøkonomiske samfundsposition. De kan heller ikke forudsiges med sikkerhed på baggrund af situationsafhængige faktorer såsom produkt, pris eller butiksmiljø. Derudover kan individuelle forskelle omfatte udvalgte etiske interesser: den samme forbruger kan således foretrække et brand, fordi det er produceret på miljømæssigt forsvarlig vis, mens hun/han er uvidende om eller uinteresset i andre aspekter såsom arbejdsmiljø eller racediskrimination. Og en rundspørge blandt danske studerende fandt for nylig at interessen er faldet med 13% i perioden fra Oktober 2003 til Januar 2006 (Beckmann 2004; Børsen 2006), på trods af at CSR kommunikation har været

fremtrædende i medierne og i undervisningsøjemed i denne periode.

Når alt kommer til alt, er det således overraskende lidt vi i dag ved om forbrugernes reaktioner på CSR aktiviteter. Et af de få konsistente resultater, der viste sig i adskillige studier, går på at en vigtig faktor i forudsigelsen af etisk konsumentadfærd hos den enkelte er dennes tidligere adfærd i forhold til sociale mærkesager. Det er med andre ord sandsynligt, at en forbruger, der var aktiv i kampen mod atomkraft i slutningen af 1970'erne, er blevet forbruger af økologiske varer i 1980'erne, og siden en af de forbrugere, der belønner virksomheder for CSR aktiviteter i 1990'erne. Forbrugerholdninger er dermed et muligt fundament for segmentering med henblik på at markedsføre sig over for politisk motiverede forbrugshandlinger.

På basis af deres fokusgruppeundersøgelse med britiske forbrugere præsenterer Carrigan og Attalla (2001) en matrix, der netop kan gøre det ud for et sådant fundament (se Figur 1)

De »interesserede og etiske« forbrugere udgør den gruppe, der er politisk motiveret og derfor ønsker og søger information vedrørende CSR aktiviteter og handler i overensstemmelse med deres holdninger i denne sammenhæng. Det er også denne gruppe af forbrugere, der med størst sandsynlighed vil være modtagelige for CSR-relateret markedskommunikation. At få de »forvirrede og usikre« forbrugere engageret i en dialog, derimod, er formentlig vanskeligt, fordi denne gruppe ganske vist er interesserede, men også forvirrede og rådvilde over den modstridende information der tit findes omkring CSR – og den manglende hjælp til at skabe mening ud af informationsstrømmen. De »uinteresserede og kyniske« forbrugeres opmærksomhed er ligeledes svær at fange, idet de ikke er overbeviste om at virksomhederne i virkeligheden er socialt ansvarlige, og derudover lægger mindst lige så stor vægt på andre produkttegenskaber, så som pris, kvalitet, og bekvemmelighed. Slutteligt er gruppen af »uvidende« forbrugere stort set tabt på forhånd, fordi de netop er uvidende om og sam-

		CSR awareness	
		high	low
CSR response	high	<i>caring and ethical</i>	<i>confused and uncertain</i>
	low	<i>cynical and disinterested</i>	<i>oblivious</i>

Figur 1. Matrix over forbrugerbevidsthed og respons

tidigt uinteresserede i emnet. Her kan en ændring i den enkeltes livssituation dog vække interessen. Et eksempel på dette kan være en nybagt mor, der hidtil har været uvidende om Nestlé's aktiviteter i relation til baby-mælk, men som nu begynder at interessere sig for dette og for forskellige brands og virksomheder inden for denne produktkategori.

Den her beskrevne forbrugermatrix svarer i nogen grad til resultaterne fra en amerikansk undersøgelse, hvor Mohr, Webb, og Harris (2001) forskede i hvor meget forbrugerne egentlig er interesseret i virksomheders sociale ansvarlighed. På baggrund af 44 semi-strukturerede interviews opdelte man i denne undersøgelse forbrugerne i fire kategorier, der var inspireret af Andreassen's (Andreassen 1995) trin-opdelte model for adfærdsendringer: Før overvejelse/uden hensigt (precontemplation), overvejelse/hensigt (contemplation), handling (action), og vedligehold (maintenance). Mens den første gruppe af forbrugere (som udgør 34% af undersøgelsens deltagere) slet ikke tager højde for CSR i deres købsbeslutninger (og hvor nogle endog er imod CSR), inddrager gruppen der »overvejer« til dels CSR i forbindelse med deres købsbeslutninger. CSR er dog stadig ikke et væsentligt kriterium i denne gruppes besluthningsgrundlag. Derimod har de handlingsorienterede (18%) besluttet at basere i det mindste en del af deres købsbeslutninger på CSR betragtninger, og de vedligeholdelsesorienterede anvender CSR som kriterium i en stor del af deres køb/forbrugsbeslutninger.

Den første gruppe (precontemplators) ligner således både de »uinteressede og kyniske« samt de »uvidende« forbrugere hos Carrigan og Attalla, mens de »overvejende« (contemplators) minder om de »forvirrede og usikre«, og de handlings- og vedligeholdelsesorienterede har mange fælles træk med den »interesserede og etiske« forbrugergruppe.

5. Metodefaktoren

Der er endnu en vigtig faktor, der påvirker de konklusioner og anbefalinger, der udspringer af forskningen i forhold til politisk motiveret forbrug og CSR. Alle studierne i tabel 1 er gransket med henblik på at klarlægge hvilke metoder, der er anvendt til at indsamle og analysere data. I denne proces er det muligt at identificere tre separate, generiske tilgange til forskningen: Spørgeskemaundersøgelser, der ofte analyseres ved hjælp af simple frekvens- og korrelationsanalyser, undersøgelser med eksperimentelt design, hvor der anvendes multivariate analysemetoder, og endelig kvalitative undersøgelser, hvor analysen fokuserer på tekst og indhold.

Uanset undersøgelses deltagere, udforskede koncepter eller kulturelle faktorer, der måtte spille ind, tegner der sig et ensartet og karakteristisk billede af metodevalgets indflydelse på undersøgelsens resultater:

- Meningsmålinger og spørgeskemaer, som drejer sig om holdninger, giver anledning til bekræftelse af et højt niveau af forbrugerinteresse i CSR og som regel også af positiv indflydelse på produkt/brand/ virksomheds-evalueringer og købsintentioner.
- Undersøgelser baseret på eksperimentelt eller kvasi-eksperimentelt metodedesign fører ofte til enten uafklarede eller mere komplekse resultater.
- Kvalitativ forskning (fokusgrupper, dybdeinterviews) afdækker primært mangel på interesse og viden, samt skeptiske holdninger, blandt forbrugerne.

Den kyniske konklusion vil derfor være at data indsamlingsmetoden bør vælges ud fra hvilke resultater man ønsker at påvise: hvis man ønsker at overbevise en bestyrelse om nødvendigheden af en CSR politik, skal man præsentere resultater skabt på baggrund af meningsmålinger, hvis man skal beslutte hvilken type CSR aktivitet, der passer til en given målgruppe, bør man anvende en kombination af spørgeskemaer og eksperimentelle metoder, og ønsker man at afværge et forsøg på at introducere CSR aktiviteter bør valget falde på fokusgrupper.

Den konstruktive tilgang til problemstillingen er selvfølgelig omhyggeligt at vælge den mest egnede metode med henblik på at svare så fyldestgørende som muligt på det forskningsspørgsmål, man har stillet sig. På linie med denne tankegang, siger Bhattacharya og Sen (2004), at dette »understreger behovet for bedre modeller for måling af CSR, der klart indfanger og estimerer effekten af en virksomheds CSR aktiviteter i relation til dens interessenter, herunder dens kunder« (s. 22, forfatterens oversættelse).

6. Konklusion

Efter at have gennemgået det sidste årtis forskning i krydsfeltet mellem politisk motiveret forbrugeradfærd, marketing, og CSR kan det konkluderes, at effekten af CSR initiativer er alt andet end entydig, og at den afhænger af en række faktorer, der er tæt og komplekst indbyrdes forbundne. Disse faktorer inkluderer blandt andet interesse i nogle CSR aktiviteter og samtidigt fravær af interesse i andre (interesser som igen er affødt af holdninger hos de politisk motiverede forbrugere), informations- og vidensniveau hos forbrugerne, overensstemmelse mellem forbrugere og virksomhed, betydning af andre produkt- og brandegenskaber, afvejning mellem CA (corporate associations) og CSR, samt den oplevede pålidelighed af en given informationskilde.

Endelig er det væsentligt at lægge mærke til de mange nationale og kulturelle forskelle, der også eksisterer i denne sammenhæng. Det leder uvilkårligt tanken hen på de økonomiske, teknologiske, politiske, og sociale kontekster under hvilke enhver analyse af sammenspil mellem politisk motiverede forbrugshandlinger og virksomheders sociale ansvar bør gennemføres.

Så svaret på det indledende spørgsmål angående forbrugerens oplevelse af en indre, »varm glød« i relation til CSR-engagerede virksomheder er: ja, en del forbrugere har po-

sitive følelser i denne forbindelse, og ja, de vil belønne disse virksomheder. Belønningen vil dog ofte tage en mere uhåndgribelig form, f.eks. i form af forbedret virksomhedsomtale og brand image, frem for en mere håndgribelig form, der kan aflæses direkte på bundlinien. Indflydelsen af CSR på forbrugernes adfærd er mere kompleks og søgende end indflydelsen på holdninger og overbevisninger. Ydermere er forbrugerne mere følsomme over for negativt ladet CSR information end over for den positivt ladede, hvilket forøger risikoen for boykot af et produkt, såfremt forbrugerne oplever virksomhedens adfærd som socialt uansvarlig (Beckman & Langer 2003).

I den sidste ende er der således en række relevante, dog ubesvarede spørgsmål tilbage om relationen mellem virksomhedernes engagement i CSR og forbrugernes politisk motiverede holdninger og adfærd.

Referencer

- Altman, B.W. (1998). »Transformed corporate community relations: A management tool for achieving corporate citizenship.« *Business and Society Review* **102/103**: 43-51.
- Anderson, T.W. & W.H. Cunningham (1972). »The socially conscious consumer.« *Journal of Marketing* **36**(3): 23-31.
- Andreasen, A.R. (1995). *Marketing Social Change – Changing Behaviour to Promote Health, Social Development and the Environment*. San Francisco, CA, Jossey-Bass.
- Andreoni, J. (1990). »Impure altruism and donations to the public good – A theory of warm glow giving.« *Economic Journal* **100**(401): 464-477.
- Andreu, L., S.C. Beckmann, et al. (2004). *Corporate Social Responsibility in the eye of the beholder: The case of European business students*. Proceedings of the 33rd European Marketing Academy (EMAC) Conference, Murcia, University of Murcia.
- Andreu, L., S.C. Beckmann, et al. (2005). An international comparison of CSR perceptions. *Proceedings of the 12th World Marketing Congress – Marketing in an interconnected world: Opportunities and challenges*. C.W. DeMoranville. Münster, Academy of Marketing Science.

- Auger, P., P. Burke, et al. (2003). »What Will Consumers Pay for Social Product Features?« *Journal of Business Ethics* **42**(281-304).
- Austin, H.W. (1965). »Who has the responsibility for social change – business or government?« *Harvard Business Review* (July-August): 45-52.
- Balderjahn, I. (1988). »Personality variables and environmental attitudes as predictors of ecologically responsible consumption patterns.« *Journal of Business Research* **17**: 51-56.
- Baron, J. (1999). »Consumer Attitudes About Personal and Political Action.« *Journal of Consumer Psychology* **8**(3): 261-275.
- Becker-Olsen, K.L., B.A. Cudmore, et al. (2006). »The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behaviour.« *Journal of Business Research* **59**: 46-53.
- Beckmann, S.C. (2004). Corporate Social Responsibility – Danish business students' perspective. *Proceedings of the 33rd European Marketing Academy (EMAC) Conference*. Murcia, University of Murcia.
- Beckmann, S.C. (2005a). In the eye of the beholder: Danish consumer-citizens and sustainability. *Consumers, policy and the environment*. K.G. Grunert and J. Thøgersen. NY, Springer: 265-300.
- Beckmann, S.C. (2005b). Information, consumer perceptions, and regulations: the case of organic salmon. *Environment, Information and Consumer Behaviour*. S. Krarup. Cheltenham, UK, Edward Elgar: 197-215.
- Beckmann, S.C. & R. Langer (2003). Consumer-citizen boycotts: Facilitators, motives and conditions. *Proceedings of the 32nd European Marketing Academy (EMAC) Conference*. Glasgow, University of Strathclyde.
- Beckmann, S.C., A.S. Christensen, et al. (2001). »Myths of nature« and environmentally responsible behaviours: An exploratory study. 30th European Marketing Academy Conference, Bergen/Norway, CD-Rom.
- Beckmann, S.C., Morsing, M. & Reisch, Lucia A. (2006). Strategic CSR communication: An emerging field. In: Mette Morsing & Suzanne C. Beckmann (2006), Strategic CSR communication, pp. 11-36. København: DJØF Publishing.
- Belk, R.W., T. Devinney, et al. (2005). »Consumer Ethics Across Cultures.« *Consumption, Markets & Culture* **8**(3): 275-289.
- Berkowitz, L. & K.G. Lutterman (1968). »The traditional socially responsible personality.« *Public Opinion Quarterly* **32**: 169-182.
- Berle, A.A. & G.C. Means (1944 (1932)). *The modern corporation and private property*. NY, MacMillan.
- Bhattacharya, C.B. & S. Sen (2004). »Doing better at doing good: When, why, and how consumers respond to corporate social initiatives.« *California Management Review* **47**(1): pp.9-24.
- Boulstridge, E. & M. Carrigan (2000). »Do consumers really care about corporate responsibility? Highlighting the attitude-behaviour gap.« *Journal of Communication Management* **4**(4): 355-368.
- Brockhoff, K. (1976). »A note on external social reporting by German companies: A survey of 1973 company reports.« *Accounting, Organization and Society* **4**: 77-85.
- Brooker, G. (1976). »The self-actualizing socially conscious consumer.« *Journal of Consumer Research* **3**: 107-112.
- Brown, T.J. & P.A. Dacin (1997). »The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses.« *Journal of Marketing* **61**(1): 68-84.
- Børsen (2006). Dalende interesse for etiske virksomheder. *Børsen*: 15.
- Carrigan, M. & A. Attalla (2001). »The myth of the ethical consumer — do ethics matter in purchase behaviour?« *Journal of Consumer Marketing* **18**(7): 560-577.
- Carroll, A. B. (1998). »The four faces of corporate citizenship.« *Business and Society Review* **100**(10): 1-7.
- Cornwell, T.B. & R.B. Smith (2001). »The communications importance of consumer meaning in cause-linked events: findings from a US event for benefiting breast cancer research.« *Journal of Marketing Communications* (7): 213-229.
- Creyer, E.H. & W.T. Ross Jr (1997). »The influence of firm behavior on purchase intention: do consumers really care about business ethics?« *Journal of Consumer Marketing* **14**(6): 419-432.
- Dawar, N. & M.M. Pillutla (2000). »Impact of Product-Harm Crises on Brand Equity: The Moderating Role of Consumer Expectations.« *Journal of Marketing Research (JMR)* **37**(2): 215-226.
- Dean, D.H. (2004). »Consumer reaction to negative publicity.« *Journal of Business Communication* **41**(2): 192-211.
- Dierkes, M. (1974). *Die Sozialbilanz: Ein Gesellschaftsbezogenes Informations- und Rechnungssystem*. Frankfurt am Main.
- Donaldson, T. & L.E. Preston (1995). »The stakeholder

- der theory of the corporation: concepts, evidence, and implications.« *Academy of Management Review* **20**(1): 61-91.
- Drumwright, M.E. (1994). »Socially responsible organizational buying: Environmental concern as a noneconomic buying criterion.« *Journal of Marketing* **58**, (July 1994): 1-19.
- Elliot, K.A. & R.B. Freeman (2001). *White hats or don Quixotes? Human rights vigilantes in the global economy*. Cambridge, MA, National Bureau of Economic Research.
- Folkes, V.S. & M.A. Kamins (1999). »Effects of Information About Firms' Ethical and Unethical Actions on Consumers' Attitudes.« *Journal of Consumer Psychology* **8**(3): 243-259.
- Freeman, R.E. (1984). »Strategic Management: A Stakeholder Approach.« *Academy of Management Review* **24**: 233-236.
- Grether, E.T. (1969). »Business Responsibility Toward the Market.« *California Management Review* **12**(1): 33.
- Handelman, J.M. & S.J. Arnold (1999). »The Role of Marketing Actions with a Social Dimension: Appeals to the Institutional Environment.« *Journal of Marketing* **63**(3): 33-48.
- Hunt, S.D. & S.J. Vitell (1992). *The general theory of marketing ethics: a retrospective and revision*. Homewood, IL, Irwin.
- Hustad, T.P. & E.A. Pessemier (1973). »Will the Real Consumer Activist Please Stand Up: An Examination of Consumers' Opinions About Marketing Practices.« *Journal of Marketing Research (JMR)* **10**(3): 319-324.
- Jaworski, B.J. & A.K. Kohli (1993). »Market orientation: Antecedents and consequences.« *Journal of Marketing* **57**(3): 53-70.
- Jones, T.M. (1995). »Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics.« *Academy of Management Review* **20**(2): 404-437.
- Kelley, H.H. (1971). *Attribution in Social Interaction*. NY, General Learning Press.
- Kilbourne, W.E. & S.C. Beckmann (1998). »Review and critical assessment of research on marketing and the environment.« *Journal of Marketing Management* **14**(6): 513-532.
- Kinnear, T.C. & J.R. Taylor (1973). »The effect of ecological concern on brand perceptions.« *Journal of Marketing Research* **10**: 191-197.
- Kinnear, T.C., J.R. Taylor, et al. (1974). »Ecologically concerned consumers: Who are they?« *Journal of Marketing* **38**: 20-24.
- Klein, J. & N. Dawar (2004). »Corporate social responsibility and consumer's attributions and brand evaluations in a product-harm crisis.« *International Journal of Research in Marketing* **21**(3): 203-217.
- Kohli, A.K. & B.J. Jaworski (1990). »Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications.« *Journal of Marketing* **54**(April): 1-18.
- Kotler, P. & G. Zaltman (1971). »Social Marketing: An Approach to Planned Social Change.« *Journal of Marketing* **35**(3).
- Lafferty, B.A. & R.E. Goldsmith (2005). »Cause-brand alliances: does the cause help the brand or does the brand help the cause?« *Journal of Business Research* **58**(4): pp. 423-429.
- Lantos, G.P. (2001). »The boundaries of strategic corporate social responsibility.« *Journal of Consumer Marketing* **18**(7): 595-630.
- Lantos, G.P. (2002). »The ethicality of altruistic corporate social responsibility.« *Journal of Consumer Marketing* **19**(2/3): 205-230.
- Lavidge, R.J. (1970). »The Growing Responsibilities of Marketing.« *Journal of Marketing* **34**(1): 25.
- Lazer, W. (1969). »Marketing's Changing Social Relationships.« *Journal of Marketing* **33**(1).
- Lewis, S. (2003). »Reputation and corporate responsibility.« *Journal of Communication Management* **7**(4): 356-364.
- Lichtenstein, D.R., M.E. Drumwright, et al. (2004). »The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supported nonprofits.« *Journal of marketing* **68**(4): pp.
- Lydenberg, S.D., A.T. Marlin, et al. (1986). *Rating America's corporate conscience*. Reading: MA, Addison-Wesley.
- Maignan, I. & O.C. Ferrell (2003). »Nature of corporate responsibilities: Perspectives from American, French and German consumers.« *Journal of Business Research* **56**: 55-67.
- Maignan, I., O.C. Ferrell, et al. (1999). »Corporate Citizenship: Cultural Antecedents and Business Benefits.« *Journal of the Academy of Marketing Science* **27**(4): 455-469.
- Matten, D. & J. Moon (2004). A conceptual framework for understanding CSR. *Corporate Social Responsibility Across Europe*. A. Habisch, J. Jonker, M. Wegner and R. Schmidpeter: 335-356.
- Mayer, R.N. (1976). »The socially conscious consumer – another look at the data.« *Journal of Consumer Research* **3**(2): 113-115.

- Mohr, L.A. & D.J. Webb (2005). »The Effects of Corporate Social Responsibility and Price on Consumer Responses.« *Journal of Consumer Affairs* **39**(1): 121-147.
- Mohr, L.A., D.J. Webb, et al. (2001). »Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior.« *The Journal of Consumer Affairs* **35**(1): 45-72.
- Murray, K.B. & C.M. Vogel (1997). »Using a Hierarchy-of-Effects Approach to Gauge the Effectiveness of Corporate Social Responsibility to Generate Goodwill Toward the Firm: Financial versus Nonfinancial Impacts.« *Journal of Business Research* **38**(2): 141-159.
- Osterhus, T.L. (1997). »Pro-social consumer influence strategies: When and how do they work?« *Journal of Marketing* **61**(4): 16.
- Pinkston, T.S. & A.B. Carroll (1994). »Corporate citizenship perspectives and foreign direct investment in the US.« *Journal of Business Ethics* **13**(2): 157-169.
- Pitts, R.E., J.K. Wong, et al. (1991). »Consumers' evaluative structures in two ethical situations: A means-end approach.« *Journal of Business Research* **22**(2): 119-130.
- Ricks Jr, J.M. (2005). »An assessment of strategic corporate philanthropy on perceptions of brand equity variables.« *Journal of Consumer Marketing* **22**(3): 121-134.
- Roberts, J.A. (1995). »Profiling levels of socially responsible consumer behavior: A cluster analytic approach and its implications for marketing.« *Journal of Marketing Theory and Practice* **3**(4): 97.
- Roberts, J.A. (1996). »Will the real socially responsible consumer please step forward?« *Business Horizons* January-February: 79-83.
- Robin, D.P. & R.E. Reidenbach (1987). »Social responsibility, ethics, and marketing strategy: Closing the gap between concept and application.« *Journal of Marketing* **51**(1): 44-58.
- Ross, J.K., L.T. Patterson, et al. (1992). »Consumer perceptions of organizations that use cause-related marketing.« *Journal of the Academy of Marketing Science* **20**(1): 93-97.
- Scherhorn, G. & S.C. Grunert (1988). Using the causality orientations in consumer behaviour research. *Psychology in micro & macro economics. Proceedings of the 13th Annual Colloquium of the International Association for Research in Economic Psychology*. P. V. Abeele. Loeven, Katholieke Universiteit Leuven. **2**.
- Sen, S. & C.B. Bhattacharya (2001). »Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility.« *Journal of Marketing Research* **38**: 225-243.
- Strahilevitz, M. (1999). »The effects of product type and donation magnitude on willingness to pay more for a charity-linked brand.« *Journal of Consumer Psychology* **8**(3): 215-241.
- Strahilevitz, M. & J.G. Meyers (1998). »Donations to charity as purchase incentives: How well they work may depend on what you are trying to sell.« *Journal of Consumer Research* **24**(4): 434-446.
- Swaen, V. & J. Vanhamme (2004). When »what you say« matters less than »where you say it«. Influence of corporate social responsibility arguments and source of information on consumers' reactions and attitudes toward the company. *Proceedings of the 33rd European Marketing Academy (EMAC) Conference*. Murcia, University of Murcia.
- Ulrich, P. (1977). *Die grossunternehmung als quasi-öffentliche Institution: Eine politische Theorie der Unternehmung*. Stuttgart.
- Varadarajan, P.R. & A. Menon (1988). »Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy.« *Journal of Marketing* **52**(3): 58.
- Waddock, S. (2000). *Integrity and mindfulness: Foundations of corporate citizenship*, 2000 Annual Warwick Corporate Citizenship Conference, 10-11 July: University of Warwick: UK.
- Webster, F.E., Jr. (1975). »Determining the characteristics of the socially conscious consumer.« *Journal of Consumer Research* **2**(3): 188-196.
- Werther, J.W.B. & D. Chandler (2005). »Strategic corporate social responsibility as global brand insurance.« *Business Horizons* **48**(4): 317-324.
- Ölander, F. & J. Thøgersen (1995). »Understanding of consumer behaviour as a prerequisite for environmental protection.« *Journal of Consumer Policy* **18**(3): 345-385.

Note

- * En stor tak skyldes Diana Storm for oversættelsen af bogkapitlet »Consumers' perceptions of and responses to CSR: So little is known so far« i Mette Morsing & Suzanne C. Beckmann (2006), Strategic CSR communication, som danner udgangspunkt for denne artikel.

Den fede historie: Politiserede fødevarer i medierne

Af Roy Langer, professor, Institut for Kommunikation, Virksomhed og Informationsteknologier, Roskilde Universitetscenter og Ida Strand, senioranalytiker i Huset Mandag Morgen

1. Indledning

»Vis mig hvad du spiser – og jeg fortæller dig, hvem du er!«, er en af hovedkonklusionerne fra den antropologiske og sociologiske forskning om fødevarerforbrug (jf. Lévi-Strauss, 1969; Bourdieu, 1979). Men selvom fødevarerforbruget altid har været en indikator for menneskers sociale status, så var dette forbrug indtil for få årtier siden primært et privat anliggende. I lighed med andre aspekter, der tidligere tilhørte privatlivet (såsom børneopdragelse eller kærlighedslivet), er vores mad- og drikkevaner blevet et offentligt anliggende.

Medierne spiller en central rolle i forbindelse med afprivatiseringen af vores fødevarerforbrug. De ikke blot påvirker vore mad- og drikkevaner qua deres præsentation af forbrugsmuligheder (fx i reklamer og madopskrifter) og kropsidealer, men debatterer i stigende grad risici knyttet til dette forbrug. Fødevarerforbruget er ikke blot blevet et offentligt og socialt anliggende, men også et politisk anliggende, der rækker langt ud over myndigheders traditionelle interesse i rationel og videnskabelig baseret ernæringsoplysning (Christensen, 1998; Christensen & Andersen, 1999). Med afsæt i en række analyser af virksomheders politisering identificerede Frankel (2004) tre forskellige former for politisering: Den institutionelle eksplosion

handler om, at de traditionelle politiske institutioner ikke længere er eneste hjemsted for politiske beslutninger. Ansvarrets eksplosion handler om at virksomheder i stigende grad bliver gjort ansvarlige og påtager sig et ansvar. Meningskampens eksplosion handler om hvordan det er meningsfuldt at bedrive virksomhed, således at meningskonstitutionen i sig selv bliver en politisk akt.

Disse former for politisering gør sig ikke mindst gældende for dækningen af fødevarerområdet i medierne. Indtil slutningen af 1970'erne fokuserede mediernes dækning af danske fødevarerproducenter næsten udelukkende på disses bidrag til eksporten, betalingsbalancen og beskæftigelsen – og kritik af dem blev nærmest betragtet som landsskadelig virksomhed (Langer, 2004; Lund, 2005). Sådan er det ikke længere i dag, idet fødevarer nu primært betragtes ud fra et sundhedspolitisk forbrugerperspektiv (ibid.). Dette kommer til udtryk i et stigende antal mediedebatter -skandaler, der omhandler teknologiske udviklinger i fødevarerproduktion (fx functional food, genmodificerede fødevarer), fødevarer sikkerhed (fødevarer kontrollen på danske restauranter, »gammel kød«-skandalen, BSE, rengøringssagen i Danish Crown), miljømæssige konsekvenser af fødevarerproduktionen (svineproduktionen i Danmark, grundvandsforeningen, økologisk ver-

sus konventionel landbrug), og helbredsmæssige risici for fødevareforbrugere.

Et anskueligt, aktuelt og relevant eksempel for dette er den aktuelle debat om fedmeepidemien, der betragtes som en bombe under samfundet, og som i efteråret 2006 blussede op igen i diskussionen om regeringens afgiftsnedsættelser for sodavand. Mere end hver anden dansker er overvægtig – alligevel argumenterede den skatteminister for afgiftsnedsættelsen med, at man fra regeringens side ikke ville være smagsdommer for, hvad befolkningen konsumerer. At danskerne bliver federe og federe skaber naturligvis individuelle problemer for den enkelte, men indebærer som socialt fænomen også politiske aspekter, idet eksperter forudsiger at epidemien fører til en eksplosion i udgifter til behandling af fedmerelaterede sygdomme. Forbrugere, (nogle) politikere og myndigheder vender sig derfor i stigende grad mod fødevarebranchen for at placere et politisk medansvar for udviklingen.

De grundlæggende årsager til politiseringen af fødevarer og dens italesættelse i medierne er beskrevet i samfundsdiagnosen, hvor begreber som eksempelvis »New Public Management«, »Corporate Governance«, »Corporate Social Responsibility«, »The audit society« eller »det forhandlingsøkonomiske samfund« (Hernes, 1978; Pedersen & Nielsen, 1989; Bang & Dyrberg, 1999; Kovacs, 2004) søger at karakterisere en samfundsvikling, hvor magten i stigende grad er decentraliseret. I den de-centrerede stat har traditionelle autoriteter – såsom videnskaben, statens og det parlamentariske systems institutioner – mistet deres hegemoniske autoritet, samtidig med at der udpeges større indflydelse på samfundsrelevante beslutninger for andre interessenter, som eksempelvis virksomheder og forbrugere. Magten er m.a.o. ikke låst til enkelte aktører, men emergerer i situationsafhængige forhandlings- og translationsspil mellem disse forskellige interessenter.

En af de centrale interessenter, der udgør arenaen til disse forhandlings- og translationsspil, er medierne. Der er næppe nogen anden interessent, der udpeges af stort set alle andre aktører som værende af afgørende betydning, når det gælder varetagelsen af deres respektive interesser (Friedman, 1999; Langer & Kjær, 2004). Dette skyldes mediernes særlige evne og magt qua offentliggørelse og publicitet at skabe transparens og opmærksomhed, samtidig med at medier kan sætte dagsordenen for politiske og andre debatter som forudsætning for at påvirke meninger, holdninger og handlinger i samfundet/hos andre interessenter.

Medierne er imidlertid ikke blot en central forhandlingsarena, der er i stand til at sætte dagsordener og skabe opmærksomhed. Medier er derudover selv en aktør i forhandlingsspil, hvis rationaler og handlemåder styres af både traditionelle publicistiske principper og idealer (eksempelvis idealet om den fjerde statsmagt), af mediernes funktionsmåder og af deres egne kommercielle interesser. På trods af deres store betydning for alle andre interessenter, foreligger der ikke mange studier af mediernes rolle, når det gælder politiseringen af fødevareområdet.

Denne artikel søger at beskrive og at diskutere mediernes rolle(r), når det gælder politiseringen af fødevareforbruget. Efter en beskrivelse af mediernes rationaler og funktioner i dækningen af fødevarer eksemplificeres disse ved den igangværende debat om fedmeempirien. Artiklen slutter ved at diskutere konsekvenserne for de primære aktører i fødevaredebatter (politikere og myndigheder, fødevareproducenter, forbrugere og videnskabelige eksperter), og ved at udpege implikationer for fremtidig forskning om mediernes rolle i politiseringen af fødevarer.

2. Mediernes funktioner i dækningen af fødevareområdet

Massemedieret kommunikation ikke er den eneste type kommunikation af relevans for

emnet, eftersom de ovennævnte forhandlingsspil ligeså vel kan foregå i mere eller mindre lukkede arenaer uden samme publicitet (Lund, 1999). Omvendt udpeges i stort set alle interessent-modeller med afsæt i stakeholder-teorier (Freeman, 1984; Donaldson & Preston, 1995; Mitchell, Agle & Wood, 1997; Friedman & Miles, 2002) massemedierne som en central aktør, som alle andre interessenter bør være opmærksomme på. Når det gælder fødevarer-virksomheder, så foregår næsten al kommunikation med interessenterne gennem medierne, der bearbejder og framer stoffet ud fra et forbrugerperspektiv. Mens virksomheder tidligere kunne vælge »fugl struds«-metoden, når de blev genstand for kritik, så efterlyses der nu transparens og socialt ansvar. Massemedierne fungerer her som resonansforstærker. Det helt centrale ved modellen er imidlertid, at det lige såvel kunne være medierne, der står i centrum; idet medierne sammenbinder alle de øvrige interessenter og ligesom medierne agerer ud fra egne rationaler og interesser. Dette kommer til udtryk i en funktionsforståelse, der ifølge Luhmann (1996) er baseret på tre programatiske funktioner, som massemedierne varetager. Disse er informations-, underholdnings- og reklamefunktionen, som beskrives efterfølgende i relation til fødearestoffet:

2.1 Informationsfunktionen

Medier informerer om fødevarer og fødevarerforbrug med afsæt i journalistiske nyhedskriterier. Medieforskningen har identificeret en række nyhedskriterier, der styrer journalisters selektioner og afgangsefter om, hvilke begivenheder og udviklinger der dækkes med hvilke kilder (se fx Galtung & Ruge, 1965). Udover relevans og væsentlighed regnes aktualitet, identifikationsmulighed, sensation og konflikt som centrale kriterier i journalistiske beslutningsprocesser om dækningen af begivenheder og udviklinger (fx Mogensen, 2000).

Relaterer man mediernes informationsfunktion til fødearestoffet, så er det åbenlyst, at

fødevarer er et særdeles velegnet stofområde, når det gælder oplevelsen af relevans med afsæt i personlig identifikation hos mediebrugere, idet alle mennesker er fødearestoffet-konsumenter. Fødearestoffet er således per definition relevant og væsentlig for mediebrugere. Eftersom fødearestoffet er af eksistentiel betydning for mennesker, indeholder eventuelle risici i forbindelse med dette forbrug også per definition konfliktstof og sensationsværdi. Stofområdet fødearestoffet er derfor et helt centralt stofområde i medierne, som bl.a. motiverer diskussionen af sociale og politiske risici i forbindelse med fødearestoffetforbrug. Men informationsfunktionen motiverer også madopskrifter og -anmeldelser.

Nyhedsværdiforskningen peger imidlertid også på problematiske sider ved informationsfunktionen – og dette ikke mindst når det gælder dækningen af fødearestoffetområdet. Schultz (2006) angiver eksklusivitetskriteriet som en nyhedsværdi, der hverken tager afsæt i (oplevet) relevans hos læserne eller samfundsmæssig væsentlighed, men som snarere handler om intern positionering i det journalistiske felt. Her handler det om at skabe solohistorier, der positionerer den enkelte journalist og det enkelte medie i forhold til andre journalister og medier. Og som motiverer et journalistisk gravearbejde, der ofte fokuserer på afsløringer – nogle gange endda for afsløringens skyld. Andre nyere bidrag fremhæver modtagernes interesser (fx Carlsen & Kjær, 1999; Esmann, 2002) og større fokusering på at adressere følelser samt større visualisering (fx McGregor, 2002) som nyere selektionskriterier. Sidstnævnte peger på en øget målgruppeorientering i medierne, der oftest begrundes med en stigende markedsføring af offentlig meningsdannelse og en øget kommerialisering af medierne.

Der findes hidtil ikke mange danske (eller internationale) studier der undersøger, hvordan disse alternative nyhedsværdier motiverer dækningen af fødearestoffet i danske me-

dier. For et årti siden, i 1996, offentliggjorde medieforskeren Jørgen Poulsen en kritisk analyse af dækningen af kogalskab (BSE) i danske medier (Poulsen, 1996), i hvilken han iagttog en kædereaktion mellem medierne (lemmingeffekt) og mellem medierne og det politiske system, idet en eksklusiv solohistorie kun er af værdi, hvis den tages op af andre medier. Dette resulterer i en emotionel sneboldeffekt, som gør at medierne bliver en selvstændig politisk aktør og institution, der sætter de traditionelle nyhedskriterier og professionsidealer (fx idealet om balanceret dækning) samt alle andre typer rationalitet ude af kraft, herunder politikeres handlemuligheder. Poulsen (ibid.) konkluderer i sin analyse, at dækningen af BSE i danske medier var udtryk for en hysterisk panikreaktion, der manglede saglighed og udløste stærke affektive reaktioner hos forbrugerne – og som han betegnede som et anslag mod vores demokrati og økonomi.

Tilsvarende kritisk forholdt sig Lund & Mathiesen (2004) i en analyse af mediernes dækning af slagteri-rengøringskonflikten mellem ISS og Danish Crown på den ene side, og TV2 og Ekstra Bladet på den anden i efteråret 2003. I denne sag byggede mediernes dækning på anonyme kilder og en »whistleblower« – en tidligere ansat på slagteriet, der havde et horn på sin tidligere arbejdsgiver og engagerede sig i rygtespredning. Dækningen af sagen oplevedes af mange som kampagnejournalistik; og forfatterne påpeger, at dækningen af sagen bl.a. udviste manglende kildebeskyttelse og utilstrækkelig undersøgelse af motivforklaringer, samt at beskæringen og vinklingen af virkeligheden også i denne sag resulterede i en signifikant proportionsforvrængning. Medierne opererede ikke blot som fjerde statsmagt, men som (for-)dømmende politiserende aktør. Denne form for journalistik resulterede i negative konsekvenser for både de involverede virksomheder, politikere, myndigheder og, i sidste ende også for forbrugerne.

2.2 Underholdningsfunktionen

Både BSE- og rengørings sagen peger imidlertid også på et større fokus på mediernes anden funktion, nemlig at levere underholdningsprogrammer. Medierne har ikke blot til formål at levere informationer ud fra et rationelt oplysningsideal, idet informationer – med sensation og konflikt som nyhedskriterier – også kan have en underholdningsfunktion.

Både BSE- og rengørings sagen er udtryk for, at konfliktorientering og sensationsværdi, men også identifikationsmulighederne og nærheden til mediebrugeren som fødevareforbruger, er helt centrale nyhedskriterier, der forklarer interessen i og betydningen af fødevareskandaler som underholdningsstof. Lige såvel som fødevareskandaler imødekommer dækningen af fødevareområdet på livsstils- og forbrugerstofssider i form af eksempelvis produktomtaler og -tests, mad- og restaurant-anmeldelser læsernes underholdningsbehov. Der foreligger således et vist overlap mellem mediernes informations- og underholdningsbehov. Et lignende overlap gør sig også gældende i forhold til mediernes tredje programatiske funktion, reklamen. Eftersom fødevareindtagelse er et af menneskets basale behov, er stofområdet også af betydelig kommerciel værdi, der står centralt for reklamefunktionen.

