

## Engros og detalj

### Små ting kan fortelje historie

Inst i det store skapet på stua fins det det noen gjenstandar som eg knyter spesielle minne til, dei hører til barndommen på 1950-talet. Eg tenkte at desse har da ikkje interesse for andre enn meg - skal eg levere dei på Redd Barna eller Fias? Eg la dei på bordet - saman - og da slo det meg: Kan desse tinga likevel fortelje ei historie, utover seg sjøl? Særlig viss eg tar med det som står i bokhylla, og berre er framme ein sjeldan gong?

Den tunge flaskeopnaren, det fine askebegeret, og ikkje minst den vakre skåla i stål og emalje. Dei har kvar si soge, men er òg del av den same historia.

Dei har det til felles at dei er såkalla firmagaver. I desember kvart år kom det helsingar og gjenstandar adressert til Os Landhandel, der far min jobba, med «takk for behagelig forretningsforbindelse i året som gikk», og med ønske om god jul.

Det som undrar meg, og imponerer meg i dag, er at desse reklametinga – for det var jo det dei var – er så forseggjorte, og må ha kosta mye å produsere.

#### Prillar-Guri?

Den gedigne flaskeopnaren er 17 cm lang, i tung masing, og dekoren på skaftet minner om treskurden i Gudbrandsdalen. Den ferme jenta med stakk får meg til å tenke på Prillar-Guri, sagnheltinna frå

Slaget ved Kringen i 1612, da ho bles i horn for å varsle bondehæren mot skottane. Var det viktig i denne reklamen å syne fram det lokale, å markere kvar produktet hadde opphavet sitt?



Masing flaskeopnar. Foto: MiNØ / Erland Johaug

Den staselige flaskeopnaren er nemlig reklame for noe så prosaisk som Mesna Margarinfabrikk på Lillehammer. Smør var ei eksklusiv og kostbar handelsvare, og heilt sia 1880-åra hadde det blitt etablert margarinfabrikkar rundt i Norge. På Lillehammer var det lokale kjøpmenn og bakarar som i 1934 gikk saman og starta Mesna Margarinfabrikk, for å sikre at kun-

dane deira fekk kvalitetsvarer, som det heiter i historia. På 50-talet var det få som tok seg råd til å bruke smør i julebaksten, om dei måtte kjøpe det på butikken, og margarin vart ein god erstattar. Som mange andre små fabrikkar vart Mesna tatt over av eit stort internasjonalt konsern, i dag er det Mills som står for produksjonen. Men på 50-talet tok altså den vesle fabrikk seg råd til å produsere og sende ut slike fine julehelsingar, med tydelig lokalt preg, til små detaljistar i sitt marknadsområde, også til Os Landhandel.

### Dekk med sølv!

Sølvbegeret med raud logo i midten, kva kunne det brukas til? Det er for flatt til å vere ei skål, for ujamnt til å vere ei brikke under eit glas. For yngre folk i dag trur eg kanskje det må forklarast? Det heitte kuvert-askebeger, og om du skulle dekke fint til mange gjester, stod det eit slikt ved kvar kuvert, ved sida av glasa. Som de skjønner var dette lenge før røykelova!



*Sølv askebeger. Foto: MiNØ / Erland Johaug*

Ø-en i logoen fortel at vi skal til Jæren, til Øglænd i Sandnes, som frå å vere ein landhandel i 1886, utvikla seg til eit stort konsern med mange bransjar. Mest kjent er dei vel for sykkelproduksjonen. DBS, Den Beste Sykkel, tok mest heile marknaden

her i landet i 1950-åra. Mange vaksne gutar blir blanke i auga om ein nemner Apache og Tomahawk, gutedrømmen. Og ikkje å glømme Tempo, lettmotorsykkelen som framleis har mange venner her i dalen.

Mindre kjent i dag er det kanskje at Øglænd også hadde ein stor klesproduksjon, ei tid var dei landets største konfeksjonsfabrikk. Til å begynne med laga dei arbeidsklede, seinare også fritidsklede. Eit par år etter krigen fekk nemlig arbeidsfolk tre vekers ferie, og etter kvart fem dagars arbeidsveke. Fritid vart eit begrep, og det oppstod ein marknad for fritidsklede. På 60-talet starta Øglænd eigne butikkar rundt om i landet, og begynte å arbeide for å danne ein kjede, etter mønster frå USA. Det vart starten på Ø-kjeden, som endte som Cubus-kjeden i 1979.

