

"Ikke kødd med ølet vårt!" -
følelser og rasjonalitet under nedleggelsen av Tou bryggeri i 2003

Mastergradsavhandling i historiedidaktikk

Institutt for kultur- og språkvitenskap

Universitetet i Stavanger, våren 2011



Av Hans Olav Barka



Universitetet
i Stavanger

DET HUMANISTISKE FAKULTET

MASTEROPPGAVE

Studieprogram: Historiedidaktikk master

Vårsemesteret, 2011

Åpen

Forfatter: Hans Olav Barka



.....
(signatur forfatter)

Marie Smith-Solbakken
Veileder: Ingunn Kindervaag

Tittel på masteroppgaven: «Ikke kødd med ølet vårt!» - følelser og rasjonalitet under nedleggelsen av Tou Bryggeri i 2003

Engelsk tittel: «Don` t mess with our beer!» - emotions and rationality during the closedown of Tou Brewery in 2003

Emneord:
bryggeri
retorikk
nedleggelse
følelser
argumentasjon

Sidetall:104.....
+ annet: 2 forsider, forord,
innholdsfortegnelse

Stavanger, 17.05.2011
dato/år

Forord

Turen er over, og tiden er kommet for å levere avhandlingen min. Det har vært ni fine måneder med, for det meste, målrettet arbeid. Målet arbeidet var rettet mot, var å ferdigstille en avhandling om nedleggelsen av Tou Bryggeri. Her er den. Avhandlingen hadde ikke blitt til uten støtte og innspill fra flere personer. Her må veilederne mine, Marie Smith-Solbakken og Ingunn Kindervaag, nevnes. Marie og Ingunn har stått for gode, informative og ikke minst inspirerende veiledninger gjennom hele perioden. Om jeg i perioder var rådløs eller på ville veier, hentet de meg inn igjen. Tusen takk for det! Jeg vil også takke Ringnes A/S, representert ved Hanne Bügel, for å ha vært veldig imøtekommende og hyggelige i korrespondansen jeg har hatt med selskapet. I tillegg fikk jeg bruke flere av selskapets produktbilder, noe jeg er veldig takknemlig for.

Sist, men ikke minst, vil jeg takke de jeg omgås mest med i hverdagen: samboer og familie. Kristine har måttet tåle at jeg til tider har vært "bortreist" under arbeidet med denne avhandlingen. Takk for at du har holdt ut! Til familien for øvrig: takk for støtte, gode råd, korrekturlesning og datahjelp!

Stavanger, 17.05.2011

Hans Olav Barka

Innholdsfortegnelse

1. INNLEDNING.....	1
1.1 Bakgrunn.....	1
1.3 Kilder, kildebruk og litteratur.....	3
1.4 Metode og struktur	5
1.4.1 Historiebruk.....	6
1.4.2 Retorisk analyse og struktur	9
2. FORTELLINGEN OM TOU.....	12
2.1 Historisk bakgrunn.....	12
2.1.1: Et stavangersk foretak i Ryfylke.....	12
2.1.2: Aksjeselskapet Tou – større økonomiske rammer.....	14
2.1.3: Fra Tau til Stavanger.....	15
2.1.4: Bryggeridrift gjennom to verdenskriger og frem mot årtusensskiftet.....	15
2.2 Veien mot nedleggelse – sakens bakgrunn	18
2.2.1: Rykter om nedleggelse.....	18
2.2.2: Engasjementet brer seg.....	19
2.2.3: Ryktene intensiveres	22
2.3 Nedleggelse – aksjon og boikott.....	26
2.3.1: Vedtaket fattes – Tou skal legges ned.....	26
2.3.2: Lokalpatriotiske krefter tar tak – men fungerer boikotten?	28
2.3.3: Nytt bryggeri i emning.....	32
2.3.4: Boikotten sprer seg til Stortinget.....	34
2.4 Aksjonens etterspill – nytt øl på markedet.....	36
2.4.1: Lervigs sommerøl blir lansert – rogalendingen fyller bæreposene.....	36
2.4.2: Beskyldninger.....	38
2.4.3: "Den kanskje mest effektive forbrukermaktaksjonen i Norge noen sinne".....	39
2.4.4: Er det plass til to bryggerier i regionen?.....	42
2.4.5: Tou forblir det samme – eller?.....	46
2.4.6: Bildegalleri.....	48
3. ARGUMENTENE.....	49
3.1 Hvordan argumentene klassifiseres.....	49
3.2 Inndeling og kategorisering av argumentasjonen.....	50
3.2.1 Figur 1: artikler og brev, månedsvis fordeling avis for avis	52
3.2.2 Figur 2: argumentstyper og vektlegging, månedsvis fordeling.....	53
3.2.3 Figur 3: sjanger, utvikling måned for måned.....	54
3.2.4 Figur 4: aktører og uttalelser i media, månedsvis fordeling.....	55
3.3 Argumentasjonsutvikling over tid.....	56
4. ANALYSEN.....	58

4.1 "En by med respekt for seg selv".....	58
4.2 Tou Bryggeri, kulturell kapital og lokalpatriotisme.....	58
4.3 Retorisk analyse.....	61
4.3.1: Burkes pentade.....	62
4.3.2 Handling-middel: krig krever handling	67
4.3.3 Scene-handling: kampen skal kjempes på arbeidsgivers premisser.....	75
4.3.4 Ratio vs. ratio.....	79
4.3.5 Motiv.....	80
4.4: Tou Bryggeri og topiske steder.....	81
4.5 Tous dødskamp: en illustrasjon.....	86
5 KONKLUSJONEN.....	87
KILDER OG LITTERATUR.....	I

1. Innledning

1.1 Bakgrunn

Denne avhandlingen tar for seg det en kan kalle Tou Bryggeris "dødskamp". Denne kampen innebærer en periode fra det blir kjent at nedleggelse kunne forekomme, til nedleggelsen var et faktum. Dette er fortellingen om Tous dødskamp, slik avisene fremstilte den. Forsommeren 2003 ble følelsene i større grad enn vanlig sluppet løs i Stavanger og Rogaland. Følelsene var knyttet til raseri, som igjen var oppstått på grunn av bryggerikonsernet Ringnes, danske Carlsbergs avdeling i Norge, sitt forslag om å legge ned driften ved Tou Bryggeri på Forus. All produksjon av det tradisjonelle rogalandsølet Tou og Tous eplemost skulle, på bakgrunn av økonomiske prioriteringer, flyttes til Gjelleråsen utenfor Oslo. Inntil denne sommeren ble Tou-øl på boks allerede produsert på Østlandet. Men nå var det produksjonen av flaskeøl, stasjonert på Forus, som var utsatt for trusler om flytting. Hvis det ble gjort alvor av disse truslene ville det medføre flere ting. Først og fremst ville brorparten av arbeiderne ved bryggeriet på Forus miste arbeidsplassen sin der. Arbeidskraften ved Tou Bryggeri bestod i hovedsak av ufaglærte arbeidere, og hadde en større andel ansatte over 50 år. Selv om Ringnes var raske med å tilby ny jobb på Gjelleråsen til de rammede, var det mange som av mer eller mindre samme grunn ikke ville takke ja: de var etablerte med familie i Stavanger, og stedbundne til lokalområdet.

For det andre ville regionen miste kontroll over et produktmerke som hadde vært i rogalandsk eie siden 1855. Når dette produktet i tillegg var et øl, en identitetsbærer omgitt av kultur, lot ikke reaksjonene vente på seg. Folk forberedte seg på å kjempe for Tou, selv om nok mange regnet med at nedleggingsprosessen var ureverserbar: her skulle man ikke gi seg uten kamp. Virkemidlene ble protestaksjoner, først og fremst gjennomført via boikott av alt som hadde med Ringnes å gjøre: brus, mineralvann og øl som bar Ringnes-logoen på etiketten. Raseri, trass og fändenivoldskhet er tre velvalgte stikkord som definerte situasjonen i Rogalandsområdet sommeren 2003.

I dette tilfellet har det vært riktig å også inkludere et visst tidsrom etter nedleggelsen, for å se på hvilke konsekvenser den førte med seg. Det kan være fristende å bruke en analogi for å sette ord på tilfellet Tou: en kjent og kjær person, som gjennom mange år har bidratt i bybildet både

økonomisk og kulturelt, blir av eksperter utenbys fra diagnostisert med en uhelbredbar sykdom. En stor andel av hjembyens befolkning setter fokus på en alternativ behandling som kan redde hovedpersonen, men det finnes verken vilje eller midler hos de som er ansvarlige for å pleie pasienten. Heftig debatt oppstår, men tiden renner ut for pasienten. Døden inntreffer, og arveoppgjøret etter byens velgjører finner sted i all offentlighet. Med tiden vokser det fram nye personer som tar på seg jobben med å sørge for byens ve og vel.

1.2 Problemstilling og underspørsmål

Min problemstilling tar utgangspunkt i det som ble formidlet i avisene i perioden februar til august 2003. Mitt hovedspørsmål er: *Hvordan argumenteres det for og mot nedleggelse i løpet av den aktuelle tidsperioden, og hvordan påvirket det prosessen?* Denne problemstillingen er utgangspunktet for innhold og uforming av avhandlingen. Problemstillingen forutsetter at det i debatten finnes argumentasjon både for og mot nedleggelse, og at denne argumentasjonen kan dokumenteres. Det finnes et stort dokumentasjonsgrunnlag i dagspressen fra perioden februar-august 2003. Summen av disse avisoppslagene utgjør en fortelling om nedleggelsen av Tou Bryggeri.

Avhandlingen tar mål av seg å presentere et bilde av hvordan nedleggelsen av Tou Bryggeri fortonte seg gjennom å utelukkende bruke avisoppslag som kilde. Disse oppslagene gir verken kunnskap om eller er egnet til å gi innsikt i bedriftens strategiske valg og disposisjoner. Dette er fortellingen om nedleggelsen slik allmennheten fikk den fremstilt gjennom media.

Dette er avisenes fremstilling av nedleggelsen, for alt det er verdt. Denne fremstillingen av nedleggelsens forløp gir rom for å vise hvordan det ble argumentert for og i mot nedleggelsen av bryggeriet, og hvilke argumenter som til hvilket tidspunkt ble vektlagt av hvem. Disse argumentene er tuftet på underliggende synspunkter som definerer argumentenes tyngde og samlende virkning blant folk. Argumentene kan videre analyseres for å gi et helhetlig bilde av hvordan de forskjellige partenes samlede språkføring ser ut, og hva slags verdier som kan tillegges disse.

Tidsrammen er naturlig avgrenset med godt og vel et halvt år, som innledes med oppslaget

"Tou-bryggeriet kan bli ofret"¹ den 15. februar 2003. Dette er det første avisoppslaget som gjengir rykter om at bryggeriet kan bli nedlagt. Produksjonen i bryggeriet og tapperiet på Forus avsluttes 15. august samme år, og avisenes interesse for bryggeriet opphører rundt samme tid. Foruten dette relativt korte tidsrommet på omtrent sju måneder i 2003, blir også den historiske bakgrunnen for Tou som bedrift i Rogaland belyst. Dette blir gjort som et historisk tilbakeblikk i avhandlingens andre del, og tar for seg historien om Tou fra 1855 og frem til våre dager. Det historiske tilbakeblikket er inkludert for å vise Tous langvarige tilknytning til Rogaland, noe som igjen er med på å belyse hvorfor mange reagerte så kraftig på nedleggelsen.

Bortsett fra to jubileumsverk skrevet i 1905 og 1955², finnes det ikke litteratur som beskriver Tou Bryggeris tilknytning til Rogaland. Imdlertid vil jeg i den innledende delen av del 2 vise at bryggeriet hadde solide røtter i regionen og at historisk forankring må også ha hatt betydning for å skjønne reaksjonene som kom i 2003 da det ble kjent at bryggeriet kunne bli nedlagt. Selv om det gjøres et historisk tilbakeblikk, ligger avhandlingens fokus på et kort tidsforløp i 2003. I løpet av dette tidsrommet blir det satt fram en rekke argumenter og meninger som kan relateres til mange temaer, deriblant historiebruk. Det blir også, fra eiersiden, uttalt motargumenter som avfeier den historiske dimensjonen i nedleggingsmotstandernes retorikk.

Det er nettopp her man finner det mest spennende skjæringspunktet. Det kan uten videre, som vi senere skal se, argumenteres for at de som er mot nedleggelsen til tider benytter seg av en historisk dimensjon i sin argumentasjon. Bryggeriets eier velger nesten utelukkende å unngå denne dimensjonen. Hvorfor gjøres dette? Hvilke faktorer er forskjellige i de to partenes språk og uttrykksformer? Her ligger avhandlingens hovedtema.

1.3 Kilder, kildebruk og litteratur

Avhandlingens kildegrunnlag er tuftet på 232 avisoppslag fra perioden februar til august 2003. Alle disse oppslagene er lokalisert ved hjelp av Internett-baserte søketjenester. Foruten oppslagene fra Rogalands Avis, er alle kildene funnet ved hjelp av Stavanger biblioteks søketjeneste Retriever. Oppslagene fra Rogalands Avis er funnet gjennom avisens egen søketjeneste på

¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 15.02.2003. Asgeir Lode. Seksjon: Nyheter. Side: 9.

² Olsen og Heyerdahl: *Aktieselskapet Tou 1885-1905* og Lorentzen: *Aksjeselskapet Tou 1855-1955*.

www.rogalandsavis.no. Avisoppslagene brukes gjennomgående i hele avhandlingen. Det er blitt brukt oppslag fra følgende aviser i avhandlingen:

- ✓ Stavanger Aftenblad
- ✓ Rogalands Avis
- ✓ Klassekampen
- ✓ Dagbladet
- ✓ VG
- ✓ Dagens Næringsliv
- ✓ NTB (Norsk Telegrambyrå)
- ✓ Adresseavisen
- ✓ Aftenposten
- ✓ Nordlys
- ✓ Bergens Tidende

Hovedmålet er å avdekke en debatt mellom to parter som vektlegger forskjellige verdier og derfor uttrykker seg på forskjellige måter. En passende innfallsvinkel for å gå inn i dette temaet er å se på hvordan aviser beskriver hendelsene, og hvilke synspunkter som blir underbygget.

Avisene i kildeutvalget kan ikke brukes som et sannhetsvitne for alt som skjedde rundt Tou Bryggeri i perioden februar til august 2003. Journalister kan ha vært farget av sine egne standpunkt i forhold til nedleggelsen. Dette gjelder spesielt for lokalavisene, der de aktuelle journalistene kan ha delt folkets kulturelle syn på bryggeriets historiske verdi. Selv om oppslagene kan være preget av at forfatteren har et farget syn på nedleggelsen, forringer ikke dette argumentene som blir framsatt. Argumentene er fortsatt gjeldende. Det er argumentasjonen som er viktig i denne avhandlingen, ikke hvilket standpunkt forfatteren måtte ha i saken. Det avisene, som tidligere nevnt, gjør, er å presentere den informasjonen om nedleggelsen som folk flest forholdt seg til. Det meste av informasjonen om nedleggelsen som opinionen mottok, var fra avisene. Vi skal senere se at avisene ofte vektla såkalte "soundbites", treffende uttalelser som beskrev situasjonen der og da.³ Disse uttalelsene ble gjerne kopiert opp og brukt i flere forskjellige aviser. Innenfor temaet som denne avhandlingen tar opp, er avisoppslag en god kilde i forhold til å avdekke variasjoner innefor debatt: hvordan argumenter forandrer seg, i hvilken mengde de blir presentert, og i hvilken avissjanger disse uttalelsene blir presentert i.

³ Kjeldsen, Jens E.: *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori* (Spartacus 2004)s. 163.

Angående litteratur har verk innenfor forskjellige fagområder blitt brukt, alt etter behov. De to jubileumsbøkene "Tou Brug 1855-1905" og "Aktieselskapet Tou 1855-1955" er brukt som kilder for det historiske tilbakeblikket i del 2. Det er først og fremst i del 4, analysedelen, at faglitteratur brukes inngående for å skape en teoretisk basis for drøfting. De to hovedtemaene som drøftes i denne delen er retorisk analyse og historiebruk, basert på to hovedverk. I alle deler av den retoriske analysen støtter jeg meg på Jens Kjeldsens *Retorikk i vår tid. En innføring i retorisk teori*. Teorier om pentadisk og topisk analyse er hentet fra dette verket. I denne avhandlingen er alle teoretiske begrep relatert til historiedidaktikk og historiebruk hentet fra Jan Bjarne Bøes *Å lese fortiden. Historiedidaktikk og historiebruk*. Andre spesifikke verk som brukes, blir kommentert i de forskjellige kapitlene.

1.4 Metode og struktur

Avhandlingen er delt i fem kapitler. Foruten innledningen utgjør hver av delene et hermeneutisk "element": fortelling, forklaring, fortolkning og forståelse. I avhandlingens andre del tar jeg for meg selve nedleggelsen. Beskrivelsen som blir lagt frem i del 2 er basert på aviskildematerialet fra 2003. Her har jeg i hovedsak basert meg på lokale aviser i Stavanger-regionen, siden disse naturlig nok hadde det største fokuset på nedleggelsen og hendelsene som tok sted i forbindelse med den. Dermed finnes det en kvantitativt større mengde oppslag fra Stavanger Aftenblad og Rogalands Avis, innenfor alle avissjangere.

Avhandlingen blir presentert gjennom fem deler. Foruten innledningen har disse delene blitt navngitt på følgende måte:

1. Fortellingen – fortellingen om nedleggelsen
2. Argumentene – om argumentasjonen som ble brukt
3. Analysen – fortolkningen av argumentasjonen
4. Konklusjonen – hvilke slutninger som kan trekkes ut av avhandlingens funn

Disse fire hoveddelene er delt opp i flere underkapitler. *Fortellingen* ser på hele prosessen fra februar til august 2003, slik den fremstod i avisenes fortelling om nedleggelsen av Tou Bryggeri. *Argumentene* fremstilles gjennom en kvantitativ analyse som forklarer hvordan det blir argumentert

for og i mot nedleggelsen over tid. I denne delen kartlegges det i hvor stor grad de forskjellige typene argumenter blir brukt, hvem som bruker dem, og hvilke sjangre argumentene blir presentert i. *Argumentene* fungerer som grunnlag for *Analysen*. Her benyttes retorisk analyse for å fortolke argumentasjonen og forklare hvorfor det ble argumentert slik det ble. I *Konklusjonen* trekkes det endelige slutninger basert på avhandlingens funn som helhet.

