

Æggebakken som forandringsprisme

En historie fra forbrugersamfundets fortrængte bagside

Skyggebjerg, Louise Karlskov

Document Version
Final published version

Publication date:
2017

License
Unspecified

Citation for published version (APA):
Skyggebjerg, L. K. (2017). *Æggebakken som forandringsprisme: En historie fra forbrugersamfundets fortrængte bagside*. <http://www.cgs.aau.dk/forskning/konferencer/nhm>

[Link to publication in CBS Research Portal](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us (research.lib@cbs.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Download date: 26. Jan. 2025



Nøgleord (4): forbrugshistorie, hverdagens genstande, materialitetsteori, emballage

Æggebakken som forandringsprisme – en historie fra forbrugersamfundets fortrængte bagside

Temaet for historikermødet er reformer og reformationer forstået som bevidste forsøg på at forandre en tilstand. Store forandringer sker dog ofte langt mindre bevidst og synligt. Dette paper handler om forandringer i det 20. århundrede, som de afspejler sig i historien om en uprætentios hverdagsgenstand: æggebakken. Konkret vil jeg vise, hvordan æggebakkens historie inkluderer, materialiserer, afspejler og belyser historiske forandringer f.eks. mht. bosætningsmønstre, materialeudvikling, teknologi, indkøb, produktion, varedistribution, markedsføring og miljøbevidsthed, og hvordan vi kan blive klogere på disse forandringer ved at nærstudere æggebakkens historie. Da æggebakker nemt kan fremstilles af genbrugsmaterialer, materialiserer de f.eks. blandt meget andet en diskurs om affald og genbrug.

Æggebakker kan opfattes som ikke-ting (jf. Marc Augés ikke-steder), fordi de trods deres vigtige praktiske og markedsføringsmæssige funktion ligesom andre former for emballage som oftest er "usynlige" og hurtigt havner som affald og dermed som en del af forbrugersamfundets fortrængte bagside. Samtidig er æggebakker ting, hvis funktion og identitet er multibel og til forhandling, jf. f.eks. konceptet "eggyplay", hvor tanken er at genbruge farvestrålende plastikæggebakker som legetøj.

Behovet for æggebakker opstod med urbaniseringen, der fjernede folk fra hønsene og adskilte produktion og forbrug og dermed skabte et distributionsteknisk behov. De første æggebakker blev opfundet i 1800-tallet, og i 1930'erne var der for alvor kommet gang i både patenter og produktion. Med tiden blev æggebakkerne i højere grad ikke blot praktiske redskaber, men også markedsføringsmæssige.

Min historie om æggebakken er bl.a. inspireret af *den materielle vending*, og både humane og nonhumane aktører som opfindere, patenter, støbepap og virksomheden Brødrene Hartmann, verdens største æggebakkeleverandør, indgår i historien om æggebakkens materialisering, ligesom det analyseres, hvilke materialiseringsprocesser æggebakken indgår i. Går der f.eks. en rød tråd fra æggebakken til det støbepap, der beskyttede din mobiltelefon i æsken, og som er en forudsætning for, at den kan købes over internettet?