Og Øglænd hadde da marknadsføringsbudsjett til å sende sølv kuvert-askebeger ut til butikkar i heile landet, også til dei i små bygder og grender, der det nok ikkje var mange som dekte til store taffel med kuvertaskebeger i sølv, sjøl om sølv var billig på den tida!

### «Vakre hverdagsvarer»

Den blå skåla i stål og emalje er framleis i bruk, og har kanskje den mest interessante historia.

Eit gammalt jernverk ved Halden, Cathrineholm, hadde drive med emalje-produksjon sia 1907, dei lagde hushaldsartiklar, som bollar og kasserollar. I 1954 fekk disponenten i stand ei avtale med Grete Prytz Kittelsen, og dette vart grunnlaget for ein suksess både for fabrikk og for henne.

Ho var oppvaksen og utdanna i familiefirmaet Tostrup, var sølvsmed, og etter kvart spesialist på emaljearbeid. Ho vart også ein anerkjent smykkekonstnar.



*Skål i stål og emalje. Foto: MiNØ / Erland Johaug*

I 1950- og 60-åra var ho leiande innan norsk design, som hadde sin gullalder på denne tida. Brukskunstbevegelsen stod sterkt i heile Skandinavia, og dei meinte at brukskunst skulle vere funksjonell – ting skulle kunne brukas. «Vakre hverdags-varer» var slagordet. Grete Prytz Kittelsen hadde vekt oppsikt med sine arbeid på ei utstilling i Milano, og det var etter dette at disponent Gunnar Klein tok kontakt med henne.

Grete Prytz Kittelsen designa da ein serie gjenstandar – bollar, fat og lysestakar, i stål og emalje, som Cathrineholm baud fram til sine grossistar, desse var tenkt til firmagaver. Dette vart faktisk ikkje gjort berre for å auke fortienesta, fabrikkene hadde òg eit anna og høgare mål med denne satsinga. Firmagavene skulle hjelpe til å spreie «den gode smak ut til arbeidere og funksjonærer», ifølgje Turi Pålerud.

Den vesle skåla som eg har hatt glede av i mange år, og som har hjulpet meg til å kjenne att Grete Prytz Kittelsens arbeider når eg har sett dei, var altså sendt ut med eit klart mål. Det er tydelig at vi her er på 1950-talet, i Gerhardsen-epoken, med gjenreising etter krigen, med utvikling av

næringslivet, og ikkje minst utvikling av folket, her ser det ut til å vere snakk om rein folkeopplysning.

Det tilbodet Cathrineholm sendte ut til produksjonsfirma og grossistar innebar at produsentane kunne få logoen sin under gjenstanden, og så bruke den som «presangartikkel», og dermed verdifull reklame. Det er vel det som nå heiter ein vinn-vinn-situasjon. Grete Prytz Kittelsen vart kjent over heile landet, Cathrineholm tente pengar, og dei firma som kjøpte reklamen fekk trulig ein auke i omsetninga.

Under den blå skåla mi er det ingen logo, men det står inngravert «Med hilsen A/S Norske Konfeksjonsfabrikker». Og slike skåler vart da sendt ut over heile landet, til små og store butikkar, også til vesle Os Landhandel, for å drive reklame, og «for å spre den gode smak».

Ordet konfeksjonsfabrikk vekkjer òg assosiasjonar. Inskripsjonen under skåla syner at dei hadde danna eit AS. For det fans mange slike fabrikkar rundt i landet, i Møre og Romsdal låg det ein på kvart nes, og i mange år var tekoindustrien den største industrien i Norge. Dette faktum fortel om ein revolusjon i folks dagligliv. Langt tilbake var det eit stort arbeid å lage klede, å sy for hand, før symaskinen kom, av heimevirkte stoff – da skifta du ikkje garderobe for moro skyld kvar sesong! Kleda skulle vare så lenge som råd; vart dressen for slitt kunne den brukas til arbeidsklede. Sjøl i min generasjon er det mange kvinner som hugsar sitt første ferdigkjøpte plagg, og heilt opp i 1970-åra var det vanlig at vi ungjentene sydde våre egne klede. Stoff var relativt billig, og det var alltid hjelp å få av sømkyndige damer.

Rundt 1980 kom så importflaumen av billige klede – ofte ikkje av beste kvalitet – og konfeksjonsfabrikkane forsvann.

