



Æggebakken som forandringsprisme – en historie fra forbrugersamfundets fortrængte bagside

Skyggebjerg, Louise Karlskov

Publication date:
2017

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

[Link back to DTU Orbit](#)

Citation (APA):
Skyggebjerg, L. K. (2017). *Æggebakken som forandringsprisme – en historie fra forbrugersamfundets fortrængte bagside*. Paper præsenteret ved Nordisk historikermøde, Aalborg, Danmark.

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.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

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?