Jeg benytter meg av tre forskjellige innfallsvinkler i avhandlingen. I del 2 følges nedleggelsen av Tou Bryggeri dag for dag, fra rykte til realitet, basert på avisoppslag. Argumentasjonsinndelingen i del 3 er av kvantitativ art, mens den påfølgende analysen er kvalitativ. Funnene i disse to delene blir brukt i konklusjonen. Jeg har valgt å kombinere disse innfallsvinklene for å oppnå en bredere og dypere forståelse av utviklingen av prosessen over tid, og for å kunne grunngi konklusjonen bedre. Den kvantitative analysen er med på å kartlegge tendensene i hvordan argumentasjonen utvikler over tid seg basert på argumentstyper, brukere og sjanger. Den kvalitative analysen er en tekstanalyse der kildematerialet nærleses og argumentasjonen drøftes og relateres til partenes motiv, og hvor jeg søker å avdekke hvilke motiv som ligger bakenfor argumentene. Kombinasjonen av å benytte disse tre innfallsvinklene i bruk og bearbeiding av kildene har bidratt til å utnytte kildenes verdi så langt jeg har funnet det mulig – kildene har blitt tømt for relevant informasjon. Det er viktig å presisere at det er kildene som bestemmer utfallet, og at avhandlingens problemstilling hviler på kildenes innhold. Derfor har kombinasjonen av forløpsfremstilling, kvantitativ inndeling og sortering av argumentene som ble brukt, og en kvalitativ analyse av teksten satt inn lokal og historisk kontekst, fungert som verktøy for å skape en bred, dyp og sammensatt forståelse.

1.4.1 Historiebruk

Med avhandlingen plassert i en metodologisk tradisjon, kan man gå videre med fagmessig plassering. Siden dette er en avhandling innenfor faget historiedidaktikk, er det formålsmessig å definere enkelte begrep før man går videre og benevner avhandlingen innefor bestemte kategorier. Sammen med historiedidaktikk er historiebruk det viktigste fagbegrepet i historiedidaktikken.

Historiedidaktikk er enklest forklart et studie av møtet mellom historien og de som bruker

den, og videre, hvordan dette møtet kan tilrettelegges.⁴ Begrepet kan også bety kunnskap om å undervise i historie. Denne undervisningen trenger ikke nødvendigvis begrense seg til et klasserom, men omfatter også andre arenaer der historiefremføring blir praktisert. Eksempler på dette kan være museer og historielag. For å se på hvordan historie brukes, må man undersøke begrepet historiebruk.

Studiet av historiebruk har en annen innfallsvinkel enn studiet av "vanlig historie". I det sistnevnte fagområdet er det den historiske empiri som er i fokus, altså et direkte studium av hvordan historiske begivenheter har funnet sted. Det er på dette planet historiebruk skiller seg fra det konvensjonelle historiefaget: historiebruk er ikke empiri, men derimot bruken av empiri. Derav er det ikke fortidens oppfatninger som står i fokus, men oppfatningen av oppfatningene.⁵ På grunn av dette er det i større grad samtidens oppfatning av historie som er i søkelyset for faget historiebruk.

Faget ser på hvordan fortiden blir brukt: hvordan den formidles, hvem som formidler og til hvilken tid den formidles. Hovedforskjellen mellom historiedidaktikk og historiebruk er vektleggingen av forskjellige kunnskapsområder. Historiebruk undersøker selve bruken, eller fraværet av bruken, av historie. Historiedidaktikk, på sin side, ser på resultatet av bruken. Med dette menes det hvordan brukerne av historie reagerer på møtet med historien, og hvordan dette møtet kan legges til rette.⁶ I denne avhandlingen er det historiebrukens tematikk som står i fokus, og med det hvordan det argumenteres mot nedleggelsen på bakgrunn av retorisk bruk av historisk tematikk. Herunder kommer spørsmål som: på hvilken måte brukes historie i argumentasjonen for og i mot nedleggelse, og hvilke kriterier er tellende i denne type argumentasjon? Vi skal se på forskjellige bruksområder for historie i de neste avsnittene.

Innenfor faget historiebruk finnes det flere grunnbegreper, der to av de viktigste er historiekultur og historiebruk. Historiekultur kommer av de bestanddeler som hjelper samfunnet å binde sammen fortid, nåtid og framtid. Dette kan være kilder, artefakter, ritualer og sedvaner som har historiske referansepunkter. Denne historiekulturen kommer til uttrykk i museer, arkiver, biblioteker - og i privatlivet, gjennom tanker og opptreden.⁷ Når historiekulturen anvendes, blir

⁴ Bøe, Jan Bjarne: *Å lese fortiden: Historiebruk og historiedidaktikk* (Høyskoleforlaget 2006), s. 10.

⁵ Bøe 2006: 16.

⁶ Ibid.: 25.

⁷ Ibid: 17 ff.

historien brukt, ergo: historiebruk. På denne måten benytter man seg av historiebruk for å skape mening, gjennom minnesmerker, høytidsdager og andre markeringer. Bedrifters markedsføring av produkter med historisk kulturell verdi er en annen måte å benytte seg av historiebruk. Eksempler på dette omgir oss i hverdagen, både direkte og mer subtilt. I kjøleskapet har man gjerne birkebeinerskinke, med Nicolai Arbos kjente maleri av birkebeinernes ferd over Dovre på forpakningen. I Stavanger-området har fotballklubben Viking mange supportere. En av sponsorene for denne fotballklubben, Ringnes, produserer et øl som blir markedsført under slagordet "skummende frisk rogalending", og der etiketten proklamerer at ølet har en tradisjon som strekker over mer enn 150 år.

Bruken av historie kan defineres innenfor forskjellige kategorier, der historien blir gitt forskjellige funksjoner. Bøe(2006) stiller opp fem bruksområder for historie: vitenskapelig, eksistensiell, moralsk, ideologisk og ikke-bruk.⁸ Disse bruksområdene blir definert av hvem som bruker dem, og hvilken funksjon de har. Eksempelvis er eksistensiell bruk av historie noe alle foretar seg av ved å bruke hukommelse for å visualisere seg fortiden. Sammen med vitenskapelig historiebruk, som er den akademiske bruken av historie, er eksistensiell historiebruk en svært vanlig form for historiebruk i hverdagen.

Den eksistensielle bruken av historie er med på å gi brukerne forankring i nåtiden, og på å skape forventninger til fremtiden. I denne historiebruken blir gjerne fortidens tradisjoner inkludert, for å skape et samhold med fortiden og se sin egen eksistens på bakgrunn av fortiden. Slektsforskning på privat basis har i Norge blitt svært populært den senere tiden, og tv-programmer som "Hvem tror du at du er?" har høye seertall.⁹ Fenomenet slektsforskning kan sees på som en eksistensiell bruk av historie: man ønsker finne ut hvor man kommer fra, både fordi det er spennende å lete, og fordi man selv får bekreftet de slektstradisjoner man selv er en del av. Enkelt fortalt får man bekreftet sin egen deltakelse i historien, gjennom å dokumentere sine forfedre. På samme måte er også spesielle institusjoner med på å definere fortidens tilknytning til nåtiden. Med sin historiske verdi blir de en del av den historiske livsverden man omgir seg med i hverdagen. De blir orienteringspunkter i nærmiljøet, og er med på å skape et kulturlandskap.¹⁰ I denne avhandlingens tilfelle er Tou Bryggeri et eksempel på denne typen institusjoner.

⁸ Ibid: 20.

⁹ <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/rogaland/1.7477359>

¹⁰ Jensen, Bernard Eric: *Historie – livsverden og fag* (Gyldendal 2004), s. 65.

Gjennom ervervelse av kunnskap og erfaringer fra fortiden skapes det et erfaringsrom. Dette erfaringsrommet er med på å skape forestillinger om hva fremtiden vil bringe, både individuelt sett og kollektivt sett. Eksempler på dette er forestillingen om økonomiske nedgangstider. Folk med erfaring fra den økonomiske krisen på 1980-tallet kunne kjenne seg igjen i opptakten til finanskrisen som startet i 2008 og fortsatt ikke er over. Det som skaper håp og frykt for fremtiden blir definert som en forventningshorisont.¹¹ Denne imaginære horisonten omfatter alle forventninger for fremtiden. Forventningshorisonten er konstant til stede, og forandres kontinuerlig. Den er et hjelpemiddel som kan gi hint om hvordan bestemte prosesser kommer til å utvikle seg, noe som også gjør seg gjeldende i nedleggelsen av Tou Bryggeri. Å undersøke dette fenomenet er relevant for denne avhandlingens tema. Forventningshorisonten i 2003 var ikke nødvendigvis den samme, både på det individuelle og kollektive plan, som den er i 2011. Dette kommer vi nærmere inn på i del 2 og 4.

1.4.2 Retorisk analyse og struktur

Retorikk i bruk er anvendt kommunikasjon, og kan skilles fra lære og teori om retorikk. De klassiske latinske begrepene for disse to anvendelsesområdene er henholdsvis *rhetorica utens* og *rhetorica docens*, retorisk praksis og retorisk lære. Et siste begrep, foreslått lagt til av Jens E. Kjeldsen, er *rhetorica studens*.¹² Dette begrepet kan omsettes til retorisk analyse og kritikk. Samspillet mellom retorisk lære og retorisk analyse og kritikk utgjør et hjelpemiddel som gjør det mulig å fortolke retorisk praksis. I denne avhandlingen befinner den retoriske praksisen seg innenfor et sett av avisartikler og brev fra en gitt periode for sju år siden. Målet for avhandlingen er å se på kildematerialet og finne ut om det har foregått en utvikling i argumentasjonen over tid, og i tilfelle hvordan denne utviklingen kommer til uttrykk. For å kunne analysere kildematerialet og bruke resultatet av analysen til å svare på problemstillingene, må man anvende retorisk teori. Samtidig er ikke dette en språkvitenskapelig avhandling. En historiedidaktisk avhandling innebærer at den baseres på en klart definert historisk dimensjon. Måten jeg velger å gjøre dette på, er å fortolke de retoriske grepene som ble tatt i forhold til tiden de ble fremlagt på. Dette kan relateres til tesen om at argumentasjon som språklig handling kun kan analyseres hvis man tar konteksten handlingen foregår i, med i betraktningen.¹³ På samme måte kan derfor ikke disse argumentene fra

¹¹ Bøe 2006: 18.

¹² Kjeldsen 2004: s. 13 ff.

¹³ Møller Nielsen, Niels: *Argumenter i kontekst. Introduktion til pragmatisk argumentationsanalyse*, (Frederiksberg, 2010) s. 17.

2003 forstås fullt ut hvis man ikke ser på konteksten de ble utspilt i. Denne kontekstbevisstheten har hele tiden ligget i grunnen av analysen. Denne konteksten kan for eksempel være tidsånden. Vi skal senere se at trender i arbeidsledighet og næringspolitikk var avgjørende for hvordan nedleggelsen av Tou Bryggeri ble oppfattet av folk flest, og på hvordan det ble reagert på nedleggelsen.

Retorikk er hensiktsbestemt og virkningsfull kommunikasjon er et utsagn som kan brukes for å utdype retorikkbegrepet.¹⁴ I avhandlingens kildegrunnlag må det derfor finnes bestemte, retoriske grep som er gjort med overlegg for å skape en bestemt og ønsket virkning. På motsatt vis finnes det også retoriske grep som *ikke* får gjennomslag, for eksempel i arbeidsgivers argumentasjon for nedleggelse. Om språket i de fleste andre tilfeller virker på ønsket måte eller ikke, er et annet spørsmål. Jens Kjeldsen bruker en tredelt forklaringsmodell for å vise de forskjellige typene retorisk kommunikasjon. Denne modellen kan også brukes i forhold til argumentasjonsbruk rundt nedleggelsen av Tou Bryggeri:

- ✓ kommunikasjon der aktører henvender seg til bestemte mottakere for å oppnå en bestemt type reaksjon. At aktørene henvender seg på denne måten, har som kriterium at det har oppstått en situasjon som foranlediger at noen kan kommunisere for å skape forandring ved å påvirke bestemte mottakere.
- ✓ kommunikasjon der avsenderen forsøker å påvirke mottakerne ved hjelp av sin egen troverdighet, sakens innhold og gode argumenter, i tillegg til en funksjonell, bevegende og overbevisende utforming av uttrykket.
- ✓ kommunikasjon som tar hensyn til mottakernes følelser, karaktertrekk og posisjoner for å overbevise.¹⁵

Disse tre punktene kan overføres til avhandlingens tema. Det første punktet er grunnlaget for den retoriske situasjonen: det blir i løpet av den aktuelle tidsperioden kjent at Ringnes kan komme til/vil legge ned Tou Bryggeri, av forskjellige årsaker. Ringnes argumenterer for nedleggelsen gjennom aviser. Denne situasjonen ligger som kriterium for at man ønsker å kommunisere et budskap. I løpet av hele tidsperioden henvender forskjellige aktører seg til avisleserne for å oppnå bestemte reaksjoner hos disse. I hovedsak går disse henvendelsene ut på å formidle motstand mot nedleggelse av Tou, selv om også Ringnes er på banen for å argumentere for sitt syn. På denne måten ønsker man å skape forandring (hindre at bryggeriet blir nedlagt), skape reaksjoner (oppildne til boikott), eller argumentere rasjonelt for sin sak (argumentasjonen for nødvendigheten av

¹⁴ Kjeldsen 2004: s. 22.

¹⁵ Kjeldsen 2004: 22 ff.

nedleggelse).

De tre overnevnte punktene er et grunnlag for en retorisk analyse. Som verktøy for min retoriske analyse har jeg valgt å bruke Kenneth Burkes teorier om retorikk som symbolsk handling. Burkes dramatisisme setter retoriske ytringer som symbolsk handling i fokus. Handling er også kjernen i hans pentadiske kritikk, som er dramatismens hovedredskap for fortolkning av språklige ytringer. Burkes pentade inneholder fem elementer: handling, aktør, middel, scene, middel og hensikt. I tillegg til å analysere de retoriske ytringene ved hjelp av pentadisk kritikk, har jeg valgt å gjøre en topisk analyse. Topikken er læren om "felles steder", og går i hovedsak ut på det alltid må ligge enighet til grunn for en debatt. For eksempel kan en debatt om Norge bør søke EU-medlemskap ikke finne sted uten at partene er enige om at det er et demokratisk flertall som bestemmer utfallet ved et eventuelt valg. I en topisk analyse av argumentene som ble benyttet rundt nedleggelsen av Tou Bryggeri kan man finne disse fellesstedene, eller grunnsynspunktene, som er med på å grunnlegge argumentene i seg selv. En videre forklaring over hvordan disse to analysemodellene benyttes i denne avhandlingen finnes i del 4. Med dette er avhandlingens sakskompleks behørlig presentert, og vi beveger oss videre til del 2 og *Fortellingen om Tou*.

2. Fortellingen om Tou

2.1 Historisk bakgrunn

Det er både relevant og nødvendig å vise den lokalhistoriske koblingen mellom Tou Bryggeri og Rogaland. Dels fordi at bryggeriets sterke og årelange forankring i regionen hadde betydning for befolkningens engasjement mot nedlegging, og fordi at Tou Bryggeri og deres produkter representerer tradisjoner og vekker minner i befolkningen. Følelsen av eierskapsforhold til en lokalprodusert merkevare oppstår gjerne over tid, og denne merkevaren kan derfor være en fellesfaktor mellom generasjoner. På denne måten skaper den tradisjoner, som igjen kan være viktige markører for lokale kjennetegn.

I Stavanger-området har man gjennom de par siste hundreårene hatt flere slike merkevarer som ble symboler for regionen. Et eksempel på dette er hermetikkindustrien, som kom for fullt fra slutten av 1800-tallet. Pakking av brisling i hermetikkbokser gav mange arbeidsplasser og var nært knyttet til en viktig primærnæring, fisket langs Rogalandskysten. Brislingen ble pakket i bokser som gjerne ble utstyrt med fargerike papirlogoer. På folkemunne ble disse papirlappene kalt «iddiser», og ble et samlingsobjekt for mange. For Sandnes sin del var sykkelproduksjonen en viktig lokalindustri, som senere var med på å gi byen tilnavnet «Sykkelbyen». Også denne industrien var historisk forankret, med røtter tilbake til slutten av 1800-tallet. Blant de tradisjonsrike industritypene som var med på å sette preg på Rogaland, var også Tou Bryggeri.

2.1.1: Et stavangersk foretak i Ryfylke

Tou Bryggeris historie startet som kjent i 1855. Dette året ble Tou Interesseskab stiftet i Stavanger av sju forretningsmenn fra byen. Startkapitalen var 100.000 spesidaler. Omregnet til dagens pengeverdier utgjorde dette et beløp på nærmere tjue millioner kroner.¹⁶ De sju involverte forretningsmennenes hensikt med foretaket var å etablere mølle- og bryggeridrift på Tau, derav fikk foretaket navnet «Tou». Denne måten å skrive stedsnavnet Tau på, var korrekt etter datidens norske skriftnormer. Forretningen skulle drives fra kontorer i Stavanger.

Tau i Strand var fra historisk av en plass der man hadde kvernet korn ved hjelp av

¹⁶ Lorentzen, R.A: *Aksjeselskapet Tou 1855-1955*. (Aktietykkeriet i Stavanger 1955), s.25.

kvernsteiner helt tilbake til steinalderen. Ved Tauelvens utløp, like ved Tauvågen, fantes det en naturlig skråning i terrenget der vannet fikk nok fart til å drive kvernsteiner. Det var på grunn av dette, og den strategiske posisjonen for frakting av mel og øl med båt som var utslagsgivende for at interesseselskapet valgte Tau som utgangspunkt for å bygge mølle og bryggeri. Den første turbindrevne møllen stod ferdig i 1856, mens byggingen av bryggeriet tok lengre tid. Først i løpet av 1858 kunne bryggingen ta til, og tidlig på året 1859 kunne man for første gang se averteringer for øl fra Tou Bryggeri i Stavangers aviser.¹⁷

Fra gammelt av ble øl produsert i såkalte brygghus, som var tilknyttet vanlige gårder. Å brygge øl var frem til midten av 1800-tallet et privatforetak, og det fantes mange utsalgs plasser i de norske byene. I Stavanger fantes det i 1850 kun ett bryggeri av en viss størrelse, og dette bryggeriet lå på Hillevåg. Opphavet til dette bryggeriet er ukjent, men mest sannsynlig hadde det utviklet seg fra å være et vanlig brygghus til å bli et større foretak. Rundt 1840 hadde dette bryggeriet såpass stor produksjon at det var mulig for eieren, Anne Marie Køhler, å drive et utsalg i Nygaten i Stavanger sentrum.¹⁸ Bryggeriet på Hillevåg eksisterte sammen med Tou Bryggeri i en kort periode, men driften opphørte i 1866. Fra da av var Tou Bryggeri det eneste industri bryggeriet i området, og vant stadig større deler av markedet frem mot århundreskiftet. Bryggeriet var den mest lønnsomme delen av industriforetaket på Tau. Samtidig som årene gikk, ble produksjonsutstyret ofte byttet ut med nyere og mer moderne anretninger. Bryggeridriften på Tau fulgte på alle måter med i tiden, og tok til seg impulser på kontinentet. På denne måten opprettholdt man et inntrykk av en bedrift som var moderne, til enhver tid.