2.3 Reklamefunktionen

Fødevarerådets kommercielle betydning vedrører den direkte promovring af fødevarer i form af kommercielle annoncer, reklamespots på radio og tv etc., dvs. lige fra detailhandelsannoncer med slagtilbud til annoncer for nydelsesmidler, der udgør en væsentlig del af mediernes samlede annonce-mængde. Denne direkte promovring har stor økonomisk betydning for medierne som indtægtskilde; ligesom den er af høj økonomisk værdi for fødevareproducenter og fødevarerelaterede serviceudbydere, når det gælder om at skabe opmærksomhed for deres produkter og services. Samme store betydning

har imidlertid også den indirekte promovering af udvalgte fødevarer eller fødevarerelaterede serviceudbydere i form af redaktionelle restaurant- og vinanmeldelser, smagspaneler og forbrugertests.

Denne korte gennemgang af mediernes programmatisk funktioner viser, at fødevarerområdet er et centralt stofområde i medierne. Ser vi derudover på de seneste års udviklinger i medielandskabet, får vi tilmed øje på forskydninger i betydningen mellem mediernes tre grundlæggende funktionsområder. Stigende kommerialisering og et stadig voksende overudbud af tilgængelige medierede informationer og synspunkter har ført til ændringer i såvel medieforbrugsmønstrene som i mediernes indhold, hvor informationsfunktionen har mistet i betydning på bekostning af massemediernes underholdnings- og reklamefunktion. Dette har resulteret i, at nyhedskriterier som identifikation, sensation, konflikt og eksklusivitet er blevet mere betydningsfulde – alt imens objektivitetsidealet er rykket i baggrunden. Større fokus på risici og konflikter skaber bekymring hos forbrugere og udpegningen af producentansvaret for forbrugernes helbred er blevet et væsentligt indholdselement.

Samlet betyder udviklingen, at der er behov for at redefinere mediernes rolle i samfundet. Dette gælder ikke mindst mediernes selvopfattelse som fjerde statsmagt, idet medierne i stigende grad fungerer som selvstændige politiske institutioner i det de-centrerede samfund, der udpeger socialt ansvar hos andre. Dette rejser ikke mindst spørgsmålet, hvordan medierne varetager deres eget sociale ansvar (Lund, 2005; Ørsten, 2005; Langer & Ørsten, 2007).

Det er imidlertid ikke blot journalister og fødevarerproducenter, der har en unik interesse i fødevarerområdet i medierne. De vigtigste andre interessentgrupper er politikere og myndigheder, NGO'er (forbrugerorganisationer,

miljøorganisationer, nødhjælpsorganisationer etc.) og videnskabelige eksperter, der hver især har specifikke interesser i stofområdet (Sestoft, 2002; Kovacs, 2004; Sørensen, 2004). Det er oftest disse organisationer og institutioner, der udpeger risici og ansvar på fødevarerområdet – og som har interesse i at få deres respektive sag eller synspunkter promoveret i medierne. Hvor vigtigt mediernes vinkling og konfliktorientering er for disse organisationer, viser en undersøgelse af dækningen af miljøområdet i danske medier i perioden 1997-2003 (Ørsten, Andersen & Arpi, 2005). Studiet dokumenterede et politisk initieret og motiveret skift i dansk miljøjournalistik fra konfliktorienterede og negative historier til positive miljøhistorier, der ikke mindst levned miljøbeskyttelsesorganisationer sværere kår for at trænge igennem i medierne med deres budskaber og sager. Resultaterne fra denne undersøgelse kan således ses som belæg for, at mediernes italesættelse og vinkling af stofområder er afgørende for, hvorvidt der kan konstateres politisering eller afpolitisering.

3. Arketypiske mediehistorier om fødevarer

Mediernes dækning af fødevarer sker oftest i arketypiske historier og journalistiske genre. Dette afsnit præsenterer nogle af de mest fremtrædende og brugte typer historier.

Anmeldelser og tests af fødevarer (fx vine) eller fødevarerleverandører (fx supermarkeder eller restauranter) er den første arketypiske mediehistorie. Anmeldelser har en forholdsvis lang forhistorie, hvor journalisten eller redaktionel udvalgte eksperter eller forbrugere på vegne af læserne/de andre forbrugere afprøver fødevarer og fødevarerelaterede ydelser. Anmeldelser og tests skrives således næsten udelukkende ud fra et forbrugerperspektiv. Denne type historier har fået større udbredelse i de senere år i takt med at forbruger- og livsstilsstoffet er blevet opprioriteret i både de trykte og elektroniske medier.

Selvom der ikke umiddelbart er tale om »politisering«, så afspejler og bidrager disse mediehistorier imidlertid til værdiorienteringer og dannelse af præferencer, eksempelvis når det gælder holdninger til kvalitet og produktionsmetoder (fx konventionel vs. økologisk produktion) på fødevareområdet. Denne form for værdiorienterende historier, der også indeholder en æstetisk komponent, er således mere end blot simpel »smagsdommeri« (Meister, 2001).

Væksten i anmeldelsesstoffet skyldes strukturelle værdiorienteringer i samfundet, som mediernes anmeldelser både afspejler og bidrager til. Kroppen som individuelt livsprojekt er en sådan strukturel værdiorientering, som nutidskulturen er optaget af (Askegaard et al., 2002; Langer, 2007). Den handler om øget fokus på at holde kroppens funktioner ved lige og at forbedre dens funktionsevner igennem øget forbrug af medicinske ydelser, sund mad, sport etc., og kommer på det strategiske niveau til udtryk i mediedagsordener, der omhandler fødevareproducenternes ansvar, krisen i sundhedssystemet, miljø, arbejdsmiljø osv.. Det er således ikke kun mediernes nyhedsværdier, men også de kulturelle værdiorienteringer i samfundet, der bidrager til politiseringen af fødevareområdet.

Shareholderorienterede historier om landbruget og fødevareindustrien, der primært fokuserer på enkeltvirksomheders eller hele sektorens økonomiske resultater, er en anden arketypisk mediehistorie. Nyere forskning (Kjær & Langer, 2005) har dokumenteret, at landbruget i takt med at dens faldende nationaløkonomiske betydning har oplevet en tilbagegang i mediernes interesse og dækning, når det gælder dens bidrag til eksport, betalingsbalance og beskæftigelse.

Til gengæld spiller fødevareindustriens virksomheder en større og større rolle. Her er det dog ikke blot deres økonomiske resultater,

men selve deres optræden på markedet og det, der foregår indenfor disse virksomheder, der i stigende grad er kommet i mediernes søgelys. Senere års historier om, hvordan mejerikoncernen Arla opfører sig over konkurrenterne og konsekvenser af virksomhedens prispolitik; kvalitetsstandarderne for rengøringen i slagterikoncernen Danish Crown eller dyrevelfærd under dyretransporter, afspejler en tematiske nyorienteringer, der ikke længere udelukkende betragter erhvervslivet ud fra et snævert finansielt perspektiv, men inddrager også virksomheders forhold til øvrige interessenter (Langer & Kjær, 2004).

Denne sidstnævnte type historier kan samles under betegnelsen *stakeholderorienterede historier*. Denne type historier skæres typisk med afsæt i et konfliktperspektiv mellem erhvervslivets/virksomheders og udvalgte interessentgrupper i samfundet, herunder forbrugerne. Det er også i disse historier, hvor politiseringen af forbrugervalg træder mest synlig frem i form af tilkendegivelser fra individuelle forbrugere og forbrugerorganisationer om deres holdninger og handlinger i forhold til erhvervslivets produkter og aktører. I disse tilfælde kan politisk motiverede til- eller fravalg af produkter og udbydere på forbrugernes indkøbsliste, samt tilkendegivelsen af politiske holdninger i forhold til disse, betragtes som mediernes bidrag til politiseringen af forbruget.

Det er i denne forbindelse vigtigt at påpege, at denne type tilkendegivelser er »konstruerede«, idet de netop underligger mediernes selektions- og nyhedskriterier (som fx konflikt, identifikation og sensation). De er således ikke nødvendigvis udtryk for, hvordan forbrugerne tænker og handler – om end selve offentliggørelsen af denne type tilkendegivelser kan have indflydelse på forbrugernes viden, holdninger og handlinger (jf. Dodd & Morse, 1994).

4. Fedmeepidemien – en fed mediehistorie

Over en milliard mennesker er overvægtige på kloden, af dem mindst 300 millioner svært overvægtige.

Følgesygdomme af fedme, herunder sukkersyge, truer med at udrydde hele folkeslag i den tredje verden. EU-landene lægger allerede i dag fedmerelaterede sygdomme årligt 7 % af de samlede sundhedsudgifter til de 23 % af mændene og 36 % af kvinderne i Europa, der er overvægtige. Dette tal forudsiges at stige yderligere. 750.000 danskere vejer mellem 15 og 30 kilo for meget, 350.000 danskere lider af decideret fedme. Forekomsten af fedme er i dag 30-40 gange så stor, som den var for 50 år siden og forekomsten af fedme blandt voksne danskere er alene fordoblet over de sidste to årtier.

Følgesygdomme af fedme inkluderer diabetes type 2, hjerte-karsygdomme, gigt- og led-sygdomme, galdevejslidelser og kræft. Epidemien har skabt hele nye markeder, der ikke blot omfatter helsekost- og slanketkostbranchen og medicinalindustrien, men også modebranchen og møbelindustrien. Samtidig er overvægtighed blevet et samfundsmæssigt og politisk problem, idet det vedrører fordelingen af ressourcer. Som følge heraf eksploderer meningskampen om hvem der bærer ansvaret for denne udvikling. Den institutionelle eksplosion betyder, at ansvaret ikke alene kan placeres hos politikere og sundhedsmyndigheder, der – sammen med medier og forbrugerrepræsentanter – vender sig mod fødevareindustrien til at erkende et medansvar. Presset på fødevareproducenterne har bl.a. ført til, at en række fremtrædende fødevareproducenter, som fx Nestlé og MacDonalds, har gransket deres produktportefølje og erstattet nogle af produkterne med mindre helbredsskadelige alternativer. Fødevareindustrien presse i stigende grad også på sit legale handlerum gennem et stigende antal retssager mod fødevareproducenter i USA og diskussionen om et generelt forbud af mar-

kedsføring af usunde fødevareprodukter til børn i EU. Enkelte fødevarevirksomheder, som eksempelvis Kraft, har derfor taget initiativ til selvregulering i forhold til deres markedsføring til børn.

Udviklingen betegnes i og af medierne ofte som en fedmeepidemi. Begrebsvalget er langt fra uskyldigt. En epidemi defineres som et udbrud af noget, som regel sygdom, der spreder sig relativt hurtigt mellem mennesker. Ansvar for sygdommen ligger typisk uden for patienten – med mindre pågældende ikke har beskyttet sig tilstrækkeligt og handlet uansvarligt. Overført på fedmedebatten er det i denne sammenhæng klart, at ansvaret for fedme i vid udstrækning tilfalder den enkelte forbruger, idet overvægt typisk skyldes forhold som mangel på fysisk aktivitet, forkert og for stort fødevareindtag. Denne kendsgerning undlades dog i mediernes dækning af fedmeudviklingen som det har udviklet sig de senere år i danske medier (Strand 2005a; b). I stedet bliver fødevareindustrien i stigende omfang tillagt ansvar som følge af produktionen og distributionen af usunde fødevareprodukter.

Som mediehistorie er fedmeepidemien »en fed historie«, forstået som at emnet har stor attraktionsværdi. Når over halvdelen af danskerne er overvægtige, så er den personlige relevans for mediepublikummet sikret. Når der ikke alene kan eller vil placeres ansvar hos hhv. forbrugerne, politikerne, myndighederne eller industrien, er der lagt op til meningskamp og konflikt mellem de forskellige aktører om ansvarets omfang. Og når vores spisevaner direkte vedrører det strukturelle værdiniveau med kroppen om personligt livsprojekt, samtidig med at der er tale om ganske betydelige økonomiske implikationer for både den enkelte forbruger, virksomheder og samfundet som helhed, så er mediedækningen af fedme grundlæggende væsentlig.

Strand (2005a; b) undersøgte ansvarliggørelsen af fødevarerindustrien i danske dagblade i perioden 2000 til 2005 og påpegede ligheder i mediernes forvaltning af fedmedebatten til kampen mod tobakken. Erfaringerne fra sidstnævnte viser, at denne kamp ikke kan vindes med rationel oplysning alene, hvorfor der appelleres til forbrugernes følelser og æstetiske værdier. At andelen af rygerne i den danske befolkning blev reduceret med 10 % over det sidste årti skyldes næppe, at befolkningen først nu er blevet opmærksomt på rygningens sundhedsmæssige farer. Det er derimod snarere den æstetiske og kulturelle symbolik, der knytter sig til rygning – og som er blevet meget mere negativt over det sidste årti.

Fødevarerindustrien har fra starten forsøgt at fralægge sig ansvaret for fedme ved at pege på det ansvar, der tilfalder det enkelte individ samt de politiske aktørers ansvar til at regulere udviklingen fx gennem afgiftsnedsettelse. Dog peger udviklingen i retning af, at stadig flere dele af fødevarerindustrien erkender et medansvar for udviklingen i andelen af overvægtige og fede forbrugere. Dette konstaterede Strand (2005a) i en kvalitativ undersøgelse af fødevarerindustriens deltagelse i fedmedebatten i 99 artikler i Berlingske Tidende, Politiken, Jyllands-Posten, Ekstra Bladet, B.T., Børsen og Information i perioden januar 2000 til marts 2005.

Selvom fødevarerindustrien i stigende grad deltager i fedmedebatten og også vedkender sig et medansvar, beror de fleste initiativer fra industriens side imidlertid indtil videre på spredt spejlfægtning og uden tilknytning til virksomhedens produkter. Alt imens eksempelvis McDonald-koncernen har udviklet sundere tilbud i sine restauranter ved at tilbyde salater og frugt på deres menuer, valgte kæden i sommeren 2006 samtidig at tilbyde og reklamere for en ny og endnu større Big Mac, der alene dækker 30 % af det daglige kaloribehov for et voksent menneske.

Fedmeepidemien er ikke blot en relevant og væsentlig mediehistorie. Historien indeholder også spektakulære elementer, der tilmed typisk skæres og vinkles ud fra en forbrugervinkel. Her ansvarliggøres fødevarerproducenter og sundhedsmyndigheder for ernærings- og motionsvaner, som også er et privat anliggende. Men eftersom så mange forbrugere ikke lever et sundt liv og fedmeepidemien både er et kulturelt, politisk og socialt fænomen, kan hverken fødevarerindustrien eller de politisk ansvarlige ignorere den. Det øgede fokus på økonomisk, social og miljømæssig bæredygtighed kan derfor i fremtiden meget vel blive suppleret med afrapportering af sundhedsmæssig bæredygtighed. Frivillige mærkningsordninger og produktoplysninger peger allerede nu i denne retning.

5. Diskussion

I denne artikel søgte vi at argumentere for, at politiseringen af fødevarer i medierne betyder, at medier i stigende grad placerer et socialt og politisk ansvar hos fødevarerproducenter og -distributører, der er i overensstemmelse med nyhedsværdierne og strukturelle værdiorienteringer i samfundet. Ansvarsplaceringen betyder, at medierne ikke blot italesætter erhvervslivet ud fra et økonomisk eller juridisk perspektiv, der diskuterer virksomheders legalitet; men at de italesætter erhvervslivet og dets enkelte virksomheder ud fra et moralsk, socialt, politisk eller sundhedsmæssigt motiveret legitimitetsperspektiv.

Dette siger imidlertid intet om hvorvidt medierne bidrager til en øget aktivering af / aktivisme blandt forbrugere. Tværtimod foregår denne type konflikter oftest som en slags spil på galleriet, hvor et passivt og passiviseret publikum bliver vidne til iscenesatte konflikter mellem kommunikationsprofessionelle repræsentanter for forskellige interesser. Journalister og medierne bidrager i denne forbindelse til at publikummet oplever disse iscenesatte konflikter som underholdende og

kan identificere sig med aktanterne i en slags rollespil, der appellerer til publikummets følelser og som benytter sig af arketypiske dikotomier, som eksempelvis den rituelle David-mod-Goliath-figur om den lille og svages gode kamp (fx forbrugeren, borgeren) mod den store og stærkes (»systemets«: statens, erhvervslivets) ondartede interesser.

Fordelen ved den slags offentlig iscenesatte rollespil i medierne er, at forbrugeren får en stemme i medierne og at publiciteten tvinger »Goliath« til at forholde sig til og at legitimere sine handlinger. Ulempen er imidlertid, at fornuften og den rationale argumentation risikerer at træde i baggrunden (se fx Johnson & Peppas, 2003; Scholderer & Frewer, 2003; Klint-Jensen, 2004). Et også i forskningslitteraturen bredt diskuteret eksempel for dette er den professionel iscenesatte konflikt mellem primært Greenpeace om Shell om Brent Spar-plattformen og de forbrugerreaktioner, mediedækningen af denne konflikt udløste (fx Löfstedt & Renn, 1997; Entine, 2002; Jensen, 2003).

Professionaliseringen af denne type medierede konflikter kommer ikke mindst til udtryk i professionelle meningsdanneres (både dem fra erhvervslivet og dem fra eksempelvis NGO'er) bevidsthed om og anvendelse af professionelle teknikker, som eksempelvis Lund (2004) navngiver som priming, framing og niche nursing. Forud for nyhedsproduktionen og journalisternes dagsordensættende funktion og selektioner sker der et kontinuerligt netværksarbejde fra professionelle kommunikørers side, der påvirker mediernes efterfølgende selektioner og dagsordener. Det afgørende er at den almindelige forbruger, der ikke behersker disse teknikker og ikke har ressourcer til deres kontinuerlige anvendelse som forudsætning for at blive del af de meningsdannende elitors netværk, bliver forvist til tilskuerpladsen og til en passiviserende publikumsrolle, når det gælder den politiske meningsdannelse. Videnskabelig eksper-

tise i form af ekspertkommentarer spiller i denne forbindelse som garant for rationale beslutningsprocesser blot en bi-rolle; idet der altid vil være en forsker, der stiller op eller tages til indtægt for dette eller hint synspunkt. Dette gælder ikke mindst politiseringen af fødevareforbruget, hvor enkelte forskere udpeger forbrugernes individuelle ansvar, mens andre peger på fødevareindustriens ansvar for fedme. Effekterne af negativ medieomtale og de professionelle kommunikørers fokus på mediebrugernes følelser må imidlertid ikke undervurderes (Dawson & Lyons, 2003); idet denne kan have et politisk aktiverende potentiale (jf. Bagozzi, Gopinath & Nyer, 1999; Heath, 2001; Laros & Steenkamp, 2004).

Hidtidig forskning har kun i begrænset omfang eller slet ikke adresseret denne udvikling. Der er behov for dybdegående produktions- og organisationsanalyser af forholdet mellem journalister og kilder, der skaber større klarhed om vilkårene for og rationalerne bag de selektioner og vinklinger, medierne foretager i dækningen af fødevareområdet – herunder forbrugernes fødevareforbrug. Yderligere forskning om dette emne vil kunne bidrage til en øget forståelse af journalisternes/mediernes egen rolle i forbindelse med politiseringen af fødevareforbruget.

For det andet foreligger der kun få studier om mediernes effekt, når det gælder mediebrugernes perception af mediernes omtale af fødevarer (se dog fx Gunther & Schmitt, 2004; Brimer, 2004). Her vil fremtidige analyser af, hvordan forbrugere skaber mening af fødevare(forbrugs)stoffet i medierne; og hvilke effekter mediedækningen har for forbrugernes holdninger og handlinger, kunne bidrage til en øget forståelse af mediernes rolle og bidrag. Endelig – og for det tredje – foreligger der kun et begrænset antal case-studier, der eksplicit fokuserer på mediedækningen af fødevareproducenter og -distributører. Flere studier af samme karakter vil muliggøre en akkumulati-

on af casebaserede erfaringer, og således skabe et bedre grundlag for valide generaliseringer, som skaber større klarhed om politiserede fødevarer som fede mediehistorier.

Litteratur

- Askegaard, S.; Geertsen, M. & Langer, R. (2002): *The Body Consumed: Reflexivity and Cosmetic Surgery, Psychology and Marketing*, Vol. 19, No. 10, pp. 793-812.
- Bagozzi, R.P., Gopinath, M. & Nyer, I. (1999): The role of emotions in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 27, No. 2, pp. 184-206.
- Bang, H. P. & Dyrberg, T.B. (1999): 'Demokratiske udfordringer i et netværkssamfund' i Anders Berg-Sørensen (red.): *Politologi i praksis*. Roskilde: Roskilde Universitetsforlag, s. 77-103.
- Bourdieu, P. (1979): *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Éditions de Minuit.
- Carlsen, E.M. & Kjær, P. (1999): *Magt og fortælling. Hvad er politisk journalistik?* Århus: Center for Journalistik og Efteruddannelse.
- Christensen, G. (1998): *Diskursiv regulering af ernæringspraksis. En vidensarkæologisk og genealogisk analyse af rationaliseringstendenser i Statens Husholdningsråds pjecer om mad og ernæring 1936 -1985*. Ph.d.-afhandling, København: Forskningsinstitut for Human Ernæring, Den Kgl. Veterinær og Landbohøjskole.
- Christensen, G. & Andersen, N.Å. (1999): Spisningens sygeliggørelse. *Grus*, Nr. 59, s. 23-44.
- Esmann, F. (2002): *Nyhedskriterier i det 21. århundrede*. København: DR Multimedie.
- Dawson, C. & Lyons, H. (2003): The media and the market: the case of CJD. *British Food Journal*, Vol. 105 No. 6/7, pp. 380-394.
- Dodd, T.H. & Morse, S. (1994): The impact of media stories concerning health issues in food product sales. *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 11, No. 2, pp. 17-24.
- Donaldson, T. & Preston, L. (1995): The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 1, pp. 65-91.
- Entine, J. (2002): »The Politics of Brent Spar: Shell vs. Greenpeace«, in Megone & Robinson (eds.): *Case Histories in Business Ethics: The Virtues and Moral Decision Making in Business*. London: Routledge.
- Ernæringsrådet (2003): *Den danske fedmeepidemi*. København: Ernæringsrådet, Publikation nr. 30.
- Frankel, C. (2004): »Virksomhedens politisering - en indledning«, i: Frankel, C. (red.): *Virksomhedens politisering*. København: Samfundslitteratur, s. 9-25.
- Freeman, R.E. (1984): *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Friedman, A.L. & Miles, S. (2002): Developing Stakeholder Theory. *Journal of Management Studies*, Vol. 39, No. 1, pp. 1-21.
- Friedman, M. (1999): *Consumer boycotts. Effecting change through the marketplace and the media*. New York: Routledge.
- Galtung, J. & Ruge, M.H. (1965): The structure of foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four foreign newspapers. *Journal of International Peace Research*, Vol. 2, No. 1, pp. 64- 90.
- Heath, R.G. (2001): *The hidden power of advertising*. Henley-onThames: Admap Publications.
- Hernes, G. (1978): »Det mediavridde samfund«, i Gudmund Hernes (red.): *Forhandlingsøkonomi og blandingsadministrasjon*. Oslo: Universitetsforlaget, s. 181-195.
- Hjarvard, S. (2005): *Det selskabelige samfund*. 2. redeg. udgave. København: Samfundslitteratur.
- Jensen, H.R. (2003): Staging Political Consumption: A Discourse Analysis of the Brent Spar Conflict as Recast by the Danish Mass Media. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 10, No. 2, pp. 71-80.
- Johnson, V. & Peppas, S.C. (2003): Crisis management in Belgium: the case of Coca-Cola. *Corporate Communication: An International Journal*, Vol. 8, No.1, pp. 18-22.
- Kjær, P. & Langer, R. (2005): Infused with news value: Management, managerial knowledge and the institutionalization of business news, *Scandinavian Journal of Management*, Vol. 21, No. 2, pp. 209-233.
- Klint Jensen, K. (2004): BSE in the UK: Why the risk communication strategy failed. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, Vol. 17, No. 4/5, pp. 405-423.
- Kovacs, R. (2004): British activism: the viewer and listener community. *Journal of Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 9, No. 4, pp. 340-362.
- Langer, R. (2004): Stop klynkeriet og drop offerrol-len! *Andelsbladet*, 5, 89-92.

- Langer, R. (2007): »Marketing, prosumption and innovation in the Fetish community«, in Cova, B.; Kozinets, R.V. & Shankar, A. (eds.): *Tribal Marketing*, (in print)
- Langer, R. & Kjær, P. (2004): »Virksomhed og politik i en mediastorm: En analyse af SAS-Mærsk kartelsagen«, i Frankel, C. (red.): *Virksomhedens Politisering*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, s. 29-56.
- Langer, R. & Ørsten, M. (2007): *Institutional change in the Danish business news*. Paper for the 2007 ICA-conference, San Francisco, May 24-28 (i forberedelse).
- Laros, F.J.M. & Steenkamp, J.B.E.M. (2004): Importance of fear in the case of genetically modified food. *Psychology & Marketing*, Vol. 21, No. 11, pp. 889-908.
- Lévi-Strauss, C. (1968): *The raw and the cooked: Introduction to a science of mythology*. New York: Harper & Row.
- Löfstedt R.E. & Renn O. (1997): The Brent Spar controversy: an example of risk communication gone wrong. *Risk Analysis*, Vol. 17, No.2, pp. 131-136.
- Luhmann, N. (1996): *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Lund, A.B. (1999): Journalistroller i det redigerede samfund. *Politica*, 31, s.133-146.
- Lund, A.B. (2005): *Fagpressen i den journalistiske fødekæde 4 – Landbruget og fødevarer*. København: Dansk Fagpresses publikationer.
- Lund, A.B. & Matthiesen, N. (2004): *Det rene slagteri. Journalistisk granskning af »rengøringssagen« med TV2, Ekstra Bladet, ISS og Danish Crown i hovedrollerne*. København: CBS Center for Business and Politics.
- Lund, A.B. (2004): »Niche nursing – strategisk offentlighedsarbejde for viderekomne«, I: Mie Femø Nielsen (red.): *Spin, selvfremsstilling og samfund. Public relations som reflekterende praksis*. København: Samfundslitteratur, s. 227-242.
- Lund, A.B. (2005): Har nyhedsjournalistikken selvstændig magt? *Økonomi & Politik*, Nr. 3, s. 2-12.
- McGregor, J. (2002): *Restating News Values: Contemporary Criteria for Selecting the News*. Paper presented at the 2002 ANZMAC Conference, Greenmount Beach Resort, Coolangatta.
- Meister, M. (2001): Cultural feeding, good life science, and the TV food network. *Mass Communication & Society*, Vol. 4, No. 2, pp. 165-182.
- Mitchell, R.K., Agle, B.R., & Wood, D.J. (1997): Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *Academy of Management Review*, Vol. 22, No. 4, pp. 853-886.
- Mogensen, K. (2000). *Arven. Journalistikkens traditioner, normer og begreber*. Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.
- Pedersen, O.K. & Nielsen, K. (1989): *Forhandlingsøkonomi i Norden*. København: DJØF-forlaget.
- Poulsen, J. (1996). Når journalistikken bliver irrationel: om kogalskab og rituelle ofringer. *Nordicom-Information*, 3/4, s. 3-8.
- Scholderer, Y. & Frewer, L.Y. (2003): The biotechnology communication paradox: Experimental evidence and the need for a new strategy. *Journal of Consumer Policy*, Vol. 26, No. 2, pp. 125-157.
- Sestoft, C. (2002): *Med hensyn til den politiske forbruger*. København: Akademisk Forlag.
- Schultz, I. (2006): *Bag om nyhederne – værdier, idealer og praksis*. København: Samfundslitteratur.
- Strand, I. (2005a): *Fødevarerindustrien og fedmeepidemien*. Speciale. Roskilde Universitetscenter.
- Strand, I. (2005b): En trussel mod bundlinien. *Mandagmorgen*, Nr. 44, s. 12-16.
- Sørensen, M. P. (2004): *Den politiske forbruger*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Ørsten, M. (2005): Nyhedsinstitutionen: Et ny-institutionelt perspektiv på den medierede politiske kommunikation. *Økonomi & Politik*, Nr. 3, s. 13-28.
- Ørsten, M.; Andersen, S. & Arpi, S. (2005): *Miljøet i medierne: Fem casestudier af nyhedsinstitutionens miljøjournalistik 1997-2003*. Roskilde Universitetscenter: Studierække for Journalistik.

Muhammed-konflikten og boykotten af danske varer i Mellemøsten

Af Hans Rask Jensen, ph.d., lektor ved Mads Clausen Instituttet, Syddansk Universitet i Sønderborg.

1. Indledning

Politisk forbrug er et socialt fænomen, som i de vestlige demokratier i særlig grad er blevet analyseret som et led i at forstå forskydningerne i borgernes politiske deltagelse (Jensen, 2000; Andersen og Tobiasen, 2001; Micheletti, 2003). Det ser ud til, at borgerne i sådanne samfund i et stigende omfang betragter markedsmekanismen som et vigtigt supplement til andre former for politisk deltagelse. Man kunne derfor forledes til at tro, at boykotten af danske varer i Mellemøsten som en konsekvens af Muhammed-konflikten er et udtryk for, at vi nu kan iagttage det samme fænomen i de muslimske lande.

Dette er imidlertid ikke tilfældet, selv om der findes ligheder imellem boykotten af danske varer i den del af verden og kendte eksempler på politisk forbrug i de vestlige samfund, hvilket vil blive søgt påvist i afsnit 5 nedenfor.

Da man ikke kan forstå politisk forbrug uden at bringe dette fænomen ind i en større kontekst, er det hensigten med denne artikel først at indkredse, hvad Muhammed-konflikten har drejet sig om. Dette vil ske med udgangspunkt i danske avisartikler om emnet. Dernæst vil hændelserne blive sat ind i en diskursiv sammenhæng, og den anvendte

analytiske metode vil blive præsenteret. Endelig vil konklusionen på diskursanalysen blive sat i forbindelse med boykotten af danske varer i Mellemøsten, og nogle væsentlige ledelsesmæssige konsekvenser for de danske virksomheder, som har været berørt af eller impliceret i Muhammed-konflikten, vil blive udledt.

2. Muhammed-konflikten

Den såkaldte Muhammed-konflikt tog sin begyndelse, da Jyllands-Posten den 30. september 2005 offentliggjorde 12 karikaturtegninger af profeten Muhammed. De satiriske tegninger var ifølge Jyllands-Posten en reaktion på, at ingen danske tegnere havde turdet lægge navn til en række illustrationer i en bog om Muhammeds liv skrevet af forfatteren Kåre Bluitgen. Dette blev af avisen anset som selvcensur og en alvorlig indskrænkning af ytringsfriheden.

Efter offentliggørelsen forsøgte en gruppe danske muslimer, som følte sig krænket af tegningerne, at få avisen og den danske regering til at undskylde hændelsen og forsikre, at noget sådant aldrig ville ske igen. De indsamlede 17.000 underskrifter og arrangerede en demonstration med over 3000 deltagere på Rådhuspladsen i København. De kontaktede lokale politikere, lokale og globale medier.

De skrev til kulturministeriet, men fik intet svar. Og så medvirkede de til, at 11 muslimske ambassadører i Danmark forgæves skrev et brev til Statsministeren for at bede om et møde om sagen.

På den baggrund indkaldte gruppen af danske muslimer i midten af november 2005 til et hastemøde, hvor det blev besluttet at sammensætte delegationer, som »skulle besøge den islamiske verden med henblik på at informere om situationens farlighed og få den til at medvirke i forsvaret af og opbakningen af vores profet« (Jyllands-Posten, 12.02.2006).

I midten af november 2005 mødtes repræsentanter for de muslimske organisationer i Danmark første gang med de 11 ambassadører. Den egyptiske ambassadør Mona Omar, som senere blev valgt som talsmand for ambassadørerne, tog imod dem, og de præsenterede hende for planen om at sende delegationer til Mellemøsten. Den egyptiske ambassade var med på ideen og arrangerede et møde i Cairo mellem delegationen og Muhammad Shaa-ban, rådgiver for Egyptens udenrigsminister, tidligere ambassadør og i dag medlem af bestyrelsen i Det Dansk-Egyptiske Dialogcenter i Cairo. Den egyptiske ambassade hjalp også med at skaffe kontakt til Den Arabiske Liga og at få visum til delegationens medlemmer.

Den første delegation på i alt 5 personer fløj til Egypten den 3. december 2005 og kom hjem igen den 11. december 2005. Den anden delegation bestående af 4 danske muslimer rejste til Libanon den 17. december 2005 og var tilbage i Danmark den 31. december 2005. Imam Ahmed Akkari forlod Libanon-delegationen undervejs for at drage til Syrien og præsentere sagen for stormufti Ahmed Badr-Eddine Hassoun. Derudover rejste en mindre delegation til Tyrkiet, mens enkeltpersoner drog til Sudan, Marokko og Algeriet (Jyllands-Posten, 12.02.2006).

Ifølge Ahmed Akkari var et af målene med rejserne »at undgå en ny van Gogh-sag«. Rejsen til Egypten »skulle bruges til at afføde en respons, som kunne bruges i Danmark« (Jyllands-Posten, 12.02.2006).

Delegationerne medbragte et 43-sider langt dossier med tekst og fotos. Dossieret indeholdt de 12 tegninger fra Jyllands-Posten, 10 tegninger fra Weekendavisen samt 4 fotos, som ifølge delegationen var blevet sendt anonymt til muslimer i Danmark (Berlingske Tidende, 11.02.2006; Jyllands-Posten, 12.02.2006).

Egypten-delegationen blev ledet af Abu Bashar fra Det Islamiske Trossamfund i Danmark. På mødet med Den Arabiske Liga, som fandt sted den 11. december 2005, fremviste Abu Bashar bl.a. et billede af en mand udklædt som gris (Jyllands-Posten, 12.02.2006). Billedet, som aldrig havde været offentliggjort i Jyllands-Posten, blev præsenteret som profeten Muhammed. Alaa Roushdy, som er førstesekretær for Amr Moussa, Den Arabiske Liga, deltog i mødet. De to dansk-muslimske repræsentanter fortalte Amr Moussa om grisebilledet, men de fortalte også om en varslet islam-kritisk film, som Danmark ville offentliggøre (Jyllands-Posten, 12.02.2006). Påstandene om grisebilledet og filmen kom senere til at florere sammen med en række andre fejlinformationer i Mellemøsten.

Delegationen mødtes endvidere med Egyptens stormufti Muhammad Said Tantawy, der er præsidentudpeget muslimsk overhoved i Egypten og leder af Al Azhar universitetet, som er en af verdens vigtigste lærestalter for sunni-muslimer. Stormuftien udsendte efter mødet en erklæring, hvori han fordømte tegningerne. Han truede med at udstede en fatwa om boykot af danske varer, hvis ikke tegningerne blev trukket tilbage. Endvidere lovede den egyptiske udenrigsminister at tage sagen op på en kommende islamisk konference i Mekka, hvor 57 lande i OIC skulle

mødes i december måned (Berlingske Tidende, 11.02.2006).

Resultatet af delegationsrejse nummer to blev blandt andet, at Libanons udenrigsminister, Fawzi Salloukh, tog kontakt til sin egyptiske kollega med henblik på en fælles aktion (Berlingske Tidende, 11.02.2006; Jyllands-Posten, 12.02.2006).

Den egyptiske udenrigsminister, Ahmed About Gheit, tog det 43-sider lange dossier med til mødet i Mekka (Berlingske Tidende, 11.02.2006). Muhammed-tegningerne cirkulerede rundt i korridorerne og blev det store samtaleemne på konferencen (Jyllands-Posten, 12.02.2006). I et slutcommuniqué skrev OIC, at de 57 lande var bekymrede over det voksende had imod islam og fordømte »den seneste episode med vanhelligelse af billedet af den hellige profet Muhammed i visse medier i visse lande« (Jyllands-Posten, 12.02.2006), samt »brug af ytringsfriheden som undskyldning for at smæde religioner« (Berlingske Tidende, 11.02.2006).

Mødet i Mekka vakte ikke speciel stor opmærksomhed, heller ikke selv om ledere som f. eks. præsident Mahmoud Ahmadinejad fra Iran deltog, men vreden over de danske tegninger blev mere kendt på de officielle regeringsplaner i Mellemøsten. I nogle lande som f. eks. Syrien og Iran var det ensbetydende med større pressedækning af sagen i de officielle nyhedsmedier (Berlingske Tidende, 11.02.2006).

I slutningen af december 2005 blev snak om en boykot af danske varer mere almindelig i de politiske systemer i Mellemøsten (Berlingske Tidende, 11.02.2006). Organisationen for Islamisk Uddannelse, Videnskab og Kultur, som består af 50 lande, bragte således på sin hjemmeside en erklæring med fordømmelse af »Jyllands-Postens aggressive kampagne imod islam og dens profet«, og flere ledere af organisationen sagde offent-

ligt, at medlemslandene burde indlede en boykot mod Danmark, indtil der var blevet givet en undskyldning for tegningerne (Berlingske Tidende, 11.02.2006).

Sagens voksende omfang fik så den danske statsminister til at udtale sig om problematikken i sin nytårstale den 1. januar 2006. Her sagde han, at »der i det forløbne år har været en heftig debat om ytringsfriheden og dens grænser. Og der er nogle, som mener, at tonen i debatten er blevet for grov. Lad mig sige det meget klart: Jeg fordømmer enhver udtalelse, handling eller tilkendegivelse, som forsøger at dæmonisere grupper af mennesker på baggrund af deres religion eller etniske baggrund« (Jyllands-Posten, 2.01.2006). Nytårstalen blev oversat til arabisk og sendt ud til de danske ambassadører i Mellemøsten. Statsministeren uddybede senere sine udtalelser i interviews bl.a. på Al Arabiya og CNN.

Kort tid efter årsskiftet fordømte det jordanske parlament og flere andre arabiske regeringer tegningerne. Da en norsk ugeavis, *France Soir*, *Die Welt*, *De Volkskrant* og *Corriere della Sera* valgte at offentliggøre tegningerne fra Jyllands-Posten, bredte den opfattelse sig i Mellemøsten, at en egentlig kampagne imod islam var begyndt. Den 26. januar 2006 hjemkaldte Saudi-Arabien så sin ambassadør i Danmark. Det samme gjorde Libyen, og saudiske imamer begyndte at slå åbent til lyd for en boykot af danske produkter.

I slutningen af januar 2006 slog protesterne ud i lys lue. Først med boykotten af danske varer i Saudi-Arabien og Kuwait fra den 26. januar 2006, en boykot, som hurtigt bredte sig til mange andre muslimske lande. Den 30. januar 2006 udsendte Jyllands-Postens chefredaktør så følgende udtalelse gennem et jordansk nyhedsbureau: »De 12 tegninger var efter vores opfattelse sobre og var ikke i strid med dansk lovgivning, men de har uafviseligt krænket mange muslimer, hvilket vi skal undskylde« (Jyllands-Posten, 31.01.2006).

