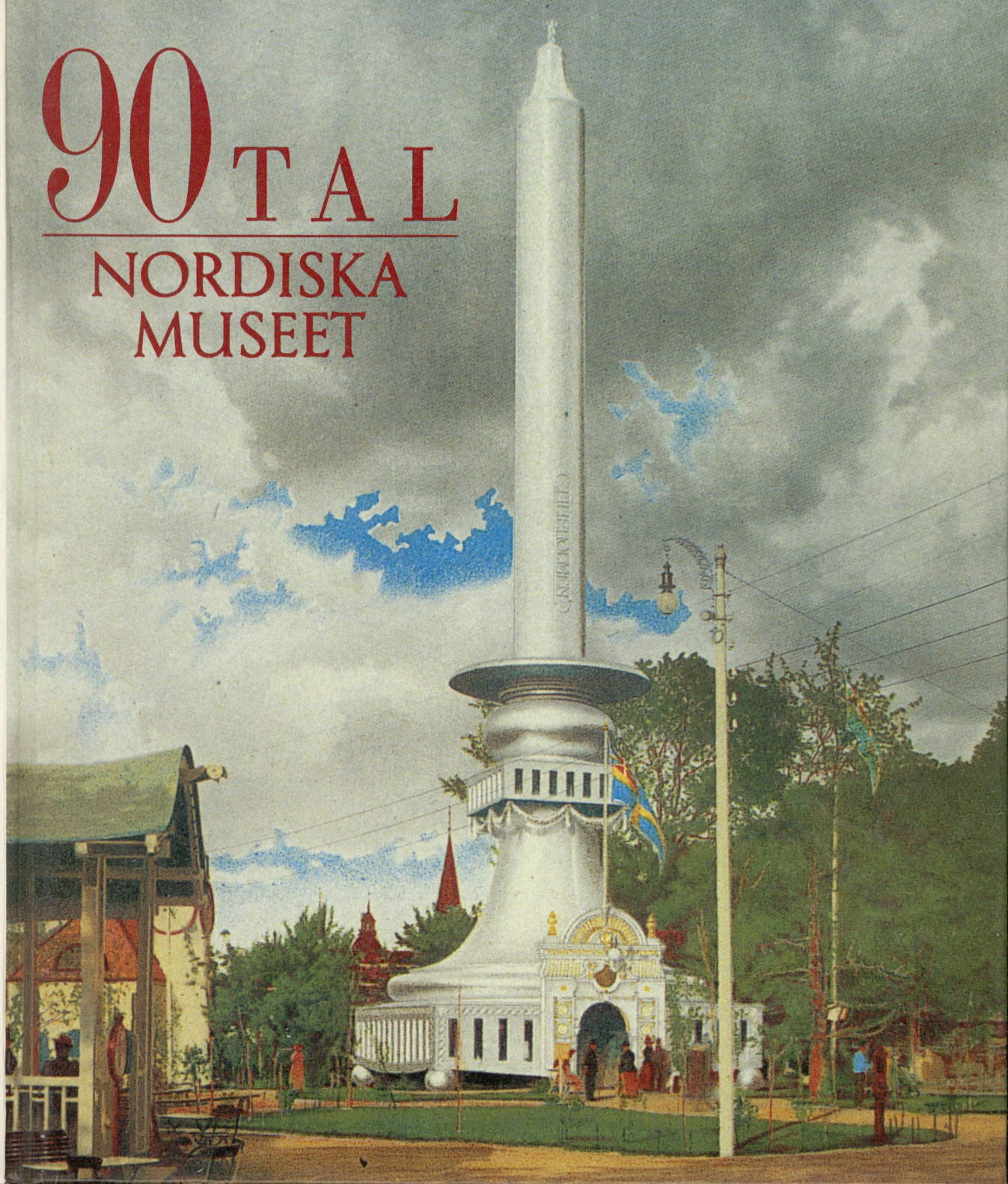


FATABUREN 1991

90 TAL

NORDISKA
MUSEET



90 TAL

VISIONER OCH VÄGVAL

NORDISKA MUSEETS OCH SKANSENS ÅRSBOK

FATABUREN 1991

FATABUREN 1991

ISBN 91 7108 303 0

ISSN 0348 971 X

© Nordiska museet och respektive författare.

Redaktion Hans Medelius, Sten Rentzhog.

Bildredaktör Agneta Johansson.

Teknisk redaktör Berit Nordin.

Bildmaterialet tillhör Nordiska museet om inte annat anges. I de fall fotografens namn inte uppges är denne okänd.

Summaries translated into English by Skans Victoria Airey.

Omslag: Liljeholmen byggde sin utställningspaviljong i form av ett 40 meter högt ljus. Från dess topp strålade elektriskt ljus ut över utställningsområdet. Foto Uppsala universitetsbibliotek.

Bohusläningens Boktryckeri AB, Uddevalla 1991

DEN NYA KONSUMENTEN BETRÄDER SCENEN

Mátyás Szabó

*Mátyás Szabó, docent,
Nordiska museets veten-
skapliga råd.*

Människan som samhälls- och kulturvarelse kan definieras genom de olika roller som hon har som bl.a. familjemedlem, fritidsmänniska och föreningsmänniska. Samtidigt som hon genom sitt arbete producerar materiella, sociala eller andliga värden som andra människor tar del av, brukar hon själv det som andra producerar – enskilt eller kollektivt. Hon är med andra ord både producent och konsument.

Konsumtionen präglar henne lika mycket som de andra faktorer som formar henne som samhällsvarelse. Man kan hävda att individer och grupper kan definieras genom det sätt på vilket de hängiver sig åt konsumtionen – vilka varor och tjänster de förbrukar. Man kan därför också hävda att tjugonde århundradets människotyp är *homo consumens* och att hon skapats av den masskonsumtion som stimuleras och manipuleras genom reklamen. Denna människa skulle alltså vara en produkt av ekonomiska krafter samtidigt som hon genom sin starka konsumtion själv påverkar denna ekonomi.