Rundt møllen og bryggeriet vokste det nærmest fram et lite samfunn i seg selv. Mange av arbeiderne, både strandbuer og folk fra området rundt, bodde i arbeiderboliger i området som hørte til bedriften. Tou Interessenteselskab ordnet det slik at markene rundt mølle og bryggeri ble regulert for jordbruksdrift. Her holdt man dyr og dyrket i hovedsak havre. I 1864 fikk man innredet en skolestue i arbeiderboligen, mens et eget separat skolehus for de ansattes barn stod ferdig i 1876.¹⁹

Om Tou Brug, som var navnet på bedriften, bidro mye for sine ansatte, var bidragene til lokalsamfunnet i sin helhet også betydelige. Blant annet ble det bidratt til å lage en skikkelig vei mellom Tau og Strand prestegård. Innenfor samferdsel skulle Tou spille en viktig rolle. I 1875

¹⁷ Lorentzen 1955: 28.

¹⁸ Ibid: 23.

¹⁹ Ibid: 45.

investerte Interessentselskapet i en dampbåt som enkelt og greit fikk navnet «Tou».²⁰ Etterspørsel og produksjon hadde blitt større, og de frakteskutene man tidligere hadde brukt ble for små. Hovedoppgaven til det nye dampskipet var naturligvis å frakte øl og mel til Stavanger. I tillegg ble skipet den viktigste båtforbindelsen mellom Tau og Stavanger for folk flest, noe som skulle vare i mange år. På bysiden investerte selskapet i eiendommer, som blant annet ble brukt til pakkhus.

2.1.2: Aksjeselskapet Tou – større økonomiske rammer

Det neste store spranget i historien om Tou Brug inntraff i 1890. Dette året ble strukturen i selskapet endret: fra å være et interessentselskap ble Tou fra da av hetende Aktieselskapet Tou. Som følge av en langvarig økonomisk krise i Rogaland på 1880-tallet, innså de sju forretningsmennene i styret at de ikke greide å holde selskapet flytende for egen kapital. Tou Interessentskab ble satt under administrasjon. Administrasjonsstyret som ble satt på saken, jobbet for at bedriften ikke skulle forsvinne fra regionen. Løsningen ble å etablere et aksjeselskap, og utenforstående ble invitert til å kjøpe aksjer i Tou Brug. Aksjekapitalen ble satt til 425.000 kroner, samt at det ble satt av 50.000 kroner til driftskapital.²¹ Aksjene, prissatt til 1000 kroner stykket, ble raskt solgt unna. Et årlig utbytte på 10 prosent til aksjonærene ble det vanlige fra begynnelsen av 1900-tallet.

1890-årene markerte også en dreining i den statlige alkohollovgivningen. Ved oppstarten av Tou i 1855 var beskatningen av alkoholholdig drikke praktisk talt ikke-eksisterende. Avgiften på malt, et viktig råstoff i produksjonen av øl, ble introdusert i 1857. Dette året lå avgiften på 4 øre per kilo. I løpet av 1896 hadde den utgiften blitt tidoblet, og lå da på 37,1 øre per kilo. Bare i løpet av årene mellom 1894 og 1896 hadde avgiften økt med 20 øre.²² Bryggerienes tilsvær på de kraftige økningene var å etablere Norsk Bryggeriforening i 1894. Gjennom foreningen ble bryggeriene enige om å øke prisene på øl betraktelig, for å jevne ut de økonomiske tapene som følge av den høye beskatningen på malt.

Også i forhold til omsetningen av øl skjedde det forandringer frem mot århundreskiftet. Som følge av en lov av 1884 ble det gitt kommunestyrene rett til å bestemme antallet skjenkesteder. Dette gjorde at det kunne bli vanskeligere å få lov til å selge øl, uavhengig av utsalgets størrelse. Disse restriksjonene gjorde allikevel ikke store utslag i Stavanger isolert sett, og dermed ble ikke bryggeriet på Tau rammet i spesiell grad. Rundt 1890 fantes det rundt 200 plasser i avholdsbyen

²⁰ Lorentzen 1955: 47.

²¹ Ibid: 57.

²² Ibid: 69.

Stavanger hvor man hadde mulighet til å kjøpe øl.²³ Selv om den tidlige restriksjonslovgivningen ikke betydde nedgang for Tou Bryggeri, hadde de økte ølprisene gjort at omsetningen hadde sunket. Først fra 1897 tok salget seg opp igjen, men ikke fullt til gamle høyder.

2.1.3: Fra Tau til Stavanger

Det nye århundret markerte begynnelsen på flere store forandringer hos Tou Bryggeri. I 1903 fikk man installert elektrisk strøm i mølle- og bryggerianlegget. I en tid der de færreste hadde innlagt strøm i husene, ble de fleste fascinerte av det store anlegget på Tau. Fra bysiden kunne man se kraftige lys både dag og natt. I 1905 ble det feiret 50-årsjubileum hos Tou, med stor staffasje og prakt. Invitert til festen var 160 gjester, hvor blant annet ordførere fra Stavanger og Strand, presserepresentanter og andre bryggerieiere var inkludert.. Stavangers ordfører, Hans L. Falck, kom i sin tale med en appell:

«Tou er i ganske særlig grad et stavangersk foretagende, og mange er penger som selskapet i årenes løp nedlegger i byen og distriktet i form av arbeidspenger og skatter. En slik bedrift er et gode, og derfor fortjener den ikke bare vår sympati, men den fortjener også å støttes i sin gjerning. Jeg har ved en tidligere anledning tillatt meg å uttale at man bør kjøpe norske varer, men jeg tilføyde til Stavangers publikum: Kjøp Stavangers varer først og fremst, og jeg gjentar disse ordene her, for jeg anser dem for berettiget. Vi skal huske på, at det er godt å stå på egne ben. Jeg foreslår en skål for Aktieselskabet Tou, ønsker det fortsatt fremgang og trivsel, ikke alene til gavn for det selv og dets aksjonærer, men også for den by og det distrikt hvor det virker. Og denne skål, mine herrer, drikker vi ikke i fransk vin men i Tou øl.»²⁴

Ordfører Falck vektla med andre ord at man burde støtte opp om Tou og kjøpe produkter fra bedriften, på bakgrunn av dens lokale forankring. Selv om Aktieselskabet Tou produserte både melprodukter og øl, ble bryggeriproduksjonen vektlagt i appellen. Dette forteller noe implisitt om ølets viktighet i vanlige folks liv. Øl er et nytelsesmiddel, og når det i tillegg er lokalt produsert skal man støtte opp om det. To år senere, i 1907, skjedde det neste spranget i bryggeriets historie. Siden 1899 hadde Tou hatt en konkurrent i Stavanger, kalt Stavanger Aktiebryggeri. Dette bryggeriet var lokalisert i Lervig i Stavangers østre bydel.

2.1.4: Bryggeridrift gjennom to verdenskriger og frem mot årtusenskiftet

²³ Lorentzen 1955: 71.

²⁴ Ibid: s. 81.

Etter tidsmessig standard var bryggeriet i Lervig meget moderne, og det gikk tålig godt økonomisk. Allikevel hadde Tou en fordel over konkurrenten: bryggeriet på Tau hadde i løpet av de foregående femti årene blitt nedbetalt, og aksjonærene satt med et vesentlig høyere årlig utbytte. I tillegg var ikke markedet i Stavanger-området stort nok til å huse to bryggerier. Derfor kom direksjonen i Tou med et forslag til sin konkurrent i Stavanger: at Stavanger Aktiebryggeri skulle legges inn under Aktieselskapet Tou. Som godtgjørelse skulle aksjonærene i Stavanger Aktiebryggeri få en aksje i Tou og 25 kroner kontant hver.²⁵ Prisen Tou måtte betale for bryggeriet i Stavanger ble, etter harde forhandlinger, satt til 325.000 kroner. Produksjonen fortsatte ved begge bryggerier enda en stund til, men spørsmålet om rasjonalisering av bedriften vedvarte. Eventuelle oppgraderinger av brygge- og tappeanlegg ved bryggeriene ble fokusert mot bryggeriet i Stavanger.

Utstyret som ble byttet ut her, ble ofte plassert i bryggeriet på Tau. Nye lagerkjellere ble bygget i Lervig i 1912, i 1914 ble nytt utstyr til produksjon av vørterøl installert.²⁶ Som følge av 1.verdenskrig og innskrenkninger på kornimport, ble kravet om rasjonalisering fremskyndet. Det ble på bakgrunn av kornrestriksjonene ikke lov å brygge sterkøl, noe som medførte at omsetningen fikk et tilbakefall. Derfor ble arbeiderne i bryggeriet på Tau oppsagt 30.april 1918, og bryggeriet ble «foreløbig» nedlagt.²⁷ I realiteten ble bryggeridriften på Tau nedlagt for godt, selv om man i flere år etterpå brygget øl i Lervig med malt som var foredlet på Tau. Selskapet jobbet hardt for at de oppsagte arbeiderne skulle få jordbruksjord på anleggets eiendom, i tillegg til at noen ble tilbudt jobber på hovedbryggeriet i Stavanger. Til tross for høyere ølpriser som følge av økt avgiftspolitik, tok ølomsetningen seg opp like 1.verdenskrig. 1920-årene var i Tou Bryggeris historie ensbetydende med modernisering av anlegget og økte inntekter. Samtidig motarbeidet staten bryggerinæringen ved å skjerpe bevillingslovene, slik at antallet skjenkesteder sank ytterligere. I 1927 tilbød selskapet seg til og med å stille en million kroner til disposisjon for et nytt vannverk i Stavanger.

Vanntilgangen i byen var på denne tiden dårlig, og det ville selskapet være med og bøte på. Bryggeriet stilte et premiss for gaven, og det var at kommunen skulle utstede 15 nye skjenkebevillinger i byen.²⁸ Kommunen kunne ikke godta dette forslaget, og det nye vannverket ved Stokkavannet forble på tankestadiet. Dette spesifikke tilfellet av vilje til å investere i byen viste likevel hvilken posisjon bryggeriet stod i, både økonomisk og kulturelt. I årene fremover mot

²⁵ Lorentzen 1955: 92.

²⁶ Ibid: 99.

²⁷ Ibid: 115.

²⁸ Ibid: 125 ff.

2.verdenskrig opplevde bryggeriet en stadig økning av formuen, og aksjeutbyttet lå jevnt over mellom ti og åtte prosent.²⁹ Bryggeriet produserte flere typer øl, og hadde i tillegg opparbeidet en større mineralvannsproduksjon. Utvalget av drikkevarer omfattet dermed alle aldersgrupper, og sortimentet inneholdt alt fra sterkøl til saft. I 1935 ble det av Bryggeriforeningen utarbeidet en avtale som gjorde det slutt på slutt på konkurrerende salgsvirksomhet mellom bryggeriene. Dette innebar at hvert bryggeri fikk jobbe i fred innenfor sitt naturlige salgsområde, uforstyrret av konkurrenter utenbys fra. Dermed kom nært opptil alle inntekter fra ølsalg i Rogaland Tou til gode. Det var fortsatt mulig å få tak i ølsorter fra andre bryggerier, men dette kunne bare gjøres gjennom spesialbestillinger. Ølkartellet i Norge forble gjeldende helt frem til 1987, og var sterkt medvirkende til at lokale bryggerier opparbeidet en kulturell tilknytning til sine respektive regioner.

Krigsårene bød på utfordringer for de fleste bedrifter i regionen. Hos Tou Bryggeri ble derimot produksjonen av de fleste øltyper økt kraftig. Dette kom ikke av at folk flest fikk økt kjøpekraft, men at de tyske okkupantene skulle ha store mengder bayerøl. Den store økningen i årene 1940-45 var dermed av kunstig art, og omsetningen gikk like etter krigen ned og stabiliserte seg på et nivå lignende det man hadde opplevd i førkrigsårene. Fra midten av 1950-årene, etter flere år med etterkrigens rasjonering, tok etterspørselen etter øl og mineralvann seg kraftig opp etter hvert som folk fikk bedre kjøpekraft. Denne utviklingen var med på å fremskynde en ny beslutning: Tou Bryggeri måtte ha nye og moderne produksjonslokaler. Det nye bryggeriets plass ble pekt ut på Forus utenfor Stavanger, og lokalene stod klare i 1973. Bryggeriet i Lervig ble anvendt i deler av produksjonen helt frem til 1987, da det ble lagt ned. Dette nye hamskiftet innledet bryggeriets siste periode som eget selskap, og i 1990 solgte aksjeholderne seg ut til Ringnes A/S.³⁰ For første gang var Tou Bryggeri overtatt av et konsern som ikke var av lokal karakter.

²⁹ Lorentzen 1955: reg.

³⁰ <http://www.ringnes.no/omringnes/historie/Sider/Frabryggeritilkonsern.aspx>.

2.2 Veien mot nedleggelse – sakens bakgrunn

*«Intet bryggeri, ingen by!»
«Støtt Tou, kjøp Tou, drikk Tou»*

– fra 1. mai-parolene 01.05.2003

2.2.1: Rykter om nedleggelse

I 2000 fusjonerte Ringnes, den gang Pripps Ringnes, med storkonsernet Carlsberg Breweries. Den innbyrdes aksjefordelingen var i 2003 60-40 i fordel Carlsberg.³¹ Det var altså i dette konsernet at Tou skulle komme til å spille en rolle som et regionalt bryggeri underlagt Ringnes og Carlsberg. Selve tanken om å kutte ut produksjonen i ett eller flere av de mindre regionale bryggeriene i Norge har mest sannsynligvis oppstått i siste halvdel av 2002/begynnelsen av 2003, da årsregnskapene begynte å komme på plass. I disse fant man rom for økonomiske innsparingsmetoder.

Metoden som ble foretrukket, og som fant sin vei ut i media i februar 2003, var å kutte ned på antallet ansatte ved ett eller to av de lokale bryggeriene som Ringnes hadde kontroll over i Norge. Man hadde kommet fram til at det var overkapasitet innenfor bryggeribransjen i Norge. Tanken med dette var å flytte deler av produksjonen til det moderne anlegget ved Gjelleråsen utenfor Oslo. De aktuelle kandidatene som pekte seg ut var Tou Bryggerier i Stavanger, E.C.Dahls i Trondheim og Arendals Bryggerier i Arendal. Samme tid som saken ble sluppet i media, var de ansatte ved de nevnte bryggeriene blitt informert om hva som kunne komme til å skje.

Fortsatt var ingenting klart med tanke på hvilke bryggeri(er) som måtte seg seg nødt til å kutte i staben, men et hovedmoment stod allerede frem som en viktig faktor i spørsmålet om redusering av den samlede arbeidsstyrken innenfor Ringnes: produksjonen av boksøl. På denne tiden hadde boksøl en stadig større andel av den samlede ølomsætningen i Norge, en voksende trend de siste 10-15 årene. Av de tre bryggerialternativene var det bare E.C.Dahls som hadde de nødvendige installasjonene for å tappe øl på boks. Boksøl av merket Tou ble allerede produsert på anlegget på Gjelleråsen. Tou og Arendals var dermed allerede fra eliminasjonsprosessens begynnelse de to mest utsatte bryggeriene. En annen, og ikke uvesentlig faktor på denne tiden, var

³¹ <http://www.ringnes.no/omringnes/historie/Sider/Frabryggeritilkonsern.aspx> .

den nært forestående etableringen av den tyske dagligvarekjeden Lidl. Ringnes var redde for at folk skulle foretrekke billig tysk øl, og dermed helt eller delvis utkonkurrere lokale ølsorter fra markedet. I ettertid kan man se at dette var en relativt ubegrunnet frykt, da Lidl noen år senere forsvant ut av det norske markedet. En tredje faktor i regnestykket var de store butikkjedenes ønske om å overta distribusjonen av drikkevarer selv, for så å hoppe over bryggerienes rolle i denne distribusjonen.³² Den siste trusselen mot Tou kom fra Stortinget. Her var det snakk om å fjerne avgiften på engangsflasker, noe som ville bety mange tapte arbeidsplasser på bryggeriets flaskesorteringsavdeling. Oppsummert kan en, i tillegg til overkapasitet i norske bryggerier, si at det fantes fire faktorer som truet Tou Bryggeri:

- ✓ den manglende muligheten til å produsere boksøl på Forus, kombinert med det moderne anlegget på Gjelleråsen som allerede produserte Tou-øl på boks.
- ✓ etableringen av dagligvarekjeden Lidl.
- ✓ butikkjedenes ønske om å overta distribusjonen av drikkevarer selv.
- ✓ et eventuelt vedtak i Stortinget om å fjerne avgiften på engangsflasker.

Dette var hovedfokuset for debatten i avisene i februar og mars 2003. Mens landsdekkende aviser som for eksempel Dagbladet naturlig nok hadde lagt sitt standpunkt opp mot å være mest mulig nøytral i sin beskrivelse av utvelgesesprosessen, valgte lokalavisene i Stavanger å kjøre opposisjon mot Ringnes omtrent fra første stund. Oppfordringen i Stavanger Aftenblad til rogalendingene var klar: kjøp Tou-øl på flaske, la boksene forbli i butikkhyllene.³³ På denne måten skulle man hjelpe Tou Bryggeri å tjene penger på øl som var både brygget og tappet i Stavanger. Dessuten kom miljøargumentet på banen; det var dårlig miljøpolitisk business å brygge øl i Stavanger, sende det til Østlandet for tapping på boks, for så å sende det tilbake til Stavanger igjen. Miljøargumentet mot nedleggelse ble senere en kampsak, spesielt på Stortinget.

2.2.2: Engasjementet brer seg

I begynnelsen av mars 2003 kom ordfører Leif Johan Sevland med en bekymringsmelding, og ønsket å møte ledelsen ved Ringnes. «Tou har gjennom mer enn 100 år vært en viktig bedrift i

³² Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 15.02.2003. Asgeir Lode. Seksjon: Nyheter. Side: 9.

³³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 17.02.2003. Arild I.Olsson. Seksjon: Stavanger Bysia Drøset. Side: 40.

Stavanger. Tou er et sterkt varemerke her i Rogaland og bedriften er viktig i regionens matsatsing»³⁴, var noe av det han uttrykte i et brev til Ringnes. Det Sevland her vektlegger, er Tou's kontinuitet i Stavangers bedriftsøkonomiske historie, og den kulturelle kapitalen merkevaren har bygget opp gjennom sin eksistens. Dette er også et vesentlig punkt som vi skal komme inn på ved en senere anledning.