Efter denne pressemeddelelse sagde den danske statsminister på TV2, at han var meget tilfreds med den klare undskyldning fra Jyllands-Posten, men han sagde samtidigt, at han respekterer andre folks tro, og at han personligt aldrig ville have afbilledet profeten Muhammed på en måde, der kunne krænke andre mennesker.

Alligevel blev tegningerne hovedtemaet under fredagsbønnen den 3. februar 2006 overalt i verden. Den efterfølgende weekend brændte muslimske demonstranter den danske ambassade i Syrien af, angreb den danske ambassade i Iran og brændte det danske generalkonsulat i Beirut. Siden er der blevet udstedt dødstrusler imod danskere i flere muslimske lande (Jyllands-Posten, 12.02.2006), og den 9. februar 2006 lød råbet »død over Danmark« ved demonstrationer i forbindelse med Ashura-højtiden i blandt andet Iran, Pakistan og Libanon. På den baggrund valgte det danske udenrigsministerium at forflytte sine medarbejdere midlertidigt fra ambassaderne i Djakarta og Teheran. Begrundelsen var, at regeringerne i de pågældende lande efter dansk opfattelse ikke længere var i stand til at sikre medarbejdernes sikkerhed. I midten af februar 2006 valgte Udenrigsministeriet så helt at trække de danske repræsentationer ud af Iran, Indonesien, Syrien og Libanon. Efter voldsomme optøjer i Pakistan lukkede den danske ambassade den 18. februar 2006. På samme tidspunkt udlovede imam Mohammed Yousaf Quereshi 6,2 mio. kr. samt en bil i dusør til den, der dræber en eller flere af de personer, som har tegnet profeten i Jyllands-Posten. Demonstrationerne i de muslimske lande havde på dette tidspunkt kostet adskillige menneskeliv.

I forlængelsen af boykotten af danske produkter i Mellemøsten valgte 13 supermarkeder i Europas største supermarkeds kæde Carrefour medio februar 2006 at fjerne danske varer, bl.a. Arlas, fra hylderne i Saudi-Arabien, De Forenede Emirater og Oman. Nestle-

datterselskabet Nestle Nido indrykkede på samme tidspunkt annoncer i aviser i Saudi-Arabien, emiraterne og Oman, hvori det blev understreget, at pulvermælken Nido hverken fremstilles i eller importeres fra Danmark. Desuden blev det understreget i annoncerne, at Nestle fordømmer fornærmelser af religioner. Også et af verdens største mejeriselskaber, det new zealandske Fonterra, gjorde på samme tidspunkt i avisannoncer saudiarabiske læsere opmærksomme på, at produktet Anchor ikke er et dansk mælkepulver på trods af, at Anchor havde cirkuleret på boykotlisten. Arla valgte senere at tage afstand fra Jyllands-Postens tegninger dels på fødevaremessen i Dubai og dels i avisannoncer i Saudi-Arabien. Senere er det kommet frem, at Arla sammen med flere andre danske firmaer har underskrevet erklæringer om ikke at ville handle med Israel for at få handelskontrakter i Mellemøsten. Denne fremgangsmåde har tilsyneladende været almindelig igennem mange år, og Dansk Industri har været vidende herom.

28 dage efter at den mellemøstlige handelsboykot blev indledt i Saudi-Arabien, havde Arla mistet en omsætning på 280 mio. kr. Forbrugernes vrede truer ifølge Arla en årlig omsætning på 3 mia. kr. i de arabiske lande, som skal ses i forhold til koncernens samlede omsætning på 48 mia. kr. (Jyllands-Posten, 23.02.2006). Dette har betydet, at 125 medarbejdere på Bislev Mejeri og 39 medarbejdere på et mælkepulveranlæg i Aalborg er blevet sendt hjem fra arbejde. Dertil kommer, at 200 produktionsmedarbejdere i Saudi-Arabien risikerer at blive fyret (Jyllands-Posten, 23.02.2006). Ifølge kommunikationschefen i Arla skulle konkurrenterne være godt i gang med at æde sig ind på det mellemøstlige marked for at udfylde det hul, som Arla har efterladt. På den anden side skulle Muhammedkonflikten have igangsat køb-dansk kampagner i eksempelvis USA, men det er endnu ikke muligt at vurdere effekten heraf på koncernens regnskab (Jyllands-Posten, 23.02.2006)

I slutningen af februar 2006 var Jyllands-Postens Muhammed-tegninger blevet genoptrykt i 143 aviser i 56 lande, FNs generalsekretær Kofi Annan havde udtalt sig om sagen, og EU's udenrigspolitiske koordinator Javier Solana havde foretaget en diplomatisk rundrejse i Mellemøsten. På den baggrund udtrykte EU's 25 udenrigsministre på et møde den 27. februar 2006 dyb bekymring over de begivenheder, der fulgte efter offentliggørelsen af Muhammed-tegningerne, og de beklagede, at tegningerne var blevet opfattet som krænkende og sårende af muslimer. De understregede samtidigt, at ytringsfriheden er en fundamental rettighed og et væsentligt element i et demokrati, men at den skal forvaltes med respekt for religioner og under ansvar for domstolene. Ministrene fordømte alle voldelige angreb og trusler mod EU-borgere og medlemslandenes ejendom og erklærede fuld solidaritet med alle lande, hvis borgere eller diplomatiske repræsentationer var blevet angrebet. Udenrigsministrene fastslog, at boykot mod varer fra et enkelt medlemsland er uacceptabelt, men de rakte samtidigt hånden frem mod den muslimske del af verden og opfordrede til dialog (Jyllands-Posten, 28.02.2006).

Mødet afslørede imidlertid, at der var strid dels om graden af beklagelse og dels om FNs eventuelle fremtidige rolle i sagen. Storbritannien og Spanien ville ifølge EU-diplomater have en formulering, der udtrykte dyb beklagelse over tegningerne, men det ville Hollands udenrigsminister Bernhard Bot under ingen omstændigheder acceptere (Jyllands-Posten, 28.02.2006). EU havde inden dette møde klart afvist de muslimske landes krav om, at Europa skal indføre bindende presseetiske regler.

Få dage efter dette møde opfordrede 12 fremtrædende intellektuelle, blandt dem Salman Rushdie, alle frihedselskende mennesker til at gøre modstand imod »totalitære religiøse strømninger i islam« (Jyllands-Posten, 1.03.

2006). I et manifest udgivet i Frankrig understreges, at verden står overfor en ny og global trussel, islamismen, som sammenlignes med fascismen, nazismen og stalinismen. Islamismen er ifølge disse intellektuelle en reaktionær ideologi, som dræber lighed, frihed og sekularisme. »Intet, selv ikke fortvivlelse, kan retfærdiggøre valget af obskurantisme, totalitarisme og had« (Jyllands-Posten, 1.03.2006). Manifestet, som senere blev kritiseret af en imam og repræsentanter for moderate muslimske foreninger i Danmark, blev støttet af Dansk Forfatterforening og Skønlitterære Forfattere (Jyllands-Posten, 2.03.2006). Det vakte dog ikke den store opmærksomhed i de muslimske lande.

Den 10. marts 2006 blev der i København afholdt en dialogkonference arrangeret af Dansk Institut for Internationale Studier med stor bevågenhed fra arabiske mediers side. De fleste af deltagerne var enige om, at det var problematisk, når Jyllands-Posten havde lagt op til en diskussion om ytringsfriheden ved at fornærme muslimer. »Det at være en international avis kræver en global sensitivitet«, sagde en af konferencens deltagere (Jyllands-Posten, 11.03.2006). Alle var enige om, at Danmark og den arabiske verden skal forsones, men der var ikke enighed om midlerne til opnåelse af dette mål. Fra arabisk side blev der fortsat lagt op til, at regeringen skal sige undskyld for Muhammed-tegningerne, og at der skal indføres en lov mod fornærmelse af religiøse figurer. Hvis dette ikke bliver imødekommet, vil de muslimske lande fortsætte med at boykotte danske produkter, lød budskabet fra flere af de muslimske lærde, som deltog i konferencen (Jyllands-Posten, 11.03.2006).

3. Analyse af Muhammed-konflikten

Hvis man tager det udgangspunkt, at det ikke primært har været de forskellige aktører, som i sig selv har været det centrale element i Muhammed-konflikten, men mere den måde, hvorpå de er blevet portrætteret i massemedi-

erne, bliver det interessant at analysere, hvorledes medierede fortællinger har påvirket dynamikken i kriseforløbet. Ifølge en sådan tilgang søges primært indsigt i de offentliggjorte diskurser og storylines om de involverede parter og deres indbyrdes samspil (Jørgensen og Phillips, 1999:125).

Med begrebet diskurs menes her en samling ideer, begreber og meningskategorier, som produceres, reproducere og transformeres gennem et særligt sæt af praksisser, gennem hvilke der tillægges mening til fysiske og sociale realiteter (Jensen, 2003). Diskursiv interaktion imellem mennesker baseret på medierede fortællinger kan skabe nye betydninger og nye identiteter. Den kan ændre på kognitive strukturer og skabe nye forståelser og nye positioneringer.

Det er da også netop derfor, at de medierede diskurser kan betragtes som noget, der så at sige har konstitueret realiteterne i Muhammed-konflikten. Denne konflikt har ikke først og fremmest handlet om, hvilke tiltag, der skulle gennemføres, men mere om, hvilken betydning man har skullet tillægge de enkelte hændelser.

Muhammed-konflikten kan derfor opfattes som en strid om diskursiv hegemoni, gennem hvilken bestemte aktører har forsøgt at finde støtte til deres virkelighedsopfattelse bl.a. gennem brug af massemedierne. Diskursiv hegemoni kan betragtes som et socio-kognitivt produkt, idet det sociale og det kognitive er tæt sammenflettet. Argumenter kan derfor være overbevisende på grund af deres sandsynlighed eller troværdighed, som modstående synspunkter savner. Når man accepterer en bestemt position som sin egen, vil man uundgåeligt se verden i et bestemt perspektiv og i form af bestemte forestillinger, metaforer, storylines og begreber.

Storylines gør det derfor muligt at fastlægge et bestemt problem set i en bestemt diskursiv

sammenhæng (Jensen, 2003). Men de gør det også muligt at forstå forsøg på at skabe social og moralsk orden indenfor et bestemt domæne. De er anordninger, ved hjælp af hvilke aktører positioneres, og bestemte ideer om skyld, ansvar, påtrængende nødvendighed eller uansvarlighed tillægges andre aktører, grupper eller organisationer. Ved hjælp af storylines kan danske imamer blive positioneret om landsforrædere, Jyllands-Posten som ytringsfrihedens forkæmper, muslimer som islamister og Danmark som et islamofobisk eller et frihedselskende samfund.

Enhver form for sproganvendelse er en kommunikativ begivenhed, som ifølge Fairclough (1992:73) har tre dimensioner. Den første vedrører det konkrete lingvistiske udtryk for begivenheden. Den anden vedrører den diskursive praksis, som sproganvenderen er involveret i. Den tredje vedrører den sociale praksis på området. Forbindelsen imellem sproganvendelse og social praksis medieres gennem diskursive praksisser. Det er derfor kun, når mennesker bruger sproget til at kommunikere, og dermed er involverede i diskursive praksisser, at sproget påvirker eller bliver påvirket af sociale praksisser (Fairclough, 1992:72)

Det er formodentlig i spændingsfeltet imellem de lingvistiske udtryk, den diskursive og den sociale praksis, man finder den dybeste indsigt i Muhammed-konflikten og dens konsekvenser bl.a. med hensyn til boykot af danske varer i Mellemøsten. En fyldestgørende analyse af processerne i dette spændingsfelt overstiger, hvad det har været muligt at gøre i forbindelse med denne fremstilling. Det følgende afsnit tager derfor alene sigte imod ud fra pressedækningen at sætte Muhammed-konflikten ind i en diskursiv sammenhæng, som forhåbentlig ikke blot formår at perspektivere begivenhederne, men også at sætte dem i relation til de mere eller mindre åbenlyse politiske dagsordener, som har formået at mobilisere så mange mennesker både i

Danmark og i det store udland. Den anvendte metode kommer dermed til at bære meget præg af ideologikritisk indholdsanalyse.

4. Muhammed-konflikten set i et diskursivt perspektiv

De famøse tegninger i Jyllands-Posten er karikaturer, og karikaturer har altid været særdeles velegnede til at stimulere menneskets kognitive behov (Evans et al., 1996:25). Når det ikke er helt indlysende, hvad der er figur og baggrund, hvilket er typisk for karikaturtegninger, vil iagttageren på grund af dette behov have en tilbøjelighed til at gøre fortolkningsarbejdet færdigt ved selv at finde frem til, hvad der måtte være figur og baggrund. Resultatet heraf kommer dermed i høj grad til at afhænge af iagttagerens motiver, erfaringer, viden, interesser, værdier, m.m. Fænomenet betegnes almindeligvis som selektiv perception (Solomon, Bamossy and Askegaard, 2002:45-47).

En af tegningerne, som forestiller profeten Muhammed med en bombe i sin turban, er ikke tydelig med hensyn til, hvad der er figur og baggrund. Den rummer derfor som alle andre karikaturtegninger ambivalente stimuli. Når nogle iagttagere har oplevet den som en krænkelse af millioner af menneskers religiøse følelser og et udtryk for Vestens foragt for muslimer og deres religion, må det skyldes, at bomben sættes i forbindelse med islam, og at det er denne sammenkobling, som munder ud i en figuropfattelse. Selv siger tegneren, at billedet slet ikke går på islam som helhed, men alene på den del, som åbenbart kan inspirere til vold, terrorisme, død og ødelæggelse, det vil sige til den fundamentalistiske udlægning af islam. »Jeg ville påvise, at terrorister får deres spirituelle ammunition fra Islam«, siger tegneren i Jyllands-Posten den 26. februar 2006.

Det famøse grisebillede, som forestiller en mand med en grisetryne, er derimod ikke en karikaturtegning, og det rummer derfor i sig

selv færre fortolkningsmuligheder. Men at denne mand skulle være profeten Muhammed eller et symbol herpå, findes der ingen objektive indicier på. Det viser sig da også, at den udklædte mand er blevet fotograferet under en årligt tilbagevendende grisefest i Frankrig, som intet har med religion at gøre.

Kun relativt få mennesker blev eksponeret for Jyllands-Postens tegninger, da de blev offentliggjort den 30. september 2005. Blandt de eksponerede var der sikkert også kun en mindre andel, som rettede særlig megen opmærksomhed imod dem, for de adskiller sig næppe ret meget fra, hvad vi kan risikere at blive udsat for fra karikaturtegneres side i vores del af verden, og de var næppe tiltænkt et større publikum end det danske. De formåede dog at fange en gruppe danske muslimeres opmærksomhed, og tegningerne blev ud fra denne gruppes særlige forudsætninger og baggrund opfattet som en hån imod islam og en krænkelse af profeten Muhammed.

Denne fortolkning kom til at udgøre grundstammen i den præliminære version af en krænkelsesdiskurs, som fortæller historien om, at tegningerne i Jyllands-Posten er en forhånelse af islam og muslimer. De af denne gruppe initierede underskriftsindsamlinger, demonstrationer, lobbyistaktiviteter, kontakter til ambassader m.m. sikrede sammen med en vis om end begrænset bevågenhed fra mediernes side, at denne diskurs fik lidt større udbredelse i Danmark i løbet af efteråret 2005. Den blev imidlertid snart kendt blandt den politiske og religiøse elite i Mellemøsten. Først formidlet gennem indberetninger fra de 11 muslimske ambassadører i Danmark til deres respektive regeringer. Dernæst gennem samtaler imellem deltagerne i de to delegationsrejser og udvalgte repræsentanter for de religiøse og politiske systemer i Mellemøsten. Delegationsrejserne bidrog samtidigt til, at krænkelsesdiskursen blev skærpet, ikke mindst fordi det famøse grisebillede blev præsenteret som en afbildning af

profeten Muhammed og dermed kom til at tjene som en yderligere understregning af den forhånelse, som karikaturtegningerne i Jyllands-Posten efter delegationsmedlemernes opfattelse var et udtryk for.

De politiske og religiøse spændinger i Mellemøsten kom formodentlig til at bestemme krænkel sesdiskursens videre skæbne i den del af verden (Huntington, 1998:109-120). Sociale bevægelser, som baserer deres virke på fundamentalistiske islamiske synspunkter, er på fremmarch i bl.a. Palæstina, Syrien, Saudi-Arabien, Egypten, Pakistan og Indonesien. Det skyldes ikke mindst, at den herskende klasse her ikke har formået at sikre de stærkt voksende befolkninger økonomisk og social trykthed, og ej heller at give dem et begrundet håb om en forbedring af levevilkårene. Selv om deres indflydelse søges begrænset, ikke mindst i Syrien, Egypten, Saudi-Arabien og Pakistan, repræsenterer de alligevel en alvorlig trussel imod de etablerede politiske regimer, fordi den politiske magtudøvelse skal tilpasses til opfattelsen i en religiøs elite, som forstærker sin magtposition gennem de samme sociale bevægelser, som truer de fleste politiske regimer med præstestyret i Iran som en vigtig undtagelse. Islamiske handlingsanvisninger præger mere eller mindre autoritativt de fleste muslimske samfund. De gennemsyrrer om end i varierende grad ikke blot jura, moral, etik, politik og magtanvendelse, men også de normer, som regulerer interaktionen imellem mennesker i civilsamfundene. De kommer dermed også til at udstikke mere eller mindre restriktive rammer for, hvad truede politiske regimer kan gøre for at sikre deres egen overlevelse og beskytte legitime udenlandske interesser i området. Set på en sådan baggrund må krænkel sesdiskursen have været som en appelsin i turbanen hos en politisk elite, som kæmper for at bevare sin magt. Den kan jo bruges til at neddrose farlige religiøse og politiske spændinger ved at rette befolkningernes opmærksomhed imod en fælles ydre og ret ufarlig fjende.

Set på en sådan baggrund kan det ikke undre, at den egyptiske udenrigsminister Ahmed About Gheit tog det 43-sider lange dossier, som han havde modtaget fra deltagerne i en af delegationsrejserne, med til et inter-arabisk møde i Mekka. Slutcommuniquet fra OIC-mødet, som bl.a. fordømte det voksende had imod islam, vanhelligelse af den hellige profet og brug af ytringsfriheden som en undskyldning for at smæde religioner, afspejler i hvert tilfælde den oprindelige krænkel sesdiskurs, som i sin ny udtryksform fik forøget pressedækning i de muslimske lande. Hjemkaldelsen af den saudiarabiske og den libyske ambassadør i København, offentliggørelsen af hjemmesiden fra Organisationen for Islamisk Uddannelse, Videnskab og Kultur, fordømmelsen af tegningerne af det jordaniske parlament og andre arabiske regeringer samt de mere eller mindre officielle opfordringer til boykot af danske varer kan derfor meget vel være konsekvenser af den transformerede diskurs og de reaktioner, den medførte. Befolkningernes råb om død over Danmark var sikkert mere udholdeligt, end hvis råbet havde været død over deres egne regimer. Det sidste ville næppe have været tolereret af den politiske elite, men det første blev i hvert tilfælde ikke forhindret af dem, som kunne gøre det, idet masserne fik lov til at brænde ambassader, umuliggøre dansk diplomatisk tilstedeværelse, true menneskeliv og boykotte danske varer.

Den globale pressedækning af disse begivenheder gav krænkel sesdiskursen en ny og alvorlig drejning, som i de vestlige samfund sikrede nye sympatisører. I Danmark bl.a. tidligere udenrigsminister Uffe Ellemann Jensen, den forhenværende statsminister Poul Nyrop Rasmussen, Dansk Industris administrerende direktør Hans Skov Christensen og bestyrelsesformand Niels Due Jensen fra Grundfos. I udlandet bl.a. USA's tidligere præsident Bill Clinton, den britiske udenrigsminister Jack Straw og FN's generalsekretær Kofi Annan.

Den rivaliserende diskurs, ytringsfrihedsdiskursen, fik sin præliminære udformning baseret på Jyllands-Postens påstand om, at ytringsfriheden i Danmark er truet, hvis selv-censur umuliggør, at der kan findes tegnere til illustration af en bog om Muhammeds liv og levned. Dagbladet Politiken gav den en yderligere drejning med chefredaktør Tøger Seidenfads henvisning til, at Flemming Rose fra Jyllands-Posten tilsyneladende var af den opfattelse, at ytringsfriheden også måtte indebære muligheden for at håne og spotte religioner. En fagkyndig i jura har senere i Weekendavisen pointeret, at der i Danmark ikke gælder en uindskrænket ytringsfrihed. Grundlovens paragraf 77 beskytter imod censur, men den indebærer ikke i sig selv, at ytringer er ansvarsfrie. Uanset hvad man måtte mene om ytringsfrihedens beskyttelse af Muhammed-tegningerne, er det derfor ikke Juni-grundloven, man kan tage til indtægt for sit synspunkt. Der findes da også talrige eksempler på, at ytringsfriheden ikke er absolut.

Alligevel fik ytringsfrihedsdiskursen i løbet af efteråret 2005 det indhold, at Muhammed-tegningerne er udtryk for et forsvar af ytringsfriheden, som er nødvendigt, hvis normer og regler fra ikke-demokratiske samfund som f. eks. de muslimske sætter grænser for, hvad vi kan udtale os om i Danmark. Ytringsfriheden er ifølge denne diskurs den alt-afgørende forudsætning for de politiske processer, som skal sikre, at vi undgår urimelig selv-censur og kan tale frit om ting, som kan true demokratiet.

I begyndelsen af Muhammed-krisen var der ikke mange danskere, som kunne tilslutte sig denne opfattelse. Mange havde sikkert svært ved at se, at ytringsfriheden skulle være truet, for vi er jo vant til at kunne sige omtrent, hvad der passer os. At offentliggørelsen af de famøse tegninger skulle være et forsvar for ytringsfriheden, var derfor nok en fremmed tanke for de fleste. Derfor måtte der efter

manges mening nok ligge andre og måske knap så noble motiver bagved Jyllands-Postens offentliggørelse af dem. Andre mente, at tegningerne var en helt unødvendig provokation. Uffe Ellemann Jensen kaldte sågar offentliggørelsen for pubertetsagtig. Tegningerne blev også af nogle anset for at være et partisk indlæg i den danske flygtninge- og indvanderdebat. Endelig var der så naturligvis dem, som ikke kunne tilslutte sig ytringsfrihedsdiskursen, fordi de var overbeviste tilhængere af den rivaliserende krænkelsesdiskurs. Tilhængerne af den første var derfor nok i begyndelsen af Muhammed-krisen et lille mindretal, som havde blik for, at den fremvoksende fundamentalistiske orientering i de muslimske lande også er et vestligt problem, som repræsenterer en potentiel og for nogle endda reel og alvorlig trussel imod den ytringsfrihed, vi i Danmark over en lang periode har tilkæmpet os. For dem var det sikkert ikke uvæsentligt, at de muslimske ambassadører i Danmark åbenbart ville have statsministeren til at knægte ytringsfriheden, og at deltagerne i de to delegationsrejser tilsyneladende var ude på det samme.

Men det var nok først i begyndelsen af 2006, da Danmark kom på skafottet i muslimske samfund, som ikke hylder ytringsfriheden, og da statsministeren ikke ville give en officiel undskyldning for Muhammed-tegningerne ud fra et ytringsfrihedshensyn, at et voksende antal danskere fandt anledning til at tilslutte sig denne diskurs. Dette skred, som blev målt i en meningsundersøgelse, blev formodentlig også befordret af, at et stigende antal udenlandske aviser valgte at bringe Muhammed-tegningerne bl.a. i solidaritet med Jyllands-Posten, og at flere fremtrædende personer, blandt dem også enkelte sympatisører af krænkelsesdiskursen, gav udtryk for, at ytringsfriheden i Danmark ikke står til forhandling.

Ytringsfrihedsdiskursen blev naturligvis også kendt i de muslimske lande, ikke mindst

fordi arabiske massemedier i et stigende omfang fattede interesse for at dække Muhammed-krisens afledede effekter i Danmark. Alligevel fortsatte flere religiøse og politiske ledere i disse lande med at kræve en officiel dansk undskyldning for, at Jyllands-Posten havde bragt de famøse tegninger, hvilket næppe kan skyldes et ukendskab til det politiske system i Danmark. Derfor kom ytringsfrihedsdiskursen til at virke som benzin på et bål, som allerede var tændt. Dette har sikkert været en væsentlig begrundelse for, at Kofi Annan forsøgte at gyde olie på vandene på et møde i Quatars hovedstad Doha, og at Javier Solana på en rundrejse i Mellemøsten forsøgte det samme. Det har formodentlig også været en væsentlig begrundelse for, at EU's udenrigsministre på mødet den 27. februar 2006 i forlængelse af den klare udmelding, at ytringsfriheden er en fundamental rettighed og et væsentligt element i et demokrati, valgte at række hånden frem imod den muslimske del af verden ved at opfordre til dialog.

Dialogbestræbelserne i Danmark førte dog kun frem til en principiel erkendelse af, at forsoning er nødvendig. På konferencen i København den 10. marts 2006 blev en officiel dansk undskyldning og regler om beskyttelse af islam fortsat fremført fra arabisk side som en betingelse for, at boykotten af danske produkter i Mellemøsten kunne ophøre.

5. Boykotten af danske varer i Mellemøsten

Hvis man betragter boykotten af danske varer i de muslimske lande som en reaktion på ovennævnte diskurser, kan man konstatere, at den er båret frem af en krænkelседiskurs, som blev født i Danmark, transformeret af et herboende muslimsk mindretal og bevidst videreformidlet til den religiøse og politiske elite i Mellemøsten. Her blev den af denne elite bragt ind på en større politisk dagsorden, som ikke mindst kunne anvendes til at bortlede befolkningernes opmærksomhed fra

indre sociale, politiske og religiøse spændinger ved at rette deres blik imod en fælles ydre og for eliten ret ufarlig fjende.

Men den er også båret frem af en medieret ytringsfrihedsdiskurs, som på trods af sit indhold blev gjort identisk med krænkelседiskursen i den muslimske del af verden. Årsagen hertil er formodentlig, at den kan opfattes som en understregning af, at ytringsfriheden i demokratiske samfund kan bruges til at krænke islam og muslimer, og at det netop må være, hvad magteliten i sådanne samfund er ude på, når den ikke vil undskylde årsagen til krænkelседen.

Isenesættelsen af boykotten minder meget om, hvad der skete under Brent Spar-konflikten i 1995 (Jensen, 2003). Selv om ingen endnu har kunnet påvise, at en dumpning af olieborplatformen i Atlanterhavet ville have større og mere alvorlige konsekvenser for miljøet end en landbaseret skrotløsning, blev argumenterne fra Greenpeace alligevel præsenteret for offentligheden som den eneste »rigtige« politiske dagsorden, og fremtrædende politikere fra både venstre- og højrefløj, ministre fra ind- og udland, interesseorganisationer, embedsmænd fra Miljøministeriet og en enkelt EU-kommissær fik af pressen lov til at mobilisere forbrugerne til at føre denne dagsorden ud i livet. Kun få medier fortalte offentligheden, at den danske regering faktisk havde haft mulighed for at forhindre dumpningen af Brent Spar uden at gøre det, og ingen vovede at fortælle, at sagen hverken drejede sig om løsning af en alvorlig miljøkrise eller om sikring af forbrugernes sundhed og sikkerhed. Den isenesættelse, som massemediernes var dybt involveret i, blev imidlertid afgørende for, at forbrugerne kom til at spille en central rolle i et politisk spil, de næppe havde større chancer for at gennemskue.

Hvis der ikke fandtes et kultursammenstød imellem den vestlige og muslimske del af

verden inden Muhammed-krisen, kom de to diskurser gennem deres anvendelse i hvert tilfælde til at befordre, at det blev resultatet. Muhammed-konflikten er derfor et eksempel på, hvad der sker, når man træder ikke-demokratiske og fundamentalistisk orienterede magtpositioner over tærerne. Vi har oplevet det før, for det var også, hvad der skete, da Salman Rushdie offentliggjorde sin bog »De sataniske vers« i slutningen af 80'erne. Ligesom dengang har forbrugerne kun været små og ubetydelige brikker i et større spil, som de kun i et begrænset omfang havde indblik i, og som mange sikkert ville have taget afstand fra, hvis de var vidende herom og havde muligheder for at gøre det. Det har forbrugerne heldigvis i et demokratisk samfund, men i de muslimske lande kun under forudsætning af, at det ikke truer den politiske og religiøse elites magtposition.

Det gjorde forbrugerboykotten i Mellemøsten ikke. Den var tværtimod særdeles ønskelig, og den var derfor stærkt opfordret fra denne elites side. Forbrugerne fik imidlertid kun begrænset mulighed for selv at fravælge danske produkter, fordi mange varer fra Danmark forinden var blevet fjernet fra supermarkedshylderne af indkøberne, som også omfattede disponenter for den franske supermarkedsskæde Carrefour. Her adskiller boykotten sig tydeligt fra, hvad der skete under Brent Spar-konflikten i 1995. Selv om der var mange industrielle og institutionelle indkøbere, som opsigde deres kontrakter med Shell, var det primært forbrugernes fravalg og tilvalg af substituerende produkter, som fik koncernen til at undlade at dumpe olie-boreplatformen i Atlanterhavet.

Forbrugerne får sikkert også først mulighed for igen at tilvælge danske produkter, når det tillades af indkøberne, som i Saudi-Arabien fortsat lurer på hinanden i frygt for at komme til at træde fundamentalistiske kredse over tærerne. Selv om talsmænd for den religiøse elite har afblæst boykotten af danske varer,

findes der stadigvæk stærke politiske kræfter, som mener, at samhandel med Danmark må afhænge af en officiel undskyldning for Muhammed-tegningerne og en forsikring fra den danske regering om, at noget tilsvarende ikke vil ske igen, hvilket ikke kan forventes.

Andersen og Tobiasen (2001:12) definerer politisk forbrug som det, en person foretager sig, når vedkommende som forbruger tager væsentlige værdimæssige hensyn i forbindelse med et bevidst til- og fravalg af bestemte varer med henblik på at fremme et politisk mål. Boykotten af danske varer i de muslimske lande er derfor kun et udtryk for politisk forbrug i det omfang, forbrugerne faktisk har fravalgt danske varer. Efterlevelse af religiøse normer eller etiske standarder er kun et udtryk for politisk forbrug, hvis sigtet hermed er at fremme et politisk formål. Religiøst orienterede forbrugere er derfor ikke politisk forbrugere, hvis de alene undlader at købe danske produkter for at leve i overensstemmelse med Koranens forskrifter. Som et minimum må forbrugerne være optaget af de samfundsmæssige, aggregerede konsekvenser af deres forbrugsvalg. Dette indebærer et element af fælles bevidsthed, nemlig bevidstheden om, at individuelle forbrugsvalg kun batter noget politisk, hvis et tilstrækkeligt antal andre forbrugere handler på samme måde.

Indkredsningen af, hvad politisk forbrug er, giver anledning til en sondring imellem følgende fire hovedtyper (Friedman, 1999:38; Andersen & Tobiasen, 2001:13; Micheletti, 2001; Jensen, 2005:172):

1. Kollektiv, organiseret, positiv politisk forbrug som f. eks. tilvalg af bestemte produkter foranlediget af opfordringer fra muslimske organisationer til at købe produkter fra virksomheder, der ikke er nævnt på boykotlisten.
2. Kollektiv, organiseret, negativ politisk forbrug som f. eks. fravalg af produkter foranlediget af opfordringer fra den reli-

giøse og politiske elite til at boykotte varer fra danske virksomheder.

3. Individuel, uorganiseret, positiv politisk forbrug som f. eks. køb af pulvermælken Nido, fordi produktet ikke er fremstillet i Danmark.
4. Individuel, uorganiseret, negativ politisk forbrug, som f. eks. fravalg af frosne kyllinger fra Frankrig, fordi landet har tilladt offentliggørelse af Muhammed-tegningerne fra Jyllands-Posten.

Eksemplerne viser, at et politisk begrundet til- og fravalg af produkter, meget vel kan være gensidigt afhængige beslutningstyper, og at individuelle politiske forbrugsbeslutninger kan være et resultat af organiserede opfordringer, uden at det dog behøver at være tilfældet. Der foreligger endnu ikke undersøgelser af politisk forbrug i de muslimske lande, som kan kaste et lys over sådanne sammenhænge. Der er dog grund til at formode, at religiøse normer og sanktionssystemer her sætter snævrere grænser for, hvad den enkelte forbruger kan tillade sig politisk, end hvad der er tilfældet i vores del af verden, og at hierarkiske religiøse og politiske magtstrukturer, som vi ikke kender i Vesten, beforder, at politisk begrundede individuelle forbrugsvalg er i nøje overensstemmelse med, hvad der så at sige er autoriseret af den religiøse og politiske elite.

Selv om der er ligheder imellem den organiserede boykot af danske produkter i de muslimske lande og kendte eksempler på politisk forbrug i vores del af verden, kan man ikke hermed konkludere, at forbrugerne i muslimske lande nu også anvender markedsmekanismen som et supplement til andre former for politisk deltagelse, som det er tilfældet i vestlige, sekulære samfund (Andersen & Tobiasen, 2001:65). Muslimske kvinder har f. eks. kun i et meget begrænset omfang mulighed for at deltage i politik, og for mange af dem ville dette sikkert være mere ønskeligt, end at udtrykke politiske synspunkter gen-

nem køb af varer, når det er opportunt set ud fra den religiøse og politiske elites synspunkt.

6. Ledelsesmæssige konsekvenser for de implicerede og berørte danske virksomheder

Hvis man skal forsøge at udlede nogle ledelsesmæssige konsekvenser for de virksomheder, som har været impliceret i eller berørt af Muhammed-konflikten, må interessen først og fremmest rette sig imod Jyllands-Posten, som kalder sig for Danmarks internationale avis.

En politisk debat om værdier og etik i bred forstand kan ikke længere praktiseres ved at anlægge et snævert, nationalt perspektiv på tingene, og den kan ikke betragtes løsrevet fra den virkning, den har eller kan få på andre kulturer. Udtalelser, som umiddelbart er opstået i en national og lokal sammenhæng, viderebringes i globaliseringens tidsalder udenfor denne og vurderes af udenforstående, som sammenholder dem med deres eget værdisæt. Dermed stilles danske medier overfor spørgsmål om deres ansvar for reaktioner udenfor den nationale ramme, de primært opererer indenfor.

Der findes i dag 1,3 mia. muslimer på verdensplan og ca. 200.000 af dem lever i Danmark. Islam og de muslimske samfund har igennem mange år været trængt i defensiven. Bortset fra de lande, som er i besiddelse af store oliereserver, har de muslimske samfund været tabere i globaliseringsprocessen. Deres andel af verdenshandelen er faldet markant, og samtidigt er befolkningstallet vokset stærkt med den konsekvens, at store dele af befolkningerne fastholdes i fattigdom. Derfor har mange søgt tilflugt i religionen som det eneste sted, hvor de har kunnet finde trøst, håb, identitet og selvagtelse (Mandag Morgen, 13.02.06).

Dette udviklingsforløb har medført interne sammenstød med hensyn til den fremtidige udvikling. På den ene side står størstedelen af præsteskrabet og de sociale lag, som er presset af globaliseringen. På den anden side står yngre, veluddannede og verdsligt orienterede muslimer, som har et stærkt ønske om fornyelse og udvikling i retning af vestlige, sekulære værdier. Denne kulturkamp, som i dag udkæmpes indenfor islam og i de muslimske samfund, har samtidigt væsentlige konsekvenser for den vestlige del af verden. De muslimske mindretal i Vesteuropa har bragt denne interne konflikt ind på vore breddegrader, og den viser sig i Danmark som en større eller mindre villighed til at knytte religiøse islamiske værdier sammen med danske samfundsideal.

En indblanding i denne debat, som Jyllands-Posten har gjort det med offentliggørelsen af de famøse Muhammed-tegninger, risikerer at bringe de mere moderate kræfter i de muslimske samfund i defensiven, fordi de mødes med krav fra deres trosfæller om at forsvare islam og profeten. Dermed forringes deres muligheder for at presse islam og de muslimske samfund i en retning, som de fleste mennesker i Vesten gerne ser. Tegningerne har derfor på trods af deres særlige danske forudsætninger og Jyllands-Postens påståede motiver for at bringe dem udstyret de ekstremistiske kræfter med argumenter, som i den muslimske del af verden har overskygget stort set alt andet og trukket landene væk fra en sekulær linie, der må betragtes som en hovedforudsætning for stabilitet, fredelig sameksistens og øget samhandel.

Produktpolitiske beslutninger i en dansk avis kan derfor ikke træffes alene ud fra hensyntagen til læserkredsen i snæver forstand, konkurrenceforholdene og udbudsforudsætningerne. Muhammed-krisen har vist, at mediestof, som alene har været tiltænkt et dansk publikum, kan have alvorlige konsekvenser i en langt større sammenhæng. Det kan påvirke

globale politiske kræfter, Danmarks internationale manøvrer muligheder og danske eksportvirksomheders muligheder for at sælge varer og tjene penge. Derfor må sådanne potentielle konsekvenser inddrages i Jyllands-Postens bestræbelser på at indkredse, hvilket socialt ansvar avisen ønsker at påtage sig i fremtiden.

Hvis blikket rettes imod de boykottede danske virksomheder, kan de umiddelbart forekomme at være uskyldige ofre for handlinger, de ikke selv har udløst. Dette er dog langt fra tilfældet. Sammen med andre danske firmaer har Arla Foods f. eks. underskrevet erklæringer om ikke at ville handle med Israel for at få handelskontrakter i Mellemøsten. Denne fremgangsmåde har tilsyneladende stået på i mange år, og Dansk Industri har været vidende herom. Dette viser ikke blot, at forretning også er politik, men at danske virksomheder faktisk har anvendt de samme metoder, som har vanskeliggjort deres tilstedeværelse i Mellemøsten.