BORT FRÅN SJÄLVHUSHÅLLNING

Med dessa idéer och tankar som samhällsforskare framfört, vill jag i det följande rikta uppmärksamheten mot den tid – decennierna kring sekelskiftet – då en ny konsumenttyp allt tydligare träder fram. Mot slutet av 1800-talet försvinner den traditionella självhushållningen mer och mer, vilken genom historien präglat livsföringen hos övervägande delen av landets befolkning. Även om det vid denna tid fortfarande fanns stora regionala, ekono-



En ambulerande kötthandel på 1890-talet. Handlanden hörde hemma i Malung.

miska, sociala och kulturella variationer i Sverige börjar en nivelleringsprocess suddas ut mycket av dessa. Självhushållningen innebar att det mesta av livets nödtorft producerades hemma på gården, eller i viss mån av traktens hantverkare, som man också kunde byta produkter med, medan varor som inhandlades med pengar skulle hållas till ett minimum. Skälen till detta var flera: bl.a. saknade man kontanta medel.

Situationen förändras emellertid med den begynnande industrialiseringen. I detta skede finns flera viktiga samspelande faktorer. Industrialismen medförde penningshushållningens spridning till allt fler samhällsgrupper. Merparten av dem fick ökade resurser, bl.a. genom betalt arbete och ökad försäljning av olika produkter, som kunde direkt disponeras för inköp av varor som man inte tidigare hade råd med och inte heller hade lika stort behov av.

En viktig orsak till den nya konsumtionen var att den alltmer etablerade och specialiserade industrin – till en början utländsk



*En kringvandrande försäljare i
galanterier har ställt upp sig och
sitt sortiment för fotografen. Sor-
timentet krävde en viss elegans
även hos försäljaren.*

Många kringvandrande försäljare var judar, som invandrat från Polen och Balticum. Erik Tyggelin har fångat en "klädjude" på Stockholms gator 1899. Teckning i Nordiska museets arkiv.



men mot slutet av 1800-talet mer och mer svensk – försåg den växande marknaden med nya, ofta ganska billiga varor i en utsträckning som ingen tidigare hade kunnat föreställa sig. Med de nya kommunikationerna spreds industrins massproduktion av tidigare okända varor i överflöd. Annonserna börjar berätta för konsumenten vad som finns att köpa. Och dessutom till ett lågt pris. Det blir möjligt för de allra flesta att delta i den nya konsumtionen och även de fattiga kan köpa varor som tidigare varit förbehållna de rika. Maskinerna tillåter att allt fler varor tillverkas i större upplagor och priserna kan hållas nere genom att arbetskraften är billig.

Det är inte en överdrift att säga att en ny värld öppnade sig för miljoner människor. Även om vardagen för många fortfarande var hård av slit, fattigdom och trångboddhet fanns alla nya massproducerade ting som ett löfte om ett överflöd som med tiden skulle bli tillgängligt för envar.

Det finns ytterligare en viktig omständighet som inverkade gynnsamt, nämligen nya generösa förordningar som berörde den tidigare kringskurna handeln. Det gäller dels näringstvängets upphävande 1846 och dels handelsfriheten 1864. Den sistnämnda var en grundförutsättning för att detaljhandeln skulle expandera. Tidigare hade varuproducenterna, bönder och hantverkare, svårt att sälja sina produkter – att föra illegal lanthandel var besvärligt. Det blev nu tillåtet att öppna handelsbod på landsbygden och vem som helst kunde få rätt att idka handel.

SLUTET PÅ DEN AMBULERANDE HANDELN

Under industrialismens tid avklingar systemet med distributionen av varor genom kringvandrande försäljare mer och mer. Detta försäljningsnät var tidigare ganska omfattande; vid 1800-talets mitt fanns ca 5.500 gårdfarihandlare medan antalet hushåll uppgick till omkring 400.000. Eftersom man vet att en handlare kunde avverka ca 6 hushåll per dag under sina fyra arbetsmånader betyder detta att ett hushåll fick 7–8 besök, lågt räknat, per år.

Systemet med kringvandrande försäljare var vid det laget flera hundra år gammalt och växte i betydelse fram till 1870-talet. Tidigare var denna typ av handel förbehållen västgötar (knallar) men efter näringsfrihetens införande fick vem som helst vara



Stadsbor inhandlade en stor del av sina livsmedel genom torghandeln, som här på Hötorget i Stockholm 1902. I husen omkring ligger specialiserade butiker, som Hinderssons garnbod, J. Liljas Fläsk- och kötthandel, Edvard Svenssons Spannmål & Viktualiehandel samt Paul U. Bergströms klädeshandel. Foto Lars-sons ateljé i Stockholms Stads-museum.

”resehandlare”. De hade sina inmutade områden, där de genom regelbundna besök kunde få befolkningens förtroende. Gårdfari-handlarna fick från mitten av 1800-talet konkurrens av ortens egna producenter, genom att hantverkare själva saluförde sina produkter.

Kring sekelskiftet tog Sverige emot invandrare från ryska områden i Polen och Baltikum. Många av dessa var judar som i olika grad ägnade sig åt handel. De sålde och köpte lump och skrot. Judarna omtalas 1886 som

s.k. polska judar och andra schackrare vilka inom riket kringsprida och utprängla högst betydliga kvantiteter av till större delen värdelöst krams och i synnerhet tyska utskottsvaror för vilket den rättrogna svenska allmänheten avlockas sina penningar (Hammar, 1965).

Två försäljare på Hötorget i Stockholm 1904. Mannen säljer bleckkärl och ståltrådsarbeten som råttfällor och strykjärnsställ. Foto Erik Tryggelin.



I Västsverige fanns olika grupper av dem, såsom klockjudar (som sålde eller bytte till sig billiga mässingsur mot silver), hårjudar (vilka bytte till sig kvinnohår mot sjaletter och smycken). De flesta judar stod i förbindelse med någon grossist av judisk börd hos vilken de kunde få kredit (Lantz-Nilsson, 1917, s. 12). Några av dessa handlare tillhandahöll hushållsartiklar som de gärna bytte mot bondgårdarnas i många fall rikliga förråd av tennfat.

Under 1800-talet bestod gårdfarihandlarnas varuutbud till stor del av tidiga industriprodukter, i regel av modernare sort än som gick att få i handelsbodarna. Dit hörde sedan århundraden glas från Tyskland. Mot slutet av 1800-talet är denna försäljning ej aktuell längre genom att lanthandel och glasmagasin övertar distributionen av glasvaror. Småsmide som ljusstakar, bunkar,

Mot 1800-talets slut blev handelsbodan på landsbygden allt vanligare. Handlanden P. L. Kjellgren i Rossön, Jämtland, gör reklam för sina varor: snickarblus, skjortbröst, kaffekanna, stråhattar och på dörren hänger torkad fisk. Foto Petrus Hedström, Bodum 1894.



snusdosor, kaffepannor, tvålfat var däremot viktigt, samt leksaker, tyger, porslin, lädervaror, toalettartiklar, prydnadssaker, sybehör, pennor och grafiska produkter. Som synes var en del av dessa varor rena massprodukter som handlarna rekvirerade från grossister i någon närbelägen stad. Detta tidiga sortiment av serietillverkade varor var ofta utländskt, främst engelskt och tyskt.