Det neste viktige holdepunktet i veien mot nedleggelsen var Ringnes' beslutning om å utsette tidspunktet for når vedtaket skulle tas, og hvilket alternativ som skulle velges. I utgangspunktet skulle denne beslutningen tas 1.mai, men datoen ble flyttet til 4.juni. Som det framgår i Aftenbladet, jobbet man i april med sju alternative løsninger på omstruktureringen.³⁵ Av disse sju alternativene var Tou inkludert bare i tre. Det var på dette tidspunktet at folk flest begynte å ane hvilken vei det gikk: om ikke mot full nedleggelse, så i hvert fall delvis. Ryktene på denne tiden ville ha det til at 70 av 170 arbeidsplasser skulle legges ned. 26.april kunne Aftenbladet melde at Arbeiderpartiet hadde valgt å være med i kampen mot full eller delvis nedleggelse av bryggeriet. Lokale partipolitikere, med Odd Kristian Reme i spissen, argumenterte mot Ringnes' økonomiske grunner til å flytte produksjonen til Gjelleråsen. Blant annet ble Tou-ølets markedsandel på 90 % i utelivet i Stavanger fremhevet, og storkundenes eventuelle motvilje til å handle øl fra Ringnes hvis Tou skulle forsvinne fra lokale hender.³⁶ Dessuten var Arbeiderpartiet i Stavanger villig til å jobbe mot fjerningen av avgift på engangsflasker.³⁷

Den neste store mobiliseringen skjedde under 1.mai-markeringen markeringen i Stavanger. I dagene i forkant hadde de ansatte ved Tou fått beskjed om at antallet omstrukturingsalternativer var kuttet ned fra sju til tre, og at Tou kun var inkludert i ett av disse. 1. mai-toget fikk dermed et ekstra emosjonelt preg for bryggeriarbeiderne. Alle stilte opp i arbeidsuniform, med teip over Ringnes-logoen på brystet. Et av slagordene på parolene var «Intet bryggeri, ingen by!».³⁸ Dette utspillet henspeilte den følte sammenhengen mellom øl og kultur, og den følte kulturelle nødvendigheten for en by å ha sitt eget bryggeri. Det var også dette flere av byens store ute- og restaurantlivsledere uttrykte noen dager senere. Ståle Mørch, Lauritz W. Hansen og Øyvind Ekeland fra henholdsvis Dickens, Hansenhjørnet og Beverly la vekt på at «en by uten bryggeri er ingen

³⁴ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 04.03.2003. Seksjon: Stavanger. Side: 20.

³⁵ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 26.04.2003. Harald Maaland. Seksjon: Stavanger. Side: 32.

³⁶ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.05.2003. Ludvig Lorentzen. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

³⁷ Her må man huske på at AP var i opposisjon i 2003. Den sittende regjeringen på dette tidspunktet var en borgerlig koalisjonsregjering bestående av Høyre, Krf og Venstre. I Stavanger var det Høyre, på samme måte som i dag, som var det største partiet.

³⁸ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 02.05.2003. Elisabeth Bie. Seksjon: Nyheter. Side: 25.

ordentlig by»³⁹, altså nærmest likt formulert som på parolene under 1.mai. Alle mente at hvis nedleggelsen ble vedtatt, var det store sjanser for at man ville prøve å forhandle frem nye avtaler med andre distributører som ikke inkluderte Ringnes. Hansen la her vekt på at den daværende distribusjonsavtalen var tuftet på at «produksjon med tilhørende kompetanse er lokalt basert».⁴⁰

Mai måned var i det hele tatt den perioden der folks motstand mot nedleggelsen tok opp større spalteplass enn tidligere. Dette gjaldt både i form av leserinnlegg, utspill fra politikere og gjennom meningsmålinger og forbrukerundersøkelser. Det viste seg at rogalendingene, og da især folk fra Stavanger, virkelig hadde fått med seg hva som var i ferd med å skje på Tou Bryggeri. «Dragkampen om Tou gjelder kulturen vår», mente Sigmund Melberg, lokalt medlem av Norske Ølvenners Landsforbund (Norøl). «Øl fra Tou er kultur og tradisjon. Dessuten finner vi oss ikke i at enda flere arbeidsplasser legges ned. Det får holde med reduksjonene på Rosenberg og utflaggingen av Kverneland Nærbø»⁴¹, fortsatte han videre. 13. mai kunne man lese at 1 av 3 rogalendinger viste seg villig til å boikotte Ringnes hvis nedleggelsen ble et faktum. Viljen til boikott var høyest blant menn og de over 40 år. «Tallene viser at rogalendingen slår ring rundt Tou-ølet. Det er veldig kjekt at folk bakker oss opp på denne måten»⁴², var klubbleder Inge Rønnebergs kommentar da resultatet av spørreundersøkelsen kom frem. Noen dager tidligere, den 9. mai, hadde et annet resultat av rogalendingenes vilje til å støtte bryggeriet sitt blitt offentliggjort i media.

Salget av Tou-øl på flaske i april måned hadde eksplodert i forhold til samme periode året før, med en økning på 83 prosent. På den andre siden hadde salget av Tou på boks sunket med 20 prosent, noe som kanskje ikke virket voldsomt i og for seg. Men hvis man tar med i beregningen at påsken falt i april dette året og at salget dermed burde ha ligget 30-40 prosent over normalen, blir bildet annerledes.⁴³ Rask hoderegning viser at den reelle nedgangen for boksølet denne måneden dermed var på nærmere 60 prosent. Dermed hadde rogalendingene svart på oppfordringene fra tidligere måneder om drikke sitt lokale øl på flaske, og ikke boks.

³⁹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.05.2003. Ludvig Lorentzen. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

⁴⁰ Ibid.

⁴¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 08.05.2003. Ludvig Lorentzen|Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

⁴² Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 13.05.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Nyheter. Side: 2.

⁴³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 09.05.2003. Ludvig Lorentzen. Seksjon: Nyheter. Side: 4.

2.2.3: Ryktene intensiveres

Vi må videre til 20. mai for å finne den neste milepælen i veien mot undergangen for Tou bryggeri. Dagens Næringsliv kunne denne dagen gjennom sikre kilder melde at utvelgelsesprosessen hadde kommet et steg lenger, og at Ringnes nå hadde rangert de tre bryggeriene i en såkalt «dødsliste». Her stod Tou øverst, med Arendals som nummer to og E.C.Dahls som nummer tre.⁴⁴ Selv om Tou hadde drevet med solid overskudd i årene opp mot 2003, var det en spesiell faktor som talte for at det var riktig å legge bedriften ned: bryggeritomten på Forus var ansett som spesielt verdifull. Det ble spekulert i summer opp mot 70-80 millioner kroner. Dagen etter malte Stavanger Aftenbladet et blodrødt budskap til siddisene: «Slakteplanen klar for Tou: Ringnes-konsernet har i hemmelighet kommet opp med en ny plan for Tou. Den skaper frykt og raseri. Omdanning til «terminal» vil sannsynligvis utradere 150 av 170 arbeidsplasser i Stavangerbryggeriet.»⁴⁵ Situasjonen hadde utartet seg. Der det tidligere hadde vært snakk om å legge ned omtrent 70 av 170 arbeidsplasser, var planen nå å strippe hele bedriften ned til en distribusjonsterminal. Dermed ville de få gjenværende arbeidsplassene bli besatt av sjåfører og servicefolk innen distribusjon av Ringnes-produkter. Alle arbeidsplassene ved produksjon og flaskevaskeri ville forsvinne; man begynte å bruke uttrykket «bedriftsslakt» om situasjonen ved Tou Bryggeri. Klubbleder Inge Rønneberg kommenterte samme dag: «Det forslaget som ledelsen nå kommer med, innebærer en fullstendig rasering av Tou Bryggeri. Tou vil bli en lasterampe med et fåtall ansatte, ikke et lokalt bryggeri og en trygg arbeidsplass (...) Dette er å likvidere og slakte en lønnsom, lokal arbeidsplass. Vi ofres på den ufølsomme turbokapitalismens alter.»⁴⁶ Om ledelsen ved Carlsberg Breweries i Danmark, som satt med det overordnede ansvaret, hadde Rønneberg dette å si: «Disse folkene vet knapt nok hvor Stavanger er. Dette provoserer meg som rogalending, ikke bare som Touansatt. Både i Oslo og i København kombinerer de uvitenhet med arroganse. Det er den verste kombinasjonen av alt.»⁴⁷

Det gikk tydelig frem at dette var en kamp mellom storkapitalen på den ene siden, og lokalpatriotisme og lokalsolidaritet på den andre. Derfor reiste en delegasjon fra de tre norske bryggeriene til København for å fronte sin sak, og for å gi den norske bryggeristrukturen et ansikt

⁴⁴ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 20.05.2003. Ida Grieg Riisnæs, OSLO Side: 7.

⁴⁵ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 21.05.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Nyheter. Side: 8.

⁴⁶ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 21.05.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Nyheter. Side: 8.

⁴⁷ Ibid.

utad. Med seg hadde de en delegasjon fra de regionale LO-kontorene i Trondheim, Stavanger og Arendal.⁴⁸ LO-leder Gerd-Liv Valla uttrykte sin støtte til arbeiderne ved de tre bryggeriene, i tillegg til å rette sterk kritikk mot Ringnes: «Det er helt uakseptabelt med det store overskuddet Ringnes har at selskapet legger ned bryggerier. Vi støtter fullt ut de ansattes kamp for å opprettholde arbeidsplassene. Tall viser også at det er helt marginale gevinster å hente ved nedleggelse».⁴⁹ I årregnskapet for Ringnes viste det seg at selskapet hadde gått 362 millioner kroner i overskudd, i motsetning til de budsjetterte 287 millionene.

Samtidig som bryggeriarbeiderne reiste til Danmark, raste debatten i de lokale avisene. Spesielt på Stavanger Aftenblads nettsider haglet meldingene inn, og hovedtemaet var spørsmålet om boikott av Ringnes. Mange var fast bestemt på å ikke ha noe mer med bryggerigiganten å gjøre, mens andre foreslo alternative løsninger: «Boikott er ingen løsning, ta heller opp konkurransen! Med det fagpersonell som finnes i bryggeriet, burde det la seg gjøre å stable på beina et lokalt bryggeri. Dette er en trend som har vist seg å være suksessfull en rekke steder i verden. Det største problemet blir sannsynligvis å kunne oppnå rammebetingelser og lisenser fra myndighetene. Sett i gang, så skal vi kjøpe produktene deres!».⁵⁰ Det som er sikkert, var at stemningen i slutten av mai var på vei mot bristepunktet.

Selv om prosessens utfall uunnvikelig så ut til å ende med nedleggelse for Tou, nektet folk å gi opp kampen. Alternative løsninger og virkemidler kom på banen. Bjarne Uldal, fra selskapet Melvær og Lien Idè-entreprenør, la frem forslaget om å undersøke TRIPS-regelverket for å se om Tou kunne være en beskyttet merkevare. TRIPS (Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights) er et EU-regulert regelverk som tar sikte på å beskytte varer og merker som kan være spesielle på grunn av geografisk opphav. Blant annet ble ølmerket Newcastle Brown Ale, som alltid har vært uløselig knyttet til byen Newcastle, reddet av dette regelverket da investorer ønsket å flytte bryggeriet til en annen del av England.⁵¹

Tanken var derfor at regelverket dermed kunne brukes i Tou Bryggeris situasjon; om ikke å forhindre nedleggelse så i hvert fall utsette den eller minimere skadeomfanget. For det første var Tou historisk sett knyttet til stedsnavnet Tau. For det andre var kildene til at Tou virkelig var knyttet til Rogaland åpenbare i slagordene som Ringnes utstyret Tou-ølets emballasje med: «Tou har

⁴⁸ Dagsavisen Morgen. Publisert på trykk 24.05.2003. Kjell-Erik Kallset og Rolf Ivar Svensli. Seksjon: Sak. Side: 12.

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 22.05.2003. Seksjon: Økonomi. Side: 6.

⁵¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 22.05.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Økonomi. Side: 6.

brygget øl for rogalendinger siden 1885», «tilpasset den rogalandske gane» og «skummende frisk rogalending».⁵² Hvis disse argumentene om at Tou ikke kunne flyttes fra Rogaland, kunne nedleggelsen som Ringnes på dette stadiet praktisk talt hadde vedtatt, være ulovlig. Derfor ble saken ble videreført til LO for juridisk gjennomgang.

23.mai kjørte Aftenbladet et lengre intervju i sitt Pluss-magasin med blant annet bryggeriarbeider Per Westbye. I den anledningen hadde Aftenbladet blitt med Westbye på bryggeriets nattskift. Her fikk leseren innblikk i flere aspekter av det å jobbe ved Tou Bryggeri på denne tiden: både hvordan en arbeidsdag kan fortone seg på et bryggeri, og hva arbeiderne der tenkte om den nærmest uunngåelige nedleggelsen. Westbye har nok ikke blitt valgt som hovedobjekt i intervjuet uten grunn, med sin 38 år lange erfaring fra Tou. Hans uttalelse «en by med respekt for seg selv skal ha et godt fotballag, en katedral og et bryggeri»⁵³ har blitt brukt senere, i nesten nøyaktig samme form, i Lervig Aktiebryggeri sin markedsføring.⁵⁴ Utenom Westbye, fikk Aftenbladet snakke med blant annet Håvard Hommeland. Han var ett av sju medlemmer i klubben «Tou Men Forever», der alle medlemmene hadde tatovert inn den umiskjennelige Tou-kelneren på overarmen. Hommeland hadde sin egen beskrivelse av Ringnes og reaksjonene fra folk flest:

«Ringnes er blitt et skjellsord, de driter i kultur og lokal tilhørighet (...) Ringnes har undervurdert rogalendingen. Normalt finner vi vestlendinger oss i det meste. Ikke kødd med ølet vårt, sier vi nå. En stund havnet vår situasjon i skyggen av Rosenberg og Kverneland. Folk kan ikke godt kjøpe en plog eller bygge en båt i sympati, men de kan gå i butikken og kjøpe ei flaske. Og i april økte salget av Tou-pils på glassflasker med 83 %. Jeg har kamerater som merkelig nok aldri har rørt Tou. Nå kommer de med Tou på flaske (...)»⁵⁵

Mai ebbet ut med at Stortinget, nærmere bestemt SV, viste sin interesse for det som kunne komme til å skje i Stavanger. SV har historisk sett vært et parti for miljøpolitikk, og det var også dette Hallgeir Langeland fokuserte hardest på da han uttalte seg: «Et enkelt regnestykke på grunnlag av salgstall viser at det vil behøves 24 vogntog hver dag for å fylle opp butikker og utesteder i Stavangerregionen. (...) Det er nesten 1200 kilometer fram og tilbake til Oslo fra Stavanger. Altså vil vogntogene kjøre nesten 30.000 kilometer per rundtur. Ringnes legger opp til en formidabel økning i dieselforbruket sitt. Det er stikk i strid med de miljømessige forpliktelsene Norge har tatt på seg, og jeg går ut fra at Stortinget vil spørre seg hva dette bør ha å si for avgiftsnivået».⁵⁶

⁵² Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 22.05.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Økonomi. Side: 6.

⁵³ Stavanger Aftenblad Pluss. Publisert på trykk 23.05.2003. Tommas Torgersen Skretting. Seksjon: Pluss. Side: 10.

⁵⁴ «En by med respekt for seg selv har et fotballag i den øverste divisjonen, domkirke og eget bryggeri».

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 28.05.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Stavanger. Side: 26.

Det var dermed SV som på Stortingets vegner brakte miljø-argumentet mot nedleggelse på banen for alvor, en knapp uke før avgjørelsen om de tre bryggerienes skjebne skulle fattes. Da mai omsider gikk over i juni hadde en rekke argumenter mot nedleggelsen blitt ytret gjennom media i løpet av de foregående ukene. Disse argumentene skal vi gå næyere gjennom i avhandlingens del 3. For ordens skyld kan vi dele argumentene inn i disse kategoriene:

- ✓ Kulturelle argumenter
- ✓ Økonomiske argumenter
- ✓ Arbeidersolidariske argumenter
- ✓ Miljøargumenter
- ✓ Støtteargumenter

2.3 Nedleggelse – aksjon og boikott

«Våre verste antakelser er bekreftet»

«Dette er turbokapitalisme av verste sort»

– Inge Rønneberg

2.3.1: Vedtaket fattes – Tou skal legges ned

Mandag 2.juni ble det offentliggjort gjennom flere aviser at styret i Ringnes hadde anbefalt ledelsen å legge ned Tou.⁵⁷⁵⁸ Selv om denne anbefalingen ikke skulle endelig godkjennes før 4.juni, fikk bryggeriet i praksis dødsdommen to dager i forveien. Nedleggelsesprosessen hadde dermed gått stegvis fra første halvdel av året: fra åtte alternativer, så til tre, før Tou til slutt stod alene. Gjennom prosessen hadde oddsene hele tiden vært i mot Tou. Ringnes sin endelige plan var at bryggeriet på Gjelleråsen skulle fungere som hovedbryggeri sammen med E.C. Dahls i Trondheim, mens Arendals skulle fungere som hjelpebryggeri. Stavanger ville dermed miste et tradisjonsrikt bryggeri, og snart skulle alt Tou-ølet, ikke bare på boks, bli produsert på Østlandet.

Gjennom forrige del av avhandlingen forsøkte jeg å gjenfortelle hvordan rogalendingenes følelser kom til overflaten da truslene om nedleggelse ble kraftigere og kraftigere frem mot sommeren. Om temperaturen hadde vært høy tidligere, skjøt den i taket i løpet av den første uken i juni og utover i sommermånedene.⁵⁹ Lokalavisene fra denne perioden bugner naturlig nok over av saker som omhandler nedleggelsen; omtrent hver eneste dag i juni finnes det artikler fra Stavanger Aftenblad og Rogalands Avis som tar for seg reaksjoner på dette og ting som skjedde i farvannet av saken.

En annen avis som var sterkt engasjert i temaet, og som publiserte mange artikler relatert til det, var Klassekampen. Historisk sett er dette en avis som er sterkt engasjert i arbeidernes sak og kampen mot storkapitalen. Slik sett er det naturlig at avisen dokumenterte en sak der en lønnsom bedrift ble lagt ned, og mange arbeidere mistet jobben. Denne delen er en videreføring av beskrivelsen av reaksjonene på kampen om Tou. Den store hovedforskjellen er at det på dette

⁵⁷ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 02.06.2003. Seksjon: Første. Side: 1.

⁵⁸ NTBtekst. Publisert på trykk 02.05.2003. Seksjon: INN.

⁵⁹ Temperaturen skjøt i taket på både på den ene og den andre måten; sommeren 2003 var sett under ett en av de varmeste somrene målt i Norge noen gang.

tidspunktet i prosessen er vedtatt å legge ned bryggeriet. Trusselbildet som hadde ligget over Rogaland i flere måneder blir en realitet. Hvordan valgte folk å reagere på dette? Hvordan vedkjente man seg tapet av Tou Bryggeri?