Det er forståeligt, at Arla Foods tager afstand fra Muhammed-tegningerne i Jyllands-Posten og tilslutter sig krænkelsesdiskursen, men det er ikke forståeligt, når koncernen i avisannoncer i Mellemøsten udtrykker, at retfærdighed og tolerance er fundamentale værdier i islam. Arla Foods overser dermed ikke blot, at mange islamiske samfund er totalitære eller ligefrem fascistiske regimer, som undertrykker store befolkningsgrupper og tilfader ambassadeafbrændinger, kvindeundertrykkelse, drab på religiøst frafaldne, hængning af homoseksuelle, stening af utro kvinder og forfølgelse af kristne. Koncernen overser også, at en sådan udtalelse i globaliseringens tidsalder opfanges i samfund, som tager stærkt afstand herfra, og at dette kan give anledning til køberreaktioner, som repræsenterer en langt større trussel imod virksomheden end boykotten i Mellemøsten.

Det viser sig da også, at krænkede danske kvinder har krævet, at Arla Foods bringer en

uforbeholden undskyldning i danske og arabiske medier for de omstridte annoncer, som efter deres opfattelse er en blåstempling af kvindeundertrykkelsen i de muslimske samfund (Jyllands-Posten, 27.03.06). Flere kvindeorganisationer i Danmark har i forlængelse heraf ligefrem opfordret til boykot af Arlas produkter. Koncernens administrerende direktør har da også erkendt, at man ikke kan have forskellige holdninger og værdier på forskellige markeder, og at det er et ledelsesansvar at få hele virksomheden til at forstå det (Mandag Morgen, 6.03.06). Man kan så håbe på, at dette lykkes for koncernen, og at »sleeper-effekten« får den virkning, at de negative aspekter ved signalforvirringen glemmes på lidt længere sigt af forbrugerne i vores del af verden (Solomon, Bamossy & Askegaard, 2002:167).

Den væsentligste strategiske øvelse for Arla Foods består derfor nok primært i at sikre og udbygge sin position på de markeder, hvor det at være dansk ikke er uforeneligt med opnåelsen af blivende konkurrencemæssige fordele. Dette forudsætter accept af krav til koncernen om, at dens etiske værdier afspejler de moralske idealer, som generelt kendetegner en demokratisk offentlighed i moderne oplyst form, hvor respekt for menneskerettigheder, økologisk bæredygtighed og samfundsansvar er grundlæggende værdier (Rendtorff, 2004:217). Da mange vestlige samfund er karakteriseret ved stigende privatisering af det politiske og stigende politisering af det private (Rendtorff, 2004:217; Åkerstrøm Andersen, 2004:245-247; Jensen, 2005:171), kan Arla Foods ikke forvente en udtømmende positiv præcisering af sådanne demokratiske idealer fra lovgivningsmagts side. Koncernen kan derimod regne med, at forbrugerne vil reagere, hvis dens etiske værdier efter deres opfattelse ikke er tidssvarende. Arla Foods må derfor vænne sig til at rumme de vestlige samfunds kompleksitet i sig og lære at udnytte de øgede muligheder, dette indebærer, til at forholde sig strategisk til

samtalens rum og orden. Dette kræver, at koncernen bliver dygtigere til at kommunikere i andre koder end penge og ret og formår at styre polyfonien på en sådan måde (Åkerstrøm Andersen, 2004:245), at der ikke kan herske nogen tvivl om, hvilke værdier den bygger på som en moderne, international dansk virksomhed. På længere sigt kan en sådan strategi forhåbentlig give sig udslag i, at det at være dansk bliver foreneligt med det at tjene penge i Mellemøsten.

Arla Foods bør endvidere satse målrettet på, at de muslimske ansatte i det saudiarabiske datterselskab Danya Foods bliver aktive medspillere i bestræbelserne på at sikre koncernens fortsatte tilstedeværelse i den del af verden. I dag er kun 30% af de ansatte fra Saudi-Arabien (Mandag Morgen, 6.03.06). Ledelsen udgøres af fem danskere, en sydafrikaner, en irer og en saudiaraber. På næste trin i ledelseshierarkiet er seks nationaliteter repræsenteret, og selv om både HR-chefen, PR-chefen og driftschefen er fra Mellemøsten, er det kun førstnævnte, som er saudier (Mandag Morgen, 6.03.06). Kun få saudiere har indtil nu bevæget sig opad i ledelseshierarkiet i Danya Foods, og Arla har ikke formået at inddrage saudiske ansatte på alle niveauer i bestræbelserne på at forbedre relationerne til det omgivende samfund.

Arla Foods har i forlængelse af Muhammed-konflikten lovet at donere penge til kræftpatienter, handicappede børn og sultende i Mellemøsten. Donationerne skal sammen med fordømmelsen af tegningerne i Jyllands-Posten bane vejen for mejerikoncernens comeback i regionen (Jyllands-Posten, 5.04.06). Sagsrelateret marketing har da også været anvendt med succes i flere amerikanske virksomheder (Varadarajan & Menon, 1988), men strategien rummer også en del risici, fordi den kan påkalde sig indflydelsesrige og engagerede kritikeres opmærksomhed (Gurin, 1987; Kinsley, 1985). Arla bør derfor ikke overse, at sagsrelateret marketing kan

ramme koncernen som en boomerang, hvis der på nogen måde kan stilles berettigede spørgsmål til formålet hermed.

7. Konklusion

Muhammed-konflikten og boykotten af danske varer i de muslimske samfund er et godt eksempel på, hvad globaliseringen også kan medføre. Tegningerne i Jyllands-Posten var næppe tiltænkt et større publikum end det danske, men de fik alligevel efter et stykke tid en meget central placering i verdensofentligheden med store og alvorlige konsekvenser for Danmark og de implicerede og berørte danske virksomheder.

Fortolkningerne af dem kom til at indgå i en krænkelses- og ytringsfrihedsdiskurs, som ikke blot blev et led i den kulturkamp, som i dag udkæmpes indenfor islam og i de muslimske samfund, men også i den ydre kamp imellem religiøse islamiske værdier og vestlige samfundsidealer.

Mange herhjemme blev sikkert meget overraskede over, at Danmark på grund af nogle tegninger i Jyllands-Posten kom ind i den største udenrigspolitiske krise efter Den Anden Verdenskrig. Det var dog ikke primært tegningernes skyld, at det blev således, men mere den politiske debat, de gav anledning til både i Danmark og i udlandet.

Hvis der ikke fandtes et kultursammenstød imellem den vestlige og muslimske del af verden inden Muhammed-konflikten, kom de to diskurser i hvert tilfælde gennem deres anvendelse til at befordre, at det blev tilfældet. Set på en sådan baggrund kan det ikke undre, at også danske virksomheder måtte bøde for tegningerne i Jyllands-Posten.

De muslimske forbrugere fik dog kun i et begrænset omfang mulighed for at fravælge danske varer, og de får sikkert også først mulighed for igen at købe dansk, når det tillades af supermarkedsindkøberne, som i Saudi-Arabien

fortsat lurer på hinanden af frygt for at træde fundamentalistiske kredse over tæerne. Man kan derfor ikke konkludere, at den organiserede boykot af danske varer i Mellemøsten er et udtryk for, at forbrugerne i den del af verden nu også anvender markedsmekanismen som et supplement til andre former for politisk deltagelse, hvilket er tilfældet i de vestlige samfund. Muslimske kvinder har stadigvæk kun i et meget begrænset omfang mulighed for at deltage i politik, og for mange af dem ville det sikkert være mere ønskeligt at kunne gøre dette, end blot at udtrykke politiske ønsker, når det er opportunt set ud fra den religiøse og politiske elites synspunkt.

Litteratur

- Andersen, J.G. og M. Tobiasen (2001). *Politisk forbrug og politiske forbrugere. Globalisering og politisk forbrug i hverdagslivet*. Aarhus: Institut for Statskundskab.
- Berlingske Tidende (11.02.2006).
- Evans, J., L. Moutinho & W.F.van Raaij (1996). *Applied Consumer Behaviour*. Harlow, England: Addison-Wesley Publications Company.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Friedman, M. (1999). *Consumer Boycotts: Effective Change through the Marketplace*. London: Routledge.
- Gurin, M.G. (1987). Cause-Related Marketing in Question. *Advertising Age* (July), 5-16.
- Huntington, S.P. (1998). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. London: Touchstone Books.
- Jensen, H.R. (2000). Forbrugeradfærd som politisk deltagelse. *Samfundøkonomen*, nr. 6.
- Jensen, H.R. (2003). Staging Political Consumerism: A Discourse Analysis of the Brent Spar Conflict as Recast by the Danish Mass Media. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 71-80.
- Jensen, H.R. (2005). Environmentally Co-Responsible Consumer Behaviour and Political Consumerism. In: Grunert, K.G. & J. Thøgersen (eds.). *Consumers, Policy, and the Environment. A Tribute to Folke Olander*. New York: Springer Science and Business Media, Inc., 165-181.
- Jyllands-Posten (2.01.2006, 31.01.2006, 12.02.2006, 23.02.2006, 28.02.2006, 1.03.2006, 2.03.2006, 11.03.2006, 27.03.2006, 5.04.2006).

- Jørgensen, M.W. & L. Phillips (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. København: Forlaget Samfundslitteratur.
- Kinsley, M. (1985). Curing Hunger by Reinventing the Wheel. *Wall Street Journal* (October 31.), 29-30.
- Mandag Morgen* (13.02.2006, 6.03.2006).
- Micheletti, M. (2001). Why Political Consumerism: A Theoretical Context for Understanding the Phenomenon. Paper presented at *The First International Seminar on Political Consumerism*. Stockholm University: May 31.- June 3rd.
- Micheletti, M. (2003). *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism, and Collective Action*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rendtorff, J.D. (2004). Værdier I den politiske virksomhed. I: Franckel, Chr. (red.). *Virksomhedens politisering*. København: Forlaget Samfundslitteratur, 209-231.
- Solomon, M., G. Bamossy & S. Askegaard (2002). *Consumer Behaviour: A European Perspective*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Varadarajan, P.R. & A. Menon (1988). Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing and Corporate Philanthropy. *Journal of Marketing*, Vo. 52 (July), 58-74.
- Åkerstrøm Andersen, N. (2004). Supervisionsstaten og den politiske virksomhed. I: Franckel, Chr. (red.). *Virksomhedens politisering*. København: Forlaget Samfundslitteratur, 231-261.

Dansk Folkeparti – født i flammer*

Af Jens Ringmose, forsker, Dansk Institut for Militære Studier (DIMS)

Historiens tale siger, at når en folkebevægelse vokser sig stor sker det ofte, ja vel næsten altid, at så kommer den indre splid. Intriger og jalousi. Det, som vi på denne dag i Fremskridtspartiet, hvor vi samles for første gang på Christiansborg, virkelig må lægge os på sinde er, at det må vi undgå.¹

1. Indledning

Den 6. oktober 2005 kunne Dansk Folkeparti fejre sit første runde jubilæum i dansk politik. Og der var meget at fejre. Bortset fra at intet medlem af Dansk Folkeparti endnu har beklædt en ministertaburet, så har det unge parti scoret højt på praktisk talt alle andre tænkbare succesparametre: Som en uomgængelig del af den siddende regerings parlamentariske grundlag har partiet haft omfattende policy-indflydelse; ved samtlige folketingsvalg siden stiftelsen har Dansk Folkeparti haft fremgang (partiet er i dag Folketingets tredje største); og endelig har de partiinterne relationer været præget af et bemærkelsesværdigt fravær af strid og splittelse. Dermed adskiller Dansk Folkeparti sig afgørende fra sit fædrene ophav – Fremskridtspartiet. Broderparten af de danske politiske partier har oplevet perioder, hvor samdrægtigheden har været afløst af interne brydninger, men i heftighed og uforsonlighed er der dog næppe noget partis interne holmgange, der lader sig måle med Fremskridtspartiets selvopslidende splittelser i første halvdel af 1990'erne.

Den dramatiske kulmination på de mange interne stridigheder, der prægede Fremskridtspartiet i første halvdel af 1990'erne blev udspillet for en måbende offentlighed på partiets 23. landsmøde i Århus sidste weekend i september 1995. Begivenhederne på landsmødet antog lejlighedsvis tumultagtige dimensioner og enkelte gange var skænderierne på nippet til at bevæge sig over i rene korporlige sammenstød. Alt imens tv-kameraerne filmede. Farcen kulminerede, da en voldsomt indigneret Kristen Poulsgaard mod slutningen af landsmødet bordede talerstolen udenfor talerrækken og nedkaldte en bandulle over hovederne på en række navngivne partifrænder. Dermed var jorden så rigelig gødet for Dansk Folkeparti. Blot en uge efter det skelsættende landsmøde brød den detroniserede fløj anført af Pia Kjærsgaard staven over partiet og lancerede en af de sjældne partipolitiske nydannelser i nyere dansk politisk historie.²

I tiden efter undfangelsen af Dansk Folkeparti har der materialiseret sig to rivaliserende udlægninger af årsagerne til den omfattende kiv i Fremskridtspartiet i perioden indtil 1995: Én – helt dominerende – der søger brændstoffet til splittelsen i uenigheden om den politiske strategi (slapper-strammer fortællingen), og en mere overset udlægning, der finder kimen til striden i personspørgsmål samt rene og skære magtpræentioner. Førstnævnte fortælling rummer en antagelse om, at Fremskridtspartiet helt frem til 1995 var

hjem søgt af to konkurrerende fløje splittet i spørgsmålet om, hvorvidt partiet i det parlamentariske arbejde skulle forfølge en samarbejds- eller konfrontationsstrategi. Forligsdannelse og politisk konformitet eller principfasthed og protest. Denne fortælling er frem for alt blevet forfægtet af kredsen omkring Pia Kjærsgaard. Sidstnævnte fortælling, der næsten udelukkende er blevet fremført af de fremskridtsfolk, der efter bruddet valgte at blive i partiet, indeholder en klar afvisning af enhver snak om strategisk uenighed og fremhæver i stedet personstridigheder, som den kilde hvoraf de mange sammenstød udsprang.

Ambitionen med nærværende fremstilling er dobbeltsidig. Hensigten med artiklen er for det første at beskrive de partiinterne konflikter, der dannede baggrunden for stiftelsen af Dansk Folkeparti. Fremstillingens anden målsætning er at sætte spørgsmålstejn ved den hidtil dominerende udlægning af det begivenhedsforløb, der ledte frem dannelsen af Dansk Folkeparti i oktober 1995. Slapperstrammer fortællingen har i vidt omfang gylidighed for de stridigheder, der prægede partiet i perioden frem til efteråret 1990 – hvor Mogens Glistrup blev ekskluderet af Folketingsgruppen og efterfølgende stiftede Trivselspartiet – men ikke for de voldsomme brydninger der den 6. oktober 1995 ledte til stiftelsen af Dansk Folkeparti.

2. Prolog: Fremskridtspartiet fra 1973-1988

Efter jordskredsvalget den 4. december 1973 opnåede Fremskridtspartiet for første gang repræsentation i Folketinget. En stemmeandel på 15,9 pct. og 28 mandater katapulterede det purunge parti ind i landets lovgivende forsamling. Kun Socialdemokratiet var i stand til at mønstre en folketingsgruppe, der var større. Den opsigtsvækkende valgsejr havde i særligt omfang afsat i to forhold: Dels en generel venstredrejning i dansk politik og dels personen Mogens Glistrup. Den

midtsøgende kurs, som Venstre og Det konservative Folkeparti indledte med dannelsen af den radikalt ledede VKR-regering i 1968, havde som konsekvens, at der opstod et betydeligt vakuum på højrefløjen i dansk politik. Kombinationen af de fordelagtige, strukturelle forudsætninger og den karismatiske partistifter, der lovede at sætte »bøddelkniven« ind mod lovsamlingerne og bekæmpe »administrationskineseriet«, »skrankepaverne« og »skattetyranniet« førte således til, at dansk partipolitik i slutningen af 1973 blev beriget med en ny og farverig aktør.

De 28 fremskridtsfolk, der om morgenen den 5. december vågnede op som nybagte medlemmer af landets lovgivende forsamling, udgjorde en broget flok. Fælles for de uprøvede MF'ere var dog, at de kun i meget begrænset omfang gjorde indsigelser mod den takt partistifteren anslog. På landsmødet i 1974 manifesterede Glistrups altoverskyggende position i partiet sig i en kårning som livsvarigt, honorært medlem af partiets fem mand store hovedbestyrelse (Bille, 1975: 39ff), men allerede i 1977 lod de første konturer af intern splittelse sig ane. Uenigheden stod frem for alt mellem den del af folketingsgruppen, der søgte direkte indflydelse i de parlamentariske beslutningsprocesser gennem indgåelse af forlig og kompromisser, og en gruppering centreret omkring Mogens Glistrup, der ikke var villig til at give politiske indrømmelser til gengæld for en delvis gennemførelse af partiets program.³ Indtil Glistrups ufrivillige politiske sortie den 31. august 1983,⁴ var det dog i helt overvejende omfang strammernes alt-eller-intet strategi, der karakteriserede partiets politiske orientering.

Ved valget i november 1984 opnåede Mogens Glistrup genvalg til Folketinget. Et folketingsflertal kendte ham imidlertid straks uværdig til at bestride en plads på Christiansborg, og i hans sted indtrådte den 37-årige hjemmehjælper Pia Merete Kjærsgaard. For

et ambitiøst og arbejdsomt, nyvalgt gruppe-medlem gav Fremskridtspartiet yderst gunstige vilkår for et hurtigt advancement i det interne partihierarki. En chance Kjærsgaard ikke var sen til at udnytte. Allerede i 1987 blev hun således i offentligheden betragtet som partiets ledende skikkelse, og under hendes lederskab slog partiet hurtigt ind på en mere midtsøgende kurs. Glistrups tilbagekomst til Folketinget fra det ufrivillige Horserød-eksil i 1987 betød kun, at Pia Kjærsgaards krav på det politiske lederskab blev bekræftet. Hverken han eller gruppens øvrige strammere evnede i perioden frem til 1989 at rokke ved den parlamentariske strategi, der i anden halvdel af 1980'erne havde været kraftigt medvirkende til at Fremskridtspartiet var gået fra 6 til 16 mandater. Den tilsyneladende fordragelighed, der prægede partiet i slutningen af 1980'erne, skulle dog snart afløses af en ny strid uden fortillælde i partiets kortvarige historie (Pedersen, 1997).

3. Trivselspartiet

Ved indgangen til 1990'erne var Fremskridtspartiet placeret i en parlamentarisk nøgleposition. Såfremt den borgerlige VKR-regering, der var resultatet af »fodnotevalget« i 1988, insisterede på at føre politik uden om Socialdemokratiet, var den afhængig af samfulde 16 Z-stemmer. Den centrale position i det parlamentariske puslespil skabte således særdeles gunstige forudsætninger for en realisering af Kjærsgaard-fløjens midtsøgende strategi. Parallelt med de gunstige muligheder for at opnå indflydelse gennem indgåelsen af forlig steg dog også risikoen for fornyede sammenstød mellem slappere og strammere.

Og allerede i forsommeren 1989 gik det galt. Uenighed om hvorvidt partiet burde lægge stemmer til et lovforslag vedrørende en ændring af reglerne for udbetaling af ungdomsydelser delte partiet i to. Et spinkelt flertal centreret omkring Mogens Glistrup foretrak at desavouere regeringsudspillet med den begrundelse, at nok ville en regelændring re-

præsentere en bevægelse i retning af Fremskridtspartiets principielle stillingtagen på området, men kun i et så beskedent omfang, at partiet burde stå fast på den rene fremskridtpolitik og derfor ikke lægge stemmer til forslaget. Fremskridtspartiets nej affødte øjeblikkeligt en voldsom, intern konflikt i folketingsgruppen, der snart bredte sig til baglandet. Henover sommeren og efteråret dæmpedes gemytterne en smule, men under overfladen ulmede uenighederne stadig, og i foråret 1990 eksploderede striden på ny.

I december 1989 indgik Fremskridtspartiet for første gang i partiets levetid i et finanslovsforlig. Forligsdannelsen, der blev gennemført med samtlige 16 fremskridtsmandaters velsignelse, blev i medierne udlagt som en stor sejr for Pia Kjærsgaards indflydelsessøgende kurs. Mens forligets overordnede rammer blev knæsat af Fremskridtspartiet og regeringen i slutningen af 1989, skulle den konkrete udmøntning fastlægges gennem vedtagelsen af en stribe delforslag i begyndelsen af 1990. Da et af disse udfyldende forslag – vedrørende reglerne for udbetaling af boligstøtte – kom til behandling i midten af marts, proklamerede Mogens Glistrup til gruppeflertallets store fortrydelse, at han, trods det allerede indgåede finanslovsforlig, ikke så sig i stand til at stemme for regeringsudspillet. Og som for at føje spot til skade kom yderligere tre Glistrup-støtter pludselig i tanke om, at de heller ikke – uagtet at der var vedtaget gruppedisciplin på sagen – kunne goutere forslaget. Under en veritabel storm af protester fra regeringspartierne måtte forslaget derfor kasseres.

Glistrups enegang i sagen og undsigelsen af gruppedisciplinen blev strået der knækkede kamelens ryg. Ikke blot den del af folketingsgruppen der normalt blev forbundet med Kjærsgaard-fløjen, men også flere gruppe-medlemmer der hidtil var blevet regnet som tro Glistrup-støtter, fandt at partistiften i håndtering af de udfyldende lovforslag var

gået for vidt. Man kunne være uenig med gruppens flertal, men i sager som denne måtte gruppedisciplinen respekteres. Utilfredsheden med Glistrup og hans tre epigoners halsstarrige optræden i affæren, udmøntede sig i foråret 1990 i en principiel beslutning om i fremtiden at indstille gruppemedlemmer med manglende respekt for gruppedisciplinen til fyring i partiets hovedbestyrelse.⁵ Glistrup svarede igen ved at kalde kritikerne for »rygradsløse, spytslikkende nikkedukkejasigere og middelmådigheder« og truede samtidig med at stifte et nyt parti: Trivselspartiet.

I løbet af sommeren og efteråret 1990 gik situation mere og mere i hårdknude, og den 13. november ekskluderede et spinkelt flertal i Fremskridtspartiet folketingsgruppe Mogens Glistrup, Jane Oksen, Pia Dahl og Mogens Elvensø. Da resultatet af afstemningen forelå, forlod den ekskluderede kvartet partiets gruppeværelse, og med hinanden under armene afsang de »We shall overcome«, »Aldtid frejdig når du går« og »På det jævne, på det jævne« til ære for det ventende presseopbud. De fire meddelte samme dag Folketingets formand, at de ønskede at anmelde et nyt parti – Trivselspartiet.⁶ Dermed var der sat foreløbigt punktum for flere års opslidende stridigheder i partiet. Med Glistrups sortie blev dansk politik ubestrideligt mere forudsigelig – men også mere kedelig.

Begivenhedsforløbet, der ledte frem til dannelsen af Trivselspartiet, giver ikke anledning til en diskvalificering af den udlægning, der har fundet årsagerne til Fremskridtspartiets splittelse i slapper-strammer dikotomien. Splittelsen i gruppen tog frem for alt afsæt i dissens mellem to konkurrerende politiske strategier – mellem et mindretal, for hvem principfasthed og ultimative krav var at foretrække frem for kompromis og politisk goodwill, samt et flertal, der var parat til at give køb på principprogrammet for til gengæld at vinde reel politisk indflydelse (Binderkrantz

& Carlsen, 2002:175). Kraftigt medvirkende til splittelsen var givetvis også Mogens Glistrups personlighed. Personer af en mindre genstridig og hårdfør natur havde næppe indtaget en så uforsonlig holdning overfor gruppeflertallets krav om indordning. Hans modvilje mod at underkaste sig flertalsafgørelser samt aversionen mod rollen som politisk konform garneret med en god portion stædighed bidrog således kraftigt til sprængningen af partiet.

Med til at konsolidere denne forestilling om Glistrups selvforståelse som politisk rebel er en skrivelse forfattet af den dobbelte partistifter selv. Under overskriften »Der som her« nedfældede Glistrup i 1989 en mindre allegori om verdensmesteren i skak Garri Kasparov, og dennes opgør med den »sleske gammeltænkermagtstræber Florencio Campomanes«.⁷ I skrивelsen skildres hvordan Kasparov »med sit lysende intellekt« danne- de en modbevægelse, der havde som sit mål at »nedbryde den gængse opfattelse af skakspillet [læs: politik, JR] som noget tørt og kedeligt.«⁸ Der er næppe nogen tvivl om, at Mogens Glistrup betragtede sig selv som politikkens Kasparov. En genial politisk fribytter for hvem parlamentarisk ortodoksi og varetækning var en vederstyggelighed og oppositionsrollen Fremskridtspartiets raison d'être. I Glistrups optik var Fremskridtspartiet mest af alt en platform, hvorfra det etablerede partipolitiske system kunne kritiseres, og kun i mindre udstrækning en direkte indflydelseskanal, der lod sig benytte i bestræbelserne på at gennemføre håndgribelige ændringer. På den baggrund kan det ikke undre, at det ikke lykkedes folketingsgruppens flertal at tvinge den uregerlige partistifter til at lyste, når der blev råbt »gruppedisciplin«.

4. Dansk Folkeparti

I tidsrummet efter eksklusionen af Glistrup og frem til sommeren 1994 var Fremskridtspartiet karakteriseret ved en for partiet usædvanlig fordragelighed. En enig folketings-

gruppe arbejdede målbevidst for at gøre partiet parlamentarisk salonfæhigt. Ledelsens ambition var frem for alt at få Fremskridtspartiet, Venstre og Det konservative Folkeparti til at fremstå som et troværdigt alternativ til den socialdemokratisk ledede firklovreregning, der efter Tamil-sagen havde afløst ti års borgerligt styre i januar 1993. Pia Kjærsgaard, der beklædte posten som politisk ordfører, var forud for folketingsvalget i september 1994 partiets ubestridte leder, mens Aage Brusgaard efter Helge Dohrmanns død i efteråret 1990 havde overtaget hvervet som folketingsgruppens formand. Fredelige tilstande i Fremskridtspartiet var dog sjældent langvarige, og henover sommeren 1994 begyndte en spirende utilfredshed med Pia Kjærsgaards ledelsesmetoder at lade sig ane. Skyerne trak sig endnu engang sammen over højrefløjspartiet.

For Fremskridtspartiet blev folketingsvalget den 21. september 1994 ingen succes. I månederne op til valget var partiet konstant blevet spået fremgang i meningsmålingerne, men på valgdagen svigtede vælgerne. På trods af en behersket fremgang i det absolutte stemmetal gik Fremskridtspartiet tilbage fra 12 til 11 mandater. Tabet af det ene mandat ændrede dog intet ved partiets parlamentariske muligheder (de var fortsat yderst begrænsede), men havde til gengæld skæbnesvangre konsekvenser for den interne magtbalance i folketingsgruppen.

På møder den 28. og 29. september 1994 samledes den nyudklækkede folketingsgruppe for første gang. Formålet var at fordele udvalgsposterne og konstituere sig på ny. Fordelingen af udvalgsposterne voldte ingen problemer, og heller ikke valget af Kirsten Jacobsen til Folketingets Præsidium var der uenighed om. Endvidere blev Pia Kjærsgaard allerede på den første mødedag genvalgt som gruppens politiske ordfører og dermed politisk leder med ti stemmer mod en blank.⁹ Så gnidningsfrit kom sammensætningen af den

nye gruppebestyrelse imidlertid ikke til at finde sted. I juni 1993 havde den siddende gruppeformand, Aage Brusgaard, meddelt gruppen, at han ikke ønskede at fortsætte på posten efter næste folketingsvalg.¹⁰ Umiddelbart efter folketingsvalget tilkendegav Pia Kjærsgaards faste støtte, Poul Nødgaard, at han var villig til at løfte ansvaret efter Brusgaard og indtil selve mødedagen, den 28. september, var han officielt den eneste kandidat til formandskabet. Det holdt dog ikke. Få timer inden gruppemødet var programsat, blev der afholdt gruppebestyrelsesmøde i den afgående ledelse. På mødet underrettede Kim Behnke om, at han ligeledes agtede at kandidere til den ledige post. Årsagen var, at han i dagene inden den 28. september var blevet opfordret af Jan Kørpe Christensen og Kirsten Jacobsen – der begge var utilfredse med Kjærsgaards ledelsesstil – til at risikere et kampvalg mod Poul Nødgaard.

På det efterfølgende gruppemøde affødte Kim Behnkes beslutning heftig debat. Bag Poul Nødgaard stod et mindretal med Pia Kjærsgaard og Kristian Thulesen Dahl i spidsen, mens Behnke nød opbakning hos blandt andre Kirsten Jacobsen og broderen Tom Behnke. Gruppemødet den 28. september resulterede ikke i nogen afklaring, og heller ikke mødet den 29. september bragte sagen nærmere en fredelig løsning. På andendagen var ingen længere i tvivl om, at Kim Behnke havde et spinkelt flertal bag sig. Det fik Pia Kjærsgaard til at proklamere, at såfremt Poul Nødgaard ikke blev valgt som gruppeformand, så ville hun i protest og med øjeblikkelig virkning forlade posten som politisk ordfører. Truslen fik dog hverken Kim Behnke eller gruppeflertallet til at ryste på hånden, og efter et nyt gruppemøde den 5. oktober kunne Behnke føje epithet gruppeformand til visitkortet.

I ugerne efter gruppemødet den 5. oktober spredte striden sig i et hastigt tempo til partiets bagland. Hovedbestyrelsen, hvis flertal

bestod af Kjærsgaard-støtter, forsøgte gentagne gange at gribe ind i stridighederne til fordel for den forsmåede politiske ordfører, men hver gang uden held. Heller ikke en stribe af forsoningsmøder og alternative løsningsmodeller som folketingsgruppen blev præsenteret for i vinteren og foråret 1995 fandt nogen klangbund. Hver gang strandede opfindsomheden og de gode intentioner på spørgsmålet om, hvem der i fremtiden skulle bestride posten som gruppeformand. Kim Behnke og gruppens flertal var ikke til sinds at opgive den nyligt vundne formandspost, mens Pia Kjærsgaard på sin side pure nægtede at genoptage arbejdet som politisk ordfører, så længe Behnke var gruppeformand.

Henover vinteren udviklede splittelsen sig i stigende omfang til at være en strid om kompetence mellem et Behnke-venligt flertal i folketingsgruppen og en hovedbestyrelse domineret af Kjærsgaard-støtter. Gruppeflertallet protesterede voldsomt mod, hvad der blev betragtet som hovedbestyrelsens utidige indblanding i et anliggende, der retmæssigt var et gruppe-prærogativ, mens et flertal i hovedbestyrelsen følte sig berettiget – nærmest forpligtiget – til at gribe ind i den verserende splid i folketingsgruppen. I takt med at kombattanterne tog nye midler i brug – og i stigende omfang lod hånt om den diplomatiske sordin – blev brydningerne mere og mere farceagtige. En hyppigt anvendt metode i de interne sammenstød bestod i at nedgøre modparten i talrige interne skrivelser. Hovedbestyrelsens formand Poul Lindholm Nielsen yndede således, at benytte en overdreven skolemesterfacon i sin korrespondance til gruppeformanden. Den 27. januar kunne han f.eks. meddele Kim Behnke, at hovedbestyrelsen havde »planer om at *indkalde*« ham til et snarligt møde, og at han derfor »senest fredag den 3. februar« skriftligt skulle uddybe sin kritik af flertallet i hovedbestyrelsen. Kim Behnke svarede igen ved at nægte at deltage i enhver form for møde med repræsentanter for hovedbestyrelsen, hvormed han kommu-

nikerede, at en demokratisk valgt gruppeformand ikke lader sig koste rundt med af en flok politiske amatører i baglandet.¹¹

Foråret 1995 bragte ingen løsning på splittelsen, men fra slutningen af marts og indtil midten af juni lykkedes det i nogen udstrækning at undgå, at balladen blev ført ud i pressen og offentlighedens skånselsløse søgelys. Internt blev kampen imidlertid fortsat med alle forhåndenværende midler. Omkring midten af juni blev konflikten endnu engang genstand for offentlighedens interesse, da en af Kim Behnke forfattet »hemmelig strategiplan«, der udelukkende var blevet runddelt til hans egne støtter i gruppen, blev lækket til pressen. I papiret, der var *gefundenes Fressen* for den kulørte del af pressen, blev det med stor detaljerigdom beskrevet, hvordan gruppeflertallet i fremtiden skulle sikre sig mod angreb fra Kjærsgaard-støtterne.¹² Afsløringen af strategiplanen førte omgående til voldsomme reaktioner fra såvel gruppens mindretal som fra hovedbestyrelsen. Et flertal i hovedbestyrelsen fandt således, at Kim Behnkes forseelse var af en så alvorlig karakter, at der var grundlag for at ekskludere gruppeformanden fra partiet. Det fik folketingsgruppens flertal til at svare igen med en trussel om at bryde med partiet i sympati med gruppeformanden. Der var dermed risiko for, at der skulle opstå en situation, hvor gruppens flertal overfor Folketingets præsidium fastholdt, at det var Behnke-fløjens, der udgjorde Fremskridtspartiet, mens Kjærsgaard-støtterne kunne blive tvunget til – i formel henseende – at danne et nyt parti, på trods af fortsat støtte i partiets bagland. En sådan ny partidannelse ville ifølge valgloven ikke være opstillingsberettiget til folketingsvalget, førend der var indsamlet ca. 20.000 af Indenrigsministeriet godkendte underskrifter (Bille, 1998:207). En opgave der må give enhver partiformand åndenød. På den baggrund er det ikke overraskende, at et flertal i hovedbestyrelsen, da det kom til stykket, fravalgte eksklusionsvåbnet og satte sin lid til, at det

måtte lykkes Kjærsgaard-fløjen at vinde landsmødet sidste weekend i september for en ændring af magtbalancen i folketingsgruppen. Juli, august og september blev af konfliktens parter flittigt brugt til at forberede sig på landsmødet.

Fremskridtspartiet 23. landsmøde kom på flere måder til at fremstå som selve sindbilledet på det uregerlige parti. Uforudsigeligt, anarkistisk, intrigant og med en indre splittelse og uforsonlighed, der ikke tåler sammenligning med andre hjemlige partier. Kampen mellem partiets to fløje manifesterede sig primært i valget til ny hovedbestyrelse og et mistillidsvotum til den siddende hovedbestyrelse. Da røgen efter de voldsomme sammenstød på landsmødet lagde sig søndag aften, kunne Kjærsgaard-fløjen se tilbage på et totalt nederlag. Landsmødet havde med 404 stemmer mod 282 vedtaget mistillidsvotummet til den siddende hovedbestyrelse, og et flertal i den nyvalgte hovedbestyrelse bestod nu af erklærede Behnke-støtter.

I dagene efter det ragnarokagtige landsmøde var det de færreste, der havde fantasi til at forestille sig at Fremskridtspartiets stridende partier også i fremtiden kunne fastholdes inden for rammerne af ét parti. Medlemmerne fossede ud, og den første meningsmåling efter weekendens sammenstød sendte for første gang siden 1984 partiet under spærregrænsen. Adskillige af de partisoldater, der i dagene efter landsmødet returnerede partibogen, opfordrede Pia Kjærsgaard og hendes støtter i folketingsgruppen til at bryde med Fremskridtspartiet og danne et nyt parti. Såfremt Kjærsgaard også i fremtiden ønskede at spille en rolle på den indenrigspolitiske scene, var der reelt intet alternativ. Valgte mindretallet at forblive i folketingsgruppen var udsigterne til at genvinde den tabte magtposition særdeles lange. Heller ikke medlemskab hos de konservative eller Venstre virkede tillokkeende. Dels var de holdningsmæssige forskelle betydelige, dels kunne de fire forvente

at komme til at beklæde tilbagetrukne og anonyme poster hos såvel Venstre som i Det konservative Folkeparti. Næppe en skæbne Kjærsgaard fandt attråværdig. Tilbage var kun lanceringen af et nyt parti. Blot en uge efter nederlaget fik Pia Kjærsgaard, Ole Donner, Kristian Thulesen Dahl og Poul Nødgaard registreret partinavnet Dansk Folkeparti. Splittelsen af Fremskridtspartiet var efter et års hidsigt tilløb fuldbyrdet.

5. Strategisk enighed eller personrivalisering

Mens en gennemgang af det begivenhedsforløb, der ledte frem til dannelsen af Trivselspartiet, ikke gav anledning til en diskvalificering af den dominerende udlægning af striden i Fremskridtspartiet, giver brydningerne, der førte til stiftelsen af Dansk Folkeparti, anderledes grundlag for en udfordring af den herskende fortælling. I det tilgængelige kildemateriale er der absolut intet, som peger i retning af, at der var uenighed internt i gruppen med hensyn til, hvor på kontinuumet samarbejde-konfrontation partiet skulle placere sig. Der er ingen forhold, som antyder, at partiet var præget af uenighed eller debat om den parlamentariske kurs. Tværtimod. Flere forhold indikerer, at gruppeflertallet var akkurat så entusiastisk som Kjærsgaard og hendes støtter i bestræbelserne på at aflægge sig de sidste rester af protestprofilen og vinde indflydelse gennem en mere ortodoks optræden i den parlamentariske arena. Forud for valget i 1994 var Kim Behnke således særdeles aktiv i udarbejdelsen af valgoplægget »100 gode grunde til et VKZ-flertal«, der var partiets mest vidtrækkende forsøg på at nedtone ideologien og principprogrammet, for til gengæld at vinde direkte politisk indflydelse. Heller ikke efter Behnke-fløjens overtagelse af magten i folketingsgruppen i efteråret 1994 forsøgte det nye flertal, at bevæge partiet tilbage mod protestprofilen. I et internt forslag til politisk strategi fra januar 1995 betonedes Behnke således, at det var Fremskridtspartiets mål, »at opnå indflydelse

på forlig og lovgivningsarbejde, gennem samarbejde med andre partier.«¹³ Ikke en formulering der rimer særlig godt på »Glistrup«, »strammer« og »protestprofil«.

Også Fremskridtspartiets optræden i ugerne efter stiftelsen af Dansk Folkeparti tyder på, at splittelsen var forårsaget af magtstræb og ikke politisk uenighed. I et brev stilet til Venstre leder, Uffe Ellemann-Jensen og Det Konservative Folkepartis Hans Engell, bedyrede Kim Behnke således at Fremskridtspartiet også efter det 23. landsmøde agtede at videreføre den ikke-konfrontatoriske kurs, Pia Kjærsgaard førte partiet ind på i slutningen af 1980'erne:

I skal også vide, at den politiske linie vi har anlagt på Christiansborg gennem de seneste år vil blive ført videre. Spekulation om, hvorvidt Fremskridtspartiet nu vil følge en ændret linie vil forblive spekulationer. Jeg ønsker med dette brev at tilkendegive en uforbeholden vilje til, at vi med uændret styrke lever op til vore forpligtelser som en del af den ikke-socialistiske opposition.¹⁴

Heller ikke det politiske program, der udgjorde Dansk Folkepartis parlamentariske orienteringsmærke i perioden umiddelbart efter partiets dannelse, giver næring til forestillingen om uenighed baseret på strammer-slapper kontroverser. På et pressemøde den 6. oktober, hvor de fire udbrydere lancerede det nyslåede parti, erklærede Pia Kjærsgaard da også, at Dansk Folkeparti »i alt væsentligt ville videreføre Fremskridtspartiets politik«.