DEN NYA DETALJ- OCH GROSSISTHANDELN

Handeln – handelsbodan och detaljhandel – växer i ökande takt efter näringsfrihetsförordningen från 1864. Samtidigt växer också grossisthandeln och även inom denna ökar specialiseringen. Man

inriktade sig på specialvaror och så småningom utkristalliserades olika branscher. Grossisten importerade utländska varor – som mot slutet av 1800-talet allt mer ersattes av svenska.

Handelsbodarna skulle saluföra det mesta som kundkretsen hade behov av. De lokaliserades gärna till järnvägsstationer, kyrkor, gästgivaregårdar och herrgårdar och till nyetablerade industrier. Handelsbodarna sammanförde alltså varor, som vid denna tid (1890-talet) fanns i städernas specialbutiker. Handelsbodens föreståndare, ofta kallad patron, fick sina varor från staden transporterade av ortens resande förbönder. I olika beskrivningar redovisas en imponerande mångfald av varor som utökas successivt mot sekelskiftet i och med det inhemska utbudet av utprovade och i allmänhet prisvärda varor. Man hade med andra ord passerat det stadium då man skulle tillfredsställa bara de mest elementära behoven. När t.ex. hemspånadens tid var över (man hade inte längre tid till detta på gårdarna) kan man i handelsboden köpa en massa garn i olika kulörter. Likaså fanns det gott om tyger till ett billigt pris. Andra stora varugrupper var sybehör, kemikalier, toalettartiklar, hushållsartiklar vars utbud tangerade lyxen, tobaksvaror, matvaror, spik och andra byggvaror samt inslag av lyxvaror i form av toalettartiklar och presenter.

Mot senare delen av 1800-talet gick trenden i och med industrialiseringen mot en ökad specialisering av dagligvaruhandeln. Men det gällde endast i städerna medan folk på landet fick klara sig med handelsbodens koncentrerade varusortiment. I städerna hade man specerihandlare, charkuterister, bagare, mjölkbodare. Varuutbudet differentierades även efter material som bleck, järn, glas m.m. Den textila branschen hade en mångfald speciella butiker, som garnbodar, sybehör, galanteri (försäljning av prydnadsföremål och lyxartiklar), men även modebutiker för de bättre ställda. Men handeln utvecklades även i motsatt riktning, nämligen mot varuhus efter europeiskt mönster. I Stockholm finner man på 1890-talet Joseph Lejas och Karl M. Lundbergs varuhus vilka slogs samman till Nordiska kompaniet år 1908.

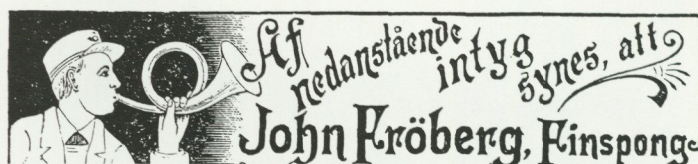
Vad gäller livsmedelshandeln med färska varor behöll torghandeln sin stora betydelse in på 1900-talet. Här sålde bönderna sina egna produkter och man kunde handla i stora kvantiteter för att lägga upp förråd inför vinterbehovet.

AB Percy Luck i Stockholm var en av stadens mera kända delikatesaffärer. Sortimentet upptog det mesta: potatis, frukt, viner, konserver, tvål, godis. Dagens handtextade reklamskyltar hade sina föregångare redan då. Foto 1908.



• **NP52.0** 10/1/99

John Fröberg i Finspong startade den första postorderhandeln i Sverige 1879. I denna annons från 1896 visar han via intyg från postkontoret i Finspong, hur hans handel mer än fördubblats vad gäller antal ivägsända paket under åren 1883–95. ”Driftiga agenter antagas” var en formulering som ofta återkommer i hans annonser. Ur Ny Illustrerad Tidning 1896.



UNDER DE SENASTE 13 ÅREN AFSÄNDT DE FLESTA PAKET I SVERIGE.

På begäran får jag härmed intyga, att Herr John Fröberg från härvarande postkontor under nedan angifna år afsändt under år:

1883 12,494 st. vanliga paketer, samt 6,244 st. postförskottsårsändelser.
 1884 10,660 st. vanliga paketer, samt 7,225 st. postförskottsårsändelser.
 1885 11,645 st. vanliga paketer, samt 8,915 st. postförskottsårsändelser.
 1886 12,969 st. vanliga paketer, samt 9,753 st. postförskottsårsändelser.
 1887 11,364 st. vanliga paketer, samt 6,392 st. postförskottsårsändelser.
 1888 14,464 st. vanliga paketer, samt 6,397 st. postförskottsårsändelser.
 1889 12,910 st. vanliga paketer, samt 8,899 st. postförskottsårsändelser.
 1890 14,421 st. vanliga paketer, samt 7,147 st. postförskottsårsändelser.
 1891 17,300 st. vanliga paketer, samt 7,793 st. postförskottsårsändelser.
 1892 17,620 st. vanliga paketer, samt 7,926 st. postförskottsårsändelser.
 1893 19,354 st. vanliga paketer, samt 7,166 st. postförskottsårsändelser.
 1894 22,422 st. vanliga paketer, samt 7,808 st. postförskottsårsändelser.
 1895 21,744 st. vanliga paketer, samt 7,256 st. postförskottsårsändelser.

Finspongs postkontor den 1 mars 1896

Joh. Johansson.

En hvar, som behöfver Visitkort, Stämpplar, Sigill, Hektografer, Fiskredskap, Korta varor m. m., erhåller detta fördelaktigast hos mig.

Allt slags Boktryck utföres.

Driftiga agenter antagas. — Illustrerade priskuranter gratis, men ej fraktfritt.

John Fröberg, Finspong.