Avisartiklene fra 2.juni og noen uker fremover var preget av både uro, avmakt og fortvilelse, men mest av alt sinne. «Våre verste antakelser er bekreftet. Nå er boikotten i gang (...) en arrogant, pøbelaktig og respektløs opptreden fra ledelsen»⁶⁰ var Inge Rønnebergs kommentar samme dag som sjokkbeskjeden kom. «Tou Bryggeri blir slaktet»⁶¹ var overskriften i Aftenbladets hovedartikkel for dagen. I tidlige stadier av prosessen som ledet mot nedleggelsen, har vi sett at det snakk om å ta bort mellom 70 og 100 av arbeidsplassene på Tou. Det som her fikk klubblederen og folk flest til å reagere så kraftig og avisene til å bruke krigstyper, var den nærmest totale utslettelsen som skulle komme til å ta sted. Mellom 110 og 150 av 170 arbeidsplasser skulle vekk, den eneste funksjonen som ville forbli urørt var distribusjonssektoren. Man hadde tidligere hatt en anelse om at dette var et worst case-scenario som kunne komme til å skje, men sjokket var allikevel like kraftig. Ringnes på sin side regnet med å tjene 15-20 millioner kroner på å legge ned Tou.⁶² På Aftenbladets debattsider på nettet var omkvedet «boikott av Ringnes» og «nytt, lokalt bryggeri», og temperaturen var på et høyt nivå.⁶³ Folk benyttet sjansen til å kritisere Ringnes for det man mente var mangel på forståelse for øl og lokal tilhørighet. Arild I. Olsson skrev i sin artikkel om «Kapitalen» dagen etter vedtaket ble fattet at Ringnes vil «(...)frakte oppskriften på Tou-pils til Oslo og lage lokalt Stavanger-øl der. De tar altså med noe som er vårt og flytter verdiene hjem til seg selv.»⁶⁴

Rønnebergs kommentar til Aftenposten Morgen samme dag: «Den sterke markedsposisjonen (*til Ringnes*) bygger på lokale merker. Øl kan sammenlignes med lojaliteten til fotballag. Ringnes gir blaffen i signalene fra markedet, selv om bryggeriene i både Kristiansand og Bergen er klare til å rykke inn her»⁶⁵ LO var ute og advarte Ringnes mot det samme som Rønneberg, nemlig at de midlene som ville bli tjent inn på å legge ned Tou kunne forsvinne som følge av tapte markedsandeler i regioner der det distribuerte ølet ikke har lokal tilhørighet.⁶⁶ Aftenbladets lederartikkel oppfordret folk til å vise forbrukermakt, og vise Ringnes at øl er knyttet til lokal identitet:

⁶⁰ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 02.06.2003. Seksjon: Første. Side: 1.

⁶¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 02.06.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

⁶² Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 03.06.2003.

⁶³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 03.06.2003. Seksjon: Nyheter. Side: 2.

⁶⁴ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 03.06.2003. Arild Inge Olson. Seksjon: Stavanger Bysid. Side: 40.

⁶⁵ Aftenposten Morgen. Publisert på trykk 03.06.2003. Gunnar Kagge. Seksjon: ØKONOMI. Side: 29.

⁶⁶ NTBtekst. Publisert på trykk 03.06.2003. Seksjon: INN.

«Men Tou-saka handlar om meir enn øl. Spørsmålet er om eit internasjonalt konsern ustraffa skal kunna leggja ned ei bedrift som produserer ei tradisjonsrik, lokal merkevare – og gjer det med overskot. Dei einaste som kan straffa konsernet for det, er forbrukarane i Rogaland. Styresmaktene kan ikkje tvinga Ringnes eller Carlsberg til å produsera Touøl i Stavanger. Men konsernet kan på si side ikkje tvinga rogalendingane til å drikka eit øl som ikkje lenger har noko med Rogaland å gjera - sjølv om det framleis skulle bli klistra ein Tou-etikett på flaska. Slik sett blir Tou ei symbolsak, og ein prøveklut for forbrukarmakt.»⁶⁷

Vantro og fiendlighet var to stikkord for stemningen da Ringnes-ledelsen dagen etter kom til Forus for å legge fram nedleggelsen. Forbannede ansatte brente arbeidsuniformen og knuste en tappekran i keramikk merket med Ringnes. Alle snudde ryggen til direktør Jan Bodd da han talte.⁶⁸ Halvveis i talen forlot arbeiderne salen. Utenfor hadde en større folkemengde møtt opp for å støtte bryggeriarbeiderne. Blant disse var fagbevegelsen i Stavanger, lokalpolitikere, ansatte fra bryggeriene i Trondheim og Arendal, foruten arbeidere fra Kværner Rosenberg og medlemmer i Tou Bryggeris pensjonistklubb.⁶⁹ Under offentliggjøringen av nedleggelsen ble det samtidig opplyst om at bryggeridriften skulle avsluttes 15. august.

2.3.2: Lokalpatriotiske krefter tar tak – men fungerer boikotten?

Da bryggeriet denne dagen offisielt ble dømt til døden, var det samtidig startskuddet for en ny prosess. Lokale krefter var allerede i gang med tanken om å starte et nytt bryggeri i Tous fravær, og for å ta opp konkurransen med Ringnes samtidig som man ville skape en ny, lokal merkevare. Dette fikk også de store hovedstadsavisene med seg. «Tapte Tou-trekkingen...i dag starter øl-krigen i Stavanger»⁷⁰ var overskriften VG valgte i sin beskrivelse av nedleggelsen samme dag som den ble offentliggjort. I denne artikkelen hadde avisen samlet et trekløver markante personer i Stavangers offentlige liv, representert ved politikk, uteliv og kultur: Leif Johan Sevland, Lauritz W. Hansen og Per Inge Torkelsen. «Jeg er forbannet og lei meg. Det er morsmelken vår de rokker ved. Øl er kultur. Dette skal de sannelig få merke», var Hansens kommentar.

Samtidig ble det gjort kjent at den samme Hansen var en av pådriverne bak den lokale gruppen som hadde planer om å starte et nytt bryggeri. Sevland var kjent med planene og positiv til disse da det «(...) ut i fra engasjementet rundt det lokale ølet burde være marked for et slikt brygg.»

⁶⁷ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 03.06.2003. Seksjon: Leder. Side: 11.

⁶⁸ NTBtekst. Publisert på trykk 04.06.2003. Seksjon: INN.

⁶⁹ Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 05.06.2003. Kristin Haug. KRISTIN.HAUG@KLASSEKAMPEN.NO

⁷⁰ VG. Publisert på trykk 04.06.2003. Av Hans Petter Aass og Hugo Bergsaker. Side: 20.

De neste dagenes oppslag rundt Tou var i hovedsak vinklet mot opprettelsen av det nye, bebudede lokalbrygget. Den lokale matvarekjeden Helgø, som ikke er bundet av leverandøravtaler med blant andre Ringnes, gjorde tidlig klart at de ville lage plass i hyllene for det nye ølet når og hvis det kom.⁷¹

Berentsen bryggeri i Egersund, ved Harald Berentsen, var positiv til å brygge det nye ølet hvis han ble forespurt i saken. Bryggeriet, grunnlagt i 1895, hadde i likhet med Tou en lang historisk tradisjon i bransjen. Lauritz W. Hansen uttrykte at det faktisk kunne komme noe bra ut av nedleggelsen av Tou og opprettelsen av et nytt rogalandsbrygg, for «(...)vi kan få en ny dimensjon i matfylket Rogaland.»⁷² Fra Skien fantes det en historie liknende den som Tou Bryggeri gjennomgikk. Der hadde Lundetangen bryggeri blitt lagt ned av Ringnes i 1986. Et nytt lokalt bryggeri, Trio, hadde blitt etablert i 1998 som en videreføring av et allerede eksisterende mineralvannstapperi. I 2003 hadde lokalbryggeriet omtrent 10 prosent av all ølomsetning i Telemarksområdet. «Jeg tror det er marked for nye lokale ølsorter i stavangerområdet. Men de som vurderer å starte et nytt bryggeri, bør komme seg raskt i gang. Helst mens engasjementet rundt Tou fremdeles er stort»⁷³, var daglig leder ved bryggeriet, Stian Kjellemyrs anbefaling.

LO Stavanger mente at Norge var et u-land når det kom til å ta vare på egne bedrifter, og at man her i landet kun styrte etter profitt. I lys av Tou Bryggeris nedleggelse sendte derfor den lokallaget over et lovforslag til samarbeidskomiteen mellom Arbeiderpartiet og LO. Dette var utkastet til en lov som ville gjøre det vanskeligere å legge ned bedrifter som går med overskudd.⁷⁴ Ringnes, ved Jan Bodd, la på sin side mye av skylden for nedleggelsen på regjeringens alkoholpolitikk.⁷⁵ Bodd mente at de høye avgiftene på øl og mineralvann favoriserte importen av vin og stilte bryggeribransjen i en vanskelig posisjon. Som eksempler på dette fremhevet han at avgiften på brennevin inneværende år hadde blitt satt ned, mens ølavgiften ikke hadde blitt det. Samtidig hadde avgiften på vin og brennevin blitt redusert med 15 prosent, mens ølavgiftene bare hadde blitt kuttet 5 prosent. Dette mente Bodd var medvirkende til at salget av Ringnes-øl gikk ned med mellom 10 og 15 prosent, noe som igjen kunne kobles opp mot nedleggelsen av Tou. Han innrømte allikevel at omstruktureringen innad i Ringnes og den verdifulle tomten på Forus var hovedårsaken til at Tou ble valgt som nedleggingsobjekt i denne omgang.

⁷¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 05.06.2003. Asgeir Lode. Seksjon: Nyheter. Side: 5.

⁷² Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 05.06.2003. Arnt Olav Klippenberg. Seksjon: Nyheter. Side: 5.

⁷³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 06.06.2003. Arvid Berentsen. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

⁷⁴ Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 06.06.2003. Kristin Haug. KRISTIN.HAUG@KLASSEKAMPEN.NO

⁷⁵ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 06.06.2003. Kjetil B. Alstadheim, OSLO Side: 14.

«Patriotismen renner ut?»⁷⁶ var Aftenbladets spørsmål 6.juni. Medlemmer i Stavanger øllag hadde iaktatt uteserveringen i Stavanger dagene etter nedleggelsen for å kartlegge om boikotten var reell i utelivsbransjen. Fra torget til Hansenhjørnet var det ikke mer enn ni ølglass som inneholdt brygg av andre merker enn Tou. Øllaget oppfordret folk til å være mer bevisste på valget av drikke, og påpekte at

«(...)de bare setter seg ned, ber om en øl og drikker det de får. Det holder ikke for patrioter. Skal de ha noe annet må de be om det aktivt. Nå er dette en direkte støtte til Ringnes og ingen boikott. Det er for sent å drikke Tou nå. Bryggeriet er nedlagt.»⁷⁷

Øllaget var med andre ord skuffet over lokalpatriotismen, og oppfordret folk til å være mer bevisste når de bestilte øl ute. I butikkene var trenden jevnt over en annen, her ble hyllene tømt for øl og mineralvann av andre merker enn Ringnes. Det var blitt tilløp til kjefting og murring i kassen da noen utenforstående hadde lagt et par Ringnes-øl på samlebandet hos Rimi i Haugesundsgata på Storhaug. «Det kommer aldri mer et Ringnes-produkt i mitt hus» var en av kommentarene avisen fikk fra en tilfeldig kunde.⁷⁸ Samme dag kjørte Aftenbladet en kronikk over Tou Bryggeris historie, med hovedfokus på tiden frem til bryggeriet ble flyttet fra Tau til Lervig i 1913. Blant annet ble det brukt sitater fra bedriftens to festskrift, gitt ut ved 50-årsjubileet i 1905 og ved 100-årsjubileet i 1955. Et leserbrev, også fra samme dag, la hovedansvaret for nedleggelsen på forbrukerne. Hovedpoenget i brevet er at etterspørselen etter spesialbrygg som bakkøl, porter og stout med tiden hadde forsvunnet, og at all bryggeridrift med tiden derfor hadde måttet spesialisere seg på vanlig øl:

«Vi er fokusert på pris og atter pris. Kvaliteten kommer i annen rekke, iallfall når det gjelder matvarer for øvrig. Vi fores med prisoversikter og hyller billigbutikkene. Nå betaler vi prisen på en annen måte, nemlig ved nedlagte arbeidsplasser. Så dersom vi får i gang et nytt bryggeri, så prøv å få dette til å produsere kvalitet og smaksrikdom og variasjon. Så kan vi få et unikt produkt, trygge arbeidsplasser og et rikere liv for alle. Men, det er ditt ansvar.»⁷⁹

Flere artikler fra ukene rundt nedleggelsen fokuserer på å kontekstualisere den inn i den nedgående økonomiske trenden som hadde preget 2003 og årene i forkant. Spesielt var trenden gjeldende i Rogaland, der mange arbeidsplasser i industrien hadde gått tapt eller blitt flyttet. De to største bedriftene som var blitt rammet av dette var Rosenberg Verft og Kverneland A/S. Slikt sett føyde Tou Bryggeri seg inn i rekken av tradisjonelle rogalandsbedrifter som hadde blitt skadeskutt

⁷⁶ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 06.06.2003. Espen Reiss Mathiesen. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

⁷⁷ Ibid.

⁷⁸ Ibid.

⁷⁹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 06.06.2003. Livar Dubland. Seksjon: Brev. Side: 11.

av de økonomiske rammene i Norge. «Slaget om de norske industriarbeidsplassene er allerede tapt» var et av hovedbudskapene i Aftenbladets artikkel om norsk industri 7.juni. I hovedsak var det den politiske situasjonen uten flertallsregjeringer og de medfølgende uforutsigbare prinsippene for næringslivet som var årsaken til at mange bedriftsledere valgte å flytte hele eller deler av bedriftene til utlandet. Pessimismen i situasjonen førte med seg, gjorde at færre ønsket å starte sin egen gründervirksomhet.⁸⁰

Arbeidsledigheten i Norge var i utgangen av mai 2002 på 102.000, samtidig som 12.000 industriarbeidsplasser hadde gått tapt i løpet av året som hadde gått.⁸¹ «Blårussen» ble et vanlig uttrykk på de som var ansvarlige for nedleggelsene; ikke bare rundt nedleggelsen av Tou, men også andre tiltak som forårsaket at norsk industri mistet arbeidsplasser. Uttrykket, som henviser til grådige kapitalister, var også ofte å se i avisene sommeren 2003. En del av reaksjonene som nedleggelsen av Tou frembrakte var fundert på misnøye mot «blåruss-kulturen», der lokale arbeidsplasser med både økonomisk og kulturelt overskudd ble slaktet på bakgrunn av ønsket om høyere økonomisk overskudd. En del av diskursen som foregikk gjennom avisene, var fundert på denne kampen mellom «blåruss» (Ringnes/Carlsberg) og «folket i Rogaland» (arbeidere fra Tou, politikere, leserbrev). I hovedsak baserte striden seg på ordvekslinger mellom direktør Jan Bodd og klubbleder Inge Rønneberg, supplert av leserbrev og kommentarer fra andre parter. Et stridstema var det økonomiske overskuddet Tou Bryggeri hadde stått for, og hvem som skulle tillegges æren for dette. For folk flest syntes det svært urimelig at Tou Bryggeri skulle legges ned når det hadde gått med millionoverskudd. Jan Bodds tilsvarende svar til dette var at Tou aldri ville ha gått med overskudd hvis det ikke hadde vært for Ringnes' økonomiske administrasjon, basert på Østlandet.⁸² Rønneberg repliserte at Bodds utspill var rent hypotetisk, og mente at Ringnes tvert om ville vært konkurs uten lokale ølvarianter som blant annet Tou. Samtidig foregikk en dispuTT over arbeidernes sluttpakker, og størrelsen på disse. I følge Bodd var sluttpakkene blant de beste Ringnes noen gang hadde tilbudt, men at man også fokuserte på å få folk ut i nytt arbeid raskest mulig i stedet for å gi skyhøye sluttvederlag. Rønneberg på sin side mente at pakkene var altfor små, og fremhevet at ansatte ved Coca Cola hadde fått pakker som var vesentlig større da selskapet hadde blitt kjøpt opp av Ringnes på 1990-tallet. Nedleggelsen skapte i tillegg en omfattende debatt om å opprette en lov om sluttkompensasjon. Samtidig ble det, som vi har sett eksempler på, trykket brev som ga uttrykk for meningmanns syn på saken, og der var hovedsynet som oftest at Ringnes ved å legge ned Tou

⁸⁰ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.06.2003. Anja Wendelborg. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

⁸¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.06.2003. Tom Hetland. Seksjon: Ytring. Side: 11.

⁸² Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.06.2003. Tor Dagfinn Dommersnes. Seksjon: Nyheter Jan Bodd. Side: 28.

var i ferd med å gjøre noe forferdelig dumt. Hva mediebildet i lokalavisene sett under ett angår, vil det være naturlig å si at de såkalte «blårussene» ikke møtte mye sympati og ikke var veldig synlige, med unntak av diverse motutspill fra Ringnes.

2.3.3: Nytt bryggeri i emning

Som vi har sett, var det ikke bare spørsmålene om nedleggelsen og det økonomiske aspektet som opptok media og folk flest. Prosessen rundt oppstarten av et nytt bryggeri var i gang, og Berentsen i Egersund hadde som kjent allerede meldt seg som en interessent. Flere faktorer talte for at Stavanger skulle få et nytt bryggeri: folk ville ha et lokalt øl og bryggerikompetansen fantes hos de oppsagte hos Tou Bryggeri. Dessuten fantes det folk som var villig til å gå inn i prosjektet med egenkapital, blant annet viktige aktører i utelivsbransjen. 12.juni ble det kjent at det Tromsø-baserte bryggeriet Mack var interessert i å forsyne regionen med lokalt brygg.⁸³ En mulighet i så henseende var å starte et lokalt mikrobryggeri. Inge Rønneberg mente at et lokalt bryggeri måtte komme i gang fort, og være av en viss størrelse for å kunne tilby arbeidsplasser i en større skala. Et nytt stavangerøl ville antakelig få et markedspotensial på 10 millioner liter øl årlig, og dermed kunne gi arbeid til en stab på 20-25 ansatte.⁸⁴ Dermed ville ikke det eventuelle nye bryggeriet ha kapasitet til å absorbere alle de oppsagte ved Tou. Bryggeriet ville derimot kunne ta støytten for det patriotisk-ideologiske tapet av Tou og videreføre tradisjonene rundt rogalandsk øl. Det vil være naturlig å anta at det i hovedsak var tapet av øl-identitet man ønsket å bøte på. 25.juni var planene for et nytt bryggeri klare: Lervig Aktiebryggeri ble lansert som et alternativ til Tou. Navnet henspeilte den plassen i Stavangers østre bydel der Tou Bryggeri hadde hatt sitt tilholdssted fra begynnelsen av 1900-tallet og frem til 1970-tallet. Aksjepostene i selskapet var fordelt mellom Mack, som fikk en eierandel på 34 prosent, og aktører fra utelivet i Stavanger. I den siste gruppen fantes det flere navn som tidligere hadde vært ute i media og agitert for et nytt bryggeri. Den komplette listen av bryggeristiftere:

- ✓ Ståle Mørch DA
- ✓ Ovenpaa A/S
- ✓ Beverly Hills Fun Pub A/S
- ✓ Herlige Stavanger Restauranter A/S
- ✓ Victoria Hotell A/S

⁸³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 12.06.2003. Arvid Berentsen. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

⁸⁴ Ibid.