Endelig peger fraværet af nogen form for debat eller polemik om den politiske orientering i retning af, at der ikke eksisterede nogen reel uenighed i spørgsmålet. De tilgængelige kilder indeholder således intet vidnesbyrd om, at stridens omdrejningspunkt var spørgsmålet om protest eller samarbejde. Dette *argumentum e silentio* rummer en antagelse om, at tilstedeværelsen af to stridende politiske strategier nødvendigvis måtte efter-

lade sig spor i kildematerialet.¹⁵ Modsat brydningerne i 1989 og 1990 er det ikke tilfældet.

Konfliktens omdrejningspunkt var forud for alt andet et spørgsmål om, *hvem* der skulle lede partiet. Valget af Kim Behnke som gruppeformand var gruppeflertallets reaktion på Pia Kjærsgaards ambitioner om en strammere styring af de ofte ureglerlige gruppekolleger, og den efterfølgende strid intet andet end personlig rivalisering. Der er således belæg for at forkaste den hidtil dominerende fortælling om årsagerne til de omfattende sammenstød i Fremskridtspartiet i 1994-95.

6. Konklusion

Siden splittelsen af Fremskridtspartiet i oktober 1995 er årsagerne til de partinterne traktasserier, der ledte frem til bruddet, først og fremmest blevet søgt i en intern uenighed om partiets parlamentariske strategi. Den dominerende udlægning af baggrunden for delingen af partiet har således vægtet konflikten mellem slappere og strammere, når dannelsen Dansk Folkeparti er blevet søgt forklaret. Som klarlagt i ovenstående så mangler denne fortolkning imidlertid belæg i det faktiske hændelsesforløb. Nok var brydningerne i starten af 1990'erne og eksklusionen af Mogens Glistrup, Mogens Elvensø, Pia Dahl og Jane Oksen i 1990 motiveret af dissens, med hensyn til hvilken politisk kurs partiet skulle forfølge, men striden, der ledte frem til bruddet med Pia Kjærsgaard og hendes støtter fem år senere, havde udelukkende rødder i personspørgsmål. Med 1990-ekskluderingerne var partiets strammerfløj reelt udraderet. Efter folketingsvalget i 1994 var flertallet af medlemmerne i Fremskridtspartiets folketingsgruppe måske nok mere ureglerlige, end det var tilfældet i Folketingets øvrige partier, men protestprofilen hørte fortiden til. Striden var således centreret om, hvem der skulle svinge dirigentstokken i partiet – ikke hvilken takt, der skulle slås an.

Arkivfortegnelse

Fremskridtspartiets Folketingsgruppes Arbejdsarkiv (FFA), Rigsarkivet, Arkivnummer 11.019.

Mogens Glistrups Arbejdsarkiv (MGA), Rigsarkivet, Arkivnummer 11.008.

Aage Brusgaards Privatarkiv (AaBP)

Litteraturliste

Bille, Lars, H & H. Juul Madsen, Mark Poulsen (1975), *Danmark 1966-1975 – en historisk økonomisk oversigt*, København, Berg.

Bille, Lars (1998), *Dansk Partipolitik 1987-1998*. København, DJØF.

Binderkrantz, Anne & Helle Carlsen (2002), »Når sammenholdet brydes: splittelser af partier i Danmark«, *Politica*, 34 (2), s. 168-185.

Dahl, Ottar (1996), *Gruntrekk i historieforskningens metodelære* (2. udgave, 6. oplag), Oslo, Universitetsforlaget.

Ringsmose, Jens, *Den kroniske splittelse*. Specialeafhandling, Syddansk Universitet, Odense, 2002.

Ringsmose, Jens (2003) *Kedeligt har det i hvert fald ikke været...*, Odense, Syddansk Universitetsforlag.

Pedersen, Kai (1997), *Fremskridtspartiet. De første 25 år i dansk politik*. København, Fremskridtspartiets Forlag.

Warming, Bo (1993), *Fremskridtspartiet. Mogens Glistrups arbejdsarkiv, 1973-1991*. København, Rigsarkivet

Noter

* Hvor ikke andet er angivet bygger fremstillingen på Ringsmose (2003). Tak til adjunkt Michael Baggesen Klitgaard, Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet, for værdifulde råd og kommentarer.

1. Fra Mogens Glistrups velkomsttale ved Fremskridtspartiets første gruppemøde på Christiansborg den 8. december 1973. Talen er gengivet i sin fulde ordlyd i V.A. Jakobsen & Thorndahl (red.), *Mogens Glistrup og Fremskridtspartiet gennem 10 år*.

2. I et komparativt perspektiv er Danmark dog et af de lande, hvor partisplittelser er relativt hyppigt forekommende (Binderkrantz & Carlsen, 2002: 168).

3. Slapperne var først og fremmest legemliggjort ved Uffe Thorndal og Steffen Kjærulf-Schmidt, mens Mogens Glistrups kompromisløse protestprofil fandt støtte hos Mogens Voigt, Leif Glensgaard og Kristen Poulsen. Mogens Voigt var endog så indtaget af Glistrups visioner, at han omdøbte sin landejendom til "Glistrupgaard".

4. Denne dato påbegyndte Glistrup afsoningen af en fængselsdom for skattesvig.

5. Mødereferat. Tove Niemann, 29.3.1990, FFA, Pk. nr. 57. Læg: Bilag om ballede og uro 1986-1993.

6. Det lykkedes ikke Mogens Glistrup og hans støtter at indsamle de fornødne underskrifter, der skulle sikre opstilling til det efterfølgende folketingsvalg (12. december, 1990). I et desperat forsøg på igen at sikre sig adgang til Christiansborg indgik Glistrup et valgforbund med Preben Møller Hansen og partiet Fælles Kurs. Fornuftsægteskabet forblev dog barnløst, i det den særegne konstruktion ikke opnåede valg til Folketinget.

7. I det righoldige arkiv Mogens Glistrup opbyggede fra Fremskridtspartiets stiftelse, til han måtte forlade Folketinget efter valget i 1990, befinder sig adskillige ark med små sentenser, maksimer, dybsindigheder og allegorier, se Mogens Glistrups Arbejdsarkiv (MGA), Rigsarkivet, Arkivnummer 11.008.

8. "Der som her", 8.3.1989, MGA, Pk. 538. Læg: Fremskridtspartiets historie.

9. Aage Brusgaard til Folketingsgruppen, 4.10.1994, AaBP. Den blanke stemme var Pia Kjærsgaards egen.

10. Aage Brusgaard til Fremskridtspartiets folketingsgruppe, hovedbestyrelse samt repræsentanter for FPU, 30.6.1993, AaBP.

11. Korrespondance mellem Poul Lindholm Nielsen og Kim Behnke, januar-marts 1995, FFA, Pk. nr. 98. Læg: Hovedbestyrelsesmøder 1994-1999.

12. Kim Behnke, Strategi, 13.3.1995, FFA, Pk. nr. 52. Læg: Ballade og Uro i Frp.

13. Fremskridtspartiets politiske strategi, januar 1995, FFA, Pk. nr. 110. Læg: Gruppeformand. Folketingsgruppen 1994-1998.

14. Kim Behnke til Uffe Ellemann-Jensen og Hans Engell, FFA, pk. nr. 52. Læg: Uro i Fremskridtspartiet, 1991-1995.

15. For brugen af argumentum e silentio, se Ottar Dahl, *Gruntrekk i historieforskningens metodelære*.

Rationalisering og beskæftigelse i danske pengeinstitutter

– de første 10 år efter fusionerne¹

Af Torben Andersen, Director, Ph.D. Centre for Technology, Economics and Management (TEM)DTU og Anne-Mette Hjalager, Seniorkonsulent, ph.d., Advance/1, Forskerparken

1. Introduktion

Hen ad årsskiftet 1989/90 oplevede man etableringen af to markant større finansielle koncerner i Danmark. De to koncerner, Unidanmark og Den Danske Bank, blev til via fusioner mellem seks af de syv største pengeinstitutter (og siden hen et enkelt forsikringsselskab). I Unidanmark-fusionen indgik Privatbanken, Sparekassen SDS og Andelsbanken, og denne var på sin vis en af de første brancheovertagende etableringer, idet sparekassernes lovgrundlag var lidt anderledes end bankernes, mens Den Danske Bank blev til via fusion imellem forholdsvis ensartede banker, nemlig Den (gamle) Danske Bank, Handelsbanken og Provinsbanken (Andersen 1996).

I forbindelse med fusionerne understregede pengeinstitutternes egne talsmænd vigtigheden af, at Danmark havde finansielle institutioner af en vis (europæisk) størrelse, og at enhedsomkostningerne i disse med tiden ville blive bragt ned, og dermed at produkterne ville blive billigere. Dette argument blev støttet af den opfattelse, at størrelse også ville medføre mere professionelle organisationer, jvf. man ville kunne tilbyde mere avancerede

finansielle tjenesteydelser til et bredere spektrum af kunder (Økonomiministeriet 1994). Der var således tale om en strukturrationalisering af betydelig størrelse. De to finansielle virksomheder havde cirka 2/3 af alle danske privatkunder. Kommentarer i månederne omkring årsskiftet var præget af en del retorik, baseret på hvilke perspektiver man havde på fremtidig finansvæsen i Danmark (Baldinsson, 2000) og Europa (Berger et al, 2003, Goddard et al, 2001). Dele af den danske offentlighed var således noget mere kritiske end finansvirksomhederne. Der blev givet udtryk for usikkerhed om, hvorvidt de danske kunder overhovedet var indstillede på at benytte sig af det forøgede udbud af produkter de finansielle koncerner skulle til at levere, og om personalet med den baggrund og uddannelse, som de havde, ville være i stand til at levere dem (Andersen, 1997).

Selv om pengeinstitutternes ledelser selv underspillede dette, var der næppe den store tvivl om, at der skulle høstes nogle stordriftsfordele, men det var usikkert, hvornår de i givet fald ville komme (Henten, 1995). Alt i alt var der lagt et vist pres på finansansatte i star-

ten af 1990'erne. Der var eksplicit en forventning om, at de samme opgaver over tid ville kunne løses af et mindre antal medarbejdere, mens man var mere usikker på hvilke nye arbejdsopgaver der lå, og hvor mange medarbejdere disse krævede.

Rationaliseringer og omstruktureringer fik lov til at gå deres gang i begyndelsen af 1990'erne. Mest markant var »prikkerunden« i 1992 i Den Danske Bank mens Unibank ikke blev viet den samme opmærksomhed, til trods for at den også reducerede med cirka 10 % over en kortere periode (Andersen, 1996).

I denne artikel vil vi gerne beskrive hvad der skete de første 10 år efter fusionerne. Efter de første spæde forsøg på at etablere en ny »verdensorden« i den danske finansielle sektor er det så muligt at gøre status – hvordan ser det ud i den danske finanssektor med hensyn til anvendelsen af de menneskelige ressourcer? Hvem blev hængende, hvem måtte sige farvel? Og hvilke faktorer synes at indvirke på dette?

2. Forandringsfaktorerne

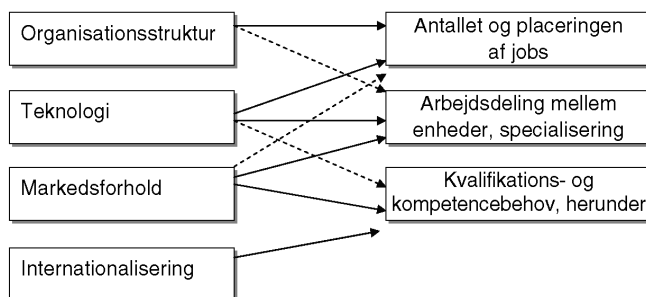
Når spørgsmålet om konsekvenserne for de menneskelige ressourcer skal granskes nærmere, er det væsentligt at iagttage, at omstruktureringerne består af flere forskellige komponenter. Hver komponent har implikationer for personalebehovet og –sammensætningen og for virksomhedernes HRM (hu-

man resource management) strategier, således som det illustreres i modellen nedenfor. Pilene angiver retningen og tyngden af påvirkninger, således som vi vurderer dem.

Organisationsstruktur

I begyndelsen af 1990'erne var det strukturkomponenten, der var den mest konkrete, og som derfor fyldte meget i bevidstheden hos de, som havde tæt berøring med udviklingen pengeinstitutsektoren. Man kunne efter fusionerne læse om, at pengeinstitutfilialer blev nedlagt. Enhederne blev større, og det betød omflytninger af personale sideløbende med afskedigelser og tidlige pensioneringer. Man konstaterede dog også, at mindre pengeinstitutter i slipstrømmen af de stores rationalisering kunne udvide filialnettet. De var i stand til at konsolidere deres positioner over for kunde grupper, som fandt »storbankernes« dominans for voldsom. Således var der også inde i strukturkomponenten modstridende udviklingstendenser.

I forbindelse med fusionerne rejstes – som der ofte gør – diskussioner om kulturkomponenten – hvordan forenes en Provinsbankkultur med holdninger og værdier i fx. Den Danske Bank? Det faktum, at pengeinstitutter var velregulerede, oftest bureaukratisk ledede organisationer med en driftsorientering, kan være årsagen til, at dette element i strukturomvæltningen hurtigt blev taget af dagsor-



Figur 1. Sammenhængen imellem forandringspres og arbejds- samt ansættelsesforhold i finansvirksomheder

denen igen (Bryson, 2003). Kultur-spørgsmålet som normalt er et meget fremført argument (og med rette) i forbindelse med fusioner, blev hurtigt glemt. Man må antage, at den danske bankkultur set under et var mere veletableret end egentlige distinkte virksomhedskulturer på daværende tidspunkt.

Teknologi

Teknologikomponenten blev først for alvor vigtig i midten af 1990'erne, selvom mere futuristiske forestillinger og forberedelser blev startet noget tid forinden (Sundbo et al 1988a og 1988b). Ved indgangen til 1990'erne var de teknologiske potentialer og visioner dog særdeles tæt på en realisering, og her var det især selvbetjeningsmulighederne vis-a-vis kunderne, der stod for at skulle udnyttes. Men også automatisering af en lang række »back-office« funktion, herunder produktion af dokumenter, stod for en videreførelse i kølvandet på udbredelsen af de elektroniske betalingsmidler. Danskerne tog efter en kort afventende periode både Dankort og Internet-baserede finansielle tjenesteydelser til sig (Videnskabsministeriet, 2002), og det havde en stor indflydelse på både antallet af jobs og placeringen af dem. De vigtigste effekter var måske dog en mindre synlig ny arbejdsdeling, hvor IT-support m.v. fik en fremskudt plads og bidrog til en yderligere specialisering og arbejdsdeling i finanssektoren. Teknologikomponenten vises at have en væsentlig betydning for den samlede for den samlede effektivitet, især i de større pengeinstitutter (Bukh, 1995).

Markedsforhold

Mange af de forventninger, man havde til den danske finanssektor i slutningen af 1980'erne og begyndelsen af 1990'erne, var meget lig dem man kunne observere i finanssektorerne i andre (europæiske) lande (se fx. Regini; Kitaj og Baethge 1999). Danske pengeinstitutter forudså brancheglidninger på samme måde som det indgik i den globale finanssektors forestillingsverden (Berger et al 1999). Som nævnt ovenfor indgik der i fusionerne

for de meste forskellige former for pengeinstitutter og i visse tilfælde partnere i forsikringsverdenen. I årene, der kom, udbyggedes alliancerne, således at der skabtes tættere sammenhænge mellem produkterne, og således at pengeinstitutterne qua aftaler fik flere produkter på hylderne. Den vertikale såvel som den horisontale integration af realkreditinstitutter, banker, forsikringsselskaber, investeringsselskaber og ejendomsmæglerkæder blev yderligere udvidet i slutningen af 1990'erne og efter årtusindeskiftet.

I takt med brancheglidningen fik bankrådgivning som metier en ny dimension. Beherskelse af hvad der før fra specialkompetencer fra andre brancher, lå nu på personalets skuldre. At det ikke var en helt enkel kompetenceudvidelse at tage på sig fra den ene dag til den anden, vidner sager om fejlinvesteringer og fejlrådgivning om, jf. sagen vedrørende Himmerlandsbanken. Nok bød den teknologiske udvikling på substantielle hjælpemidler for personalet. Man har da også set pengeinstitutterne forsøge sig med omorganiseringer på de indre linier for at både at kunne øge det forretningsmæssige engagement med den enkelte kunde og samtidig forsøge undgå fejl. Der ligger en erkendelse af, at kompetenceudviklingsbehovet var stort og måske større end først prognosticeret.

Internationalisering

Den sidste komponent, som nævnes i modellen, er internationalisering. Hidtil har pengeinstitutterne fulgt med deres (erhvervs)kunder ud i verden (Berger 2003). Samtidigt var der dog også kræfter og mekanismer som holdt dem fast i det lokale og det nære, primært på privatkundesiden. Pengeinstitutterne har generelt deltaget i den internationaliseringsproces, som mange danske virksomheder har gennemgået. Den bestod af en »første bølge« med filialplaceringer i finansielle centre eller på lokaliteter med en stor dansk erhvervmæssig ekspansion samt kundebetjening via hjemlig filial og udenlandske filial.

»Anden bølge«, som kom til udtryk i fusioner på tværs af landegrænser med henblik på en yderligere udbygning af servicen, har dog kun i meget begrænset omfang fundet sted med involvering af danske banker (kun i Nordea og til dels i Den Danske Bank). Uanset drivkræfternes retning og styrke, har internationaliseringen en effekt ikke bare på pengeinstitutternes strukturer, men formentlig også på deres kompetenceprofiler. De nationale fusionsbølger kan have afstedkommet en vis langsommelighed i den internationale kompetencetilpasning – idet udenlandsk ejerskab ikke i nævneværdigt omfang har trængt sig på, og dermed ikke har stillet krav til ledere og medarbejdere om mere internationale tilgange til arbejdet. Internationaliseringer i den danske finanssektor skal nok mest ses som en ekstern og mere overordnet faktor i forandringerne.

3. Hypoteser

Nedenfor er i hypoteseform formuleret forventningerne til finansvirksomheder og medarbejdere i disse, som dominerede ved indgangen til 1990'erne. Holdbarheden set i bakspejlet undersøges i de efterfølgende afsnit.

Tese 1: Hvad angår organisationsstrukturen, så vil de mindre enheder med tiden blive nedlagt som en konsekvens af mere massiv anvendelse af ny teknologi og på grund af modværge imod udtynding af kompetencer. De finansielle koncerner vil forsøge at koncentrere medarbejdere i større enheder, så de kan specialisere sig for dermed at kunne levere service på et højt kvalitativt niveau. Antallet af jobs vil falde og de tilbageblevne vil blive distribueret anderledes.

Tese 2: Den teknologiske udvikling og brancheglidningen vil stille nye og mere markante krav til medarbejderne, hvilket vil betyde, at ældre medarbejdere vil blive faset ud, specielt dem der ikke har valgt/haft mulighed for at deltage i videreuddannelse i sektoren. Krav om mere »revolutionerende« forandringer vil være svære at imødekomme for ældre medarbejdere med lave uddannelsesmæssige forudsætninger.

Tese 3: Personaleomsætningen vil stige, og det kan enten være »i den enkelte virksomhed« »inden for sektoren«, eller »ud af sektoren«, vil sandsynligvis stige i forbindelse med en grundlæggende strukturrationalisering. Enten som en konsekvens af ledelsens dispositioner omkring intern allokering af kompetencer, på grund af at gode medarbejdere benytter anledningen til at skifte arbejdsgiver. Tendensen vil nok være, at personaleomsætning ud af sektoren vil være mest dominerende, da det antages, at der som helhed er for mange beskæftiget i sektoren.

Tese 4: En øget markedsorientering vil betyde, at lønningsstrukturen vil ændres. Fx. vil lønnen blive mere differentieret, idet den traditionelle beskyttelse af de nederste lag vil glide væk, fordi de vil blive mere udsat for markedskræfterne. På den anden side vil det også kunne betyde, at andre grupper af medarbejdere i de højere lag og med mere tidssvarende kompetencer vil kunne presse større lønstigninger igennem.

4. Data og metode

Artiklen bygger på et dataudtræk fra Danmarks Statistiks IDA-database. IDA er meget unik database, hvori der ligger oplysninger fra offentlige registre om personer på arbejdsmarkedet og om arbejdsgiverne. Basen indeholder oplysninger om samtlige arbejdssteder og alle ansatte i alle sektorer i økonomien i en periode fra 1980 til 1999. For arbejdstagere findes der en meget lang liste af socio-økonomiske variabler, som kan anvendes i analysesammenhænge. For arbejdsgivere gives der adgang til et mindre, men stadig substantielt udsnit af informationer, hvis kombination med persondata for medarbejdere rummer særlige analytiske muligheder. Med udgangspunkt i identifikationsnumre (CVR for virksomheder og CPR for personer) kan der knyttes an til andre offentlige registre.

Med basis i identifikationsnumre for virksomheder og personer kan man følge disses adfærd hen over tid. Dette er en meget ekstraordinær facilitet, som benyttes i denne analyse.

Data, som stilles til rådighed i forsknings-sammenhænge, er anonymiseret, og man kan således ikke identificere enkeltvirksomheder eller -personer.

Der er i forbindelse med analysen foretaget en række andre dispositioner med datasættet, hvoraf følgende er de vigtigste:

- Analysen omfatter alene virksomheder inden for pengeinstitutsektoren. Det vil sige, at enheder der som hovedaktivitet yder andre former for finansielt service ikke indgår, heller ikke selv om de måske via en brancheglidning også bedriver noget, som ligner pengeinstitut-aktiviteter.
- Datasættet har oplysninger fra 6 år med 3-års intervaller: 1984, 1987, 1990, 1993, 1996 og 1999.
- Kun personer med en vis stabilitet på arbejdsmarkedet indgår i undersøgelsen; således er personer med bibeskæftigelse samt korttidsansatte udeladt. Det må antages, at pengeinstitutsektoren i meget ringe omfang benytter løs arbejdskraft, og at denne datamæssige disponering ikke har nogen væsentlig indflydelse på materialet.
- Personaleudskiftning tager udgangspunkt i tilgangsrater, afgangsrater og fastholdelsesrater. Datasættet tillader en identifikation af, hvem der kommer og går på virksomhedens lønnsliste fra det ene år til det næste, og personalegennemstrømningen kan vurderes i bruttostørrelser. Det er væsentligt for denne undersøgelse. De anførte mål har dog også ulemper, især i form af, at tilgang og afgang ikke blot er et udtryk for personalets egne, selvvalgte jobskifter, men også et udtryk for personalevækst og -reduktioner, som virksomhedernes sætter i værk.
- Data viser antallet af »lokaløkonomiske enheder« og ikke firmaer. Det vil sige, at hver bankfilial indgår som én enhed, hvilket er af betydning for at kunne iagttage omfanget af strukturudviklingen.
- De longitudinelle analyser omfatter kun virksomheder, som eksisterer i alle årene. Virksomheder, som er lukket eller nyetableret indgår således i sagens natur ikke, når vi ser på udviklingen hen over årene. Materialet giver mulighed for at se en udvikling fra et år til det næste samt hen over en periode på tre år.

Øvrige valg og tolkninger, som knytter sig til de enkelte delresultater, beskrives nedenfor.

Ad Tese 1: Strukturrationaliseringen

Den første hypotese præsenteret ovenfor var i hovedsagen baseret på argumentet om, at de strukturmæssige, teknologiske og markeds-mæssige udviklingskomponenter for alvor ville slå igennem på antallet af enheder. Det skal ikke forglemmes, at det danske bankvæsen efter manges mening var for tæt befolket af filialer – overbanket som det er blevet kaldt (Briscoe, 1999). Alene i perioden 1987-1994 bortfaldt over 1/3 (35%) af enhederne.

Tabel 1 nedenfor illustrerer, at der ganske som forudset skete en reduktion i det samlede personale i pengeinstitutterne. Filialnedsættelse medførte reduktioner i medarbejderantallet. Nedgangen fra 1987, hvor antallet var højest nogensinde, til 1999, var på 23%. Gennemsnitlig set blev enhederne lidt større undervejs.

Men de data, som IDA-databasen kan levere, tyder ikke på, at der i markant grad har fundet nogen strukturrationalisering sted i form af, at de mindste arbejdsstederne er helt borte-roderet, jf. tabel 1 nedenfor.

Som det kan ses af tabel 1, er cirka 15 % af de danske finansansatte beskæftiget i enheder med under 10 medarbejdere, altså det man vil kunne benævne de meget små filialer. Det ligger stort set fast igennem hele perioden, og disse enheder har øjensynlig stadig en eksistensberettigelse.

Samtidigt kan det konstateres, at i den anden ende af spektret i enheder med over 500 ansatte, dvs. i hovedsæderne i de store koncerner, har der ikke været reduktioner af betydning. Cirka 20 % af de beskæftigede er placeret her og har været det igennem hele perioden med en tendens til en svag stigning. De mange »overlap« imellem stabsenhederne i de største finansvirksomheder ser således ikke ud til at have været så udpræget alligevel, selv om der i rationaliseringstiden blev fremhævet et ressourceoverforbrug på dette

Ansatte	1984	1987	1990	1993	1996	1999
1-4	3,3	2,6	2,3	2,0	2,5	2,8
5-9	13,7	11,6	13,1	10,8	11,4	12,2
10-19	20,1	20,2	19,0	18,0	18,2	16,5
20-49	19,6	20,3	19,1	20,0	17,9	17,4
50-99	11,8	11,4	10,6	16,1	15,4	14,5
100-249	7,9	9,4	8,0	9,5	10,0	9,5
250-499	4,1	5,4	7,0	2,9	4,3	4,5
500 +	19,6	19,2	20,9	20,7	20,3	22,7
I alt	100,1	100,1	100,0	100,0	100,0	100,1
N	44.762	50.659	50.366	46.572	40.435	39.191

Note: Ansatte er hovedbeskæftigede lønmodtagere eks. personer under uddannelse og eks del- og korttidsansatte (under 20 timer/uge)

Tabel 1. Ansatte fordelt på størrelsen af arbejdssteder, pengeinstitutsektoren, %, 1984-1999

punkt. Procentuelt udgør medarbejderne ved de store enheder, hovedkontorerne, ikke en mindre andel af det samlede antal. Hvis pengeinstitutterne havde villet det, kunne de vel godt over en 15-års periode ryddet mere op i strukturen, såvel lokalt som centralt, men det har ikke været tilfældet. Der er total set blevet færre ansatte, men de er stort set fordelt på samme måde som i midten af 1980'erne. Finansvirksomhederne har fået bragt beskæftigelsesniveauet ned, men den måde man har organiseret sig på, ser ud til at være den samme. Tallene tyder på, at der ikke er foretaget de helt gennemgribende og store organisationsstrukturelle eksperimenter i finansvirksomhederne.

Endelig skal det tilføjes, at vores data slutter i 1999, og der har på det allersæneste været flere tegn på at teknologien (i form af e-banking) for alvor har fået tag i kunderne. Det kan være startskuddet til, at strukturen på sigt vil kunne ændres betydeligt.

Ad Tese 2: Ældre og uddannelsessvage medarbejdere vil blive faset ud

Den anden hypotese er i hovedsagen baseret

på antagelsen om, at ældre medarbejdere i mindre grad end yngre vil være villige til at deltage aktivt i de forandringer, som forventes at blive gennemført i danske finansvirksomheder. Hypotesen var, at en del af dem ville være tilskyndet til at søge ud af sektoren, gå på efterløn mv. En del af debatten i begyndelsen af 1990-erne pegede på, at personer med en lang og tro tjeneste bag sig måtte se sig afskediget.

Som det kan ses af tabel 2, så har alderssammensætningen ændret sig noget igennem de senere år i sektoren, men det er i modsat retning end forventet.

Tabel 2 viser, at det primært er de yngre medarbejdere, der er blevet færre af. Det er overraskende, når det ofte tages for givet, at det er de yngre medarbejdere der har lettest ved og nok helst ser forandringer gennemført. Andelen af medarbejdere under 30 år er faldet fra at udgøre cirka 1/3, til kun at udgøre lidt over 1/10. I modsætning hertil er andelen af over 50-årige øget fra 12,6 til 18,1%.

Man skal bemærke, pengeinstitutsektoren på mange måder har valgt at være »selvforsynende« med arbejdskraft og kompetencer. En del af den aldersmæssige forskydning skyldes, at pengeinstitutterne under omstruktureringerne har droslet indtaget af elever kraftigt ned (Andersen, 1996). Der har således næppe været de store muligheder for i takt med

De uddannelsesmæssigt velkonsoliderede finansansatte bliver tilbage, eller bliver ansat i en nye finansvirksomheder i højere grad end de lavtuddannede. Det ses af tabel 3.

Finansansatte uden kompetencegivende uddannelse bliver der noget færre af i 1990'erne. Der kan være tale om servicepersonale

Alder	1984	1987	1990	1993	1996	1999
< 30 år	33,3	32,6	28,5	22,4	13,4	11,3
30-39 år	36,6	33,7	32,6	32,1	33,8	32,1
40-49 år	17,6	21,8	26,4	32,0	34,7	33,3
50 år >	12,6	12,0	12,6	13,5	18,1	23,4
I alt	100,1	100,1	100,1	100,0	100,0	100,1
N	44.762	50.659	50.366	46.572	40.435	39.191

Tabel 2. Aldersfordelingen for ansatte, pengeinstitutsektoren, % af ansatte, 1984-1999

omstruktureringerne at forny og forynge kompetenceprofilen i sektoren via den traditionelle kanal. Det er heller ikke utænkeligt, at sektoren faktisk har lyttet til den meget omfattende kritik af »prikkerunderne«, og at de har valgt at søge at opgradere kvalifikationer løbende hos den eksisterende arbejdsstyrke. Denne arbejdsstyrke er således (i sagens natur) blevet ældre med årene, men tabellen antyder, at bevægelsen ud af sektoren ikke har fundet sted i særlig høj grad.

Selvom der sandsynligvis er gledet en del ældre medarbejdere ud af de danske finansvirksomheder, og at antallet af medarbejdere totalt er reduceret med over 10.000 siden starten af 1990'erne, så udgør de altså ikke en mindre andel af det samlede antal medarbejdere. Det ser ud til at en del af de ældre har bidt sig fast. Yderligere data som undersøger anciennitetsfordelingen, men som ikke er vist her, understøtter dette. Hele 68 % af de ansatte i finanssektoren har mere end 12 års erfaring på samme arbejdsplads.

(rengøring, kantine, vagt mv.), hvis opgaver efterhånden outsources eller rationaliseres bort via den teknologiske udvikling.

Det kan nok virke overraskende på nogen, at uddannelsessammensætningen i den anden ende af spektret ikke er ændret væsentligt over en så lang og forventet foranderlig periode. Det »løft«, som måske kunne forventes som en konsekvens af teknologiske fornyelse, internationalisering og højere uddannelsesniveau hos kunderne, har ikke indfundet sig. Kun i kategorien mellemlang videregående uddannelse, hvilket for eksempel omfatter HA, HD og akademiøkonomuddannelserne, stiger andelen til et niveau, der er til at få øje på. Der er sket en fordobling af disse personer inden for den pågældende 15-års periode. Antallet af akademikere er steget, men de udgør stadigvæk under 5% af det samlede antal medarbejdere. Handels- og kontoruddannede, dvs. de med traditionelle bankfunktionæruddannelser, har styrket deres position relativt.

Uddannelse	1984	1987	1990	1993	1996	1999
Ingen kompe.- givende udd.	24,9	22,4	17,4	15,3	14,9	14,5
Handels- og kontoruddannelse	66,4	68,0	72,2	73,6	71,6	70,6
Anden faglært uddannelse	3,1	3,0	2,9	2,4	2,4	2,3
Kort videregående uddannelse	0,9	1,1	1,1	1,0	1,3	1,7
Mellemlang videreg. udd.	3,2	3,4	4,0	4,9	6,1	6,5
Lang videregående uddannelse	1,6	2,0	2,4	2,8	3,7	4,6
I alt	100,2	99,9	100,0	100,0	100,0	100,2
N	44.762	50.659	50.366	46.572	40.435	39.191

Tabel 3. Uddannelsessammensætningen for ansatte i pengeinstitutsektoren, % af antal ansatte, 1984-1999

Man må konstatere, at pengeinstitutternes branchedominerede uddannelsessystemer har en meget høj overlevelsessevne indbygget. Sektoren har langt hen ad vejen valgt at udbygge efteruddannelser frem for at »akademisere«. Denne respons er forståelige set i lyset af de øvrige forsigtige personalemæssige dispositioner. Men det er diskutabelt, om strategien er holdbar i forhold til den ny fremtid og på længere sigt med alle fire ændringskomponenter i spil.

Ad Tese 3: Personaleomsætningen (internt såvel som eksternt) vil stige

Personaleomsætningen, eller medarbejdernes mobilitet, måles her som tilgangsfrekvenser, hvilket vil sige andelen af medarbejdere, som er nye på et arbejdssted set i forhold til det foregående år. Og afgangsfrekvenser, som er antallet af medarbejdere, der har forladt arbejdsstedet. Fordelen ved denne opgørelse er, at vi har at gøre med bruttobevægelser.

Tabel 4 bekræfter det markante skifte i årene lige omkring 1990. Før den tid ansattes flere medarbejdere, end der forsvandt. Efter den tid er logikken vendt. Op imod 1/4 af finansmedarbejderne forlod deres arbejdssted i 1990-91, hvilket må siges at være ganske

mange. Man skal dog tage »afgangsbegrebet« med et gran salt, idet det rummer al form for »bevægelse«. Idet der opereres med arbejdssted, rummer afgangsbegrebet både intern mobilitet inden for en koncerns geografisk adskilte afdelinger, ekstern mobilitet, dvs. jobskifte til en anden arbejdsgiver i sektoren, og endelig ekstern mobilitet ud af sektoren.

Hvad angår personaleomsætningen, såvel den interne i det enkelte pengeinstitut som imellem pengeinstitutter, så er den faktisk kun steget markant i forbindelse med fusionerne og ikke sidenhen. Man kan hævde, at i første halvdel af 1990'erne forsøgte medarbejderne at holde sig fast, og ledelserne forsøgte at få færrest mulige problemer ud af en afskedigelsessituationerne. Efter 1996 synes der er kunne spores en »normalisering«, hvor der også bydes flere »friske« kræfter indenfor igen. Det ser altså ud til, at pengeinstitutterne indtager deres gamle mønstre for personaleanvendelse efter, at strukturrationaliseringen har fundet sted. Med andre ord indtræffer der ikke en ny normaltilstand, et mere volatilt arbejdsmarked med en højere personaleomsætning, som det fx. kendes fra tele- og IT-virksomheder.

Alder	1984-1985	1987-1988	1990-1991	1993-1994	1996-1997
Tilgangsfrekvens	11,9	10,0	9,9	3,4	7,7
Afgangsfrekvens	8,1	8,6	24,2	13,4	10,1

Note: Databrud i 1991. Afgangspersoner i 1990 inkluderer uoplyst arbejdssted. Det betyder formentlig relativt lidt for denne sektor, men der er en usikkerhed.

Tabel 4. Tilgangs- og afgangsfrekvens, ansatte som kommer til/forlader arbejdsstedet fra året til det næste, i % af samtlige ansatte, pengeinstitutsektoren, 1984-1996

Alder	1984-1985	1987-1988	1990-1991	1993-1994	1996-1997
Under 30 år	11,9	12,3	26,4	17,2	15,3
30-39 år	6,1	7,1	22,0	14,7	10,9
40-49 år	4,5	5,3	22,5	9,1	6,7
50 år>	8,7	9,0	27,0	14,3	11,2
N, afgangspers.	3.621	4.364	12.168	6.240	4.086

Note: Databrud i 1991. Afgangspersoner i 1990 inkluderer uoplyst arbejdssted. Det betyder formentlig relativt lidt for denne sektor, men der er en usikkerhed.

Tabel 5. Afgangsfrekvens, ansatte som forlader arbejdsstedet fra året til det næste, i % af samtlige ansatte, fordelt på aldersgrupper, 1984-1996

Tabel 4 viser ligeledes, at tilgangen af medarbejdere op til »skæringspunktet« omkring 1990/91, hvor fusionerne fandt sted, var forholdsvis stor – cirka 10 %. Vi vælger at tolke det således, at omkring hver 10. pengeinstitutmedarbejder frivilligt skiftede job i disse år, selvom vi ikke ud af tallene kan årsagerne bagved tilgangen. Senest er tilgangen steget igen, og spørgsmålet er, om man igen når op på det man kunne kalde et naturligt leje for sektoren, og i forlængelse heraf om ledelsen i finansvirksomhederne er ved at rekruttere medarbejdere igen. Sammenholdes dette med tabel 3, kan det være en indikator på, at

man nu måske nu i højere grad går efter medarbejdere med højere uddannelser. I givet fald er der tale om et begyndende traditions-skifte i forhold til tidligere, hvor man rekrutterede forholdsvis mange lavere uddannede »af egen avl«.

Af tabel 5 kan man se, at afgangsen i forbindelse med fusionerne var meget ligeligt fordelt i mellem aldersgrupperne. Det var ikke kun de ældre, der »blev ofret« eller selv valgte at gå i forlængelse af fusionerne. Det skal dog her erindres, at det som led i elevforløbet er en veletableret praksis, at eleven rokerer

rundt i organisationen og dermed fra et arbejdssted til det næste, ligesom man vil forvente at yngre medarbejdere foretager karrieretingsede jobskift. Også det vil trække procenten opad for de yngre grupper. Med andre ord er det nok sandsynligt, at de ældre ansatte i lidt højere grad har forladt virksomhederne, mens de yngre blot roterer rundt.

Når vi opdeler de, som forlader arbejdsstedet på uddannelse, kan det noteres, at turbulensen omkring 1990 anfægtede alle grupper. Det ser således ikke ud til, at de med højere

uddannelser og bedre kvalifikationer er blev fredet, jf. tabel 6 nedenfor.