Herr John Fröberg har från härvarande Jernvägsstation afsändt under år:

1883 2,823 colly diverse pappersvaror.
 1884 4,331 colly diverse pappersvaror.
 1885 5,454 colly diverse pappersvaror.
 1886 8,638 colly diverse pappersvaror.
 1887 9,846 colly diverse pappersvaror.
 1888 12,519 colly diverse pappersvaror.
 1889 13,679 colly diverse pappersvaror.
 1890 11,901 colly diverse pappersvaror.
 1891 15,288 colly diverse pappersvaror.
 1892 15,848 colly diverse pappersvaror.
 1893 15,467 colly diverse pappersvaror.
 1894 13,979 colly diverse pappersvaror.
 1895 16,812 colly diverse pappersvaror.

Finspong den 14 jan. 1896.

A. L. Larsson,
 Stationsinspektör.

ATT HANDLA PER POST

Vid saluförandet av de nya massproducerade varorna, hade postorderfirmorna en avgörande betydelse. Denna typ av handel fanns redan från mitten av 1800-talet utomlands. Den börjar få fäste i Sverige från 1879 då John Fröberg i Finspång startar sitt företag. Postorderhandeln var främst en detaljhandel inom vilken man genom beställning och varuleverans per post kunde förvärva de mest skilda varor som hade det gemensamt att allting var massstillverkat i fabriker. Inom denna handel utbjöds varorna genom en katalog som kan betraktas som den nya industrisamhällets symbol för en ny konsumtionsmodell. Postorderkatalogen kan utan tvekan räknas till de mest folkkära och lästa böckerna i Sverige. De var bestsellers i torpstugor och drängkamrar i en utsträckning som ingen annan profan bok ännu lyckats med. De var rikt illustrerade och kom som en vägvisare till en ny värld. Det finns många beskrivningar på hur familjerna samlades kring den nyutkomna katalogen och drömde om en rikare och vackrare tillvaro. Framför allt för landsbygdens människor var katalo-

Paris varuhus annonserade kontinuerligt i svenska tidningar. Printemps' katalog "utgifves på Svensk-Danska" och man sände även prover på alla tyger ur lagret till intresserade kunder. Ur Ny Illustrerad Tidning.



Printemps

NOUVEAUTÉS

Gratis och franco försändelse

af den illustrerade generalkatalogen, hvilken utgifves på Svensk-Danska innehållande alla de nya moder för **Sommarsaison**en, på fränkerad anhållan derom stäld till

MM. JULES JALUZOT & Co
PARIS

Likaledes sändes fränko prover på alla de tyger, som bilda vårt ofantliga lager, men noga specificera hvilken sort och till hvilket pris.

Alla nödvändiga upplysningar för beställningarnes goda utförande finnas angifvna i katalogen.

Alla beställningar på minst 50 Fres expedieras fraktfritt till Köpenhamn, och *tull och fraktfritt* till hela Sverige mot 15 0/0 tillägg på fakturabeloppet. Detta expeditiönsätt användes dock endast på derom särskildt uttalad önskan.

Beställningarna sändas mot efterkräft, d. v. s. att betala vid varornas utlemnande.

Korrespondance föres på Svenska.

gerna det väl sorterade storstadsvaruhuset. Samtidigt fyllde de en roll som litterärt surrogat då man inte hade råd eller intresse av att köpa böcker, katalogerna erhöles gratis. Man läste dem, lärde sig de nya prylarna, diskuterade deras pris även om man själv inte handlade. Om man en gång beställt katalogen kom den kontinuerligt. "Tänk att få post."

Tyskland, England och Frankrike var långt före Sverige med postorderhandeln och deras varor distribuerades också i Sverige. Tyska handelsagenter tog upp beställningar, mest hos affärsmän men ibland även hos kunderna. Till en början kom agenterna från Danmark och tog upp order på gödnings- och foderämnen, spritdrycker och tobaksvaror. Det finns flera uppgifter på att de tidiga agenterna vid svenska postorderföretag börjat vid någon tysk firma. Det har också förekommit att man beställde varor direkt från Tyskland. Språket var dock ett hinder för att kunna utveckla dessa kontakter. När John Fröberg kommer i gång som den första i branschen företar han snart en studieresa till Tyskland för att lära sig yrket.

Året var alltså 1879 när den första firman startade och mot slutet av 1880-talet var verksamheten etablerad för att möta 1890-talets stabila behov hos en växande här av kunder med nyvaknad prylglädje. Fröbergs företag fungerade sedan som utbildningsanstalt för blivande storföretagare inom denna handel. De mest kända av dem, Åhlén & Holm, utvecklades snart till landets största.

Postorderorganisationen byggde på medarbetare, agenter, som var verksamma bland kunderna och tog upp beställningarna. Idén att utnyttja bygdens egen befolkning – i regel pojkar i tonåren – var mycket lyckad. Detta var viktigt i bondesamhället där de personliga relationerna mellan försäljare och kund var en förutsättning för framgång.

Det är viktigt att slå fast att postordervaruhusen i första hand vände sig till befolkningen på landsbygden där det inte fanns så stor konkurrens. Dessutom – i synnerhet under den första tiden – var utbudet av varor annorlunda hos postorderfirmorna.

Lanthandeln hade ett begränsat sortiment av basvaror och när det gällde sådana varor som kunde ge "guldkant", sådant som man kunde pynta sig själv eller hemmet med, eller annat som kändes lustbetonat så fanns det inte (9.12802) mycket att välja på (Conradson, 1975).

V. Ljusstakar.

Cirka $\frac{1}{3}$ af naturliga storleken.



N:o 215.



N:o 217.



N:o 227. 90 m/m.



N:o 251.



N:o 252.



N:o 272. 80 m/m.



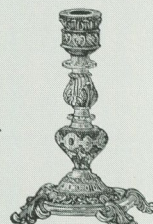
N:o 272. 80 m/m.
Med grepe.



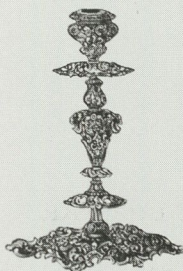
N:o 273. 80 m/m.



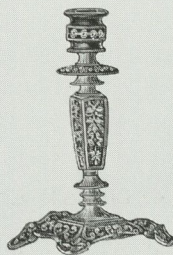
N:o 273. 80 m/m. Med grepe.



N:o 1017.



N:o 227. 190 m/m.



N:o 272. 180 m/m.



N:o 1025.



N:o 273. 180 m/m.