## Kvardag og ferie

I bokhylla finn eg fleire firmagaver. Der står «gebursdagsboka» til mor mi, som var ein årskalender til å notere i, med mange fotografi. Avsendar var Røwde &co. Eg kjenner att namnet, Røwde var eit engrosfirma med eigen 5-etasjes bygård midt i Oslo sentrum, som kjøpte inn og forhandla mange slags manufakturvarer. Sentralt stod dei tre store gummivarefabrikkane her i landet, A/S Askim gummivarefabrikk, A/S Mjøndalen gummivarefabrikk og A/S Vestlandske gummivarefabrikk. I 1954 jobba det om lag 3000 personar i desse fabrikkane.

Eg tar fram boka, og nå ser eg ikkje etter bursdagen til tante Gina eller til alle ungane som vart født i nabolaget, men eg ser på bilda. Barndommen på 1950-talet var fattig på bilder, bortsett frå vekeblad og kino. Derfor kjenner eg att mange av dei bilda eg tok fram og såg på, gong etter gong. Dei fortel om livet til folk slik det var for eit par generasjonar sia, og om alt vi produserte her i landet.

Der er Viking gummisokkar, moderne, populære for unge damer. Dei var nok berekna på regnversdagar i byen, da du kunne ha småsko inni, og slapp å bli blaut. I Østerdalen vart ein heller ikkje blaut, men kald. For desse gummisokkane vart populære, også til vinterbruk, og jentene følgde moten, da som nå. Det var lurt å ha raggsokkar utanpå danseskoa, ellers kunne du forfryse deg på veg heim frå fest, men kaldt var det. Når alternativet var filtlabbar eller beksømsko, gjorde forfengeligheita at ein tøygde seg langt. Vinterfôra støvletter var så godt som ukjent på våre kantar i 1954, det var noe få hadde råd til.



*Viking gummisokkar. Ny mote, men kald!  
Frå årskalenderen frå Røwde & co., 1954*



*Camping vart den nye feriemåten for mange, sjøl om det framleis var rasjonering på bilar, og du ikkje kom så langt unna heime.  
Frå årskalenderen frå Røwde & co., 1954*

Men vi følgde med tida, så godt det let seg gjøre. Når fritid hadde vorte eit kjent begrep, var det ein sjanse for produsentar og kjøpmenn til å tene pengar på nye produkt. Campinglivet tok seg opp. Og det kvite spissteltet og primusen fekk snart selskap av moderne nyvinningar, luftmadrass og anna fint som vi ikkje visste at vi trong. Og «seilersko» vart populære langt oppi Østerdalen, langt unna havet. Eit bilde av utstyr til sykkelreparasjon er interessant. Små komponentar kunne forlenge livet til ein sykkel – det gjalt at ting kunne vare den gongen. Ein lærte seg å fare fint med utstyr. Dei vaksne hadde erfart korleis det var under krigen, den gongen var det ikkje tilgang på nytt utstyr, og da vart ein påpasselig. Eg hugsar at dei gamle syklane hadde ei lita veske av ler festa bak setet, der ein kunne oppbevare lappesaker.



*Her har mange mødrer og sydamer vore i sving for at jentene skulle vere fine til første skuledag!  
Frå årskalenderen frå Røwde & co., 1954*

I ein etasje i Røwde & co sitt store bygg handla det om stoff. Blåtøy, vistra, lille-martine, dongeri, alle variantar av importert bomullsstoff, som vart selt som meter-vare. Forventning og fryd, når dama bak disken målte opp med kyndig hand, og ein kunne gå heim med eit «kjolemne»

## Glimpses of Norway

I bokhylla finn eg òg to «lefser», store bildebøker. Den eldste, frå 1954, er nesten lese eller studert i filler. Desse bøkene var tidtrøyte, som kunne gle ei jente som var svolten på kunnskap om andre stader. Eg las dei om att og om att, dei synte meg eit Norge slik det var i mi eiga tid. Og så syner det seg at dette òg var firmagaver! Fremst i boka står det med «liksom» handskrift: «God Jul og godt nytt år. Ingwald Nielsen A/S». Dette firmaet var opprinnelig ein jernvareforretning, som utvikla seg til eit varemagasin med varer som verktøy, kjøkkenreiskap, el-varer, glass og stentøy – om lag som Jernia i dag, kanskje.

Den julehelsinga dei sendte ut var ein forseggjort trykksak frå forlaget Damm A/S. Bilda er av høg kvalitet, sjølsagt i svart- kvitt, fotografen er namngitt og alle foto har tekst. I utgava frå 1954 er det somme stader brukt diktstrofer, av Ivar Aasen, Andreas Munch, Anders Hovden og Nordahl Grieg – kanskje vel nasjonalistisk eller nasjonalromantisk sett med 2023-auge. Det er uansett solid arbeid, og mest overraskande: alle bilda har tekst på fire språk, norsk, engelsk, fransk og tysk. (Når ser ein slikt nå for tida?)