Generelt har de bedre uddannede gennem hele perioden en højere afgangsrate. Det kan være et udtryk for, at deres kvalifikationer er mere generelle, og at de i princippet har ansættelsesmuligheder i flere sektorer. Den højere afgangsrate kan afspejle en frivillig karrieremobilitet. I modsætning hertil kan de pengeinstitutuddannede have store vanskeligheder med at anvende deres mere specifikke kvalifikationer i andre sektorer. De forbliver i pengeinstitutterne, formentlig både af

Anciennitet	1984-85	1987-88	1990-91	1993-14	1996-97
Ingen kompetencegivende	12,4	14,1	29,1	17,7	10,8
Handels- og kontor	6,3	6,3	21,4	12,1	9,4
Anden faglært	6,4	8,9	27,3	12,0	11,8
Kort videregående	11,3	14,2	32,7	15,9	11,7
Mellemlang videregående	8,9	11,9	34,7	16,7	12,1
Lang videregående	15,0	15,4	46,7	19,8	15,3

Note: Databrud i 1991. Afgangspersoner i 1990 inkluderer uoplyst arbejdssted.
Det betyder formentlig relativt lidt for denne sektor, men der er en usikkerhed.

Tabel 6. Afgangsfrekvens, ansatte som forlader arbejdsstedet fra året til det næste, i % af samtlige ansatte, fordelt på uddannelse 1984-1996

År	1984	1987	1990	1993	1996	1999
Gennemsnitlig timeløn, kr	93	111	139	152	173	195
Timeløn, standardafvigelse, %	37,5	38,5	39,4	39,0	41,2	52,6
Timeløn, for ansatte, der forlader jobbet	91	111	145	159	176	**
Gennemsnitlig bruttoindk., kr	171.816	200.713	233.974	256.694	289.866	332.869
Bruttoindk., standardafvigelse, %	45,8	47,2	45,6	45,8	47,5	65,1
Bruttoindk. for ansatte, der forlader jobbet	164.961	193.295	245.199	259.407	292.204	**

Tabel 7. Økonomioplysninger om ansatte, pengeinstitutsektoren, 1984-1999

egen drift, fordi der stadig er behov for den kompetenceprofil, og fordi pengeinstitutterne muligvis udfolder et ikke ubetydeligt »socialt ansvar«.

Ad Tese 4: Øget løndifferentiering baseret på markedsforhold

I teorien kan en højere grad af markedsorientering smitte af på personalearbejdet og herunder de præstationsvurderingssystemer og lønssystemer, der benyttes. I almindelighed vil man anføre, at virksomhedstyper med en høj grad af præstationsmålbarhed samtidig med kraftig konkurrence vil være mere tilbøjelighed til at gøre lønnen afhængig af virksomhedens eller den enkeltes præstation, eller som det efterhånden benævnes »performance«.

Med denne tese vil det være naturligt at antage, at presset på pengeinstitutterne er skubbet videre ud i de interne belønningssystemer i den forstand, at dygtigere medarbejdere, og medarbejdere der præsterer mere, har været i stand til at forhandle sig frem til en højere løn på bekostning af de kolleger, som i mindre grad gør sig positivt bemærket (Larsen, 1996). Tabel 7 giver et billede af lønudviklingen i sektoren igennem 15 år.

Den gennemsnitlige timeløn er nominelt steget ganske meget i sektoren. Over de seneste 15 år er den godt og vel fordoblet, hvilket er lidt mere end udviklingen generelt i samfundet. Den gennemsnitlige bruttoindkomst er også steget, dog er der ikke tale om en fordobling.

I gennemsnit var en funktionær i pengeinstitutsektoren i 1999 honoreret med cirka 333.000 kr., hvilket er et ganske tydeligt bevis på, at man har satset på (fortsat) ansættelse af en kvalificeret stab af medarbejdere, og man er altså ikke gået i retning af en model med lav løn og uddannelsesniveau medarbejderstaben (proletarisering), som den kendes fra andre serviceerhverv i udlandet

herunder også pengeinstitutsektoren. Man har fulgt de traditioner der hidtil har eksisteret i sektoren. Standardafvigelsen holder sig dog konstant, således at forstå, at lønforskellene ikke bliver markant større indtil midten af 1990'erne. Det seneste tal vi har – 1996 – viser dog en mere substantiel stigning fra 47,5 til 52,6. Det er lidt vanskeligt at vurdere et enkelt år, men vi antager, at der allersidst ses en tendens til at markedet kommer ind i finansvirksomhederne, og har fået og vil få effekter for lønspredningen.

5. Konklusion

Denne artikel illustrerer den beskæftigelsesmæssige rækkevidde af strukturændringerne i den danske pengeinstitutsektor op gennem 1990'erne. Det kan klart konstateres, at der er luget ud i antallet af pengeinstitutenheder (filialer), og at færre medarbejdere tydeligvis kan løse flere opgaver i de nye konstellationer. Med andre ord har pengeinstitutterne langt hen ad vejen opnået de stordriftsfordele, som de fusionerende parter havde stillet sig selv i udsigt.

Men vi kan også se, at dette ikke er den eneste effekt. Dermed kan der rejses tvivl om, hvorvidt fusionerne alene har været omdrejningspunkt. Eksempelvist kan vi ikke se, at de helt små enheder er pillet ud af systemerne, og heller ikke at beskæftigelsen skulle øges markant i store finansielle »megastores« med hundredvis af ansatte. Vi må tilskrive dette fænomen teknologikomponenten. Med selvbetjeningsteknologi og med IT-baserede redskaber i rådgivnings- og sagbehandlingsfunktioner kan pengeinstitutterne opretholde en lokal service, som måske ellers ikke ville kunne betegnes som helt rationelt. Det er også de små pengeinstitutters redningsplanke; en del af den størrelsesprofil, som kommer frem i materialet, skyldes de regionale og lokale pengeinstitutters ekspansion.

Man kunne muligvis forventet et opbrud og en nyorientering i pengeinstitutternes brug af

de forskellige personalekategorier. Markeds-komponenten og den internationale komponent vil – alt andet lige – stille langt større krav til kompetencer og kvalifikationer. Dette opbrud har kun marginalt indfundet sig. En del af forklaringen herpå skal findes i pengeinstitutternes interne regulering og det »af-skærmede« uddannelsessystem, som sektoren selv kontrollerer. I en vist omfang kan der finde en indre fornyelse sted, og en vidensspredning kan ske ad de vanlige kanaler. Man må dog antage, at også pengeinstitutterne kan begunstiges af højere uddannede generalister. Denne artikel antyder, at akademiske generalister måske nok i en periode kan og vil virke i pengeinstitutterne, men at deres karriereønsker bringer dem på andre spor igen siden hen. I et længere perspektiv må det næppe vurderes at være hensigtsmæssig, hvis veluddannede unge finder, at pengeinstitutterne er et godt startsted, men at de ønsker at videreføre deres karriere i andre brancher og sektorer.

Talmaterialerne tyder på, at pengeinstitutterne har lyttet til den massive kritik af personale-reduktionerne i begyndelsen af 1990-erne, og at de også i praksis har udøvet et social ansvar. Det kommer til udtryk i, at mange af de dårligt uddannede og de ældre arbejdstagere faktisk fik mulighed for at forblive i deres funktioner i pengeinstitutterne. Sammenlignet med andre sektorer, herunder den offentlige sektor, har disse medarbejdergrupper kunnet opleve – efter omstændighederne – trygge vilkår. En del af ansvarsfølelsen fra ledelsens side skyldes, at der også fortsat skal ske en bemanding af kassefunktioner m.v., og at der var uddannelsessystemer på plads til medarbejdernes systematiske opkvalificering. Men ledelserne har måske i virkeligheden været så hensynsfulde, at der er skabt en forsinkelse i forhold til at skabe sig en »moderne«, mere veluddannet og på den baggrund mere fleksibel medarbejderprofil i sektoren.

Her kommer ikke mindst markeds- og internationaliseringskomponenterne ind. Et kvalifikationsunderskud kan langt hen ad vejen samles op i form af teknologiske løsninger, som udgør støttefunktioner for medarbejderne. Pengeinstitutterne kan på dette punkt endnu siges at være i en første fase (Barras, 1986), hvor teknologi er en løftestang for rationalisering back-office, og næste fase, hvor den er med til at gøre interface mellem bruger og personale lettere. Den tredje fase, hvor teknologien bliver kernen i selve serviceydelsen, her må de traditionelt uddannede bankuddannede formentlig stå af. »Pervasive banking« og »Artificial Intelligence« er for viderekomne (Lewis, 1999).

Litteratur

- Andersen, T. (1996) Organisatorisk forandring i dansk bankvæsen, København: HHK.
- Andersen, T. (1997) 'Do Institutions Matter? Convergence and National Diversity in the Restructuring of Employment in British and Danish Banking', *European Journal of Industrial Relations* 3(1): 107-24.
- Andersen, T.A. and Hjalager, A.-M. (1998) 'Bliver Hierarkierne Fladere? Erfaringer fra Danske Pengeinstitutter', *Ledelse and Erhvervsøkonomi* 62(4): 251-63.
- Barras, R. (1986) Towards a Theory of Innovation in Services, *Research Policy* 15: 161-173.
- Baldvinsson, C. (2000) *Dansk bankvæsen*, København: FSR.
- Berger, A.N., Demsetz, R. og Strahan, P. E. (1999) The consolidation of the financial services: Causes, consequences, and implications for the future, *Journal of Banking & Finance*, 23: 135-194.
- Berger, A.N., Dai, Q., Ongena, S. og Smith, S. (2003) To what extent will the banking industry be globalized? A study of bank nationality and reach in 20 European nations, *Journal of Banking & Finance*, 27: 383-415.
- Botten, N. and McManus, J. (1999) *Competitive Strategies for Service Organisations*. London: Macmillan.
- Briscoe, A. (1999), *The regulation of banking in Europe*, London: Carlton Law.

- Bryson, J. (2003) Managing HRM risk in a merger, *Employee Relations*, 25 (1): 14-30.
- Bukh, P.N.D. (1995) *Banking efficiency in the Nordic countries*, Oslo: Norges Bank.
- Canals, J. (1997): *Universal Banking Strategies*. London: Sage.
- Dermine, J., ed. (1990) *European Banking in the 1990s*. Oxford: Blackwell.
- Videnskabsministeriet (2002) *Danmarks IT-status*, København.
- Helten, A. (1995) *Employment implications of information and communication technologies in the Danish banking sector*, Lyngby: Danmarks Tekniske Universitet.
- Hiltrop, J.M. (1991) 'Human Resource Management in European Banking: Challenges and Responses', *European Management Journal* 9(1): 36-42.
- Industriministeriet (1992) *Brancheglidning I den finansielle sektor*, København: SI.
- Jørgensen, H.; J. Lind og Nielsen, k. (1989) *Pengeinstitutter og personaleplanlægning*, Aalborg: AUC.
- Goddard, J., Molyneux, P. og Wilson, J.O.S. (2001) *European Banking: Efficiency, Technology and Growth*, Chichester: Wiley.
- Larsen, J. (1996) *Incitamentsystemer for kreditmedarbejdere i pengeinstitutter*, Odense Universitet.
- Lewis, M.K. (ed) (1999) *The globalization of financial services*, Northampton: Edward Elgar Publishing.
- Mayer, G., Andersen, T. and Muller, M. (2001) Employment Restructuring in Austrian and Danish Banking, *European Journal of Industrial Relations*, 7 (1): 71-87.
- Muller, M. (1997a) 'Institutional Resilience in a Changing World Economy? The Case of the German Banking and Chemical Industries', *British Journal of Industrial Relations* 35(4): 609-26.
- Muller, M. (1997b) 'Stability or Transformation of Employment Relations in German Banking', in D. Knights and T. Tinker (eds) *Financial Institutions and Social Transformations*, pp. 135-58. London: Macmillan.
- Muller, M. (2000) 'Employee Representation and Pay in Austria, Germany and Sweden', *International Studies of Management and Organization* 29(4): 66-82.
- OECD (1989) *Labour market flexibility. Trends in enterprises*, OECD: Paris.
- OECD (1999b) *Bank Profitability 1999*. pp. 31-5; 63-6. Paris: OECD.
- Regini, M.; Kitay, J and Baethge, M., eds (1999) *From Tellers to Sellers – Changing Employment Relations in Banks*. Cambridge: MIT Press.
- Sundbo, J. (1988a) *Forbrugerne og selvbetjening i pengeinstitutterne*, København: Handelshøjskolen (arbejdsnotat).
- Sundbo, J. (1988b) *Nye produkter og virksomhedsformer i finanssektoren*, København: Industriministeriet.

Noter

1. Artiklen er udarbejdet i forbindelse LOK-forskningsprogrammet. Væsentlig assistance i forbindelse med tilvejebringelse og bearbejdning af data er ydet af lektor Per Vejrup-Hansen, Handelshøjskolen i København.

Skat og migration

Af Kirstine Korsager, stud.scient.pol., Anders Toftegaard, stud.scient.pol. og stud.scient.pol. Jan Ulrik Rasmussen

1. Indledning

Den danske velfærdsstat er til debat. Fremtidens velfærd og finansiering diskuteres. Et centralt element er i den forbindelse – selvom regeringen afviser ændringer – skattestrukturen. Ikke mindst globaliseringen, der ikke kun har øget kapitalens og varernes frie bevægelighed, men også gjort individerne mere mobile, har givet ny vind i sejlene til fortællerne for en lavere skat på arbejde. Blandt andre Velfærdskommissionen og CEPOS argumenterer for, at den nuværende skattetekniske indretning i Danmark hverken gør det attraktivt for de højtuddannede danskere at blive i Danmark efter endt uddannelse eller for de højtuddannede udlændinge at flytte hertil (Velfærdskommissionen, 2005; CEPOS, 2006). Velfærdskommissionen foreslår i den forbindelse en omlægning af skattesystemet, så det i stedet for arbejde i højere grad er fast ejendom, der beskattes. For sænkes skatten på arbejde ikke, vil resultatet på sigt blive en gradvis udhuling af velfærdsstatens finansierungsgrundlag og et omfattende underskud af human kapital i Danmark i takt med, at flere og flere højtuddannede vælger Danmark fra. Foreløbig er diskussionen hovedsageligt teoretisk funderet og baseret på avancerede økonomiske fremskrivninger, der tager udgangspunkt i et problem, man i højere grad har vedtaget end faktisk konstateret eksistensen af. Spørgsmålet er imidlertid, om omfanget af de højtuddannede danskers migration er så stort, at det reelt udgør et problem? Og om problemet i så fald er særegent dansk og spe-

cifikt relateret til den høje danske indkomstskat – eller om andre lande oplever tilsvarende migration? Det er disse spørgsmål, der i det følgende forsøges besvaret.¹

2. Teori og hidtidige studier

Anbefalingerne af lavere skat på arbejde – ikke mindst for de højtuddannede for at undgå at de migrerer – fremsat af Velfærdskommissionen og CEPOS kan begrundes ud fra dele af den økonomiske teori, der tager udgangspunkt i den amerikanske økonom Charles M. Tiebouts teori om den lokale optimering af skatte- og servicestrukturen og de dele af den økonomiske teori, der forsøger at forklare og forudsige de internationale migrationsstrømme.

Tiebout søger under antagelse af spatiel mobilitet (Tiebout, 1956) at vise, hvordan den enkelte borger afslører sine præferencer med hensyn til offentlige goder på det lokale niveau ved sit valg af bopæl. På det lokale niveau varierer skatte- og servicestrukturen fra lokalitet til lokalitet, hvilket giver den enkelte mulighed for at vælge den skatte- og servicekombination, der er i størst overensstemmelse med hans/hendes præferencer. Den rationelle vælger stemmer så at sige med fødderne. En implikation af dette er, at de mest velstillede har tendens til at »band together ... [to] avoid paying taxes for the poor« (Tiebout, 1961:94). Er man rig, er præferencen for et højt serviceniveau mindre, fordi man på grund af sin højere indtægt via skatten

skal betale relativt mere for den, end hvis man var mindre bemidlet. De rigere vil derfor alt andet lige vægte en lav skatteprocent højere end et omfattende udbud af offentlig service. For de mindre velstillede vil det modsatte gøre sig gældende. Konsekvensen heraf er, at det for højtloønnede vil være rationelt at fravælge Danmark til fordel for lande med en lavere grad af omfordeling, mens det for lavtlønnede vil være særdeles fordelagtigt at bosætte sig i Danmark.

Vender man blikket mod den neoklassiske økonomis mikroteori om den internationale migration, kan også den give anledning til at forvente, at de højtuddannede vil fravælge Danmark, selvom teorien ikke som sådan handler eksplicit om skatteforskelle. Ifølge den neoklassiske økonomis mikroteori om migration træffer den rationelle aktør individuelt sin beslutning om at migrere på baggrund af en cost-benefit kalkulation (Massey et al., 1993). Potentielle migranter estimerer omkostningerne og gevinsterne ved at flytte til forskellige lokaliteter og migrerer dertil, hvor den foruddiskonterede nettogevinst i løbet af en vis tidshorisont er størst. Fire forhold er her afgørende for den enkeltes migrationsbeslutning. For det første de internationale forskelle i både løn- og beskæftigelsesrater, der tilsammen afgør den forventede indkomst. For det andet de individuelle human kapital karakteristika, eksempelvis uddannelse, sprogkundskaber og erfaring, der øger den forventede indtægt eller sandsynligheden for beskæftigelse i destinationslandet sammenlignet med oprindelseslandet. For det tredje individuelle karakteristika, sociale forhold eller teknologier, der mindsker migrationsomkostningerne og dermed øger nettogevinsten ved migration. Og endelig som det fjerde påvirkes de internationale migrationsstrømme af regeringernes politik, der influerer på de forventede indtægter i afsender- og/eller modtagerlandene og påvirker omkostningerne ved migration.

Den såkaldte Roy-Borjas model, der er resultat af George J. Borjas viderebygning af Andrew D. Roy's modelarbejde, er udviklet på baggrund af ovenstående og sigter mod at forklare og forudsige de internationale migrationsstrømmes størrelse og sammensætning. Med hensyn til størrelsen af migrationsstrømmen mellem to lande afhænger denne, ifølge Roy-Borjas modellen, af forholdet mellem første moment af indkomstfordelingerne i afsender- og modtagerlandet, mens sammensætningen af migrationsstrømmen mellem to lande afhænger af indkomstfordelingernes andet moment. Forholdet mellem gennemsnitsindkomsten i to lande vil således afgøre størrelsen af migrationsstrømmen, mens dens sammensætning vil afhænge af forholdet mellem indkomstfordelingerne spredning i de to lande. Hvis indkomstspredningen i land A er *mindre* end i land B, vil migrationsstrømmen fra land A til land B være domineret af individer fra den *øvre* ende af indkomstfordelingen og migrationsstrømmen fra land B til A domineret af individer fra den *nedre* ende af indkomstfordelingen. Dette skyldes, at indkomstspredningen kan ses som en indikator på, hvor omfordelende velfærdsstaten i et givent land er. Er velfærdsstaten meget omfordelende, hvilket især kommer individer fra den nedre ende af indkomstfordelingen til gode, vil indkomstspredningen i landet være lille. Modsat vil en større indkomstspredning tyde på en mere begrænset omfordeling mellem rig og fattig, hvilket må siges at være mest fordelagtigt for dem i den øvre ende af indkomstfordelingen (Borjas, 1994).

Den neoklassiske mikroteori og i forlængelse heraf Roy-Borjas modellen giver således al mulig grund til at forvente en omfattende strøm af højtuddannede, der migrerer fra Danmark. For en stor del af de højtuddannede danskere kan den foruddiskonterede nettogevinst ved at migrere til et andet land forventes at være betydelig netop på grund af skattepolitikken og den høje grad af omfor-

deling mellem samfundets top og samfundets bund. I international sammenligning er skattetrykket højt i Danmark – en person, der tjener 167 % af APW (Average Production Worker), vil i Danmark reelt kun kunne råde over knap halvdelen af sin indtægt og vil derfor kunne se frem til en væsentlig indkomstfremgang ved at migrere til lande med et lavere skattetryk. At så stor en del af de højtuddannedes indtægt er bundet af skat i Danmark, er en konsekvens af, at den danske velfærdsstat i international sammenligning er særdeles omfordelende, hvorfor Danmark også hører til blandt de lande, hvor indkomstspredningen er mindst. De højtuddannede danskere vil således kunne forvente at høste en betydelig økonomisk gevinst ved at migrere. Og selve det at migrere vil næppe – ud fra en økonomisk betragtning – være forbundet med omkostninger af større betydning. Globaliseringen og den teknologiske udvikling har gjort det billigt og let at rejse og kommunikere på tværs af landegrænser, og især de højtuddannede er bedre rustede til at overkomme de sproglige og kulturelle barrierer i destinationslandet. Hertil kommer, at de højtuddannede på grund af deres forventede bidrag til beholdningen af human kapital ofte er yderst velkomne i destinationslandene, og at efterspørgslen efter højtuddannet arbejdskraft mange steder er stor, hvilket de seneste år har fået en række landes regeringer til at gennemføre ændringer i immigrationslovene med henblik på at gøre det lettere for højtuddannede at opnå arbejds- og opholdstilladelse. Tilbage er stort set kun de psykologiske migrationsomkostninger, forbundet med at bryde med sin fortid og skulle bygge en ny tilværelse op.

3. Undersøgellesdesign

Med udgangspunkt i de teoretiske overvejelser om skat og migration har Velfærdskommissionen, CEPOS og andre fortalere for en lavere skat på arbejde for derved at fastholde de højtuddannede i Danmark således god grund til at mene, som de gør. Men det hæn-

der, at teoretiske argumenter er ét og virkeligheden noget andet. I det følgende vil blive undersøgt, hvordan det forholder sig i Danmark. Tre overordnede spørgsmål vil i den forbindelse søges besvaret. Det første spørgsmål drejer sig om problemets omfang og om, hvorvidt migrationsregnskabet set fra dansk side er positivt eller negativt. Dette vil blive belyst ved dels at se på, hvor mange højtuddannede danskere der er emigreret, og hvor mange højtuddannede der er immigreret til Danmark fra andre OECD-lande, og dels ved at se på, hvor mange af migranterne der skifter statsborgerskab og dermed ikke kan forventes at have planer om at returnere. Det andet spørgsmål relaterer sig til de højtuddannede danske emigranternes lokaliseringsbeslutning og dermed indirekte til om det høje skattetryk i Danmark kan siges at have været afgørende for migrationsbeslutningen. Spørgsmålet vil blive afdækket ved at se på, hvilke OECD-lande de højtuddannede danskere er migreret til og i forlængelse heraf, om der er en sammenhæng mellem andelen af de højtuddannede, der er immigreret til et givent land, og dette lands skattetryk set i forhold til de øvrige landes. På baggrund af den økonomiske teori må det forventes, at jo lavere skattetryk set i forhold til i Danmark, desto flere af de højtuddannede danskere har valgt at bosætte sig i det pågældende land, hvilket undersøges ved lineær regression. Det tredje og sidste spørgsmål, der vil blive behandlet, sætter Danmark ind i en international sammenhæng og drejer sig om, hvorvidt problemet med højtuddannede, der er migreret, er særegent dansk. Spørgsmålet belyses ved at se på, om andelen af højtuddannede, der er migreret fra Danmark, er væsentligt større end andelen af højtuddannede, der er migreret fra andre OECD-lande, og ved at se på, om der på internationalt niveau er en sammenhæng mellem andelen af højtuddannede, der er migreret fra et givent land, og dette lands skattetryk. Sidstnævnte undersøges ved lineær regression. Korrelationen mellem skattetrykket og andelen af højtuddannede,

der er migreret, forventes at være negativ, fordi de mest privilegerede, jævnfør Tiebout, foretrækker at bosætte sig i lande, hvor de, fordi skatten er lav, slipper for at betale for de fattigere og i forlængelse heraf, fordi de i disse lande, jævnfør den neoklassiske migrationsteori, kan disponere over en større del af deres indkomst.

4. Undersøgelsesdata

Undersøgelserne af, hvor stort problemet med højtuddannede, der er migreret fra Danmark, er, om problemet er særegent dansk, og om der statistisk kan påvises at være en generel sammenhæng mellem de højtuddannedes migration og skattetrykket i OECD-landene, bygger på data fra OECD's databaser.

I OECD's Migration Database findes detaljerede og sammenlignelige opgørelser over antallet af immigranter og emigranter i de fleste OECD-lande. Data fra 14 af de anvendte OECD-lande er fra 2001, mens data i et enkelt tilfælde er fra 1999², i tre tilfælde fra 2000³, i to tilfælde fra 2002⁴ og i andre to tilfælde fra 2003⁵. Men da der ikke synes at være grund til at antage, at tallene ikke skulle være nogenlunde stabile fra år til år, er opgørelsetidspunktet næppe af større betydning, og data kan ud fra en gennemsnitsbetragtning ses som en indikator på omfanget af migrationen i OECD-landene omkring år 2001. Opgørelserne indeholder ud over oplysninger om oprindelsesland, destinationsland og nuværende statsborgerskab også oplysninger om immigranter og emigranternes uddannelsesniveau. Højtuddannede er her personer med en lang eller mellemlang, videregående uddannelse. Disse opgørelser danner grundlaget for kortlægningen af omfanget af problemet med højtuddannedes migration fra Danmark. Da der imidlertid ikke findes tal for danskere migreret til Holland, Island, Korea og Japan, er disse lande helt udeladt af optællingen.

Ligeledes i OECD's Migration Database findes en opgørelse over andelen af højtuddanne-

de, der efter endt uddannelse er migreret fra de enkelte OECD-lande, hvor de er født. Igen er data hovedsageligt fra 2001⁶. Men da der heller ikke her synes at være grund til at antage, at andelen ikke skulle være nogenlunde stabile fra år til år, er det eksakte opgørelsetidspunkt igen næppe af større betydning. Opgørelsen bruges til kortlægningen af, hvorvidt problemet med højtuddannede, der er migreret, er særegent dansk, og om der synes at være en sammenhæng mellem andelen af højtuddannede, der er migreret, og skattetrykket.

Oplysningerne om de enkelte OECD-landes skattetryk stammer fra OECD Public Sector, Taxation and Market Regulation Database. Som udtryk for skattetrykket er valgt en variabel, der inkluderer indkomstskatten plus den ansattes sociale bidrag minus kontante ydelser, gældende for en person, der tjener 167 % af APW opgjort i 2001. Målet inkluderer mere end blot indkomstskatteprocenten, men er et mere reelt billede af, hvor stor en del af lønnen den enkelte har til rådighed, hvilket man må gå ud fra, er det, der optager den rationelle, potentielle migrant. Da højtuddannede opgøres som både dem med en lang og en mellemlang, videregående uddannelse, kan der rejses tvivl om, hvorvidt det er alle inden for gruppen, der tjener 167 % af APW. Dog kan der i den forbindelse argumenteres for, at grænsen for, hvornår der skal betales topskat i en række lande, er så lav, at størstedelen af gruppen af højtuddannede vil være berørt, hvorfor det som en gennemsnitsbetragtning kan forsvares at anvende den ovenfor definerede skattetryksvariabel i analysen. Og da skattetrykket i OECD-landene har været relativt stabilt gennem en årrække, må en eventuel tidsforskydning mellem migrationstidspunkt og tidspunkt for opgørelse af skattetrykket forventes at være uden væsentlig betydning.

5. Analyse

Det hænder – som nævnt – at teori er ét og virkelighed noget andet. Hvor stort et pro-

blem de højtuddannedes migration set med danske øjne kan siges at udgøre, og i hvor høj grad forklaringen på de højtuddannedes migrationsmønstre generelt er at finde i den økonomiske teori, undersøger i det følgende.

5.1 Hvor stort er problemet med højt uddannede, der er migreret fra Danmark?

Hvert år vælger et antal højtuddannede, født og opvokset i Danmark, at flytte til et andet land. Nogle forlader Danmark permanent, mens andre vender tilbage efter en årrække. Ifølge OECD's opgørelser var der, jævnfør Tabel 5.1.1, i 2001 i alt 59.874 højtuddannede danskere, der havde valgt at bosætte sig i et andet OECD-land. Af disse havde 18.726 valgt at frasige sig deres danske statsborgerskab, hvilket kan tyde på, at migrationsbeslutningen for deres vedkommende er permanent. Andre 26.851 af de højtuddannede danske emigranter var i 2001 fortsat danske statsborgere og har således mulighed for en forholdsvis uproblematisk returnmigration. Hvorvidt de resterende 14.297 højtuddannede, født i Danmark, men i 2001 bosiddende i et andet OECD-land, har valgt at frasige sig det danske statsborgerskab eller har valgt at beholde dette, vides ikke, da opgørelserne fra enkelte lande enten er ufuldstændige med hensyn til immigranternes statsborgerskab eller slet ikke indeholder oplysninger om dette, jævnfør Tabel 5.1.1. Udelades gruppen med ukendt statsborgerskab, svarer de 18.726 højtuddannede, der har frasagt sig det danske statsborgerskab, til 41 % af de migrerede. Af dem, hvis nuværende statsborgerskab er kendt, kan 41 % således ikke forventes at have planer om at vende tilbage til Danmark, mens de øvrige 59 % har bevaret muligheden for en forholdsvis uproblematisk returnmigration, idet de fortsat er danske statsborgere. At 59 % af de højtuddannede emigranter fortsat er danske statsborgere, kan dog ikke tages som en garanti for, at de alle i løbet af en årrække rejser tilbage til Danmark, da årsagen til, at de fortsat har dansk statsborgerskab ligeså vel kan være proble-

mer med at opnå statsborgerskab i det land, de har valgt at bosætte sig i. Derfor kan det ikke udelukkes, at mere end de 41 %, der har opgivet deres danske statsborgerskab, set fra dansk side vil være permanent mistet arbejdskraft og dermed betyde tab af human kapital og gode skatteydere.

At så forholdsvis mange ikke umiddelbart kan forventes at returnigrere, er i lyset af tidligere undersøgelser noget overraskende. Økonomi- og Erhvervsministeriet estimerer i en analyse fra 2003, at ca. 80 % af de højtuddannede, der forlader Danmark, på sigt vender tilbage (Økonomi- og Erhvervsministeriet, 2003: kap. 9) og Nielsen, Schou og Søbygaard at tre ud af fire returnigrerer inden for en periode på seks år (Nielsen et al., 2002). Diskrepansen med hensyn til estimerterne af, hvor stor en del af de højtuddannede, der kun forlader Danmark for en begrænset periode, kan tænkes at skyldes forskelle, hvad angår opgørelsesmetoder. Både analyserne fra Økonomi- og Erhvervsministeriet og af Nielsen, Schou og Søbygaard tager udgangspunkt i data fra Dansk Statistik, der opgør antallet af returnigranter inden for de enkelte migrantkohorter, mens nærværende analyse bygger på den samlede bestand af højtuddannede danske emigranter. Ikke desto mindre tyder resultatforskellene på, at konklusionerne fra såvel Økonomi- og Erhvervsministeriet som Nielsen, Schou og Søbygaard er lige vel optimistiske og på, at man i forlængelse heraf hidtil har undervurderet problemets omfang. At mindre end 59 % af de højtuddannede, der har forladt Danmark efter endt uddannelse, kan ventes at returnigrere, må siges at udgøre et betydeligt problem set fra et dansk synspunkt. Såfremt antallet af højtuddannede, der er emigreret til et andet OECD-land, modsvares af en tilsvarende immigration af højtuddannede fra det øvrige OECD-område, vil dette problem imidlertid mindskes.

Fortsat dansk statsborger	Skiftet til andet statsborgerskab	Ukendt statsborgerskab	I alt
26.851	18.726	14.297	59.874

Kilde: OECD Migration Database.

Tabel 5.1.1. Antallet af højtuddannede danskere migreret til andet OECD-land. Migranter til Holland, Island, Korea og Japan udeladt.

Ser man på antallet af højtuddannede, der er kommet til Danmark fra et andet OECD-land, er dette, jævnfør Tabel 5.1.2, i alt 32.449 personer. Af disse har 14.114 skiftet til dansk statsborgerskab, mens de resterende 18.335 har beholdt deres oprindelige statsborgerskab. Af gruppen af højtuddannede immigranter fra det øvrige OECD-område kan 43 % således forventes at have planer om at forblive i Danmark, mens det er mere usikkert, hvilke fremtidsplaner de resterende 57 % har. At størstedelen af immigranterne fortsat er statsborgere i deres oprindelsesland, behøver ikke betyde, at de rent faktisk returnemigrerer, men kan lige så vel skyldes et ønske om at bevare muligheden for dette eller besvær med at opnå dansk statsborgerskab. Ikke desto mindre nyder Danmark p.t. godt af 32.449 højtuddannedes viden, evner og skatteindbetalinger uden at have haft udgifter til deres uddannelse, hvilket set fra dansk side er et plus i regnskabet – dog ikke et stort nok plus til at opveje antallet af højtuddannede, der efter endt uddannelse i Danmark er emigreret, og disses potentielle skatteindbetalinger.

Set fra dansk side er migrationsregnskabet således negativt. Mens i alt 59.874 højtuddannede efter endt uddannelse på opgørelses-tidspunktet havde forladt Danmark og bosat sig i et andet OECD-land, var der i alt kun

Skiftet til dansk statsborgerskab	Beholdt oprindeligt statsborgerskab	I alt
14.114	18.335	32.449

Kilde: OECD Migration Database.

Tabel 5.1.2. Antallet af højtuddannede fra andre OECD-lande migreret til Danmark. Migranter fra Holland, Island, Korea og Japan udeladt.

32.449 højtuddannede, der efter endt uddannelse i et andet OECD-land havde bosat sig i Danmark. Dette giver et underskud på 27.425 højtuddannede. Lidt bedre bliver det dog, hvis man baserer regnskabet på antallet af højtuddannede, hvis migrationsbeslutning med en vis sikkerhed kan siges at være permanent. Mindst 18.726 af de højtuddannede, der er rejst fra Danmark, har frasagt sig deres danske statsborgerskab og kan således ikke forventes at vende tilbage, mens mindst 14.114 af de højtuddannede, der er kommet til Danmark, har opnået dansk statsborgerskab og derfor kan formodes at blive permanent. Dette begrænser underskuddet af højtuddannede til 4.612 personer, men er dog behæftet med en betydelig usikkerhed, da statsborgerskabsstatus for en forholdsvis stor andel af de højtuddannede danske emigranter vedkommende er ukendt. Ydermere bør det bemærkes, at det er tvivlsomt, om skatteindtægterne fra de højtuddannede immigranter vil kunne modsvare de tabte skatteindtægter fra gruppen af højtuddannede, der er immigreret i forholdet én til én, da der fra dansk side, omend (stadig) i begrænset omfang, eksperimenteres med fordelagtige skatteordninger for højtuddannede udlændinge, der vælger at bosætte sig i Danmark.

At omtale fænomenet med højtuddannede, der forlader Danmark, som et problem, er således i et vist omfang berettiget. Antallet af

højtuddannede danskere, der er emigreret til et andet OECD-land udgør 59.874 personer, hvoraf det med en vis sikkerhed kan siges, at mindst 18.726 personer, svarende til 41 % af gruppen, hvis statsborgerskab er kendt, ikke påtænker at returnere. Og antallet af højtuddannede danske emigranter modsvares end ikke tilnærmelsesvis af antallet af højtuddannede immigranter fra de andre OECD-lande.

Ser man alene på de højtuddannede, er der således i det danske migrationsregnskab et underskud, svarende til 27.425 personer.

Spørgsmålet er så, om det er skattetrykket, der får de højtuddannede danskere til at emigrere.

	Land	Skiftet statsborgerskab	Beholdt dansk statsborgerskab	Ukendt statsborgerskab	I alt	Procent migranter	Skattetryk
1	USA	6.209	8.565	0	14.774	24,68	30,3
2	Storbritannien	0	0	7.364	7.364	12,30	26,1
3	Sverige	2.218	4.952	0	7.170	11,98	36,0
4	Canada	4.390	1.360	0	5.750	9,60	27,5
5	Norge	2.125	3.555	0	5.680	9,49	36,2
6	Australien	2.364	2.302	39	4.705	7,86	32,9
7	Tyskland	0	0	4.250	4.250	7,10	47,8
8	Frankrig	512	2.116	0	2.628	4,39	30,8
9	Schweiz	382	1.162	0	1.544	2,58	26,2
10	Spanien	0	0	1.453	1.453	2,43	24,2
11	Belgien	56	881	0	937	1,56	48,2
12	Italien	0	0	681	681	1,14	33,3
13	Tyrkiet	162	476	0	638	1,07	32,3
14	Luxemburg	3	574	0	577	0,96	31,2
15	New Zealand	0	0	366	366	0,61	25,9
16	Irland	36	285	0	321	0,54	27,4
17	Grækenland	66	168	0	234	0,39	23,2
18	Østrig	61	160	0	221	0,37	35,4
19	Portugal	23	134	0	157	0,26	23,4
20	Mexico	0	0	144	144	0,24	11,3
21	Finland	65	61	0	126	0,21	38,8
22	Polen	27	36	0	63	0,11	32,4
23	Tjekkiet	13	39	0	52	0,09	26,8
24	Ungarn	12	22	0	34	0,06	40,5
25	Slovakiet	2	3	0	5	0,01	22,9
	I alt	18.726	26.851	14.297	59.874	100,00	

Kilde: OECD's Databaser.

Tabel 5.2.1. Migrerede højtuddannede danskere fordelt på OECD-lande og skattetryk i destinationslandet.