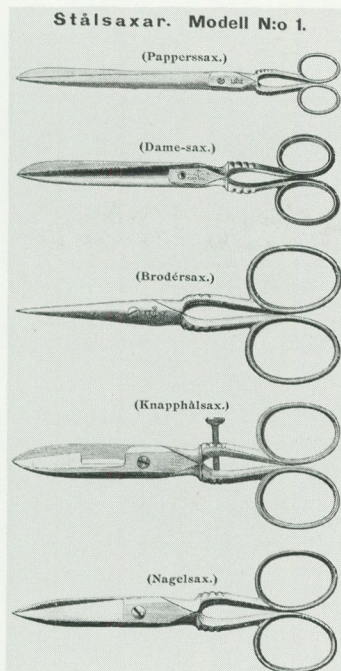
Ljusstakar ur Eskilstuna Jernmanufaktur Aktiebolags Priskurant 1901.

Det var just dessa nya varor som gav känsla av lyx och delaktighet i vad industrisamhället hade att bjuda på. Omständigheten att den nya försäljningstekniken fokuserades på landsbygden medförde också att utjämningsprocessen mellan den och stadskulturen började. Det är intressant att konstatera att dagens postorderhandel i hög grad är inriktad på stadsbor.

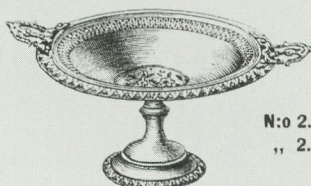
Det finns ingen studie som närmare belyser andelen postorder-

Visitkortsskålar, en tidstypisk produkt, kunde fås i olika modeller och med eller utan handtag. Ur Priskurant från AB Johan Engströms Rakknifs-, Metall- och Förnicklingsfabrik i Eskilstuna 1902. Nordiska museets bibliotek.

Av saxar fanns 37 modeller för olika funktioner och i olika storlekar att välja mellan hos samma firma 1901.

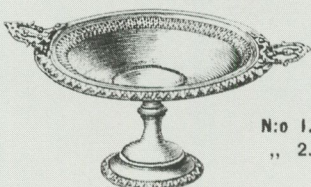


Visitkortsskålar af förnicklad messing.



Modell N:o 550.

N:o 2. Utan handtag, höjd 18,5 cm., pr st. Kr. 8,25
 „ 2. Med „ „ 18,5 „ „ „ 9,25



Modell N:o 555.

N:o 1. Utan handtag, höjd 14 cm., pr st. Kr. 6,—
 „ 2. Med „ „ 14 „ „ „ 7,—

handel jämfört med detaljhandel i övrigt. Dess varuslag var – om inte i princip så dock i praktiken – begränsade av transporttekniska skäl: det gällde mest varor av mindre format som kunde distribueras med postens hjälp.

PRYLGLÄDJEN UPPSTÅR

Vilka varor var aktuella för postorderhandeln på 1890-talet? Fröbergs firma startade med varor som rörde sig i tiden, såsom visitkort (1890-talets modefluga bland ungdomar på landsbygden), stämplat, lemonsodpulver och leksaker, sedan tavlor med religiösa motiv. Åhlén & Holm gjorde kungafamiljen bekant hos svenska folket genom att försälja oljetryckstavlan från Gleeurps konstförlag i Malmö: man sålde 100.000 ex. under de första åren. Presentartiklar gick naturligt nog bra både för kvinnor (luktvatten, strumpor, broscher, dukar m.m.) och män (rakprylar, snusnäsdukar, mässingskammar, hängslan m.m.).

Det var dock inom två områden som det blev försäljningssuccé: textilier och hushållsartiklar. Den förra gruppen har sin förklaring i strukturomvandlingen i landsbygdens varuproduktion, som

Katalogen från Åhlén & Holm 1910 presenterar den köksutrustning som borde finnas i ett modernt kök.



Köksinteriör.

Bilden här ovan visar tydligare än något annat vilken stor sortering av varor vi hava. Matmodern kan hos oss köpa snart sagt alla de hushålls-saker hon isitt kök behöver. Varje siffra visar en vara som kan köpas hos oss.

Förklaring av siffrorna.

- | | | | |
|------------------------|------------------------|--------------------------------|--------------------|
| 1. Gardiner. | 14. Kastruller | 27. Köttkvarnar | 40. Hushållsburkar |
| 2. Rifjärn. | 15. Potatiskokare | 28. Tallrikshållare | 41. Ströflaskor |
| 3. Tomtens skurpulver. | 16. Tomtens Såp-pulver | 29. Bägare | 42. Kryddburkar |
| 4. Förläggarslevar | 17. Bon Ami | 30. Karottbrickor | 43. Hushållskorgar |
| 5. Köttgafflar | 18. Strykjärn | 31. Köttxor | 44. Saftkannor |
| 6. Pannkaksspadar | 19. Förkläden | 32. Brödkorgar | 45. Aeroflaskor |
| 7. Knivlåda med knivar | 20. Blusar | 33. Brödknivar | 46. Fruktskålar |
| 8. Knivslipare | 21. Tändsticksställ | 34. Bordställ | 47. Theserviser |
| 9. Vispar | 22. Handdukshål-lare | 35. Mortlar | 48. Hushållsvågar |
| 10. Hackknivar | 23. Väggtavlor | 36. Kaffekvarnar | 49. Brickor |
| 11. Potatisskalare | 24. Handdukar | 37. Puddingformar | 50. D:o |
| 12. Fiskfjällare | 25. D:o | 38. Trattar | 51. Smöraskar |
| 13. Korleksknivar | 26. D:o | 39. Höna för för-varing av ägg | 52. Hyllpapper |
| | | | 53. D:o |

till stor del berörde textilierna. Spånaden klingar av, tyger blir en ofrånkomlig köpvara. Under större delen av 1800-talet hade man klarat sig med ganska få hushållsredskap: några slevar, kniv och köksyx. Genom serietillverkning av dessa ting hade sortimentet ökat betydligt. Behovet av specialredskap ökade med varuutbudet. Saker som potatisskalare, korkskruv, citronpress och mandelkvarn blev ett måste i ett någorlunda välförsett kök där det även fanns smörspade, ostkniv och såssked. Bleckartiklarna ökade mest i och med att bleckplåten maskinpressades från 1890-talet och utgjorde en billig råvara. De nya artiklarna var inte bara praktiska utan också spännande: sockertång, rivjärn, stålvisp, fiskfjällare, saftpress, "blixtskärare" (konservöppnare).

Det var framför allt yngre människor, t.ex. barnfamiljer, som attraherades av postorderhandeln och som fick nya konsumtionsvanor grundlagda från början. Mängden sålda leksaker och barnkläder vittnar om detta.