Det kan tyde på at Damm også produserte for internasjonale kontaktar. For det er på same måten her som med gjenstandane i skapet, produsenten av gavene tilbyr til grossistane, som i sin tur får ei gave med ei «ekte» handskriven helsing



Det var da, det ... Sponsorreklame frå NSB. Frå «Gløtt av Norge», 1958, baksida

som dei kan sende ut til sine detaljistar. Og trykksaken er sponsa av NSB, som har baksida, med teksten «Welcome to Norway»!

Heftet frå 1954 gir eit bilde av eit tradisjonelt Norge, gardsarbeid med hest, Lofotfiske på gamlemåten, bunadskledde kvinner, men òg fabrikkar, idyllisk med tulipanar i forkant og snødekte fjell i bakgrunnen. Bildet av dei første blokkene på drabantbyen Lambertseter ber bod om ei ny tid.

Etter å ha mimra over desse gamle tinga sitt eg att litt tankefull, og forundra over kor annleis den tida var enn vår eiga. At det var tronge tider i åra etter krigen, det hadde eg god greie på, det var sjølleve – men at det fans så stor produk-

sjon av mange ting! Det var nok ikkje Nord-Østerdalen som stod i fremste rekkje her, hos oss gikk livet stort sett på tradisjonelt vis, som det hadde gjort. Det var langs kysten og nær byane at industriutviklinga kom. Men vi var på ein måte med på utviklinga, gjennom det som vart skapt. Den gongen var Norge langt på veg sjølforsynte med mange slags varer, vi lagde klede og sko, verktøy og utstyr av mange slag, glass og steintøy, og ikkje minst porselen. Det var eit mål at varene mest mulig skulle produseras i Norge, «made in Norway» var langt på veg eit kvalitetsstempel.

Eg sitt att med eit inntrykk av at det var noe solid, og noe anstendig, som prega den tida, ved sida av optimismen for fram-



*Tradisjonell høynn, omtrent som i Nord-Østerdalen på den tida. Og heftet er velbrukt!  
Frå «Gløtt av Norge», 1954, framsida*

tida. Bakaren i Lillehammer ville ha skikkelig margarin i bakverket sitt, fabrikk-sjefen i Tistedalen valgte på øvste hylle av kvalitet da han skulle produsere emalje-arbeid til firmagaver. Eg blir òg imponert over kvaliteten på trykksakene, når ein tenkjer over kor arbeidsamt og kostbart det var å produsere slikt den gongen. Fans det ein større grad av idealisme, for å seie det forsiktig? Mye kan tyde på det – når vi samanliknar med vareflaumen utifrå i dag, der kvalitet ikkje alltid er øvst på prioriteringslista.

Ei fredelig, stabil samfunnsutvikling mot det betre, slik dei såg for seg på 50-talet, det verkar nesten naivt i dag. For vi veit jo at små hendingar kan få store konsekvensar. Ein pandemi og ein krig i

nabolaget har mint oss på at lita tue kan velte stort lass. Vi kan ikkje alltid få alt vi vil når vi vil, slik vi har vore vane med i fleire tiår.

Men nå kan det sjå ut som tankegangen er i ferd med å snu, etter tiår med bruk og kast, med varer produsert for luselønn på andre sida av kloden, billig for oss, men ikkje forsvarlig i lengda. Å bruke om att, lage ting som varer, reparere, bruke gamle delar i ny produksjon, kanskje tenkje på kva nyttige ting vi kan lage her heime – det har vorte trend, til og med mote, med ulike grunnar, men klima, miljø, berekraft, sirkulær økonomi er ord som flagrar forbi ...

Det er hjertestyrkande å sjå kor optimistske og kvalitetsbevisste folk var på

1950-talet. Og gledelig å sjå den tankegangen som nå er i ferd med å bre seg, den gir grunn til optimisme.



*Snørydding. Den nye tida er på veg!  
Frå «Gløtt av Norge», 1954*

## Kjelder

- Gilje m. fl.: EMALJE DESIGN Grete Prytz Kittelsen
- Turi Pålerud: Artikkel «Tekstualitet» i Tidsskrift for allmenn sakprosa 18.12.2017
- Årskalender frå Røwde & Co 1954. Trykt hos Emil Moestue A/S, Oslo
- N.W. Damm & sønn, Oslo «Gløtt av Norge», trykt hos Emil Moestue A/S 1954 og 1958.
- Internett: Oslo Bymuseum, fabrikk- og bedriftshistorie.