5.2 Hvad ligger bag de højtuddannede danskeres lokaliseringsbeslutning?

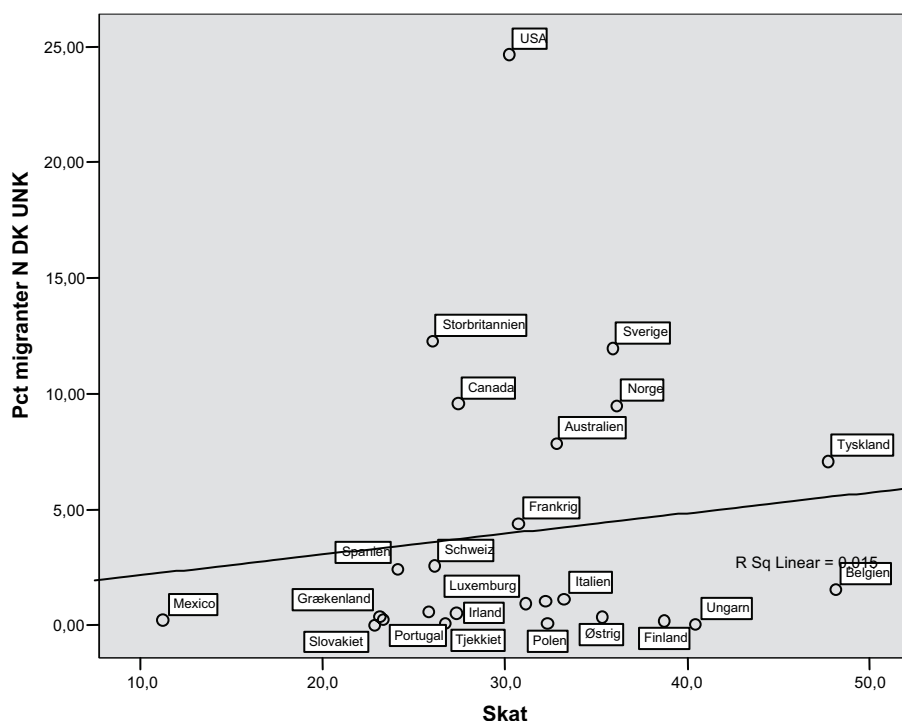
Træffer de højtuddannede danskere i overensstemmelse med de økonomiske teorier deres migrationsbeslutning på baggrund af en økonomisk cost-benefit kalkule, bør resultatet af en undersøgelse af, hvor de højtuddannede danskere er migreret hen, være, at jo lavere skat set i forhold til i Danmark, desto større andel af de højtuddannede danskere er migreret dertil.

5.2.1 Hvilke OECD-lande er de højtuddannede danskere migreret til?

Som det fremgår af Tabel 5.2.1, er de fem foretrukne destinationslande USA, Storbritan-

nien, Sverige, Canada og Norge – lande, der med undtagelse af Storbritannien ikke i international sammenligning skiller sig ud på grund af specielt lave skatter.

Hvordan de højtuddannede danskeres migration rent faktisk fordeles sig på OECD-landene i forhold til de enkelte landes skattetryk, ses af Figur 5.2.1. Overraskende nok – i forhold til de teoretiske forventninger – er skattetrykket i de foretrukne migrationslande i OECD-sammenligning på et middelniveau, og antallet af højtuddannede, der migrerer til Tyskland, der har det næsthøjeste skattetryk langt højere end antallet af migranter, der har foretrukket Mexico, der ellers har det klart



Kilde: OECD's Databaser.

Figur 5.2.1. Migrerede højtuddannede danskere og skattetryk i destinationslandet.

laveste skattetryk. Var et lavt skattetryk det afgørende, burde de højtuddannede primært være migreret til Mexico, Slovakiet, Portugal, Schweiz og Tjekkiet, hvor kun et fåtal rent faktisk har valgt at bosætte sig.

Undersøges den bivariate sammenhæng mellem skattetrykket og andelen af højtuddannede danskere, der har bosat sig i et givent land, viser det sig da også, som det fremgår af Tabel 5.2.3, at sammenhængen er svagt positiv. Dog er sammenhængen ikke signifikant og modellen kun i stand til at forklare 1,5 % af variationen i andelen af højtuddannede migranter. Selvom den manglende signifikans ikke i sig selv skal tillægges afgørende betydning, dels fordi analysen bygger på populationsdata, dels fordi det generelt er yderst vanskeligt at opnå signifikans med så få observationer (n = 25), synes det alligevel rimeligt at konkludere, at data ikke umiddelbart indikerer, at det er et lavt skattetryk, der er det væsentligste for de højtuddannedes lokaliseringsbeslutning.

De bivariate sammenhænge synes således ikke at bekræfte de teoretiske forventninger. Skattetrykket er kun i stand til at forklare 1,5 % af variationen i de højtuddannede danskeres destinationsvalg og sammenhængen i øvrigt svagt positiv og insignifikant.

5.2.2 Hvilke lande er de danskere, der har skiftet statsborgerskab, migreret til?

Ser man udelukkende på, hvilke lande de højtuddannede, der har frasagt sig deres danske statsborgerskab og således næppe har planer om at returnere, har valgt at bosætte sig i, er de fem foretrukne lande, som det fremgår af Tabel 5.2.2, USA, Canada, Sverige, Norge og Frankrig. Rækkefølgen er ændret, men ellers er den eneste forskel fra opgørelsen, der inkluderede alle højtuddannede danske emigranter, at Storbritannien, der er blandt landene, som må udgå af analysen på grund af mangelfulde oplysninger med hensyn til emigranternes statsborgerskab, er er-

stattet af Frankrig. Hvordan forholdet og sammenhængene mellem andelen af højtuddannede danskere, hvis migrationsbeslutning kan formodes at være permanent, og skattetryk i destinationslandet, rent faktisk er, undersøges i det følgende.

	Land	Skiftet statsborgerskab	Procent	Skattetryk
1	USA	6.209	37,95	30,3
2	Canada	4.390	26,83	27,5
3	Sverige	2.218	13,56	36,0
4	Norge	2.125	12,99	36,2
5	Frankrig	512	3,13	30,8
6	Schweiz	382	2,33	26,2
7	Tyrkiet	162	0,99	32,3
8	Grækenland	66	0,40	23,2
9	Finland	65	0,40	38,8
10	Østrig	61	0,37	35,4
11	Belgien	56	0,34	48,2
12	Irland	36	0,22	27,4
13	Polen	27	0,17	32,4
14	Portugal	23	0,14	23,4
15	Tjekkiet	13	0,08	26,8
16	Ungarn	12	0,07	40,5
17	Luxemburg	3	0,02	31,2
18	Slovakiet	2	0,01	22,9
	I alt	16.362	100	

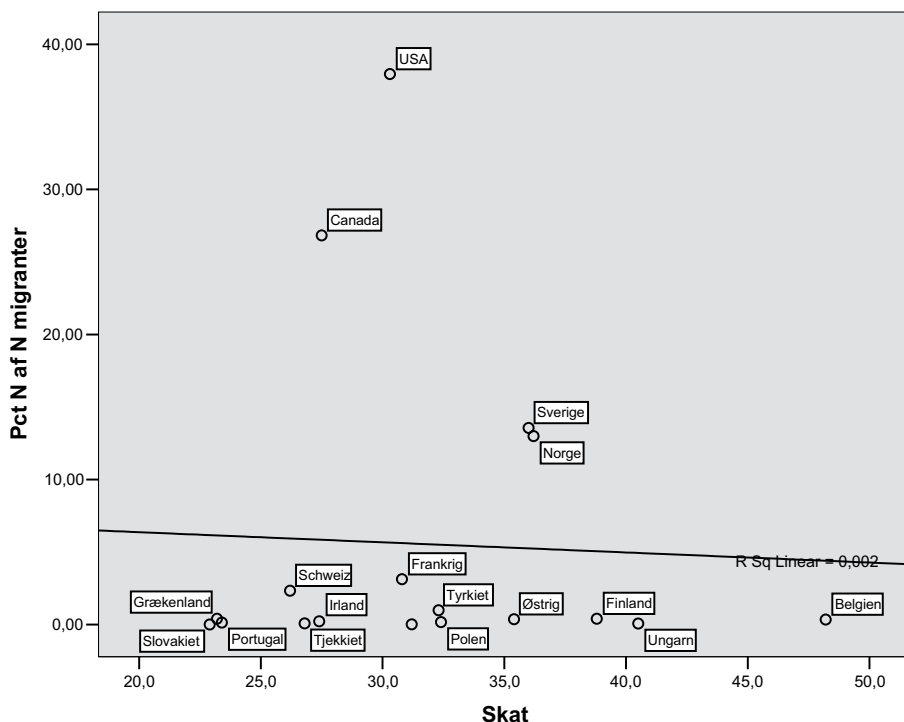
Kilde: OECD's Databaser.

Tabel 5.2.2: Migrerede højtuddannede danskere, der har skiftet statsborgerskab, fordelt på OECD-lande.

Forholdet mellem andelen af højtuddannede danskere, hvis migrationsbeslutning kan formodes at være permanent, og skattetrykket i destinationslandet fremgår af Figur 5.2.4. Her ses det, at i alt knap 65 % af gruppen har valgt at emigrere til USA og Canada, der lig-

ger i den lave ende med hensyn til skattetryk, mens i alt godt 26 % af gruppen har valgt at bosætte sig i Sverige eller Norge, hvor skattetrykket er i den højere ende. Belgien har på trods af det suverænt højeste skattetryk tiltrukket flere højtuddannede danske emigranter end Slovakiet og Portugal, der er blandt landene med lavest skattetryk.

uddannede danskere, der med stor sandsynligvis har fravalgt Danmark permanent, er data således mere i overensstemmelse med teorien, end hvis man ser på hele gruppen af højtuddannede danske migranter. Der er en tendens til, at det er landene med lavest skattetryk, der er blevet foretrukket af flest højtuddannede danskere uden planer om returnmigration. Tendensen er imidlertid forsvinden-



Kilde: OECD's Databaser.

Figur 5.2.4. Migrerede højtuddannede danskere, der har skiftet statsborgerskab, og skattetryk i destinationslandet.

Undersøges den bivariate sammenhæng mellem andelen af permanente migranter og skattetrykket i destinationslandet, viser denne sig dog, jævnfør Tabel 5.2.3, at være omend yderst svag og insignifikant, så trods alt negativ. Ved alene at se på den del af de højt-

de lille, og i sig selv forklarer skattetrykket kun 0,2 % af variationen i antallet af permanente danske emigranter i de forskellige lande. Så at skattetrykket er det afgørende for denne gruppe af migranter, synes heller ikke overbevisende.

Andel højtuddannede danske emigranter			
		Uanset statsborgerskab (n=25) ¹	Skiftet statsborgerskab (n=18) ¹
	Regressionskoefficient	R ² = 0,015	R ² = 0,002
Skatte-tryk	Beta	0,089	- 0,070

1. Ingen signifikante værdier.

Tabel 5.2.3. Skattetryk i destinationslandet og andel højtuddannede danske emigranter.

5.3 Er problemet med højtuddannede, der er migreret, særegent dansk?

For 24 OECD-lande fremgår andelen af højtuddannede, der er migreret fra de enkelte lande af Tabel 5.3.1. Og på baggrund heraf kan det hurtigt konstateres, at problemet med højtuddannede, der er migreret, langt fra er enestående dansk. I OECD-sammenligning har ni andre lande et langt større problem med højtuddannede, der er migreret, end Danmark. Sammenlignet med Irland, hvor 26,71 % af de højtuddannede har forladt landet, New Zealand, hvor 17,02 % af de højtuddannede er rejst, eller Storbritannien, hvor antallet er 12,23 %, synes det en smule overdrevet at omtale de 6,81 % af de højtuddannede, der er migreret fra Danmark, som værende et stort problem. At de 6,81 % højtuddannede, der er migreret fra Danmark, muligvis er et større problem for Danmark end de 12,23 %, der har forladt Storbritannien, er for Storbritannien, kan skyldes forskelle med hensyn til andelen af returnmigranter og antallet af højtuddannede emigranter. At dømme ud fra analysen af, hvor de højtuddannede danskere er migreret hen, er Storbritannien et populært land. Det samme kan man imidlertid næppe sige om Irland.

	Land	Andel af højtuddannede, der er emigreret	Skattetryk
1	Irland	26,72	27,4
2	New Zealand	17,02	25,9
3	Portugal	12,89	23,4
4	Storbritannien	12,23	26,1
5	Østrig	10,18	35,4
6	Ungarn	9,60	40,5
7	Schweiz	9,22	26,2
8	Grækenland	7,97	23,2
9	Holland	7,64	34,9
10	Danmark	6,81	50,1
11	Finland	6,73	38,8
12	Belgien	6,51	48,2
13	Mexico	5,75	11,3
14	Italien	5,66	33,3
15	Tyskland	5,52	47,8
16	Tyrkiet	5,22	32,3
17	Sverige	4,67	36,0
18	Norge	4,96	36,2
19	Frankrig	4,50	30,8
20	Canada	3,88	27,5
21	Australien	3,69	32,9
22	Spanien	2,48	24,2
23	Japan	0,99	22,1
24	USA	0,66	30,3

Kilde: OECD's Databaser.

Tabel 5.3.1. Andelen af højtuddannede i OECD-lande, der er emigreret og skattetryk i oprindelseslandet.

Sammenligner man andelen af højtuddannede danskere, der er migreret, med lande som USA og Japan, hvor henholdsvis 0,66 og 0,99 % af de højtuddannede er taget til udlandet, synes det mere reelt at tale om den danske situation som værende problematisk. Men i virkeligheden er det her snarere selve

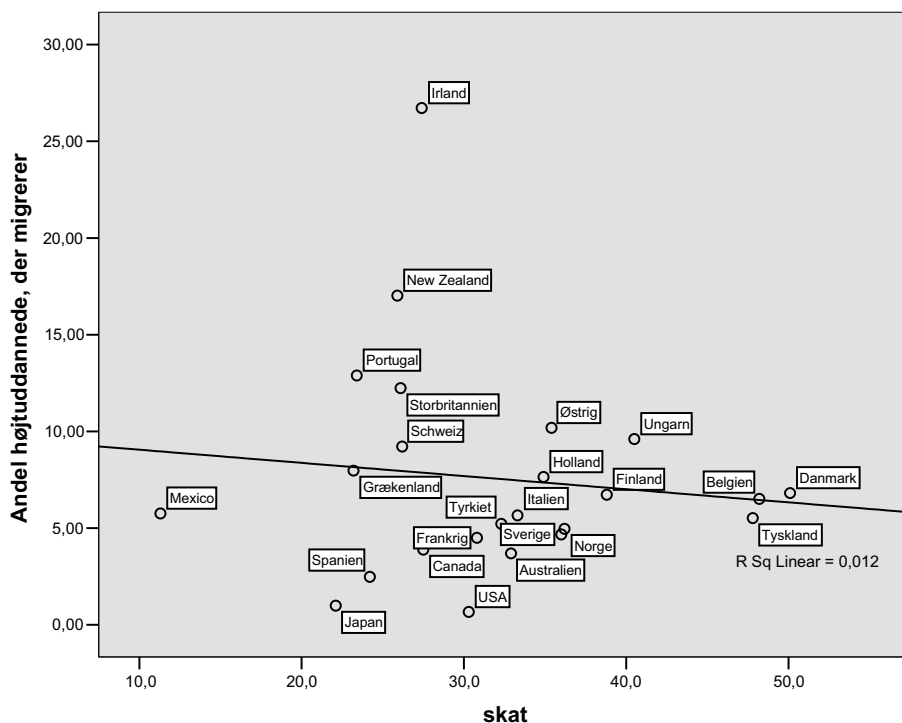
sammenligningen, der er problematisk. Både Japan og USA er så store lande, at en flytning fra den ene ende af landet til den anden ville svare til at rejse fra Danmark til Italien. I Japan og USA kan det bare gøres uden at krydse nogen nationalgrænser. Med dette in mente bliver billedet en hel del mere nuanceret.

Af Tabel 5.3.1 fremgår ligeledes skattetryk for de enkelte OECD-lande. At der er en sammenhæng mellem denne og andelen af højtuddannede, der er migreret, synes ikke umiddelbart evident. Irland eksempelvis, har den suverænt højeste migrationsrate, har også det næstlaveste skattetryk. På trods af, at det strengt taget, jævnfør den økonomiske teori, ikke er et lands skattetryk i sig selv,

men forholdet mellem forholdene i oprindelses- og destinationsland, der er det afgørende, tyder intet således umiddelbart på, at den økonomiske teori har væsentlig større forklarende kraft, når der ses på de internationale migrationsstrømme.

5.3.1 Er der en sammenhæng mellem skattetryk og andel af højtuddannede, der er migreret i OECD-landene?

Er empirien i overensstemmelse med den økonomiske teori, bør der være en sammenhæng mellem et lands skattetryk og andelen af højtuddannede, der forlader det pågældende land. Ifølge den økonomiske teori bør tendensen være, at jo højere skattetryk desto større andel af de højtuddannede vil finde det attraktivt at



Kilde: OECD's Databaser.

Figur 5.3.1. Andel højtuddannede, der er migreret og skattetryk i hjemlandet.

rejse til et andet land, hvor en større del af lønnen vil være til egen disposition.

Forholdet mellem andelen af højtuddannede, der er migreret fra de 24 OECD-lande, og disse landes skattetryk for denne indkomstgruppe fremgår af Figur 5.3.1. Og på baggrund heraf kan det konkluderes, at data ikke tyder på en tendens til, at migrationsraten i overensstemmelse med den økonomiske teori stiger med skattetrykket. Rent faktisk viser den bivariate sammenhæng sig, jævnfør Tabel 5.3.2, at være svagt negativ. Sammenhængen er dog ikke signifikant, og alene kan skattetrykket kun forklare 1,2 % af variationen i landenes migrationsrater. At et lavt skattetryk i sig selv er et effektivt middel til at fastholde de højtuddannede i deres hjemland, understøttes således ikke af data.

Migrationsrate for højtuddannede		
	n=24 ¹	
	Regressions-koefficient	R ² = 0,012
Skattetryk	Beta	-0,068

1. Ingen signifikante værdier.

Tabel 5.3.2: Skattetryk i oprindelseslandet og andelen af højtuddannede, der er migreret.

6. Diskussion og konklusion

Den økonomiske teori giver umiddelbart al mulig grund til at frygte et omfattende migrationsproblem i Danmark. Skatteteknisk har vi i henhold til den økonomiske teori indrettet os på en måde, der ud fra en økonomisk cost-benefit kalkule giver de højtuddannede danskere incitament til at migrere og gør det meget lidt økonomisk attraktivt for højtuddannede udlændinge at komme til Danmark. Men ved nærmere undersøgelse synes de empiriske kendsgerninger kun i meget ringe

grad at understøtte de teoretiske forventninger, og at den skattetekniske indretning i Danmark rent faktisk har ført til et omfattende migrationsproblem i Danmark, synes særdeles tvivlsomt. Ser man på opgørelserne af, hvor mange danskere der omkring år 2001 var bosat i det øvrige OECD-område sammenholdt med antallet af udlændinge fra dette område, der boede i Danmark, er netto-regnskabet negativt. I 2001 kunne antallet af højtuddannede danskere, der havde forladt Danmark, således ikke modsvares af et tilsvarende antal højtuddannede udenlandske tilflyttere. Dette kan siges at være et problem, ikke mindst fordi det for den danske stat betyder manglende tilbagebetaling af uddannelsesudgifterne via senere skatteindbetalinger og et nettounderskud af human kapital. Især hvis kun omkring 60 % returnmigrerer. Men at henhøre migrationsproblemerne til den høje marginalskat i Danmark synes imidlertid en smule forhastet.

Ikke mindst når de højtuddannede danskeres migrationsrate sammenlignes med tilsvarende migrationsrater i en række andre OECD-lande, synes argumentet om, at det er skattetrykket, der skræmmer de højtuddannede danskere væk, at blegne. En række af OECD-landene har et langt mindre skattetryk end Danmark – men også en langt højere migrationsrate. Så at et lavt skattetryk i sig selv er nok til at fastholde den højtuddannede arbejdskraft, er tvivlsomt. Udenlandske pull-faktorer, som er uden for de hjemlige politikeres rækkevidde, spiller tilsyneladende også ind. Men at det af disse pull-faktorer er lige præcis et lavt skattetryk, der er afgørende for de højtuddannedes vurdering af, hvor attraktivt det er at bosætte sig i et givent land, tyder data imidlertid heller ikke på. I hvert fald er der meget lidt, der peger i retning af, at det er skattetrykket, der alene er det afgørende for de højtuddannede danske migranternes lokaliseringsbeslutning. Kun hvis man ser på det lille udsnit af danske migranter, der må formodes ikke at påtænke returnmigration, er der

en forsvindende lille negativ sammenhæng mellem skattetryk i destinationslandet og emigrantandelen, men her kan landenes skattetryk ikke forklare mere end 0,2 % af variationen i de højtuddannede danskeres lokaliseringsvalg.

Set fra dansk side er implikationen heraf i forhold til migrationspolitikken, at hvis målet er dels at fastholde de højtuddannede danskere, dels at tiltrække højtuddannet udenlandsk arbejdskraft, så er det næppe skatteomlægninger eller skattelettelser i tråd med anbefalingerne fra Velfærdskommissionen og CEPOS, der i det danske tilfælde er det mest effektive. Migrationsbeslutningen er en »pakke-løsning«, hvor andet og mere end blot snævert økonomiske overvejelser indgår og så længe skatteyderne kan se, at de får noget for pengene, er det næppe den eksakte skatteprocent, der er afgørende. Det at skatten giver adgang til en række velfærdsydelser, såsom børnepasning, uddannelse, hospitalsophold og et udstrakt sikkerhedsnet, kan muligvis være medvirkende til at forklare, at der trods det relativt høje skattetryk og de teoretiske forventninger, er mange højtuddannede, der finder Danmark attraktiv. I denne sammenhæng spiller det begrænsede omfang af negative eksternaliteter formentlig også en rolle. I international sammenligning er eksempelvis omfanget af kriminalitet mindre i Danmark end i USA og Mexico. Den relativt høje grad af social kapital, dvs. generaliserede tillid, blandt danskerne må ligeledes forventes at resultere i en højere tolerance overfor skattetrykket.

Alternativt til ensidigt at sætse på skattelettelser for at gøre Danmark mere attraktiv i de højtuddannedes øjne vil en satsning på at øge kvaliteten og prestigen i forskningsmiljøerne og en udbygning af karrieremulighederne antageligvis være en mere effektiv strategi. I et vist omfang er dette allerede iværksat. Et konkret tiltag i denne retning er eksempelvis bestræbelserne på at opfylde Barcelona-mål-

sætningen, der tilsiger at 3 % af BNP skal bruges på forskning og udviklingsarbejde, og indførelsen af green-card ordningen, der har til formål at tiltrække særligt kvalificeret arbejdskraft fra ikke EU-lande og giver udlændinge, der efter en grundig udvælgelsesproces vurderes egnet, adgang til det danske arbejdsmarked.

Fra dansk side har man dog også det økonomiske aspekt med i strategien. Siden starten af 1990'erne har det været muligt for højt-lønnede immigranter at komme til landet på den såkaldte forskerordning, der giver en skatterabat i de første tre år, man arbejder i landet. Set i lyset af den yderst svage sammenhæng mellem skattetryk og migration, når fokus flyttes fra teori til virkelighed, må det dog siges at være særdeles hensigtsmæssigt, at skattelettelserne kun udgør et ud af flere instrumenter i bestræbelserne på at øge de højtuddannedes incitamenter til at bosætte sig og arbejde i Danmark.

Referencer

- Borjas, George J. 1994. »The Economics of Immigration«, *Journal of Economic Literature*, vol. 32, no. 4, pp. 1667-1717.
- CEPOS. 2006. »OECD's »Taxing Wages«: Høj Marginalskat i DK for topskatteydere«, notat af 28. marts 2006.
- Massey, Douglas S., Arango, Joaquin, Hugo, Graeme, Kouaouci, Ali, Pellegrino, Adela og Taylor, J. Edward. 1993. »Theories of International Migration: A Review and Appraisal«, *Population and Development Review*, vol. 19, no. 3, pp. 431-466.
- Nielsen, Søren Bo, Schou, Poul og Søbygaard, Jacob Krog. 2002. »Elements of income tax evasion and avoidance in Denmark«, *Swedish Economic Policy Review* 9 (2002) pp. 139-164.
- Tiebout, Charles M. 1956. »A Pure Theory of Local Expenditures«, *The Journal of Political Economy*, Vol. 64, No. 5. (oktober, 1956), pp. 416-424.
- Tiebout, Charles M. 1961. »Economic theory of fiscal decentralization«, *Public Finances: Needs, Sources and Utilization*, Princeton, NJ: National Bureau of Economic Research.

Velfærdskommissionen. 2005. *Analyserapport Fremtidens Velfærd – vores valg*, Copenhagen: Velfærdskommissionen.

Økonomi- og Erhvervsministeriet. 2003. »Vækst gennem globalisering – Handlingsplan og baggrundsanalyse«, *Vækst med vilje*, oktober 2003.

Noter

1. I det følgende antages højtuddannede at være højtlønnede, selvom vi er opmærksomme på at sammenhængen ikke er deterministisk.

2. Frankrig.

3. Finland, Mexico og USA.

4. Tyskland, Irland og Danmark.

5. Sverige og Norge.

6. Data fra Frankrig er fra 1999, Schweiz, Finland, Mexico, Tyrkiet, Japan og USA fra 2000, Irland, Danmark og Tyskland fra 2002, Norge og Sverige fra 2003.

Anmeldelser

Torben Beck Jørgensen

Forskning med følelse

Nyt Nordisk Forlag. 2006, 203 sider,

Pris: 249 kr.

Forskning med følelse er en mærkelig bog. Jeg er utryg ved den som genre. Faktisk ved jeg ikke helt, hvilken genre der er tale om, og hvad jeg i det hele taget skal mene om bogen. Kapitel 4 i bogen handler om forskningens genrer. Der er ikke megen hjælp at hente her, men læs kapitlet alligevel for det er meget forstandigt og velskrevet. Kapitlet indeholder en interessant typologi og prægnante overvejelser om forholdet mellem form og indhold i kommunikationen af forskning. Jeg er personligt ikke helt enig i den lidt hastige afvisning af andre typologiers anvendelighed, men pyt med det. Kapitlet kan bidrage til en større – og i den grad ønskelig – genrebevidsthed blandt forskere.

Men altså, på baggrund af kapitel 4 kan jeg med stor fasthed i stemmen sige: *Forskning med følelse* er ikke en videnskabelig afhandling. Bogen har nok visse træk til fælles med *essayet*, som er en 'borderline' genre, når vi taler forskning. Men forskning, det er det ikke. Torben Beck Jørgensen kalder selv bogen for »forhåbentlig både nyttig og underholdende godnatlæsning«. Ja, det kan meget vel være, og hvordan skal en professor i statskundskab så lige vurdere sådan én? Og hvad kendetegner i øvrigt godnatlæsningsgenren? Bogens målgruppe er klarere afgrænset – unge forskere og i det hele taget den, der forsker af lyst og interesse. Første gruppe inkluderer nok ikke mig, men den anden gør helt sikkert.

Lad det være sagt med det samme. Jeg er en *biased* læser. Så du, kære læser, skal selvfølgelig ikke tro på alt, hvad jeg skriver i denne anmeldelse. Det skulle du nu nok ikke alligevel. For der vil altid være en eller anden form for bias i forskning. Valget af perspektiv, teori, analysedesign og data garanterer bias. Eller lidt pænere sagt: selv den bedste forskning anlægger en

aspektbetragtning på den virkelighed, som studeres. Torben Beck Jørgensen tilføjer endnu en kilde til bias: følelser og irrationelle momenter i forskningsprocessen. Slige følelser og irrationelle momenter er såvel produktive og uomgængelige – forskere er også mennesker (men sig det ikke til nogen, mange vil alligevel ikke tro på det) – som distraherende og en kilde til mange lidelser. Forstandsmennesket, fornuften, selv-disciplinen, stringensen og den vedholdende og systematiske stræben mod en højere erkendelse er ikke de eneste karaktertræk, der driver forskningsprocessen. Måske ikke engang altid de mest afgørende egenskaber og impulser? Det kan man alt sammen læse mere om i bogens kapitel 1 og 2 og temaet følger med over i kapitel 5.

Personligt synes jeg, at kapitel 1 fungerer fint ved at slå temaet for bogen an, om end pointerne nok kunne leveres uden brug af helt så mange sondringer (jeg skulle læse det er par gange). Kapitel 2 er sjovt, åbenhjertigt og personligt og vel nok det tætteste, man kommer på egentlig godnatlæsning i bogen. Kapitlet bliver næsten biografisk og derfor også lidt ideosynkratisk i sine pointer om, hvordan forskningen bliver til, men det hænger nok sammen med det åbenhjertige og personlige. Det kunne såmænd godt have heddet »Den unge Torbens lidelser«, snarere end »Den unge forskers lidelser«, som forekommer mere generelt og upersonligt – tør man sige følelsesmæssigt distanceret? Og Goethe-kyndige ville jo fortsat kunne forstå den litterære parafrase. Gad vist om andre har oplevet deres første større projekt skride frem på samme måde som Torben Beck Jørgensen? Personligt kunne jeg nikke genkendende til nogle af lidelserne og ikke andre. Kapitel 5 drejer i forhold til kapitel 2 fokus fra projektet og processen til forskeren og er desuden generelt i sit sigte. Kapitlet leverer flere gode pointer og råd, men er efter min mening lidt skæmmet af den meget store brug af meget lange citater fra litteraturen og musikkens verden. Der slog min indlevelsessevne ikke til.

Men altså tilbage til min bekendelse fra før. Jeg er en *biased* læser og, i denne sammenhæng, tillige anmelder. Jeg kan godt li' Torben Beck Jørgensen, og jeg har i en række faglige sammenhænge hørt ham give gode oplæg og kommentarer. Jeg har også læst en del af hans videnskabelige arbejder, og mange – ikke alle – har jeg fundet interessante og tænksomme. Jeg kender ganske vist ikke Torben privat, men alligevel synes jeg, at jeg bør nævne det her, fordi jeg med bogen i hånden er klar over, at min positive holdning til Torben og hans arbejde kan indvirke på den anmeldelse, jeg er ved at tage tilløb til at skrive. Spørgsmålet er dog hvordan? Vil jeg lade mine sympatier skinne igennem? Eller betyder det omvendt, at jeg har så høje forventninger, at de har svært ved at blive indfriet? Jeg er jo også en forstandsperson og en professionel, og anmeldelsen som genre og form lægger også visse bånd på mig. Jeg kan da for pokker ikke bare sådan føle mig frem og lade mig lede af sym- og antipatier, når jeg sådan skal anmelde en bog i et fagtidsskrift? Stringens, kølig distance, argumentation og begrundet vurdering er vel nogle af ingredienserne i en god anmeldelse? Forskerens indre dialog og spændingen mellem fornuft og følelse er et af bogens centrale temaer. Og ligesom jeg ikke helt kan finde et klart og entydigt svar på mine spørgsmål, kan bogen heller ikke. Der er tale om at finde en balance og erkende, at følelser og det irrationelle også spiller en rolle.

Om det nu skyldes mine følelser eller min fornuft, så synes jeg, at kapitel 3, der handler om samfundsforskerens vanskelighed med at skaffe sig valide og ærlige data og måder at håndtere dette vilkår på, har sine interessante momenter, men at det er alt for langt. God forskning kræver både indlevelse og distance i forhold til den virkelighed, man studerer. Men samtidigt er det en virkelighed, som ikke altid ønsker at lade sig studere, i hvert tilfælde ikke kritisk, og som man selv er en del af. Det er gode pointer, og de råd, der gives i den forbindelse, er måske brugbare for unge, uerfarne forskere. For os lidt ældre, *in casu* mig, forekommer de gode råd lidt banale og grundbogsagtige. Og 43 sider er altså langt. Kapitlet lever ikke helt op til mine forventninger.

Kapitel 6 er kortere og leverer sine pointer lidt mere rapt. Diskussionen er forskningsmiljøets betydning for forskeren og forskningen. Vinklen er transaktionsanalysen, og den fungerer godt for at drive pointerne om, hvad forskere mener, karakteriserer et godt forskningsmiljø. Spørgsmål, som ikke besvares i kapitlet,

er, dels om forestillingen om et godt forskningsmiljø giver et retvisende billede af, hvad der fostrer den bedste og mest frugtbare forskning (hvordan man så end vil definere og måle det!), og dels hvordan et sådant miljø skabes. Selv uden svar på disse spørgsmål er kapitlet godt og tankevækkende. Mange forskningsinstitutter vil kunne bruge det som afsæt for en diskussion om, hvordan deres eget miljø fungerer. Sæt bare en hel dag af til debatten, for den er vigtig.

Forskning med følelse er en besynderligt genre og bog. Bogen er sammensat af forskellige mindre allerede udgivne arbejder, og jeg tror her på falderebet, at jeg vil karakterisere den som en essay-samling som i bogens brede tematiske lys hænger sammen. Det er en slags debatbog. Det er den i hvert tilfælde i højere grad end godnatlæsning. Det er interessante temaer, bogen debatterer, og de fleste af bogens essays er både velskrevne og interessante. Et par essay er for tunge – eller måske rettet mod forskere, som er yngre end mig. Det er i alt fald den følelse, jeg sad tilbage med efter endt læsning.

Asbjørn Sonne Nørgaard
Professor, Center for Velfærdsstatsforskning,
Institut for Statskundskab, Syddansk Universitet

Mette Koefoed Bjørnsen:

Forlig eller forlis?

Mine år i Forligsinstitutionen.

Uden sted: Forlaget Tofino 2006. 112 sider.
ISBN 87-92042-00-7 Pris 159,- kr.

Denne lille erindringsbog giver et interessant indblik i de ellers ret ukendte forhandlings- og mæglingsprocesser, der foregår, når arbejdsmarkedets parter møder op hos Forligsmanden som led i det forhandlings-spil, der er en del af fornyelsen af de kollektive overenskomster. Det er et centralt aspekt ved de forhandlinger, der foregår i Forligsinstitutionen, at alt foregår i den dybeste fortrolighed, og det er derfor virkelig usædvanligt, når en fhv. forligsmand løfter sløret for nogle af processerne og forløbene fra de år, da hun kom i Forligsinstitutionen.

Mette Koefoed Bjørnsens karriere i Forligsinstitutionen startede i 1979, da hun blev udnævnt til stedfortrædende Forligsmand, og i 1988 blev hun formand for denne institution, hvorved hun også fik ansvaret

for »det store arbejdsmarked«, forhandlingerne mellem DA- og LO-organisationerne på det private arbejdsmarked. Hun sluttede i 1992, 72 år gammel, beklagende at hun ikke fik tre år til!

Bogen er opbygget som en kronologisk række af de vigtigste af de forhandlingsforløb, forfatteren deltog i, afvekslende med nogle mere generaliserende bemærkninger om forhandlingers karakter og Forligsinstitutionens særlige rolle og muligheder. Som en erindringsbog er bogen naturligvis lidt selvcentreret, men heldigvis er forfatteren faktisk temmelig selvkritisk, idet hun flere steder i beskrivelsen kan finde på at skrive, at »her begik jeg en stor fejl«, og derefter analysere, hvad fejlen var.

Bogens særlige styrke er dens levende og ægte beskrivelse af forløbene i forhandlingerne. Hvordan tilbud og modtilbud kunne forløbe, hvordan forfatteren førte underhåndforhandlinger med parterne, og ikke mindst, hvordan hun måtte erkende, at hun som mægler ikke selv skulle strikke løsninger sammen, men derimod i al sit virke søge at få parterne til selv at finde en løsning. Det skal trods alt være parternes løsning bagefter, de skal kunne anbefale den til deres bagland og kunne leve med den i praksis. Det er dog ikke altid, hun selv har kunnet leve op til dette smukke ideal, og hun beskriver selv meget illustrativt, hvordan hun næsten brugte nationaløkonomiske forelæsninger til at bryde en af parternes refleksreaktioner op. Hendes beskrivelse af, hvordan hun udfordrede parterne og tvang dem til refleksion over egne og over modpartens interesser vil være lærerig for personer, der selv skal være forhandlere eller mæglere. Og så beskrivelsen af disse forhandlingers karakter rummer grundlag for læring: At selv om der er generelle regler, så skal der findes en ny vej til målet hver gang, betydningen af overraskelsesmomentet samt betydningen af, at parterne forstår, at de ikke blot skal finde den løsning, de selv har det bedst med, men at de skal finde den løsning, de selv har det godt med, men som modparten og kan skrive under på.

Mere forhandlingsteoretisk er det interessant, at forfatteren tilkendegiver et forhandlingsideal, der er »typisk nationaløkonomisk«, idet hun gør sig til talsmand for »normfri forhandlinger«, uden dog at bruge dette ord:

»Den stærke part skal have mulighed for at sætte sine fingeraftryk på slutresultatet; et eventuelt

mæglingsforslag skal afspejle styrkeforholdet mellem parterne. I modsat fald er det svært at forestille sig, at den stærke part vil stemme for forslaget«.

Og:

»Det er forligsmandens opgave ... at nå frem til det resultat, der ville komme ud af en eventuel konflikt« (s. 41).

Dette er trods alt et ret overraskende synspunkt: Rent bortset fra det vanskelige i at fastslå, hvad »styrkeforholdet mellem parterne« egentlig er og hvordan det aktuelt står, for en Forligsmand, dennes evner i øvrigt ufortalt, så indebærer synspunktet faktisk, at den stærke, hhv. den rige i forhandlinger tager broderparten, fordi marginalnyttens af det, der forhandles om, er mindst for den bedst stillede, selv når andelen af det, der forhandles om, er den største (det kaldes undertiden Mattæus' lov). Normer i forhandlinger, fx lighedsnormer, skal netop modvirke sådanne effekter, og det er næppe for meget sagt, at de kollektive overenskomster og de dertil hørende institutioner (herunder Forligsinstitutionen) netop tilsigter at modvirke, at løn og arbejdsvilkår aftales efter »de stærkes lov«. Det er så sandelig også et godt (dvs. et kontrafaktisk) spørgsmål, hvad »der ville komme ud af en eventuel konflikt«, al den stund at i hvert fald større arbejdskonflikter i langt de fleste tilfælde standses ved lovindgreb. Her skal man altså spå om, hvad politikerne evt. vil lægge i posen, når de griber ind!

Men når man læser bogens fremstilling af forhandlingsforløb, får man nu heller ikke indtryk af, at Forligsmanden har holdt sig til de stærkes lov, tværtimod.

Bogens styrke er, at fremstillingen er levende og virker ægte, samt det indblik, der gives i »real-life« forhandlingsforløb, noget der vil interessere alle, der har forhandlinger som en del af deres professionelle liv. Svagheden er måske så den lidt lommefilosofiske karakter af fremstillingen, og den manglende struktur i fremstillingen (og den manglende indholdsfortegnelse, men dette sidste skyldes måske, at forlaget er helt nyt og uerfarent?).