- ✓ Hansen Hjørnet A/S
- ✓ Little Mexico A/S
- ✓ Macks Ølbryggeri A/S
- ✓ Restaurant Invest A/S⁸⁵

Dermed ville 66 prosent av eierandelen i bryggeriet være på rogalandske hender. I første omgang skulle det nye ølet bli brygget hos Mack i Tromsø, inntil et lokalt bryggeri var ferdigstilt. Man så for seg å åpne et eget bryggeri innen 2-3 år, alt etter hvor stort volum produksjonen ville omfatte. I spørsmålet om nytt bryggeri var en produksjon på 4-5 millioner liter et minstemål. Det kortsiktige målet var å ta 20-30 prosent av markedet på kort sikt, for så å opparbeide seg større andeler senere. Lauritz W. Hansen påpekte at det ikke var stifternes intensjoner om å eie det kommende bryggeriet, men å invitere lokale investorer og byens befolkning til å gå inn med kapital.⁸⁶

Ordfører Sevland ble sitert i avisen Nordlys at «nå gjelder det å drikke mye øl!».⁸⁷

Ordføreren var sterkt imponert over lokalpatriotismen som hadde kommet til syne under etableringen av det nye bryggeriet, og anbefalte alle rogalendinger å støtte opp om tiltaket. Hvis det tidligere hadde vært grunn til å klage på at rogalendingene ikke tok boikotten alvorlig, så det ut til at vinden hadde snudd da man skrev siste uka i juni. «Ringnes dovner i Stavanger»⁸⁸ var Dagens Næringsliv Morgens overskrift 26.juni. Her kunne man lese at Aas, Hansa, CB og Mack hadde overtatt 50 prosent av ølmarkedet i Stavangerområdet i etterkant av nedleggelsen. I tillegg til stupet i salget av Ringnes-øl, hadde også brussalget blitt rammet: flere og flere valgte Cola i stedet for Pepsi, coladrikken som var distribuert av Ringnes. På samme tid som omsetningen av de nevnte øltypene hadde tatt seg kraftig opp, hadde salget av Ringnes-drikke sunket mellom 50 og 80 prosent, avhengig av øltype. Det Ringnes-ølet som hadde merket minst tilbakegang var naturlig nok Tou-øl på flaske, som fortsatt ble produsert på Forus. På kort sikt kunne det derfor se ut som om advarslene mot Ringnes hadde vært vel begrunnede, og at selskapet hadde undervurdert forbrukermakten og lokalpatriotismen i Rogaland. Slik så det i hvert fall ut i forhold til salget av øl i dagligvarehandelen.

I utelivet var situasjonen litt annerledes, da de forskjellige utestedene hadde forskjellige

⁸⁵ Nordlys Morgen. Publisert på trykk 26.06.2003. Erik-Magnus Johansen. Seksjon: Næring. Side: 20.

⁸⁶ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 26.06.2003. Kjell Evensen og Asgaut Næss. TRONDHEIM/STAVANGER Side: 10.

⁸⁷ Ibid.

⁸⁸ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 26.06.2003. Ellen Kongsnes, OSLO Side: 10.

leveringsavtaler som kunne strekke seg over lengre tidsrom. Her er det viktig å huske på at Ringes i forkant av nedleggelsen hadde en markedsandel på 90 prosent av ølserveringen i Stavangers uteliv, og at utsalgsstedene dermed ikke like lett kunne komme unna med å ha annet brygg enn Ringnes på tapp. Lauritz W. Hansen kunne forsikre folk om at de involverte i stiftingen av Lervig Aktiebryggeri ville si opp bryggeriavtalene med Ringnes så fort det var mulighet til det.⁸⁹ Med et lokalt brygg i tappekranene ville det bli enklere for folk å unngå Ringnes-øl i de sene nattetimer.

2.3.4: Boikotten sprer seg til Stortinget

Stortingrepresentant Hallgeir Langeland var tidlig ute og markerte avstand til nedleggelsen av Tou Bryggeri, både på bakgrunn av solidaritet til arbeiderne og miljøhensyn. 20.juni kunne flere aviser melde at Langeland hadde valgt å aksjonere mot Ringnes på Løvebakken, og han oppfordret samtlige stortingsrepresentanter sterkt til å unngå Ringnes-produkter. Bak seg hadde han LO's Stavangeravdeling, Stavanger AP, Stavanger SV og Oljearbeidernes Fellessammenslutning. «Styret i Ringnes fortjener en skikkelig smell etter nedleggelsen av Tou»⁹⁰, var hans budskap. Spesielt SV- og AP-folk ble spesielt oppfordret til å etterkomme boikotten, og spre budskapet videre inn i fagbevegelsene og miljøbevegelsen. Målet med aksjonen var å skape en større nasjonal boikott av Ringnes, altså en boikott ut over Rogaland. Ut av denne forestilte boikotten håpte han at Ringnes skulle snu i vedtaket om legge ned Tou Bryggeri, og heller installere en bokskolonne i bryggeriet på Forus. Reaksjonene lot seg ikke vente, både innad i Stortinget og ellers i landet. SP-politiker Magnhild Meltveit Kleppa fra Rogaland var svært positiv til boikotten, og kunne meddele at hun hadde sluttet å drikke Farris.⁹¹ Inge Lønning fra Høyre stilte seg negativ og mente at aksjonen var «litt forskrudd» og at den «ikke kan være noen oppgave for en stortingsrepresentant».⁹² Ringnes selv var tidlig ute med å kommentere Langelands aksjon, som de mente inneholdt flere faktafeil og kunne være skadelig for selskapet. «Det vil ikke bli snakk om noen betydelig økning i bruken av vogntog som følge av produksjonsstansen ved Tou. Varer til Rogaland kommer allerede i stor grad fra andre anlegg»⁹³ var deres tilsvarende svar til Langelands miljøargumenter mot nedleggelsen. Til Langelands oppfordring om å kjøpe drikkevarer fra andre leverandører enn Ringnes, mente Ringnes at en større boikottaksjon i verste fall kunne sette langt flere enn 150 arbeidsplasser i fare.

⁸⁹ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 26.06.2003. Ellen Kongsnes, OSLO Side: 10.

⁹⁰ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 20.06.2003. Arvid Berentsen. Seksjon: NyheterHallgeir H. Langeland. Side: 2.

⁹¹ Ibid.

⁹² Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 21.06.2003. Arvid Berentsen. Seksjon: Nyheter. Side: 8.

⁹³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 21.06.2003. Arvid Berentsen. Seksjon: Nyheter. Side: 8.

«Politikernes ansvar er å legge forholdene til rette for arbeidsplassene, ikke starte boikottaksjoner»⁹⁴, meldte informasjonsdirektør Anne Marit Schiong. Debatten her gikk altså ut på hva slags roller stortingsvalgte politikere kunne ta på seg. I hvilken grad kunne en politiker fronte en aksjon mot et større selskap, på bakgrunn av til dels lokalpatriotiske argumenter? Ville dette være med på å forsterke splid mellom Vestlandet og Østlandet?

Juni ble til juli, og en tradisjonsbærer i rogalandsk bryggekunst hadde i løpet av den foregående måneden blitt dømt til døden. Etter en litt treg start, virket det som om lokalpatriotismen i Rogaland, og især Stavanger, våknet til live. Realitetene sank inn: Stavanger ville ikke lenger ha muligheten til å skryte av å ha sitt «eget» øl. Dermed gjaldt det å straffe Ringnes for det de hadde gjort, på den måten det sved mest: å velge bort Ringnes-produkter i butikken, slik at det økonomiske tapet av markedsandeler ville merkes. Lokalavisene var spekket av artikler og leserbrev som omhandlet saken. Gjennom å lese disse kan man nærmest føle sinnet og fortvilelsen som ble vekket til live i både journalister og lokalbefolkning. Til sist er det viktig å påpeke den trassigheten som fremgår av leserbrevene, der det gis uttrykk for at Ringnes ikke skal få siste ord i saken og at forbrukermakten må vise hvem som bestemmer. «Vet Ringnes noe om lokalpatriotisme?»⁹⁵ er tittelen på et brev som ble trykket i Aftenbladet 30.juni. Dette brevet oppsummerer på en god måte lokalbefolkningens følelser rundt nedleggelsen og arrogansen man følte fra Ringnes` side. På bakgrunn av informasjonsdirektør Anne Marit Schiongs uttalelse om at «eplemosten fra Tou skal bestå», gir brevet belegg for den fundamentale misoppfattelsen Ringnes har om lokalpatriotisme:

«Det kan hun nok ha rett i (*at eplemost fra Tou skal bestå*), men hennes framstilling om at alle Tou-produktene skal framstå som våre lokalprodukter, også når de produseres på Gjelleråsen, forteller vel noe om at hun ikke har forstått alt.»⁹⁶

Samtidig uttrykker brevet irritasjon over Ringnes` påstand om at Tou Bryggeri ville gått med underskudd hvis det ikke hadde vært for konsernet. Innsenderen stiller spørsmål ved Ringnes` økonomiske strategi, som innebar å bygge et større anlegg på Gjelleråsen med ledig kapasitet:

«Å investere seg til ledig kapasitet er vel ikke oppskriften på god økonomi, med mindre det var en del av planen at andre bryggerier skal ofres. Har Ringnes økonomisk teft, må vi tro at gigantplanen på Gjelleråsen og en tilhørende nedleggelse av Tou, var en planlagt handling. Handlingen framstår derfor for meg som illojal mot vårt distrikt, arbeidstakerne på Tou og oss som

⁹⁴ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 26.06.2003. Side: 10.

⁹⁵ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 28.06.2003. Øivind Ole Midthun. Seksjon: Brev. Side: 11.

⁹⁶ Ibid.

kunder. Illojale handlinger bør ikke gå upåaktet hen.»⁹⁷

Videre dras det paralleller til fotballens verden:

«Kanskje hun forstår dette lettere dersom vi tar eksempelet at Viking fotballklubb skulle bli kjøpt opp av Vålerenga, for så å bli flyttet til Oslo, mens informasjonssjefen uttaler: «Viking skal bestå som før; det er de samme spillerne med de samme draktene, den samme trener og samme støtteapparat, som spiller på samme fortreffelige måte, osv.» Jeg tror faktisk Schiong forstår at dette ville blitt helt feil for en Viking-supporter.»⁹⁸

Brevets hovedbusskap er enkelt: øl er lokalkultur og patriotisme for svært mange, og skal derfor produseres lokalt. Boikotten var ikke en oppfordring til at folk skulle slutte å drikke mineralvann og øl, men å støtte opp om lokale krefter med evner til å etablere et nytt bryggeri i regionen. Det var nettopp nyhetene om Lervig Aktiebryggeri som gjorde at folk gikk juli litt mer positivt i møte enn den foregående måneden. Utviklingen hadde tatt en ny retning, der Ringes ville få en ny, lokal kokurrent i rogalandsmarkedet. Dermed var det opp til folk flest å støtte dette bryggeriet ved å leske seg med lokalprodusert øl i sommervarmen.

2.4 Aksjonens etterspill – nytt øl på markedet

«Ein Tou eller Ein Te?»

«Dette ølet er laget i entusiasme, forbannelse og kjærlighet til lokalsamfunnet»

– Lauritz W. Hansen

2.4.1: Lervigs sommerøl blir lansert – rogalandingen fyller bæreposene

Naturlig nok ble det skrevet færre artikler som direkte tok for seg nedleggelsen av Tou Bryggeri i juli, fordi dette var hendelser som hørte den foregående måned til. I juli var mediene heller opptatt av de direkte følgene av nedleggelsen. Ut av disse følgene kan en sette opp en grovinndeling av to faktorer: boikotten av Ringnes og dens nedslagsfelt, og dannelsen av det nye lokalbryggeriet. Boikotten hadde i løpet av juni fått feste hos øl- og mineralvann-drikkende folk flest, samtidig som det ble foretatt aksjoner mot Ringnes på Stortinget. I juli fikk man se at flere kjente personligheter stod fram med sitt engasjement rundt Tou, og at boikotten fikk større økonomiske konsekvenser for Ringnes i Stavanger-regionen.

⁹⁷ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 28.06.2003. Øivind Ole Midthun. Seksjon: Brev. Side: 11.

⁹⁸ Ibid.

Engasjementet rundt nedleggelsen fikk utover sommeren to aspekter. Samtidig som man følte sinne over nedleggelsen i seg selv, hadde det oppstått optimisme rundt Lervig Aktiebryggeri og det nye, bebudede lokale ølet. Det nye brygget, som fikk navnet Sommerøl, kom på markedet tidlig i juli. På folkemunne ble ølet bedre kjent under Lervigs slagord «Ein tel!». Planen bak det nye ølet var da også at det kun skulle være et sommerøl, i påvente av den endelige versjonen av Lervigs årlige øl. Smaken var utviklet til å passe rogalandske ganer; lett og lyst, men uten bitterheten som Tou-ølet hadde vært kjent for. Alle de fire store butikkjedene Rema, Hakon Gruppen, Norgesgruppen og Coop bestilte leveranser av Lervigs sommerøl. I utelivsbransjen forberedte man seg også på å omsette det nye ølet. I alt sju utesteder i Stavanger hadde fått installert tappeanlegg fra Lervig før den første helgen ølet var i salg, samtidig som etterspørselen etter anlegg var stor både i Stavanger, Sandnes og Haugesund.⁹⁹ Dermed var det duket for å gi Ringnes konkurranse i tappekranene. Angående leveringsavtalene med Ringnes kunne Lauritz W. Hansen melde at man hadde kommet to år inn i en femårsavtale, men regnet med at det ville la seg gjøre å avslutte forholdet innen rimelig tid. Responsen var enorm; i løpet av den første helgen ble det solgt 50.000 liter av ølet til butikker i distriktet og 20.000 liter til utestedene i Stavanger. «Etterspørselen er enorm. Vi klarer ikke å levere til alle som vil ha»¹⁰⁰, var kommentaren til salgsdirektør i Mack, John Werner Larsen. At ølet var produsert i Tromsø så ikke ut til å ha noen betydning for folk flest, i og med at hoveddelen av engasjementet bak Lervig Aktiebryggeri var lokalt forankret. Lauritz W. Hansen var godt fornøyd med ølet, og fremhevet at prosessen med å etablere både bryggeri, distribusjonsnett, brygge øl og montere tappesystemer hadde gått enormt raskt. Han innrømte at ølet var blitt til i en forbannelse mot Ringnes, men også av kjærlighet til lokalsamfunnet.¹⁰¹ Dermed var det duket for at den nye lokalpilsen ville ta store deler av markedet denne sommeren.

Samtidig som Lervigs sommerøl var på full fart inn i butikker og utesteder, hadde avisene i Akersgata fattet interesse for boikottaksjonen på Stortinget. 3. juli hadde Dagbladet en artikkel om aksjonens omfang, der man kunne lese at 15 stortingsrepresentanter hadde valgt å henge seg på boikotten. Boikotten krysset både parti- og fylkesgrenser; til og med Høyre-politikere var representert.¹⁰² Hallgeir Langeland kommenterte:

«Det Ringnes nå driver med, er rå kapitalisme av verste sort. Jeg er ikke i tvil om at Tou bare er ett steg på veien. De neste som ryker, er E.C.Dahls og Arendalspilsen. Det må vi stoppe. (...) Det som skjer når en legger ned den lokale ølkulturen, er at det blir likegyldig for folk hvor ølet kommer fra.

⁹⁹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 03.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Lokal. Side: 19.

¹⁰⁰ Nordlys Morgen. Publisert på trykk 07.07.2003. Guttorm Pedersen. Seksjon: Siste. Side: 24

¹⁰¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 04.07.2003. Tor Dagfinn Dommersnes. Seksjon: Nyheter. Side: 2.

¹⁰² Dagbladet. Publisert på trykk 03.07.2003. Leiv Gunnar Lie. Side: 17. Del: 1.

Og da kan man like gjerne kjøpe Heineken som et norsk merke. Skal vi kjempe for norske arbeidsplasser, må vi ha produkter som folk føler tilhørighet til.»¹⁰³

Langeland hadde dermed oppnådd å skape blest om nedleggelsen utenfor Rogalands grenser. Boikotten på Stortinget, om enn liten i omfang, tiltrakk seg folk som gjerne hadde omtanke for sitt eget lokalbryggeri og ville unngå en skjebne lik Tou. SV-representant Magnar Bergo fra Buskerud ble med i aksjonen på bakgrunn av nevnte grunner, og argumenterte: «Jeg er med på dette for å verne Aass for framtida. Jeg synes det er viktig å skape bevissthet rundt lokale bryggerier.»¹⁰⁴ På den andre siden av boikotten, fra forbrukernes side, kunne Hansa fortelle at de hadde økt omsetningen på Hansa-pils i Stavanger med 400 prosent i juni måned. Medregnet tall fra hele konsernets omsetning viste omsetningen av CB-pils hadde økt med 180 prosent i samme periode.¹⁰⁵

2.4.2: Beskyldninger

Artikkelen i Dagens Næringsliv kommenterte humoristisk at Hansa burde sende en takketale til Hallgeir Langeland og Nils Johan Sevland på bakgrunn av den økte omsetningen. Sevland ville ikke innrømme at han drakk Hansa-øl, men svarte likevel «Jeg har iallfall ikke drukket Ringnes siden nedleggingsvedtaket. Jeg er ikke alene i byen om det. Holdningen er klar. Vi merker faktisk engasjementet over hele landet, og vi advarte Ringnes på forhånd.»¹⁰⁶ Sakens store taper, Ringnes, reagerte nok engang sterkt på at politikere blandet seg inn i boikotten. Administrerende direktør Jan Bodd hadde vært i kontakt med SV-leder Kristin Halvorsen for å få stoppet Langelands aksjon, men mislykkes. I en Aftenbladet-artikkel 4. juli rettet han sinnet mot ordfører Sevland og LO. Han mente at Sevland ved å offentlig uttrykke at han ikke lenger drakk Ringnes-produkter, benyttet seg av «råpopulisme» i et valgår. Videre påstod Bodd at han i et møte med Sevlands partikollega, næringsminister Ansgar Gabrielsen, hadde fått aksept for å legge ned Tou, på bakgrunn av at dette ville verne mange flere arbeidsplasser andre steder. Gabrielsen på sin side avfeide at han hadde støttet nedleggelse, og at Bodds utspill vitnet om desperasjon for «å redde sitt eget skinn i Stavanger-området».¹⁰⁷ Gabrielsen presiserte videre at han aldri stilte seg i midten i saker mellom selskaps anliggende og lokalt engasjement. Bodds misnøye mot LO bunnet ut i kampanjene

¹⁰³ Dagbladet. Publisert på trykk 03.07.2003. Leiv Gunnar Lie. Side: 17. Del: 1.

¹⁰⁴ Ibid.

¹⁰⁵ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 03.07.2003. Ellen Kongsnes, OSLO Side: 4.

¹⁰⁶ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 03.07.2003. Ellen Kongsnes, OSLO Side: 4.

¹⁰⁷ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 04.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 2.

organisasjonen hadde utført utenfor Stavangers matvarebutikker, der man hadde oppfordret folk til å velge produkter fra andre leverandører enn Ringnes. Denne kampanjen mente Bodd bar preg av mobbing og «et helt feil nivå for oss (*Ringnes*)»¹⁰⁸ Avslutningsvis kommenterte direktøren det nye sommerølet til Lervig, som han mente i realiteten var Mack-øl med en annen etikett. Han kunne derfor ikke forstå hvorfor folk kjøpte et øl som var laget i Tromsø, og valgte å sette fokus på de som kom til å fortsette å jobbe på bryggeriet på Forus etter nedleggelsen. «Jeg registrerer at de (*Lervig Aktiebryggeri*) smir seg på andres sorg»¹⁰⁹, var hans kommentar angående opprettelsen av det nye bryggeriet i kjølvannet av Tou Bryggeris nedleggelse.