Följande exempel belyser hur behovet av industriprodukterna förändras från självhushållningens tid till industrisamhället: år 1830 gick det åt ca 200 handsmidda spikar vid byggandet av en mellanstor bondgård (då använde man träpluggar och dymlingar i stället för spikar). 70 år senare fordrades över 50.000 fabrikksspikar i olika storlekar för ett motsvarande bygge.

NYTTOSAKER SOM VÄGRÖJARE

Låt oss dröja kvar vid exemplet spik – dess utveckling från den handsmidda varianten till industriprodukt. Maskinsmidda spikar finner man i städerna redan från mitten av 1800-talet. Dessförinnan handlade man spik från spiksmedjor som i regel var förlagda vid stångjärnsmedjor. I flera regioner omtalas "norsk klipspik" som första industriprodukt. Sedan kom de svenska produkterna som salufördes i handelsbutikerna. Då köpte man hem spik lådvis i förtjusning över att de fanns i mängder till ett överkomligt pris. Det hade intressanta och viktiga konsekvenser för byggnadskonsten. Från 1870–80-talen kom det på modet att såga bort knutskallarna på timrade hus och spika på sjutumsplank som fästes på timmerstockarna med långa fabriksgjorda spikar.

Det fanns vissa olikheter i de nya konsumtionsvanornas utveckling. Nyttosaker som redskap, verktyg och maskiner till det dagliga arbetet på gården var som murbräckor, dessa behövde

man och därför mötte de knappast motstånd i jämförelse med andra konsumtionsartiklar. Överums bruks nya plogar var eftertraktade, eftersom det gav status åt en dräng att plöja med en sådan. Nu sker övergången från trä- till järnredskap. Byggnadsverksamhetens modernisering gick snabbare än på andra områden. Skruvar och fabriksgjorda gångjärn introduceras redan i den nya varudistributionens första fas. Yxor, sågar, filar och raspar fann vägen till den svenska landsbygden innan produktionen kommit i gång i Sverige. Yxorna var amerikanska, sågarna tyska. Senare slogs de ut av svenska produkter.

Det nya köpmönstret vinner stadga när andra typer av varor som hushållsartiklar, textilier och i viss mån lyxartiklar uppträder i stort utbud på marknaden. Utvecklingens tendens bekräftas entydigt av branschutvecklingen i landet. Redan i mitten av 1800-talet finner vi fyra typer av behovsorienterade branschaffärer: speceriaffärer, textilaffärer, järnhandel och bosättningshandel. Det följs senare av beklädnad och heminredning, färgartiklar, parfymartiklar och byggnadsmaterial med viss specialisering.

Hemmen förändrades kontinuerligt. De nya varorna och de vanor som är knutna till dessa förändringar är inte att betrakta som enskilda fenomen utan som ett sammanhängande system där enskilda ting ingår i en ny struktur. Ett belysande exempel på detta är de fabriksstillverkade spisarna som blev allt vanligare från 1860-talet. De innebar att en helt ny uppsättning av husgeråd blev aktuell, vilket i sin tur påverkade matvanorna. Så länge den öppna spisen fanns eldade man på spishällen medan till matlagningen användes kokkärl med tre ben, vilka ställdes intill eller över elden. Till den nya järnspisen måste man skaffa grytor och pannor med fals, utan ben. I ett övergångsskede fick man anlita bysmeden för att fila bort benen på de gamla kokkärlen för att kunna använda dem på järnspisen. Ytterligare en konsekvens av den nya spisen var att man förlorade den ljuskälla som den gamla öppna spisen utgjorde: en ny typ av belysning måste introduceras, nämligen fotogenlampan.

MÖBLER I MASSUPPLAGA

Sekelskiftet var en tid då man övergick från hemsyddas kläder till fabriksgjorda. Det finns flera skildringar om att på bröllop och begravningar såg man i klädesväg en provkarta på gammalt och

Tomten kommer med Singer Victoria symaskin och julgranen, båda nyheter i de flesta hem vid 1800-talets slut. Annons i Ny Illustrerad Tidning, december 1891.





De nya järnspisarna byggdes in på platsen för den tidigare öppna härden, oftast med det gamla rökfånget, spiskupan, och bakugnen kvar. Kockärten måste också anpassas efter de nya spisarna. Foto omkring 1900.

nytt. Hur det gick har redovisats mer i detalj i Fataburen 1984.

I det följande vill jag exemplifiera de fabriksgjorda varornas segertåg med förändrat köpmönster från ett område – det gäller möbler.

Medan de hittills omtalade fabriksprodukterna innebar en total omställning i konsumtionsmönstret var man mera återhållsam med möblerna och handlade mera genomtänkt. De representerar ett stort värde i hushållet och därför kan man inte förnya dem lika snabbt som man gör med sin garderob eller köksinventarierna. När möbelindustrin kommer i gång på 1870-talet finns det fortfarande stor avsättning för de lokala tillverkarnas, hantverkarnas, produkter. Möblernas massproduktion får sitt definitiva genombrott just under 1890-talet då man finner ett tiotal

Priskurant N:o 12.

Ungkarls- eller Gästrumsmöbel

bestående af: Säng, Kommod, Nattduksbord, Byrå, Spegel, Skrifbord och 6 Stolar, allt detta för:

100 Kronor.



Möblerna garanteras välgjorda och af fullkomligt torrt furu, samt kunna erhållas imiterade i hvilket träslag som önskas, t. ex. valnöt, mahogny eller ek.

OBS! Stolarna äro af björk.

Carl Fredriksons Träförädlings Aktiebolag,
Katrineholm.

Hela möbelgarnityr blev allt vanligare att köpa i stället för enskilda möbler. Ur Priskurant från Carl Fredriksons Träförädlings Aktiebolag, Katrineholm, i Nordiska museets bibliotek.

stolfabriker bara i Småland, som tillverkade pinnstolar för export. Vid denna tid var överproduktionen av stolar ett faktum varför en del fabrikanter tog upp tillverkning av andra enstyckemöbler och så småningom hela garnityr. Fabrikerna, som tillkom under det sena 1800-talet, byggde inte sin produktion på lokala möbeltraditioner. De växte fram till följd av god tillgång på drivmedel, billig arbetskraft, gynnsamma kommunikationer samt andra, främst utländska, förebilder.