Steen Scheuer, Professor, dr. merc.,
Roskilde Universitetscenter

Ole Lange:

Stormogulen C.F. Tietgen – en finansmand, hans imperium og hans tid 1829-1901
Gyldendal 2006. 594 sider. Noter, bibliografi og indeks. Illustreret med fotografier og tegninger i sort/hvid. Kr. 349,-

C.F. Tietgen var dansk erhvervslivs dominerende skikkelse i 2. halvdel af det 19. århundrede, og foruden at være direktør for Privatbanken spillede han en afgørende rolle i grundlæggelsen af en række selskaber, som for en stor del stadig eksisterer, og for den særlige danske erhvervsstruktur, hvor hele brancher domineres af monopoler og karteller. Dertil kommer, at skønt han ikke var i samme liga som Brygger Jacobsen, så satte han sit mærke på Københavns skyline ved at fuldende byggeriet af Marmorkirken, der havde ligget som ruin i 150 år. Han var således en nøglefigur i den danske moderniseringsproces, men alligevel er dette den første videnskabelige biografi om Tietgen. Ole Lange foreslår i indledningen, at det paradoksalt nok kan skyldes det store privatarkiv på seks hyldemeter på Rigsarkivet. Værket er den foreløbige slutsten på Ole Langes mangeårige beskæftigelse med dansk erhvervslivs historie, ikke mindst en anden af tidens dominerende skikkelser, Ø.K.'s grundlægger H.N. Andersen.

Bogen er opdelt i tre dele. Første del kaldes »På vej op 1829-1865«. Tietgen bliver direktør for Privatbanken ved dens stiftelse i 1857, men holdes de første år i stramme tøjler. Det er i anden del med titlen »Et imperium skabes 1865-86«, at han forvandler Privatbanken fra et forsigtigt redskab til at lette kredit- og pengeformidling til Københavns storhandel til en dristig forretningsbank af samme type som det franske *Crédit Mobilier*. I disse år er Tietgen og Privatbanken initiativtager til eller førende i grundlæggelsen/konsolideringen af en stor mængde selskaber og brancher. Ole Lange opdeler dem i fire komplekser:

Det transportindustrielle kompleks med selskaber inden for sporveje, jernbaner, skibsfart og dertil knyttede skibsværfter og havne (Det Københavnske Sporvejs-Selskab, Det Forenede Dampskibs-Selskab, B&W m.fl.).

Telekomplekset med telegraf-selskaber og telefonselskaber (Det Store Nordiske Telegraf-Selskab, Københavns Telefon-Selskab m.fl.).

Det fødevarerindustrielle kompleks med produktion af sukker, kaffeerstatning, sprit og øl (De Danske Sukkerfabrikker, De Danske Spritfabrikker, De Forenede Bryggerier m.fl.).

Det byggeindustrielle kompleks (Faxe Kalkbrud, Det Københavnske Byggeselskab og Marmorkirkebyggeriet).

I tredje del »Nedturen 1886-1901« er Tietgen personligt og forretningsmæssigt svækket, og Landmandsbanken og Handelsbanken har overhalet Privatbanken. Det er ikke uden symbolik, at han i 1892 blev opsøgt af en 40-årig forretningsmand fra Bangkok, som præsenterede sin plan for et dansk handelsfremstød i Siam. Men Tietgen afviste ham, og H.N. Andersen gik i stedet over til Isak Glückstadt i Den Danske Landmandsbank.

Bogens bedste kapitler omhandler årene 1868-1879 med skabelsen af Store Nordiske og kampen om koncessionen på at føre den russiske telegraflinje fra Sibirien videre til Kina og Japan. Her vandt Tietgen og Store Nordiske over mere kapitalrige modstandere ved virtuost at spille på russiske antityske følelser og modvilje mod at give en koncession til et britisk firma, ved aktiv lobbyisme i St. Petersburg, og som sidste triumf kort kong Christian 9.'s datter Dagmar, som var gift med tronfølgeren Alexander. Officiel dansk støtte sikrede Tietgen sig bl.a. ved at aflønne krigs- og marineminister W.R. Raasloff med minimum 5.000 rigsdaler årligt. Typisk for Tietgens rationelle og koldsindige holdning til forretning sluttede han senere en aftale med det konkurrerende britiske firma om at dele indtægterne på trafikken mellem Hong Kong og Shanghai og et generelt samarbejde om befordring af telegrammer. På den måde undgik han ødelæggende konkurrence mellem de to konsortier, og som det ofte sker, var bygningen af den russiske linje forsinket. I øvrigt tillod den kinesiske regering ikke telegrafkablerne at blive ført i land, men det klaredes ved at lande kablerne fra henholdsvis Vladivostok og Nagasaki på den ubeboede kinesiske ø Gutzlaff ud for Shanghai og Yangtseflodens munding og siden i nattens mulm og mørke føre et kabel i land ved den daværende franske marinestation i Wusong. Those were the days.

Efterspillet er ikke mindre spændende og belyst med stor indsigt. Der var store problemer med at rejse aktiekapitalen til projektet, og Privatbanken og Tietgen selv måtte i stor målestok overtage usolgte aktier. Det førte

til et linedanserspil på kanten af afgrunden og loven, hvor han købte og solgte aktier for at holde kursen oppe for at skaffe kapital til konstruktionen af telegraflinjen. Undervejs var Privatbanken nødsaget til at bevilge en grosserer Svend Petersen store lån for at holde hans insolvente forretning oppe. Den kunne nemlig ikke lade ham gå fallit, for han lå inde med en stor portion telegrafaktier anskaffet ved hjælp af vekselrytteri, køb på tid og en række andre kreative metoder. Ole Lange lader den mulighed stå åben, at Svend Petersen faktisk fungerede som en slags stråmand for Tietgen i de kritiske år, hvor han havde desperat brug for at få afsat telegrafaktier. Begivenhedsforløbet er gennemgået med stor akkurate og sagkundskab.

Man fornemmer, at Ole Lange gerne vil gøre Tietgen til prototypen på den følelseskolde profitmaksimerende kapitalist, og derfor har han problemer med at forstå og forklare f.eks. hans uomtvistelige religiøsitet. Her er det som om hovedpersonen gør modstand mod Ole Langes forsøg på at tvinge ham ind i en psykologisk skabelon. Under den udenrigspolitiske krise i sommeren 1870 forårsaget af den tysk-franske krig virkede Tietgen aktivt for en dansk alliance med Frankrig, som kunne have medført katastrofale konsekvenser for Danmark. Her ser man ikke den kølige forretningsmand uden fædreland, men den lidenskabelige patriot, der ikke havde glemt 1864.

En mangel i bogen er dens manglende analyse af regeringens og statsmagts politik over for Tietgen. Ole Lange viser hans evne til at mobilisere dele af statsapparatet, når der var brug for det, men det lykkedes jo ikke altid for Tietgen at få sine planer igennem. Børsoppositionen og handelskammerbevægelsen fra slutningen af 1870'erne er derfor utilfredsstillende behandlet. Tietgen involverer sig i dette oprør fra dele af erhvervslivet mod den godsejerstyrede regerings passivitet over for den store depression, som var indledt med prisfald på korn i 1873. Det såkaldte Børsudvalg foreslog i marts 1881 lettelse på told og afgifter til gavn for storhandel, industri og skibsfart finansieret ved forhøjelse af told og afgifter på tobak, frugter, kakao, te, vin, brændevin og øl. En anden gruppe under Grosserer-Societetet foreslog et handelskammer med pligt for regeringen til at rådføre sig med dem. Ole Lange forklarer ikke regeringens kølige modtagelse af forslagene, men svaret er vel, at en godsejerregering, som i modsætning til f.eks. Bismarcks i Tyskland ikke besvarede prisfaldet på korn med beskyttelsestold, ikke så nogen grund til at hjælp

pe byerhvervene med subsidier og andre protektionistiske tiltag, som for en stor del blev betalt af arbejderklassen i byerne. Man skal heller ikke se bort fra, at det blot var et tiår efter Slaget på Fælleden. Derfor var det udtryk for et politisk valg, ikke passivitet eller arrogance, når regeringen med konseilpræsident J.B.S. Estrup i spidsen fejdede alle forslagene af bordet som unyttige og unødvendige.

Den estrupske stat i provisorieårene var nemlig hverken en natvægterstat eller et diktatur. Det var en stærk stat med et levende civil society, højt uddannelsesniveau, dynamiske forskningsmiljøer og kulturliv, uafhængige domstole og udstrakt sikkerhed for person og ejendom. Kort sagt alt det, som man kan lide i institutional economics. Den lod sig ikke styre eller overtage af en samling københavnske oligarker, hvilket Estrup selv havde vist i 1867 ved at lade staten overtage udbygningen af hovedledningerne i jernbanenettet og dermed sætte en stopper for Tietgens planer om at samle alle danske jernbaner i et stort privat dansk selskab med Tietgen selv i spidsen. Det er en beslutning, som Ole Lange burde have bidt mærke i.

Af andre kritikpunkter må jeg nævne, at notesystemet er for sparsomt. Der opereres med opsamlingsnoter, der ikke specifikt refererer til et sted i teksten. Et eksempel er note 3 på side 61 i kapitel 3, der så vidt jeg kan se dækker siderne 53 til 63 og hvor der refereres til 14 forskellige afhandlinger og arkivalier. Sproget er ikke elegant. De korte sætninger skæmmer, og Ole Lange har en vane med at klæbe et tillægsord (klog, dynamisk, tåbelig) på en person eller en begivenhed, som derefter bruges igen og igen. Jeg blev noget træt af regelmæssigt at få at vide, at den danske politik i 1864 var tåbelig. Under læsningen savnede jeg til tider den elegante vignette, som havde karakteriseret en mand og en tid.

I en anmeldelse er bogen blevet kaldt et mesterværk. Det er den ikke trods sine store kvaliteter, for den mangler mesterværkets sjælsstorhed, psykologiske indsigt og sproglige raffinement. Men det er en rigtig god bog til en rimelig pris, som jeg har lært meget af, ikke mindst hvor mangelfulde de eksisterende danmarkshistorier er med deres viderekolportering af en socialdemokratisk-radikale venstre fortolkning af den tids danmarkshistorie med *The Usual Suspects*: Pio – Slaget på Fælleden – Brandes – de gode husmænd – den slemme Estrup osv. Skønt Ole Lange selv lider lidt af sygdommen, så er hans biografi om C.F. Tiet-

gen også en skitse til et portræt af en fascinerende Gründertid i globaliseringsens gyldne periode.

Jeg kan tilføje, at forskere og studerende, der bruger Ole Langes værk, bør konsultere Kenn Tarbensen's anmeldelse på www.historie-online.dk. Her kritiserer Tarbensen, der er seniorforsker på Erhvervsarkivet, Ole Lange for ikke at have udnyttet relevant arkivmateriale, ikke mindst Tietgens private regnskabsbøger 1867-96, som er ført af Tietgen selv og vedrører transaktioner, som han åbenbart ikke mente vedkom andre. I hvert fald er to af dem forsynet med lås og nøgle.

Dan H. Andersen Ph.D.
Forfatter og historiker

Aage Frandsen
Politik i praksis
Jurist- og Økonomforbundets Forlag
460 sider, kr. 375,00

Det er en rigtig god ide, SF's nestor, fhv. MF'er Aage Frandsen har fået med bogen *Politik i praksis*. Som det fremgår af bagsideteksten, er der stor afstand mellem det politiske livs formelle spilleregler og de uformelle. Det er selvfølgelig en del af politologiens rolle at afdække disse spilleregler, men en iagttager med mange års erfaring fra Borgen vil kunne bibringe noget, som forskningen kun dårligt kan afdække. Bogen er desværre kun delvist vellykket. Mens Aage Frandsen er en skarp iagttager af det politiske spil's mange små finesser og tillige en habil historiefortæller, kniber det mere med de analytiske og begrebslige dele af bogen, der synes ment som lærebog.

Historierne får vi i bogens særdeles omfangsrige kapitel 2, der behandler i alt 12 typer af politiske »sager«, eksempelvis finanslove, kommuneøkonomiaftaler, strukturreformen, de gymnasiale uddannelser, mediepolitikken og telefonloven fra 1995. Historierne er vedkommende, fordi vi er »tæt« på og ofte har forfatteren med som øjne og øren. I afsnittet om finanslovene (ss. 31-93) får vi en systematisk kronologisk gennemgang af finanslovsforhandlingerne fra en ganske interessant periode, 1995-2006, herunder små og større historier om hvem, hvad og hvorfor. Afsnittet om Folkeskolen er også læseværdigt. Afsnittet om strukturreformen er lidt tyndt i optrækket, men interessant hvad angår oppositionens strategier i forhold

til reformen, der jo ender som en VKO-aftale. For en forvaltningsforsker er også afsnittet om regler for særlige rådgivere (ss. 215-237) interessant, om end vi ikke får så meget nyt her. Det gør vi til gengæld om den i offentligheden lidt kendte valgkredsreform (ss. 237-245), der skal gælde ved det kommende folketingsvalg, og som illustrerer, hvordan helt personlige interesser hos individuelle medlemmer af det særlige udvalg, der forberedte lovgivningen, støder mod hensynet til generelle principper.

Læseren bliver ved indledningen til kapitlet – der fylder hele 237 sider – lovet at få begrundet valget af de enkelte emner. Det bliver ikke ved andet end nogle få punkter. Læseren må selv gætte på, hvad de enkelte sagsforløb mere generelt skal fortælle om det politiske liv. Det er ikke brugervenligt.

Det følgende kapitel omhandler »Politisk-parlamentariske fænomener«. Det i sammenhængen beskedent korte kapitel på 160 sider er en blanding af gymnasialt lærebogsstof og et forsøg på at udtrække nogle generelle træk ved den politisk-parlamentariske udvikling.

Kapitlets mest interessante afsnit handler om politiske aftaler og forlig (ss. 322-345), hvor Aage Frandsen også kan trække på nogle af det foregående kapitels »sager«. Beskrivelsen af spillereglerne, som jo kommer klarest frem, når der er nogen der, som VK-regeringen i 2002 på folkeskoleområdet, bryder forliget, er interessant. Men det kunne have været mere interessant at komme længere ned i spørgsmålet om, hvorfor vi har en gammel og stærk forligstradition i Danmark. Hvad er eksempelvis det rationelle i for en regering at få et bredt forlig, hvilket man må forstå som et forlig med flere parter, end det er nødvendigt for et flertal, på bekostning af hensynene til egne politikønsker? Her kommer bogen ikke længere end til at kradse lidt i lakken. Vi får at vide, at regeringen kan have interesse i at splitte oppositionen (s. 332-3), men det siger jo ikke meget om den brede forligstradition. Oppositionen kan have interesse i et forlig, fordi området »...betyder meget for partiet« (s. 333), mens andre kan have interesse i at stå uden for, fordi »... de ikke er enige i det, som aftalen evt. kan komme til at omfatte« (s. 334). Javist.

Det er ikke, fordi resten af kapitlet er blot og bart uinteressant. Langtfra. Problemet er, at det er uklart, hvem det er skrevet til. En del af bogen er skrevet som om, den er en lærebog til gymnasiet med omhyggeli-

ge begrebsdefinitioner og meget grundlæggende beskrivelser af fx parlamentarisk praksis. Men her er der for mange problemer i begreber og definitioner, ligesom bogen ikke systematisk får fat i, hvordan den seneste udvikling har været. Et eksempel på det begrebslige: Ekspertes dækker nogle steder over det, man normalt forstår ved eksperter, nemlig folk der både har en stærk faglig viden og kan bruge denne viden uafhængigt (fx ss. 393ff.), mens eksperter andre steder dækker over rigtige eksperter + embedsmænd (s. 106) og sågar over rigtige eksperter + ministeriernes embedsmænd + embedsmænd fra organisationerne (s. 394). Hvis vi begynder at kalde ministeriernes og organisationernes embedsmænd for eksperter, kan vi ikke blot få rod med begreberne, men også komme til at sende nogle helt forkerte signaler. Embedsmænd i ministerier og organisationer kan instrueres til at sige stort set hvad som helst. Og de bliver det. Den ukyndige læser vil heller ikke få sig særlig solid viden om interesseorganisationernes politiske rolle og udviklingen heri. Dertil er det for tilfældigt, hvad bogen får med. Hvis bogen også er tænkt som lærebog, er den for meget præget af, hvad forfatteren nu synes er interessant og for lidt af den foreliggende viden om det politiske liv. Så kan man lettere leve med, at bogen også indeholder fejlagtige oplysninger som fx denne: »(s)iden 1945 har der således været en flertalsregering i to perioder, 1968-71 og 1993-94« (s. 274). Det er også til at leve med, at Aage Frandsen er lidt for bagklog i vurderingen af forløbet mellem Dansk Folkeparti og familie- og forbrugerminister Lars Barfoed i foråret 2006: »Dansk Folkeparti kunne have valgt at vælte Lars Barfoed, men gjorde det selvfølgelig ikke, fordi regeringen ikke kunne acceptere det« (s. 279). Dette »selvfølgelig« skurer noget på baggrund af den anderledes udgang af det samme spil mellem de samme aktører i december 2006.

Man bliver klogere af at læse Aage Frandsens bog, men forlaget, der angiveligt har opfordret ham til at skrive bogen, burde have gjort mere for at hjælpe Frandsen til at finde ud af, hvem der er bogens målgruppe. Lærebogsstoffet er ikke godt nok bearbejdet til, at det kan bruges som lærebogsstof i fx gymnasiet, og de mange historier om politiske »sager« er for lidt bearbejdede til, at de kan bruges systematisk på universiteterne.

Peter Munk Christiansen
Professor, Institut for Statskundskab
Syddansk Universitet

Erik Lindegaard & Max Rasmussen
Politikere og embedsmænd
Samspil om ledelse i den offentlige sektor n:
Jurist- og Økonomforbundets Forlag, 2006,
168 sider.

Samspillet mellem politikere og embedsmænd er et uopslideligt emne. Det optager sindene, i særdeleshed embedsmændenes, i en utroligt høj grad. Bag den stærke og vedholdende interesse ligger to ting. Den ene er, at samspillet mellem politisk og administrativ ledelse i både centraladministrationen og kommunerne (og regionerne) er væsentligt i et system som det danske. Det hænger sammen med, at det danske forvaltningssystem kombinerer princippet om politisk styring af forvaltningen med det rene meritbureaukratis principper. Det gælder i teorien såvel som i praksis. Det hænger imidlertid også sammen med, at det er et fascinerende emne. For samspillet finder i meget høj grad sted i en atmosfære af diskretion, som giver rig anledning til spekulation af 'Yes, minister'-typen.

Erik Lindegaard og Max Rasmussen har fortrinlige forudsætninger for at skrive om samspillet mellem politikere og embedsmænd, dets normer og faldgruber. De har begge tjent som embedsmænd på allerøverste niveau i den ministerielle, kommunale og amtskommunale verden, og de har som andre embedsmænd tilbragt hele karrieren i miljøet. Det giver dem alle muligheder for at komme helt rundt om samspillet og stedse med den vinkel, som lang praktisk erfaring og indsigt giver.

Deres fremstilling er imidlertid grundlæggende skåret efter den læst som mange sager og et par store betænkninger giver. Det vil sige, at den kombinerer en række retlige og halvretlige betragtninger med den særlige problemvinkel, som sager og somme tider skandale-lignende forløb giver. For læseren, specielt studerende, giver det den store fordel, at det fra første til sidste side står aldeles klart, at problemet på ingen vis er nyt. Det er bygget ind i systemet, og når det har fået en særlig fremtrædende placering i det sidste par årtier, er årsagen ikke, at der er noget nyt under solen, men derimod at såvel det politiske billede som medie-billedet har ændret sig. Mislyde i samspillet bliver derfor væsentligt lettere til en sag i dag end førhen. Det koster, hvad mangel topembedsmand i den kommunale og ministerielle administration har måttet sande siden 1980'erne.

Lindegaard og Rasmussens metode består i meget høj grad i en præsentation af små cases. Nogle er hentet fra det virkelige liv, taget som de er fra dommer- og kommissionsundersøgelser. Andre fremstår som konstruerede, men konstruktionen er ikke mere tænkt, end at læserne uden store omveje er i stand til at sætte dem ind i det daglige samspils kontekst, i nogle tilfælde endog i en sammenhæng, som de to forfattere utvivlsomt har førstehåndskendskab til.

Det er her bogens styrke ligger. Derimod er der grænser for, hvor langt dens analyse rækker. En hyppig vekslen mellem »er-« og »bør«-formuleringer skaber en ikke ringe usikkerhed med hensyn til, hvornår Lindegaard og Rasmussen beskriver de faktiske forhold i jernindustrien, og hvornår de gør sig til talsmænd for normer, hvis ophav og begrundelse er temmelig uklare. Er det jura i den særlig offentligt retlige stil, hvor det er svært at skille en retlig norm fra bureaukratisk snusfornuft og politisk balancegang, hvor hensynet til systemet smelter sammen med hensynet til embedsstanden og den politiske magt? Eller er det en gengivelse af forestillinger om, hvad der er korrekt adfærd, som deles af politikere og embedsmænd?

Der kunne og burde forlaget have sat ind og bedt de to forfattere, som forener viden og hjertesag, som ikke er analytikere, og som i deres sproglige fremstilling har haft alt for svært ved at sætte sig ud over notat- og diktatsprogets 2½-linjers linjebud. Her bør forlaget besinde sig, for et forlag, der kontrolleres af danske embedsmænds organisation, er formidlings- og markedsføringsmæssigt placeret i et smørhul, når det drejer sig om at nå ikke bare den snævre målgruppe blandt embedsmændene, men også de mange unge, der aspirerer til medlemskab af den. Det er imidlertid i forhold til de sidste, at bogen har sin værdi. For den kan, suppleret med anden litteratur, tjene som en fortrinlig indføring i et svært og svært vigtigt emne, men det kunne og burde have været gjort bedre, hvis forfatterne havde fået professionel bistand.

Jørgen Grønnegård Christensen
Institut for Statskundskab
Aarhus Universitet

Gunnar Viby Mogensen.
Folkevandringen til de rige lande
Nordamerikanske erfaringer
Syddansk Universitetsforlag
ISBN 87-7674-008-0.

Gunnar Viby Mogensen (GVM) har skrevet en bog, som er et fortrinligt bidrag i den løbende, meget vigtige debat, om integration af indvandrere og flygtninge. Det er udbredt i vurderinger og diskussioner af økonomiske og sociale problemer at se på situationen i »de lande vi normalt sammenligner os med« – og det er jo som regel vore nærmeste naboer. GVM har fået den interessante idé i stedet at kigge noget længere ud og bruge USA og Canada som »erfaringsfabrikker« for vore egne problemer og udfordringer i forhold til de seneste årtiers indvandring fra mindre udviklede lande.

Det er en øjenåbner, at langt størstedelen af de sidste årtiers bølger af indvandring fra mindre udviklede lande har haft USA og Canada som mål. Konkret er ca. 65 procent af indvandringen gået til USA og 15 procent gået til Canada. Europa har med andre ord modtaget under en femtedel af denne store bølge af udvandring fra mindre udviklede lande.

På den baggrund har GVM en ambitiøs dagsorden for bogen. For det første at give et overblik over den økonomiske situation i de to nordamerikanske modtagerlande og samtidig give et overblik over hovedtrækkene i deres indvandringspolitik i de seneste årtier. I forhold til aktuelle politikovervejelser i Danmark er det tankevækkende, at den meget selektive canadiske politik i henseende til arbejdsmarkedsintegration har været mindre succesrig, end tilfældet har været i USA. I begge lande er integrationen på arbejdsmarkedet imidlertid forløbet langt mere positivt end i de seks nordvest europæiske lande – hvoriblandt Danmark – som GVM bruger som sammenligningsgrundlag.

Udover en grundig beskrivelse af de økonomiske rammer og udviklingen i indvandringspolitikken i USA og Canada inkluderer GVM en grundig redegørelse for udviklingen i de to landes velfærdspolitik, generelt og i forhold til indvandrerne. Det man kan mangle i denne grundige gennemgang er mere fokus på betydningen af den meget lavere »adgangsbe-grænsning« til arbejdsmarkedet i form af en lav minimumsløn, som karakteriserer det amerikanske arbejdsmarked i forhold til specielt situationen i de Skandinaviske lande.

Efter på denne måde at have sat scenen, går GVM over til en særdeles fortjenstfuld gennemgang og syntese af en lang række af de senere års vigtigste forskningsmæssige bidrag på området i USA og Canada. Der diskuteres og sammenfattes analyser af beskæftigelses- og løngab i forhold til indfødte, påvirkning af de offentlige finanser samt påvirkning af løn- og indkomstfordelingen, og i den sammenhæng hvem der er vindere og tabere under en omfattende immigration. Bogen er et uomgængeligt udgangspunkt for den, der gerne vil have en vejviser til den centrale amerikanske litteratur skrevet af økonomer og andre samfundsvidenskabsfolk om et vigtigt emne.

Som læser sidder man naturligt og bruger det Nordamerikanske perspektiv som et »spejl« i forhold til den hjemlige diskussion. Man får i bogen nuanceret det udgangspunkt mange nok har, at arbejdsmarkedsintegrationen i USA og Canada er uproblematisk. Også i disse to lande peger GVM på begyndende problemer af samme type som i Vesteuropa. En væsentlig konklusion hos GVM er, at de velfærdspolitiske stramninger i både USA og Canada i midten af 1990'erne et et væsentligt bidrag til at forklare, at man trods begyndende problemer har kunnet fastholde en langt højere arbejdsmarkedsdeltagelse blandt indvandrere end i Vesteuropa.

Bogen placerer sig som et centralt bidrag, som kan give relevant input til den uomgængelige debat om, hvordan arbejdsmarked og velfærdsstat kan håndtere indvandringen – uden at sætte centrale værdier over styr – men samtidig uden at et meget stort antal mennesker skal leve et passivt liv uden for arbejdsstyrken.

Peder J. Pedersen, professor
Institut for Økonomi
Aarhus Universitet og Socialforskningsinstituttet

Kjeld Møller Pedersen, Mickael Bech
og Mette Bork Hansen.
*Incitamentstyring i sygehusvæsenet
Virksomheden af øget taksstyring og tilhørende
incitamentter.*
Syddansk Universitetsforlag, Odense, 2006
239 sider, pris 250 kr.

Takststyring har gennem de seneste år fået en stadig større betydning i det danske sundhedsvæsen. Fra

central politisk hold fæstes der stor lid til dette styringsredskab. På den baggrund kan det undre, at der findes meget begrænset systematisk viden om effekterne. Heller ikke på det teoretiske plan har der været tilstrækkeligt avancerede forsøg på at forstå dette fænomen i en kompliceret offentlig sektor kontekst. Ofte anvendes simple mikro økonomiske betragtninger, selvom offentlige virksomheder selv sagt har meget andre vilkår end virksomheder på et »fuldkommen« konkurrence marked.

Pedersen, Bech og Hansen har skrevet en vigtig og spændende bog, som forsøger at rette op på nogle af disse mangler i vores viden. Bogens centrale spørgsmål er, om den øgede aktivitetsbestemte afregning har bidraget til større aktivitet og produktivitet end rammebudgetter, kontrakter og driftsaftaler? Til belysning af dette spørgsmål gennemføres et sammenlignende studie af incitamentsstrukturer og udvikling i aktivitet og produktivitet i 5 udvalgte amter sammenholdt med landsgennemsnittet. Der anvendes kvantitative data til belysning af aktivitets og produktivtetsudviklingen, og der opstilles en regressionsmodel til forklaring af produktivitetsforskelle i de fem amter. De fundne resultater uddybes og perspektiveres med kvalitative interview i de fem amter. Som baggrund for studiet præsenteres en oversigt over udviklingen i afregningsordninger i Danmark, og en gennemgang af teoretiske problemstillinger og mulige modeller for analyse af denne problemstilling. Denne oversigt og diskussion af teoretiske problematikker illustrerer på udmærket vis det komplekse samspil mellem styring af sundhedsudgifterne via rammebudgettering, og forsøgene på at skabe incitamentter til øget aktivitet og produktivitet via målstyring, aftaler og aktivitetsbaseret afregning. Alt sammen i en sektor, hvor de centrale beslutninger om aktivitet og anvendelse af ressourcer jo ligger i mødet mellem patient og behandlingsfaglige aktører, og dermed er dybt afhængige af faglige normer og værdier. Et interessant spørgsmål er dermed, om forsøgene på at etablere økonomisk baserede incitamentter kan virke understøttende eller snarere nedbrydende for sådanne faglige arbejdsnormer. I bogen behandles dette tema med henvisning til begreberne »crowding out/in«, men på grund af designet med alene at gennemføre interview på ledelsesniveau er den empiriske belysning begrænset.

Det er et grundlæggende dilemma i sundhedspolitikken, at ren aktivitetsbaseret afregning nok ville give

stærke tilskyndelser til at øge aktivitetsniveauet, og dermed reducere ventelister, men samtidigt vil skabe et ukontrollabelt pres på sundhedsudgifterne. Løsningen er at kombinere aktivitetsbaseret afregning med begrænsninger i form af rammebudgetter, afregningsloft og/eller knæk i afregningspriserne. Dette introducerer imidlertid en ledelsesmæssig spænding mellem på den ene side tilskyndelsen til at udvide aktiviteten (så længe omkostningerne er under afregningsprisen) og på den anden side bevidstheden om, at man på et eller andet tidspunkt rammer et loft, hvor man ikke længere får betaling (eller reduceret betaling), og at dette loft i øvrigt til enhver tid kan reguleres via politisk beslutning.

Et andet dilemma er det mulige trade-off mellem aktivitet og produktivitet. Der er god grund til at forvente øget aktivitet, når man kombinerer takststyring med tilførsel af ekstra midler (som eksempelvis med »Løkke posen«), men det er ikke sikkert, at man samtidigt øger produktiviteten. Øget aktivitet kræver, at personalet løber stærkere, eller at man ansætter flere. Dette fører let til lønpres, øgede omkostninger og dermed lavere produktivitet.

Denne diskussion illustrerer et par af bogens centrale pointer om brugen af takststyring i sundhedssystemer. For det første, at der ikke er tale om et universalskabskab med lutter positive egenskaber. For det andet, at redskabet altid vil spille sammen med og være afhængig af det øvrige kompleks af styringsredskaber og incitamenter. For det tredje at der er vigtige politiske interesser og beslutninger, som knytter sig til indretningen af afregningssystemet (etablering af baseliner, fastlæggelse af takster og lofter, fastholdelse af budgetrestriktioner). Man kommer altså ikke ud over en politisk dynamik, men tilføjer nogle ekstra dimensioner hertil.

I Danmark udspiller denne politiske dynamik sig i samspillet mellem nationale og decentrale myndighedsniveauer. Grundlæggende økonomiske vilkår fastlægges i Folketinget og ved de årlige økonomiforhandlinger mellem regering og decentrale myndigheder. De decentrale myndigheder har (haft) en vis frihed til at designe deres interne økonomistyring indenfor disse rammer. Dermed har vi i princippet en unik mulighed for at lave komparative undersøgelser af forskellige styringsdesign i Danmark. Det er denne mulighed, som forfatterne søger at udnytte ved at sammenligne udviklingen i 5 amter. Problemet er

imidlertid, at mange andre forhold har indflydelse på udviklingen i aktivitet og produktivitet i perioden. Det er med andre ord vanskeligt at holde alt andet end amternes valg af internt afregningssystem lige. Forfatterne udvikler en regressionsmodel for at imødegå en række af disse mulige supplerende forklaringsvariable for produktivitetsforskelle (tabel 8.8 side 175). Denne model giver interessante resultater, men åbner naturligvis også for diskussion af hvordan disse variable er udvalgt og defineret.

Hvad er så hovedresultaterne? I den kvantitative analyse springer det i øjnene, at der har været en stigning i *aktiviteten* i hele perioden 1996-2004, både på landsplan og i de enkelte amter (fig. 8.7 side 162). Stigningstakten i perioden efter indførelse af takststyring (2002-2004) er imidlertid uændret i forhold til de to foregående perioder. Man kan dermed konkludere, at aktivitetsbaseret afregning *ikke* er markant bedre til at stimulere aktivitet end alternativene, og at det sandsynligvis ikke alene er afregningssystemet, som driver denne udvikling. Forfatterne peger på et kompleks af supplerende incitamenter som forklaring.

Hvordan er det gået med *produktiviteten* og kan man forklare eventuel variation med forskelle i afregningssystemer i de fem amter? Samlet set er der en svagt stigende tendens, men langt fra så kraftig som for aktiviteten. Det er endvidere kendetegnende, at perioden efter indførelse af aktivitetsbaseret afregning *ikke* har medført højere stigningstakter. Snarere tværtimod i enkelte amter. Forfatterne opstiller en regressionsmodel til at analysere amtslige variationer i dette overordnede billede. Med udgangspunkt i modellen konkluderer forfatterne, at det først og fremmest er sygehusstrukturen, som spiller en rolle for forskelle i produktivitetsudviklingen i de fem amter. Amter med et stort (universitets)sygehus klarer sig markant dårligere end amter med sygehuse i mellemstørrelsen. Takstandelen, som er en tilnærmet og ikke helt uproblematisk variabel for incitamentsstrukturen, ser ud til at have en positiv, men i praksis ubetydelig virkning på produktiviteten.

Samlet set er der altså hverken i forhold til aktiviteten eller produktiviteten empirisk belæg for den store optimisme omkring takstbaseret afregning.

De kvalitative analyseresultater supplerer dette billede. Mange respondenter oplever, at aktivitet og produktivitet er steget, men resultaterne tilskrives ikke

afregningsformen i sig selv. Aktiviteten er steget som følge af øgede ressourcer (»Løkke posen«), mens oplevelsen af effekter på produktivitet og kvalitet er mere blandet, og tilskrives en kombination af supplerende incitamenter og større gennemskuelighed, som fører til »ny økonomitænkning«. Supplerende incitamenter, som både kan fremme og hæmme de ønskede effekter omfatter blandt andet afdelingernes mulighed for at få del i indtjening, afregningsloftet, justering af baseline, den faglige stolthed og afregningstakstens størrelse.

Ud af de præsenterede interviewcitater fremkommer interessante billeder af den styringsmæssige kompleksitet, og nogle gange irrationalitet. Der peges på omkostningerne ved kodning og potentialet for strategisk fejlkodning. Der peges på amternes forskellige strategiske udgangspunkt for at udnytte frit sygehusvalg og aktivitetsbaseret finansiering. Der peges på strategisk tænkning i forhold til risikoen for opjustering af baseline, hvis man overopfylder (den såkaldte »ratchet effekt«). Der peges på svagheder og forsinkelse i informationssystemet, så man reelt styrer på baggrund af forældede oplysninger. Og der peges på potentielle forstyrrelser af den faglige motivation og handlingsrationalitet. Takststyring kommer altså ind, som et ekstra element, der både påvirker og påvirkes af de øvrige styringsmæssige strukturer i sundhedsorganisationerne. Effekterne bliver dermed mere ubestemte, end man umiddelbart kunne forvente.

Forfatterne bruger de fremlagte resultater til at fremsætte en række anbefalinger. De konkluderer, at takststyring nok er kommet for blive, og at man ikke kan kalde det for en fiasko, da der er supplerende fordele i form af større gennemsigtighed, bedre omkostningsbevidsthed og fokus på output. Samtidigt har de svært ved at se, at noget er blevet dårligere med den øgede takstbetaling. De kan ikke i deres materiale finde eksempler på uhensigtsmæssige effekter så som negativ påvirkning af faglig motivation og rationalitet, kodesnyd, DRG kryb med videre. Ej heller synes frygten for »tunnelsyn« eller uhensigtsmæssig bias mod bestemte afdelingstyper og patientgrupper at kunne understøttes. Dette er gode nyheder, men man kunne måske indvende, at interview på ledelsesniveau ikke nødvendigvis er det bedste til at opfange sådanne effekter.

Herefter fremsætter forfatterne en række fornuftige bud på problematikker og temaer, som bør overvejes

i lyset af den styringsmæssige kompleksitet, som både empirisk og teoretisk belyses i bogen. Særligt fremhæves behovet for at gennemtænke den relative fordeling af rammebudgettering og aktivitetsbestemt afregning, og behovet for at gennemtænke samspillet mellem takststyring og de mange andre supplerende styringsinstrumenter og incitamenter i sektoren. Forfatterne er positive i forhold til takststyringsinstrumentet, men skeptiske i forhold til en udvidelse af vægten af den aktivitetsbestemte betaling.

Bogens anbefalinger er fornuftige, men den indledende afvisning af en mere kritisk konklusion om takststyringens manglende og potentielt negative effekter kunne nuanceres. For det første savnes et blik for de irrationelle og kaotiske vilkår, som aktører i feltet indimellem oplever, og som fremkommer via interviewcitaterne. Hvordan handler man rationelt i en meget omskiftelig og til tider irrationel situation, og hvilke konsekvenser har det, at man oplever styringsituationen som delvist kaotisk og incitamenter som delvist uretfærdige.

For det andet kunne det være interessant med nogle økonomiske betragtninger om omkostningerne ved implementering af takststyringsmodeller. Som angivet i de kvalitative data (s. 183) tager kodning og validering relativt lang tid på den enkelte afdeling. Hertil kommer omkostninger til den centrale udvikling af systemet inklusive revurdering af omkostningsvægte og DRG priser. Et vigtigt arbejde, hvis systemet skal opfattes som realistisk og retfærdigt, men ikke uden omkostninger. Disse administrative »transaktionsomkostninger« skal naturligvis holdes op mod de mange og ikke altid kvantificerbare fordele i form af større gennemskuelighed og bedre vilkår for styring.

I forlængelse heraf kunne det have været nyttigt med nogle betragtninger om det hensigtsmæssige i at bruge gennemsnitlige DRG takster i en verden, hvor der legitimt er forskelle i omkostningsniveau som følge af forskelle i specialiseringsgrad på de enkelte afdelinger. Hvor godt og præcist er redskab er DRG klassificeringen og de dertil knyttede takster egentligt? Risikerer man at standardisere behandlingsforløb, som i en faglig virkelighed er meget differentierede og komplekse?

Endelig kunne det have været interessant med en mere indgående teoretisk diskussion af sammenhængen mellem incitamenter, motivation, adfærd og resulta-

ter. De mange udmærkede deldiskussioner bringes ikke på tilfredsstillende vis i spil i en samlet teoretisk formulering.

Samlet kan bogen varmt anbefales som et indspil til en debat, der ellers ofte præges af myter og simplificerede antagelser. I denne periode, hvor regeringen har intentioner om at øge takststyringsandelen, og

hvor de nye regioner skal fastlægge deres interne styringssystemer, er det særligt nødvendigt med en grundig, teoretisk og empirisk baseret drøftelse af fordele og ulemper.

Karsten Vrangbæk, lektor
Institut for Statskundskab
Københavns Universitet