Bodd insinuerte dermed at de involverte i det nye bryggeriet brukte den aktuelle situasjonen til å skape blest for sitt eget produkt. Han var ikke den eneste som tok til orde mot aksjonen på Stortinget. Knut Maroni, administrerende direktør i Næringsmiddelbedriftenes Landsforening, var også skuffet over at 16 stortingsrepresentanter hadde blitt med på boikotten. Hans mening var at stortingspolitikernes ansvar lå i å fronte Norge og norsk industri, ikke motarbeide den. Han argumenterte med at Ringnes ikke kunne opprettholde kapasiteten, og at et tenkelig utfall ved videreføring av den nåværende produksjonen var at utlandske bryggerier ville utkonkurrere de norske.¹¹⁰ Det var derfor viktig å omstille seg i tider med god økonomi, og at det ville være for sent hvis eller når både Ringnes og Tou gikk med underskudd. Maronis innspill representerte ett av få eksempler på uttrykkelse av støtte til nedleggelsen denne sommeren, hvis man ser bort i fra Ringnes' egne utspill.

2.4.3: "Den kanskje mest effektive forbrukermaktaksjonen i Norge noen sinne"

På bakgrunn av nedleggelsen og boikotten i etterkant, hadde Klassekampen 5.juli en artikkel om boikotten og bakgrunnen for den. I denne artikkelen brukte man forsker Erling Dokk fra Arkitektthøyskolen i Oslo som referanse. Han mente at boikotten av Ringnes i Rogaland kunne karakteriseres som «(...) den kanskje mest effektive forbrukermaktaksjonen i Norge noen sinne.»¹¹¹ Dette hadde utspring i flere forskjellige faktorer. Først og fremst er øl et synlig og lett anskaffelig produkt. Deretter påpekte Dokk at det er forskjell på hvor lett en kan protestere og vise forbrukermakt ved nedleggelse av bedrifter. Dette kan en vinkle tilbake til tidligere artikler og brev

¹⁰⁸ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 04.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 2.

¹⁰⁹ Ibid.

¹¹⁰ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 05.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹¹¹ Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 05.07.2003. Astrid Kleiveland.

i Stavanger Aftenblad: man husker nedleggelse og outsourcing hos blant annet DBS Øglend og Kværner, og ser på nedleggelsen av Tou som den siste dråpen. Forskjellen på hvor mye lettere det var å protestere mot nedleggelsen av Tou kontra DBS og Kværner, som produserer sykler og landbruksmaskiner, lå på det praktiske planet. Øl og mineralvann er vanlige forbruksvarer folk flest har et forhold til i hverdagen, og som man gjerne bruker penger på relativt ofte. Dermed var det lettere å vise forbrukermakt i denne sammenhengen, enkelt og greit ved å velge drikkevarer fra en annen leverandør. Dokk pekte på denne sammenhengen, og viste til at «letthetsfaktoren» var en viktigere del av enhver boikottaksjon enn hva man skulle tro. Videre pekte Dokk naturlig nok på lokal identitet og patriotisme som en viktig grunnbasis for boikott. Som eksempler her trakk han frem øl og fotballag; også to typer merkevarer som det hadde blitt trukket sammenligninger mellom i Stavanger Aftenblad tidligere. Dokk mente at slike lokal markører og identitetsbærere hadde gradvis blitt viktigere i en verden som ble mer og mer globalisert. I tillegg til at Tou var en bærer av lokal identitet, var det ukomplisert å vite hvordan selve prosessen fra bryggeri til butikk/serveringssted gikk for seg. På denne måten rammet boikotten ingen uskyldige tredjeparter, slik det var muligheter for ved større, internasjonale boikotter. Eksempler på dette fra tidligere tider er boikott av fransk vin etter atomprøvesprengningene ved Bikini-atollen og av israelske matvarer for å støtte den palestinske siden i Israel-Palestina-konflikten.¹¹²

«Eplemosten fra Tou skal bestå» hadde informasjonsdirektør Anne Marit Schiong hevdet i et leserbrev til Aftenbladet i slutten av juni. 7.juli kunne samme avis melde fra sikre kilder at oppskriften på den tradisjonelle eplemosten hadde blitt endret i løpet av våren 2003. Fra å lage den av ren epleråsaft, hadde man gått over til å utvinne eplemost av konsentrat.¹¹³ Denne endringen hadde skjedd i det stille, uten at Ringnes hadde informert forbrukerne om den. Eplene som ble brukt i eplemosten fra Tou hadde siden 1992 kommet fra Danmark.

Frem til våren 2003 hadde man på den tradisjonelle måten fraktet epleråsaften direkte fra Danmark til Forus, hvor den hadde blitt tappet på flasker og tilsatt kullsyre. Den nye metoden innebar å koke eplene i Danmark, slik at det totale volumet sank betraktelig. Denne metodens bakside var at eplesaften og mange aromastoffer forsvant under kokingen. Neste steg i prosessen var å frakte eplekonsentratet til Forus, hvor det ble tilsatt vann og aromastoffer som skulle kompensere for det som hadde kokt vekk i Danmark. Dette var en syntetisk prosess, som også var vanlig under

¹¹² Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 05.07.2003. Astrid Kleiveland.
ASTRID.KLEIVELAND@KLASSEKAMPEN.NO

¹¹³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter.

produksjon av billige juicetyper.¹¹⁴ I følge Ringnes fantes det ingen merkbar smaksforskjell mellom disse to produksjonsmåtene. Problemet lå på det tradisjonelle planet, og det er dette Aftenbladet ønsket å fremheve med denne artikkelen. Tous eplemost hadde helt siden produksjonsstarten i 1950 blitt laget på enklest mulig måte, ved å kombinere epleråsaft og kullsyre. Det at Ringnes hadde lagt om denne produksjonen, og i tillegg ikke informert forbrukerne om det, var et brudd med en gammel tradisjon. Dette føyde seg inn i rekken av løftebrudd fra Ringnes man mente seg utsatt for i Stavanger-regionen. Med nyheten om eplemosten ville Ringnes bli satt ytterligere på defensiven i Rogaland. Gladmat-festivalen, den årlige Stavanger-begivenheten i slutten av juli, håpet i det lengste å unngå negativ publisitet som følge av samarbeidet med Ringnes.¹¹⁵ Festivalen hadde Ringnes i stallen av sponsorer, og var dermed pålagt å servere leverandørens drikkevarer ved Gladmats egne arrangementer på festivalen. Festivalsjef Sigve Skretting tok høyde for at det ville bli en del diskusjoner om Ringnes' tilstedeværelse på festivalen, men regnet med at folk allikevel ville dukke opp på de forskjellige arrangementene.¹¹⁶

Om det gikk trått for Ringnes, var tilstanden totalt annerledes for Lervig Aktiebryggeri og dets bakmenn. Tidligere hadde man estimert at det ville ta mellom to og tre år før et bryggeri var på plass i Stavanger. Etter at det Mack-produserte Sommerølet hadde vært på markedet i en knapp uke, hadde man allerede omsatt for tre millioner kroner, på bare fem dager.¹¹⁷ Etterspørselen var så stor at Mack hadde gått tom for korker, og i midten av juli hadde Lervig tatt over 30 prosent av det totale ølsalget i Stavanger-distriktet.¹¹⁸ Lauritz W. Hansen mente at den høye inntjeningen ga grobunn for at det nye Stavanger-bryggeriet kunne være på plass allerede i 2004, og at etterspørselen etter nye produkter var enorm. Blant annet kunne han melde at et alkoholfritt alternativ til Sommerølet var på vei. Videre regnet han med at det trengtes mellom 30-50 millioner kroner for å etablere det nye bryggeriet; disse pengene skulle eksterne investorer stå for, mens grunnleggerne av bryggeriet skulle beholde en mindre aksjepost.¹¹⁹ På spørsmålet om Lervig ville komme til å produsere eplemost, mente Hansen at det var en god mulighet for det, siden «(...) Ringnes har ødelagt den eplemosten de hadde her.»¹²⁰ Som nevnt tidligere var planen fortsatt at det endelige Lervig-ølet skulle være i butikkene innen julen 2003.

¹¹⁴ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter.

¹¹⁵ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 10.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹¹⁶ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 10.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹¹⁷ Bergens Tidende Morgen. Publisert på trykk 12.07.2003. Andreas Grimsæth. Side: 24.

¹¹⁸ <http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article711144.ece>

¹¹⁹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 09.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Økonomi. Side: 4.

¹²⁰ Ibid.

2.4.4: Er det plass til to bryggerier i regionen?

Det var ikke bare Lervig Aktiebryggeri som hadde fått fortgang på planene om å brygge nytt øl. Harald Berentsen hadde 5.juni uttalt «Jeg kan lage det nye Rogalands-ølet»¹²¹, og 11.juli kunne han annonsere at det nye ølet fra Berentsens Mineralvandfabrikk var på vei. Lik Lervig Aktiebryggeri hadde Berentsen måttet se seg rundt etter hjelp utenbys fra for å starte opp bryggingen. Det fantes ikke eget bryggeri på anlegget i Egersund, derfor hadde Aass Bryggeri i Drammen stilt opp i bryggingsprosessen. 100.000 flasker ville være klare til levering i august, altså omtrent samtidig med at kranene på Tou Bryggeri etter planen skulle stenges.¹²² Berentsens håp var at god avkastning ville gjøre det mulig å etablere en egen bryggeriavdeling i Egersund innen to år, og han mente at det burde være nok plass til to bryggerier i sør-Rogaland. Lauritz W. Hansen og Harald Sverdrup i Mack Bryggeri var foreløpig avventende, og mente at det ikke ville være stor nok etterspørsel for å drive to bryggerier i regionen. «Det er for synd hvis man får en kamp mellom for mange Davider, slik at ingen blir sterke nok mot Goliat»¹²³, var Sverdrups illustrerende kommentar til nyheten om Berentsens øl. Hansen uttrykte sin skepsis på denne måten:

«Vi får håpe at de får selge det. Men vi kommer nok ikke til å ta dette inn på Hansen Hjørnet. Vi har gjort et valg, og har aksjer i Lervig. Da ville det vært feil å selge dette ølet. Men vi skal selvsagt smake på det. Men jeg tror ikke det er behov for to bryggerier i Stavanger-området.»¹²⁴

Bryggingen av nye øltyper tok mye av avisenes spalteplass i juli. Det ble imidlertid publisert noen artikler i tillegg til stoffet om Ringnes' nye konkurrenter, som tok for seg arbeiderne på Tou Bryggeri og deres situasjon. På bryggeriet var det meningen at arbeidet skulle gå som vanlig helt frem til 15.august, uavhengig av hvor store markedsandeler Ringnes hadde tapt eller lå an til å tape. I artikkelen «Tous siste brygg» fra 16.juli hadde Aftenbladet intervjuet et utvalg bryggeriarbeidere på jobb. Her uttalte flere at de ikke visste hva de skulle gjøre etter nedleggelsen, og at jobbmarkedet var usikkert. Bryggerisjef Øyvind Hadleland skrøt allikevel av de ansatte, og hvordan de hadde taklet beslutningen om nedleggelse; «(...) de har vært ansvarsbevisste og gjort jobben sin hver dag. Noen er ikke kommet over det ennå, men mange har klart å se framover».¹²⁵

De ansatte følte seg heller ikke glemt eller diskriminert fordi det hadde kommet et

¹²¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 05.06.2003. Arnt Olav Klippenberg. Seksjon: Nyheter. Side: 5.

¹²² Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 11.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹²³ Nordlys Morgen. Publisert på trykk 11.07.2003. Erik-Magnus Johansen. Seksjon: Næring. Side: 12.

¹²⁴ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 11.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹²⁵ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 16.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Stavanger. Side: 16.

konkurrerende øl på markedet; for «(...) beslutningen om nedleggelse er fattet, de kan ikke gjøre noe mer. At det kommer et nytt alternativ, er ingen imot. Men det skaffer dem ikke jobben tilbake.»¹²⁶ Samme uke kom det frem at klubbleder Inge Rønneberg hadde fått ny jobb i Ringnes fra 16.august av. Rønneberg forstod at det kunne fremstå merkelig å kjempe mot nedleggelse av Tou, for så å takke ja til videre jobb i selskapet. Han hadde allikevel ikke fått noen negative bemerkninger på sin nye jobb. Rønneberg uttalte; «Det finnes en grense for solidaritet. Etter nedleggelsen tenker folk på seg selv. Det er ikke fornuftig for meg å boikotte min egen arbeidsgiver».¹²⁷ Nestleder i Tou Bryggeris arbeidsklubb, Tor Egil Jensen la til at «(..) vi er mer bekymret for dem som mister jobben» og at «(...) det kanskje kan være et problem for dem som skal jobbe videre i Ringnes-konsernet å forholde seg til ledelsen».¹²⁸ På bakgrunn av disse artiklene kan det med andre ord se ut til at bryggeriarbeiderne forholdt mer passive til spørsmålet om boikott enn folk flest, og at man avventet situasjonen. I det store og hele var nok jakten på nytt arbeid, ikke boikott, det viktigste for de som mistet jobben på bryggeriet.

To artikler skiller seg ut i mengden av avisstoff fra juli 2003 som omhandlet Tou Bryggeri, "Øltempo GIGANTE" og "Øl er en følelsessak". Her er det snakk om skildringer av Stavanger og stemningen som rådet i byen de første ukene etter at Lervigs Sommerøl hadde kommet på markedet. Disse to artiklene er skrevet av utenbys aviser; Bergens Tidende Morgen og Aftenposten. På grunn av at de er skrevet av journalister gjerne ikke delte følelsene for Tou som lokale skribenter ofte gjorde, gir de verdifull innsikt i saken fra en utsiders perspektiv. «Øltempo GIGANTE» er navnet på artikkelen fra Bergens Tidende, publisert 12.juli.¹²⁹ Navnet på artikkelen henviser til at rogalendingene hadde lagt sin elsk på både det nye ølet fra Lervig i tillegg til Hansa; «(...) rogalendingene bøtter ned sitt nye øl og er plutselig Hansafans som ønsker Ringnesledelsen dit ølet ikke finnes».¹³⁰ Hovedreportasjen som artikkelen er laget på, ble gjennomført en vanlig onsdag kveld langs Stavangers lysløype. Innholdet viste at boikotten levde for fullt blant folk flest, og at Hansas økte markedsandel i det økte ølsalget også ga gjenskinn i utelivet. Den avmakten man følte ved nedleggelsen av Tou hadde blitt snudd til feststemt glede over det nye ølet fra Lervig. Interessant nok har artikkelforfatteren fått en person som ikke støtter boikotten i tale; en mann fra bydelen Eiganes som drikker Ringnes i protest fordi det var «(...) taperne fra folkeskolen som tok jobb på Tou og siden ikke har gjort annet enn å streike».¹³¹ På bakgrunn av artikkelens innhold

¹²⁶ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 16.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Stavanger. Side: 16.

¹²⁷ Ibid.

¹²⁸ Ibid.

¹²⁹ Bergens Tidende Morgen. Publisert på trykk 12.07.2003. Andreas Grimsæth. Side: 24.

¹³⁰ Ibid.

¹³¹ Ibid.

ellers, ser denne holdningen til nedleggelsen ut til å ha vært i et klart mindretall i Stavanger sentrum kvelden reportasjen ble gjennomført. Artikkelen fra Aftenposten, «Øl er en følelsessak»¹³², hadde en mer normalisert reportasjevinkling, der man snakket med enkelte folk som hadde vært sentrale i prosessene som hadde gått for seg i byen den siste måneden. Lik artikkelen fra Bergens Tidende Morgen, var Aftenpostens artikkel basert på en gjennomgang av alt som hadde skjedd i Stavanger i relasjon til boikotten av Ringnes. Hovedfokuset ligger på det enorme salget av det nye ølet fra Lervig, der artikkelforfatteren spør; «Er det så rart at det går noen uhyre oppglødde forretningsfolk rundt i byen?».¹³³ Lauritz W. Hansen mente at Lervig «(...) har truffet noe i folkesjelen. Folk føler at mer enn nok i denne regionen er lagt ned, solgt ut, overtatt. Man har rett og slett nådd en grense. Stavanger og Rogaland skal ha sitt eget bryggeri, sitt eget øl».¹³⁴ Inge Rønneberg mente om Ringnes at «(...) vedtaket om å nedlegge Tou, avslører Oslo-ledelsens store mangel på kunnskap om krefter og kulturer på Nord-Jæren».¹³⁵ Jan Bodd fortsatt å holde på sine påstander om at Tou ikke ville ha gått med overskudd hvis bryggeriet ikke var en del av Ringnes-konsernet, og kommenterte ordspråket «domkirke-fotballag-bryggeri» med «(...) hvor mange rogalendinger er det egentlig som spiller på Viking?»¹³⁶ Både hver for seg og samlet gir disse to artiklene et bilde på stemningen i Stavanger, og en oversikt over de forskjellige aktørene som figurerte i media i sammenheng med nedleggelsen: Lervig, Ringnes, Tou Bryggeri, og boikottaksjonen på et generelt plan.

I det juli ble til august, kunne VG melde at den varme sommeren hadde ført til ny rekord i ølsalget.¹³⁷ Nær sagt alle bryggerigigantene i Norge hadde hatt en markant fremgang fra tidligere år; Hansa Borg hadde en økning på 33 prosent i forhold til samme måned året i forveien, Mack 27 prosent og Aass 10 prosent. Et konsern skilte seg ut: Ringnes. Her hadde det riktig nok også vært en økning i omsetningen, men den var på i underkant av 5 prosent. Ringnes selv ville ikke gi noen endelig kommentar på hvorfor deres ølsorter ikke hadde samme fremgang som konkurrentenes, men det vil være svært nærliggende å tenke at boikotten i Rogaland og på Stortinget hadde hatt sitt å si. Det finnes ingen konkrete tall på i hvilken grad boikotten av Ringnes hadde effekt på de samlede salgstillene for varer fra konsernet. Allikevel vet man som kjent at Ringnes i forkant av nedleggelsen stod for 90 prosent av omsetningen i uteserveringen i Stavanger, samt en ikke ubetydelig del av ølmarkedet i butikkjeder. Disse opplysningene er med på å styrke antakelsene om at boikotten var med på å holde Ringnes nede, i en sommer der folk drakk øl som aldri før.

¹³² Aftenposten Morgen. Publisert på trykk 19.07.2003. Halvor Hegtun. Seksjon: Lørdag. Side: 19.

¹³³ Ibid.

¹³⁴ Ibid.

¹³⁵ Aftenposten Morgen. Publisert på trykk 19.07.2003. Halvor Hegtun. Seksjon: Lørdag. Side: 19.

¹³⁶ Ibid.

¹³⁷ VG. Publisert på trykk 23.07.2003. Trond Viken. Side: 3.