Även om de uppgifter som belyser förändringar i möbelanskaffningens mönster mot slutet av 1800-talet utgör en provkarta på olika förvärvsmetoder går utvecklingen tveklöst i en bestämd riktning: andelen fabriksstillverkade möbler ökar och det gamla hantverksmässiga beståndet minskar.

Det självklara att vid giftermål skaffa möbler och inreda hemmet underlättade i hög grad de fabriksgjorda möblernas introduktion, inte minst genom deras konkurrensförmåga. Det var tradition i landet att man efter giftermålet skulle fara till nästkommande marknad eller till stadens möbelaffär och förse sig med de mest nödvändiga möblerna. Nygifta par kan rent av betraktas som innovatörer vad gäller de fabriksgjorda möblernas spridning.

För 1800-talets förändrade möbelkultur hade bostadens utveckling, främst genom tillkomsten av finrum, stor betydelse. Detta skulle fyllas med nya saker och på ett nytt sätt.

Man kan nästan säga att de fanerade och polerade fabriksmöblerna från denna tid i sig själv bidrog till skapandet av enskilda finrum. Då de genom sin karaktär, särskilt sedd i jämförelse med de tidigare målade furumöblerna av allmogen, förmedlade en borgerlig livsstil, som de nya ägarna ej utan vidare kunde följa i vardagens liv, men som det låg i deras intresse att uppnå när det gällde representation utåt (von Schoultz 1950).

Även om den svenska möbelindustrins produkter inte kom att spridas på landsbygden förrän strax efter sekelskiftet fanns det inom de rikare bygderna vissa möbler av statuskaraktär såsom wienermöbler, mest stolar och soffor med flätade rotingsäten. Andra fabriksstillverkade praktmöbler av utländskt ursprung, chiffontéer, sekretärer och byråar kopierades även av möbelsnickarna.

De tidigaste fabriksstillverkade standardmöblerna i de flesta svenska hem var pinnstolarna. Hantverksmässigt tillverkades pinnstolar redan på 1850-talet i Svenarum i Småland där också serietillverkning startade 1863 i Hagafors stolfabrik som höll sig med tidens moderna maskinteknik, och som var den första möbelfabriken i Sverige. Pinnstolarna började tillverkas som en ren lyxvara vid mitten av 1800-talet men först under århundradets sista decennier vann de, inte minst i polerat och svartlackerat skick, allmän spridning.

Bland de vanligaste fabriksmöblerna finner vi i början byrån och chiffontén. Deras hantverksmässiga föregångare var lägre och

med färre lådor. Dessa möbler som spreds redan på 1890-talet var gjorda av furu samt målade i imiterad valnöt med imiterad valnötsrot i lådornas förstycken. En förklaring till spridningen anges vara att dessa möbler, i varje fall chiffonjén, var "kvinnomöbler" och medtogs som den enda möbel när en kvinna sökte arbete på främmande ort. Kring sekelskiftet förekom också att den nygifta kvinnan skulle bidra till det nya hemmets utrustning med en chiffonjé eller byrå.

FORM OCH FUNKTION PÅ SKILDA VÄGAR

Efter dessa möbler som inledde industriproduktionens första fas kommer samtliga typer av fabriksmöbler till landsbygdens folk. Borden kommer långsamt in i finrummet, först som mindre fönsterbord, sedan som större, mest runda men även fyrkantiga matbord som placerades fristående. Dessa möbler använde man med varierande intensitet och inte alltid i den funktion som de ursprungligen var avsedda för. Orglarna och skrivborden, som blev vanliga kring sekelskiftet i bygder med högkonjunktur, brukades inte alltid till att spela respektive skriva på men väl som hatthylla eller blomsterbord. Orglarna får en förbluffande spridning och popularitet på många håll men detta får ej tolkas som ett bevis på musikalitetens utbredning. Snarare hade de en direkt koppling till väckelserörelsen och ofta inköptes de för att vara till hands vid religiösa sammankomster i hemmet, samtidigt som de fungerade som statussymboler.

Vad har de fabriksgjorda möblerna haft för dragningskraft på folk? Det var inte i första hand formen som tjugade utan närmast målningen, ytornas förföriska polityr och den blixtrande fernissan, något av det spännande nya som de gamla allmogemöblerna aldrig haft. Detta enligt den tidens rådande smakkultur. Möblernas svarvning upplevdes med närmast exotisk spänning. En annan nyhet som tjugade var stoppningen som gav impulser till att själva stoppa sofflock och karmar på soffor. Divanens spridning kan sättas i samband med stoppningens popularitet.

Bosättningen vid sekelskiftet gick till på så sätt att man först inköpte dubbelsängen, ett köksbord och några stolar, varefter det övriga bohaget skrapades ihop. Först på 1910-talet blev inköp av komplett inredning vanligare, när produktionen av de serietillverkade möblerna ökade.



Fabrikstillverkade pinnstolar, fotogenlampor och korkmattor blandas med hantverks- eller hemtillverkade möbler och textilier. Orgeln blev en vanlig statusmöbel hos många, ofta med anknytning till frikyrkliga intressen.

Det rådande köpmönstret var fortfarande att man skaffade pjäs efter pjäs, vilket resulterade i brist på enhetlighet och harmoni – ett vanligt drag i samband med industriprodukternas frammarsch. De olika stilarna blandades med varandra. En av Nordiska museets meddelare har sammanfattat sin syn på detta ett av övergångstidens mest typiska drag på följande sätt.

Det fanns visserligen gårdar som redan vid denna tid möblerat sina rum på ett mera nymodigt och som man trodde förnämligare sätt än som av gammalt varit brukligt. Men möblerna var i så fall förvärvade från olika håll och gjorda av olika snickare samt målade av olika målare och på helt olika sätt. Sålunda kunde man i en eller annan gård finna en säng i gustaviansk stil, inflyttad i stället för den gamla kranssängen med rullsäng, sängskåp och

moraklocka, stående bredvid det gamla fäderneärvda skåpet med dalmålningar. Den gamla väggpanelen med rosmålningar bortriven och i stället några oljetryckstavor av tyskt ursprung, utan ram upphängda på väggarna. Stundom hände det att en möbel var gjord av furuträ, under det att en bredvidstående var av ek eller målad i valnöt osv. (EU 18605.)

KONSUMTIONSSAMHÄLLET ÄR SKAPAT

Hittills anförda exempel har främst gällt nyttoartiklar, vilka genom sin attraktionsförmåga, variationsrikedom och framför allt sitt låga pris blev åtkomliga för merparten av landets befolkning. Skillnaden fanns dock i det nya köpmönstrets framväxt. Vad som ovan exemplifierats var allmängiltigt för landsortsbefolkningen och den växande småborgarklassen.

