

Konsums uppgång och nedgång

BO SANDELIN

Adam Smith hör inte till dem som citeras i Sara Kristofferssons *Det förlorade paradiset – berättelsen om Konsums uppgång och fall*. Men Smith gav på ett talande vis uttryck åt en normativ syn på relationen mellan konsument och producent i Bok IV av *Folkens välfärd*: ”Konsumtion är det enda syftet och ändamålet med all produktion, och producentens intressen bör därför tillgodoses endast i den mån konsumentens intressen därigenom främjas” (Smith 1911, s 94).

Denna syn på konsumentens primat torde ha delats av de 44 ombud som den 4 september 1899 samlades i Stockholm för att bilda Kooperativa Förbundet (KF). Kristoffersson återger ett senare uttalande där det slås fast att ”den rörelse vi arbeta uti icke är någon vanlig krämarrörelse, utan ett ekonomiskt system vars främsta mål måste vara en lyckligare mänsklighet” (s 9). Det är inget anspråkslöst mål.

Mycket av boken handlar om strömningar i (då)tiden, och dessa kan antas påverka hållningen till kooperativen. Politiska ansträngningar att öka människors inflytande växte fram. På 1800-talet uppstår olika folk rörelser som väckelserörelsen, nykterhetsrörelsen, arbetarrörelsen och bildningsrörelsen. De är av annat slag men väl förenliga med KF-grundarnas konsumentperspektiv och uttalade syfte att få bort den långa raden av ”mellanhänder, som för konsumenterna ökar varans pris” (s 13).

Utbildningsverksamhet och konsumentfostran blir inslag i KF:s verksamhet. Benägenheten att handla ”på krita” i butikerna motverkas. Gemensamma inköp kan ge lägre priser och en inköps-

organisation byggs upp. Men man har mött leveransvägrare och monopolpriser och drar i gång egen produktion för att lösa spänningen mellan konsumenter och producenter. Kristoffersson ger som exempel från 1920-talet och framåt landets största margarinfabrik i Norrköping, gummifabriken i Gislaved, glödlampsfabriken Luma, Karlshamns oljefabrik, Gustavsbergs porslinsfabrik, Fiskeby papper, Skandiakonserv, Wärby bryggerier och efter hand många fler.

Ett präktighetsideal odlas med ordning och reda och sparsamhet – samla på konsumkvittona, de ger återbäring! Den ledande kooperatören Albin Johansson menade att butikerna ska tillhandahålla ”billiga och nödvändiga saker, inte sällsynta och exklusiva” (s 36). Kvaliteten ska vara bra men inte lyx. Funkistänkande gäller inte bara byggnader. Så kallade baskläder i polyester lanseras 1972. De är ”avsedda att bäras år ut och år in” (s 104). Det kommer även basmat och basmöbler. (Det är intressant att notera att huvudkonkurrenten ICA år 2011 kommer med motsvarande benämning på en rad produkter, låt vara att man av någon anledning tycker det låter bättre med engelska *Basic*.)

Idén med basvaror blommar ut för fullt på 1970-talet då serien av blåvita lågprisprodukter med bara varubeteckning och utan reklamstöd introduceras, först med tandkräm. Kristoffersson ser det som att de kom rätt i tiden, men att denna tid redan på 1980-talet var förbi. ”Blåvitt är [då] inpyrt i en ohjälpligt förlorad tidsanda och frontalkrockar med en nyliberalistisk agenda och njutningslystna strömningar” (s 146). Till detta kommer olika betoning av ideologi kontra marknadskrafter inom förbundet. Kooperationens stordriftsfördelar försvagas med internationaliseringen av ekonomin.

Formellt har konsumentkooperationen varit politiskt neutral, men i realiteten har det varit många personunioner

RECENSION

Sara Kristoffersson: *Det förlorade paradiset – berättelsen om Konsums uppgång och fall*, Volante, 2024, 181 sidor, ISBN 978-9-179-65354-5.

Bo Sandelin är professor emeritus i nationalekonomi vid Handelshögskolan vid Göteborgs universitet. bo.sandelin@economics.gu.se

och andra band mellan socialdemokratien och konsumentrörelsen. Resultatet är i efterhand inte alltid uppskattat. En rubrik lyder "När Domus löper amok" och syftar på de radikala rivningarna i stadskärnorna på 1960- och 1970-talet som beredde plats för Domusvaruhus, kanske ritade vid kooperationens egen arkitektbyrå. Arkitekturhistorikern Görran Lindahl citeras: "Socialdemokratiska fullmäktighetsmajoriteter [*sic*] och KF:s Domuskedja torde ha ansvarat för det effektivaste samarbetet och också det som haft de mest förödande konsekvenserna. Det ligger något av en tragik i [att] denna allians som förfogat över så mycket god vilja, alltför ofta bara blivit ett instrument för meningslös stadsförstörelse" (s 100).

Konsumentkooperationens ställning är inte lika stark nu som för ett halvsekel sedan. Förlusten av marknadsandelar kan naturligtvis lika väl bero på vad som hänt konkurrenterna, främst huvudkonkurrenten ICA, som på vad som hänt KF. ICA hade redan 1964 sjösatt ett gemensamt handlingsprogram, som bl a innebar att enskilda handlare blev medlemmar i ICA-förbundet och butikerna skyltades om. På 1970-talet infördes en finansieringsform för att gö-

ra det lättare att bli egen handlare. ICA stod för större delen av aktierna medan handlaren som minoritetsägare skulle driva butiken. Kristoffersson diskuterar även övergripande händelser kring 1979 som skulle kunna ses som historiska brytpunkter: "en ideologisk strömkantring mot höger och en mer marknadsorienterad politik" (s 142).

Efter hand, särskilt på 1990-talet, läggs KF:s produktionsanläggningar ner eller säljs, och KF reduceras till "en kedjebaserad detaljhandelskoncern" (s 154). Många butiker drivs av franchiseföretagare. De stora Domusvaruhusen får nytt innehåll. Ofta görs de om till gallerior med diverse butiker.

Det förlorade paradiset är en informativ och trevlig bok om en företeelse som många har en relation till. Förutom berättelsen om Konsums utveckling institutionellt och i omfattning får läsaren en skildring av relevanta delar av samhällsutvecklingen i stort och den "tidsanda" i vilken konsumentkooperationen verkat.

REFERENSER

Smith, A (1776), *En undersökning av folkens välstånd, dess natur och orsaker*, andra delen, nyutgåva 1911, Gleerups, Lund.