Under industrialismens framväxt skapades betydande förmögenheter som möjliggjorde en borgerlig livsstil med ett nytt inslag av starkt statusbetonad lyxkonsumtion. Den bidrar självfallet till det begynnande konsumtionssamhällets tillkomst. Här har vi, om än på ett annat plan, det nya mönstrets grundstruktur i starkt koncentrerade former. Den österrikiske kulturhistorikern Egon Fridell beskriver den tidens nyrika hem på kontinenten mot slutet av 1800-talet:

Det var inte vardagsrum man hade utan pantlånekontor och antikvitetsaffärer. En förkärlek för fullständigt meningslösa prydnadsföremål, en förkärlek för sammetsliknande ytor; för siden, satin och glänsande läder, för förgyllda ramar, gyllenstruktur och gyllenlister, för sköldpaddskal, elfenben och pärlmor, för totalt meningslösa prydnadsföremål som rokokospeglar i flera delar, mångfärgat venetianskt glas, bredbukiga tyska vaser, en djurfäll på golvet med skräckinjagande huggtänder och allt...

Den borgerliga livsstilen som mot slutet av 1800-talet växer fram i den industrialiserade delen av Europa är även Sverige delaktig i. Citatet ovan gäller alltså även de svenska borgerliga hemmen om än med vissa modifikationer vad gäller artefakterna, men knappast den mentalitet som ligger bakom själva livsstilen. Beskrivningen på hemmets brokighet med dess uppenbara brist på ändamålsenlighet möter man på samma sätt i postorderkatalogerna som utgör de påtagligaste dokumenten på de nya konsumtionsidealen.

Det är inte bara behoven utan också pretentionerna som växer.



Salong hos en högre tjänstemannafamilj i Stockholm 1894. Ateniennen och paneldivanens hyllor är fyllda av masstillverkade vaser, fotografiramar och prydnadsfigurer.

Varför skulle man undvara en åtråvärd sak när man hade råd att betala eller varför skulle man avstå när grannen skaffat sig det samma. Tillgången på varor av alla slag ökar oavbrutet.

Det kom ett nytt drag i konsumtionens process: det blev ett nöje att handla. Utbudet i postorderkatalogerna bestod i ett tidigt skede av varor av dålig kvalitet som folk hade en viss tolerans för: leksaker, prydnadssaker och musikinstrument höll ej länge utan hamnade snart på sophögen. Det var det första tecknet på slit- och släng-mentaliteten. Fenomenet passerade inte helt obemärkt. Tidens reformatörer ansåg att främst arbetarna förgiftades av undermåliga produkter och så småningom inleddes en kampanj mot vad man då kallade ”smutskonst”, det gäller främst massproducerade oljemålningar, under benämningen hötorgskonst, samt

Paul U. Bergström meddelar i en annons 1898 att det "fördärliga prutsystemet" inte längre gäller i hans butik. Ur Erik Lindorm: *Ny svensk historia. Oscar II och hans tid, 1934.*

MEDDELANDE.

Bestämda priser och bort med det fördärliga prutsystemet är härefter en affärsprincip i undertecknad samtliga affärslokaler.

Systemet att pruta är fördärligt för säljaren, men ännu mera för köparen. I de affärer, där detta system är rådande, måste ett s. k. prutpris finnas, tillräckligt att jämka på, allt efter köparens större eller mindre envishet. Mången drager sig för att hålla i med prutningen och får sålunda betala för en annan, som nedpressat priset till det allra yttersta.

Speciellt inom branschen *färdigjorda Manskläder* har på senare åren uppstått en så osund konkurrens, ett sådant underbudande och ett så vanvettigt prutande, att en följd däraf måste blifva att förtroendet till affärsmanen och hans firma undergräfvats.

Undertecknad, som i öfver 15 år drifvit denna rörelse här i staden, har därför efter moget öfvervägande beslutit införa ett sundare system i denna affärgren och bryter nu helt och hållet med hittills gängse praxis, i det jag från och med nedanskrifna dag i samtliga mina affärslokaler inför

Bestämda priser.

Ingen prutning

får förekomma i mina affärer f. o. m. den 1 April detta år. Stockholm i Mars 1898.

PAUL U. BERGSTRÖM,
Skrädderläffär & Klädeshandel

14 Hötorget 14.

Filial: 38 Jerntorget 38, hörnet af Österlånggatan.

Herrekliperingsaffär, 6 Hötorget 6, hörnet af Olofsgatan.

prydnadsskulpturer i gips som hittade vägen från de högre samhällsklasserna till de breda folklagren från och med 1880-talet. I ett upprop 1910 i *Stormklockan* förklarades krig mot denna smuts-konst. Det heter:

Hur ofta möter man icke i borgare-, bonde- och arbetarhem de tarvligaste oljetryck, tidningsplanscher i sämsta papper, porslins- och gipsfigurer vilkas motiv endast alltför ofta äro lika illa valda som utstyrseln är tarvlig och smaklös. Se t.ex. dessa sliskiga erotiska idyller utan varje spår av vare sig sund känsla eller verklig naturlighet; se dessa löjligen porträtt i kunga- och kejsarfamiljer i snart oändliga generationer som genom traditionens makt ännu finnas kvar i hem... se dessa jämmerliga porslinskattor, gipshundar och annat tyskt krams, som öfverfylla och fläcka många hem; se denna oräkneliga mängd av andra tivelaktiga "konstverk" och "tavelspråk" som vanpryda och skämma även eljest ofta omsorgsfullt skötta och ordnade hem.

De massproducerade varorna hade – förutom att de skapat en ny konsumenttyp – ytterligare en djupgående effekt. Konsthistorikern Lena Johannesson påpekar att det industrialiserade samhället, förutom varor, även massproducerar tjänster och idéer som sedan ger effekter på varuproduktionen. Standardiseringen tillkommer och blir allmän, vilket banar väg för massproduktion i reglerade former. En annan effekt är att industriproduktionen innehade en autonom eller t.o.m. normgivande struktur som oavsiktligt slog sönder tidigare strukturer och under en övergångstid resulterade i ett kulturellt vakuum. Det har tagit olika lång tid för samhällsklasser och grupper att fylla detta vakuum med nytt innehåll.