August dette året var ensbetydende med at dørene skulle lukkes på Tou Bryggeri. Få, om ingen, hadde lenger det minste håp om at vedtaket ville bli omgjort. Samtidig hadde Stavanger gått videre og fått et nytt øl, et øl folk tok i mot med åpne hender. «Ein te» hadde blitt et uttrykk med dobbel betydning på utestedene i Stavanger. Avisene fra denne måneden var ikke fulle av oppfordringer om boikott gjennom artikler og brev, og antallet artikler som tar for seg Tou er klart lavere enn for de to foregående månedene. I mediebildet var man i steden opptatt av at saker som omfattet øl kanskje hadde fått for stor plass i lokalavisene. En artikkel av 20.august stilte spørsmålet om det hadde blitt for mye utagerende alkoholbruk i Stavanger sentrum som følge av sommerfestivalene i byen. Bjørg Tysdal Moe fra Krf mente at arbeidsplassene på Tou hadde fått mye større oppmerksomhet enn andre arbeidsplasser som hadde gått tapt. Odd Kristian Reme var enig i denne påstanden, men påpekte at han også hadde prøvd å fremheve eplemosten fra Tou som et viktig produkt å redde. Men, fortsatt han, «(...) det er åpenbart at det er ølet som har vært det viktigste produktet».¹³⁸ Flere leserbrev tar for seg skadevirkningene av alkohol, om mener at man ikke bør sørge over at bryggeriet på Forus er borte. Et leserbrev av 21.august ser på det som trist at «(...) andre med ein gong tek plassen og held fram med ei verksemd som er til skade for dei einskilde menneska, for heimane og for samfunnet i det heile».¹³⁹ Brevets forfatter henviser her til Lervig Aktiebryggeri/Egersund Mineralvandfabrikks innsats for å brygge nye lokale øltyper.

Noe avisstoff var allikevel relatert til nedleggelsen. 8.august kom Berentsens Rogalands Pils i butikkene. I motsetning til Lervig Aktiebryggeri, som hadde lagt seg på en lokalpatriotisk linje der fokuset i hovedsak lå i Stavanger-området, valgte Berentsen å kjøre en mer inkluderende linje. «Det er hele fylket som mister sitt bryggeri, ikke bare Stavanger»¹⁴⁰, var Harald Berentsens kommentar til navnevalget. Han hadde stor tro på å lykkes med eget bryggeri, til tross for de mørke fremtidsutsiktene for bryggeribransjen:

«Framtiden består av noen få giganter og en del små bryggerier. De mellomstore bedriftene vil forsvinne. Dette åpner for oss som leverer nisjeprodukter med lokal identitet. Trenden er klar over hele Europa, derfor har jeg sterk tro på det vi nå gjør».¹⁴¹

¹³⁸ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 20.08.2003. Anja Wendelborg Fremo|Tor Dagfinn Dommersnes. Seksjon: Nyheter. Side: 8.

¹³⁹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 21.08.2003. Sveinung Odland. Seksjon: Brev. Side: 13.

¹⁴⁰ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 08.08.2003. Arnt Olav Klippenberg. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹⁴¹ Ibid.

2.4.5: Tou forblir det samme – eller?

Selv om den offisielle nedleggingsdatoen for Tou Bryggeri var satt til 15.august, ble den siste flasken øl tappet på bryggeriet 1.august. 70.000 flasker øl ble tappet denne dagen. De resterende 27.000 liter øl som var igjen på tankene, var planlagt til tapping på fat. Tapperisjef Leif Årthun, som hadde arbeid på bryggeriet ut året, mente at det var «(...) vemodig å holde den aller siste flasken. Kanskje får jeg en enda sterkere opplevelse senere, spesielt etter nedleggelsen, når jeg kommer på jobb og det ikke er noen produksjon her lenger».¹⁴² Den aller siste flaskepilsen ble, som vi senere skal se, til et helt spesielt formål. Inge Rønneberg kunne melde at 1 av 4 oppsagte allerede hadde greid å skaffe seg nye jobber.¹⁴³ Nedleggelsen i seg selv representerte ikke noe større stridstema i avisdiskursen i august. Det som derimot skapte en viss oppstandelse, var at man gjennom prøvetesting hadde funnet forskjeller mellom Tou-øl fra Forus og Tou-øl fra Gjelleråsen. Et stridstema tidligere på sommeren hadde fokusert på om ølet fra Tou ville bestå. Ringnes hadde stått på sitt og fremholdt at oppskriften ville forbli den samme, mens lokalpatrioter hadde ment at Tou-øl produsert utenfor Rogaland ikke ville ha samme kulturelle verdi. Testanalysene, som Aftenbladet avslørte 2.august, viste at det fantes smaksulikheter mellom Tou fra Vestlandet og Tou fra Østlandet.¹⁴⁴ Blant annet hadde mange av testdommerne kommentert at det var mer kullsyre og skum i ølet fra Østlandet. Ølkjennere var ikke overrasket over at det hadde blitt påvist forskjeller, og mente at den originale Tou-smaken fra Forus ville forsvinne når siste rest hadde blitt tappet ut av bryggeriet.

Bryggere på Tou Bryggeri påstod at dette hadde sin forklaring i at det ble brukt forskjellige gjærstammer på Forus og Gjelleråsen, samtidig som bryggeri- og tapperiustyr kunne sette smak på det endelige brygget. På bakgrunn av dette mente Rolf Nystein, tidligere bryggerimester på Tou, at det opprinnelige Tou-ølet etter 15.august ville være borte for godt.¹⁴⁵ Ringnes innrømmet 7.august at det var forskjellig smak på de to typene Tou-øl, og hadde ikke noe å utsette på testens profesjonalitet. Informasjonsdirektør Anne-Marit Schiong mente allikevel at man måtte ta i betraktning at «(...) øl er et levende produkt, og smaken er avhengig av en rekke ting».¹⁴⁶ Videre fremhevet hun at «(...) vi kjenner verken alder eller lagring på det ølet som er analysert».¹⁴⁷ Disse faktorene tatt i betraktning, var Ringnes' budskap fortsatt at Tou-ølet skulle ville bli produsert etter

¹⁴² Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 01.08.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹⁴³ Ibid.

¹⁴⁴ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 02.08.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 22.

¹⁴⁵ Ibid.

¹⁴⁶ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.08.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 18.

¹⁴⁷ Ibid.

samme spesifikasjoner og metoder som tidligere, og at konsernet ikke «(...) tukler med merkevaren Tou».¹⁴⁸ I denne saken var det tydelig at de to partene hadde forskjellig syn på hva Tou-øl egentlig er. For lokalpatrioter var et ekte Tou-øl produsert i regionen, slik det hadde blitt gjort siden 1855. En flaske Tou-øl var ikke bare en vanlig øl, det var en tradisjons- og identitetsbærer. I Ringnes' syn var Tou var merkevare, uavhengig av hvor den ble produsert. Her lå fokuset på at så lenge ølet ble laget på samme oppskrift som tidligere, betød mindre avvik i smak svært lite. Flasken med den velkjente Tou-logoen var jo allikevel den samme, og innholdet tilnærmet likt. Dette motsetningsforholdet i synet på identitet og merkevare skal vi gå grundigere inn i ved en senere anledning, i avhandlingens tredje del.

Avskjeden med den siste originale Tou-pilsen fra bryggeriet på Forus ble seremonielt markert. Lørdag 16. august hadde rundt 100 mennesker møtt opp for å ta farvel med det tradisjonelle ølet. Natten mellom fredag og lørdag hadde den siste pilsen blitt oppbevart i safe hos utestedet Dickens, slik at man ikke risikerte at den ble borte i helgens uteservering.¹⁴⁹ Kledd i svart sløyfe ble ølet «bisatt» i Vågen, med tilhørende taler. Ragnar Opsal, medlem i Tou-ølets venner, talte: «Etter 148 år er det slutt. Takk for alt! Uten Tou-øl går alt i dass».¹⁵⁰ Deretter ble flasken kastet på sjøen. Kampen om Tou-ølet, som hadde pågått siden februar samme år, fikk sin slutt i denne seremonien.

Den til tider heftige argumentasjonen som ble brukt mot Ringnes tidligere på sommeren var stilnet. Hadde folk forsonet seg med tapet av Tou, og gått videre? Så man på Lervig Aktiebryggeri som et verdig substitutt for Tou Bryggeri, eller var dette bare midlertidig lindring? Dette er spørsmål som ligger utenfor denne avhandlingens tidsramme, og som får bli opp til andre å besvare. Avhandlingens neste del vil bestå av å systematisere argumentasjon og retorikk som ble brukt sommeren 2003, både av de som var imot nedleggelsen og fra Ringnes selv.

¹⁴⁸ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.08.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 18.

¹⁴⁹ <http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article726917.ece>

¹⁵⁰ Ibid.

2.4.6: Bildegalleri

Scene fra 4. juni 2003, dagen nedleggelsesvedtaket ble gjort kjent for de ansatte på Tou Bryggeri (foto: NRK)¹⁵¹:



Tou-øl på flaske og boks, med den kjente Tou-mannen og slagordet "skummende frisk rogaleending" (foto: Ringnes A/S)¹⁵²:



¹⁵¹ <http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.552342>.

¹⁵² Bilder mottatt fra og brukt med godkjennelse av Ringnes A/S.

3. Argumentene

3.1 Hvordan argumentene klassifiseres

I avhandlingens del 2 ble det skapt et bilde av hvordan nedleggelsen av Tou Bryggeri fortonte seg, sett gjennom et utvalg aviser fra perioden februar 2003 til slutten av august samme år. I tillegg til denne gjennomgangen av avismaterialet, plasserte jeg bedriften Tou Bryggeri i en historisk kontekst gjennom å bruke bedriftshistorieverket *Aksjebryggeriet Tou 1855-1955*. Deler av argumenteringen mot nedleggelsen i 2003 var fundert i Tous posisjon som en institusjon og arbeidsplass med lang historie i regionen bak seg. Dette ble gjort for å vise den helhetlige rammen argumentasjonen for og mot nedleggelsen utspant seg. Måten jeg valgte å gjøre dette på, var å følge avisene kronologisk innenfor den valgte perioden, fra dag til dag. Denne kronologiske gjennomgangen ble valgt av to hovedårsaker. For det første er utspillet dramaet om Tou Bryggeri seg over et begrenset tidsrom der mye skjer på kort tid. En kronologisk gjennomgang er derfor en god metodikk for å gjenskape hendelsene og tidsånden på best mulig måte. For det andre er den kronologiske gjennomgangen viktig for å avdekke hvordan argumentasjonen utvikler seg over tid. Med dette menes det hvordan argumenter og diskurs endres etter hvert som bryggeriets skjebne tar form, og senere igjen forandres etter at det er lagt ned.

I dette kapitlet står kategorisering og systematisering av de artikler og brev som er relevante for avhandlingen i fokus. De enkelte oppslags egnethet og relevans for avhandlingen, kan defineres på denne måten: for at oppslaget skal kunne nyttes, må det være direkte relaterbart til nedleggelsen og/eller Tou Bryggeri og Ringnes A/S. Eventuelle oppslag hvor de nevnte faktorene er inkludert, men ikke spiller en hovedrolle, har blitt forkastet som kildemateriale. For å gjøre kategoriseringen mest mulig oversiktlig, har jeg valgt å bruke diagrammer/tabeller. De fire figurene som følger i slutten av kapitlet, er basert på utvikling over tid, og har som hensikt å avdekke forskjellige typer utvikling innenfor det aktuelle tidsrommet avhandlingen er basert på. Målet med figurene er å:

- ✓ Figur 1: organisere artiklene kvantitativt avis for avis.
- ✓ Figur 2: systematisere argumentasjon.
- ✓ Figur 3: vise hvilket format artiklene er presentert i
- ✓ Figur 4: vise hvilke aktører som uttaler seg i media, i dette tilfellet i aviser

3.2 Inndeling og kategorisering av argumentasjonen

Før en større drøftelse og skjemativering rundt utviklingen av argumentasjon og retorikk, kan det være greit å presentere en grovere inndeling av de forskjellige typene argumenter som forelå i avisene rundt nedleggelsen av Tou i perioden februar – august 2003. Argumentene omfatter visse begrunnelser og verdier, som også er beskrevet. I denne verdivektleggingen er både argumenter for og i mot nedleggelsen medregnet. Hvis ikke annet er markert, er det Ringnes/Bryggeriforeningen som uttaler seg til fordel for nedleggelsen. Når det gjelder argumentering mot nedleggelse, har jeg i hver kategori angitt de som i hovedsak benytter seg av de aktuelle argumentasjonstemaene. Med grunnlag i kildematerialet kan vi derfor sette opp denne oversikten:

- ✓ **1. Kulturelle/historiske argumenter.** Begrunnelse/verdigrunnlag for nedleggelse: Tou skal produseres etter samme oppskrift som før, selv om produksjonen flyttes til Østlandet. Ringnes skal verne om merkevaren Tou, slik det er blitt gjort i 148 år. Det er produktene i seg selv som er viktige, ikke hvor de produseres. Begrunnelse/verdigrunnlag mot nedleggelse: Tou er en eksponent for rogalandsk folkesjel og kultur. Tou-ølet er et håndfast og lett tilgjengelig eksempel på regional kultur. Ølet skal derfor produseres i lokalområdet, med lokal arbeidskraft. Tou bør vernes på bakgrunn av TRIPS-regelverket. Stavanger skal ha sitt eget øl. I historisk sammenheng er Tou en signalbedrift i Rogaland som har gjennomgått flere hamskifter gjennom årene. (Alle, og spesielt aktører i utelivsbransjen i Stavanger)

- ✓ **2. Økonomiske argumenter.** Begrunnelse/verdigrunnlag for nedleggelse: omstruktureringer i den norske bryggeribransjen er nødvendige, og grep må tas mens den ennå finnes et økonomisk overskudd. Det er stor overskuddskapasitet ved Ringneskonsernets bryggerier i Norge. Tou nyter godt av å være en del av Ringneskonsernet, og hadde ikke drevet med overskudd uten sentraladministrasjonen i Oslo/København. Begrunnelse/verdigrunnlag mot nedleggelse: Tou Bryggeri har gått i pluss de siste årene, og har dermed vært en god inntektskilde for Ringnes. Det bør koste dyrt å legge ned lønnsomme arbeidsplasser, eventuelt utføre bedriftsslakt som er tilfelle med Tou. Å legge ned Tou vil få store økonomiske konsekvenser for Ringnes. Nedleggelsen av Tou er en del av en trend i tiden som man må motarbeide. (Blant annet Stavanger Kommune ved ordfører Sevland).

- ✓ **3. Arbeidersolidariske argumenter.** Begrunnelse/verdigrunnlag for nedleggelse: arbeidsplassene ved Tou Bryggeri må ofres for å redde andre arbeidsplasser i den norske bryggerinæringen. De oppsagte arbeiderne vil få tilbud om jobb ved andre av Ringnes' anlegg i Norge. Begrunnelse/verdigrunnlag mot nedleggelse: Tou Bryggeri er arbeidsplassen til omtrent 170 personer. En stor andel av disse er over 50 og ufaglærte. Disse faktorene medvirker til at de kommer til å stille bakerst i køen når de skal ut på arbeidsmarkedet på nytt. Satt i kontekst: arbeidsledigheten i 2003 var høy, både i Rogaland og Norge generelt. Nye lokale bedriftsforetak innenfor bryggerinæringen vil generere arbeidsplasser til de som mister jobben på Tou Bryggeri. (Alle)
- ✓ **4. Miljøargumenter.** Begrunnelse verdigrunnlag for nedleggelse: en stor andel av alle drikkevarer fra Ringnes som omsettes i Rogaland blir allerede (før nedleggelsen) fraktet fra Østlandet til Vestlandet med trailere. At produksjonen av Tou-øl- og eplemost flyttes til Østlandet vil derfor ikke medføre vesentlig større forurensning. Begrunnelse/verdigrunnlag mot nedleggelse: ved å flytte all produksjon av øl og eplemost til Gjelleråsen vil man kunne se en stor økning i transport av drikkevarer fra Østlandet til Vestlandet. Dette vil dermed medføre mye større forbruk av diesel, og medvirke til høyere utslipp av forurensning. (I hovedsak SV, ved Hallgeir Langeland)
- ✓ **5. Støtte- og boikottargumenter.** Begrunnelse/verdigrunnlag for nedleggelse: ved å boikotte varer fra Ringnes vil de resterende arbeidsplassene ved Tou-anlegget bli truet. Begrunnelse/verdigrunnlag mot nedleggelse: Et todelt argument. Før nedleggingsvedtaket: bryggeriet på Forus produserer Tou-pils på flaske. Å konsekvent velge Tou-pils på flaske når man handler vil derfor være med og støtte de som jobber på bryggeriet. Etter nedleggingsvedtaket: ingen Tou-produkter skal lenger produseres lokalt. Ringnes fjerner produktenes egenart. Derfor boikottes alle varer fra Ringnes, både ved å la være å kjøpe Ringnes-produkter og ved å støtte nye, lokale bryggeritiltak.

De nevnte argumenttypene ovenfor er som sagt en nedsnevring som gjør det enklere å kategorisere de artikler og brev som er relevante for vår periode. Utenom direkte argumenter for eller mot nedleggelse, kan man også vekte artikkelens vinkling. Hvis artikkelen er rettet mot et bestemt område eller personer som blir rammet av nedleggelsen, på hvilken måte kan man da klassifisere artikkelen? Leserbreve er utelatt fra dette problemet, da de vanligvis er direkte rettet mot en eller flere spesifikke temaer. For å løse dette problemet har jeg valgt å se på hvilken gruppering (for eller mot nedleggelse) artikkelens innhold tar for seg, og deretter hvilket felt artikkelen er rettet

mot (kultur, arbeidere, miljø, lokalidentitet). Med denne metoden kan derfor en artikkel som tar for seg motstand mot nedleggelsen inneholde stoff som for eksempel omfatter både miljø-, arbeidssolidariske-, og kulturelle argumenter. Et lettfattelig eksempel på dette er en artikkel fra Stavanger Aftenblad datert 28.mai.¹⁵³ Her beskylder Hallgeir Langeland Ringnes for å ignorere miljøet (miljøargument), samtidig som han uttrykker misnøye over bryggeriarbeiderne som mister jobben (arbeidssolidarisk argument). Andre eksempler kan være de flerfoldige artiklene fra dagene rundt nedleggelsen, der især Stavanger Aftenblad, Rogalands Avis og Klassekampen retter artiklene mot bryggeriarbeiderne som mister jobben og intervjuer disse. Dette gjør at arbeidernes avmakt kommer tydeligere frem, og gir de nevnte artiklene et arbeidssolidarisk preg.

3.2.1 Figur 1: artikler og brev, månedsvise fordeling avis for avis

Måned	Februar	Mars	April	Mai	Juni	Juli	August	Sum
Stavanger Aftenblad	3	4	3	15	62	18	15	120
Rogalands Avis	-	-	-	10	22	5	5	42
Klassekampen	-	-	3	1	7	3	-	14
Dagens Næringsliv	-	-	1	1	8	2	-	12
Dagbladet	-	-	-	-	3	2	-	6
VG	-	-	-	1	2	2	-	5
Aftenposten	-	-	-	1	3	2	-	6
NTB	-	-	-	1	10	-	-	11
Adresseavisen	-	1	3	2	3	2	-	11
Bergens Tidende	-	-	-	-	1	2	-	3
Nordlys	-	-	-	-	3	2	-	5
Sum	3	5	10	34	141	44	20	235

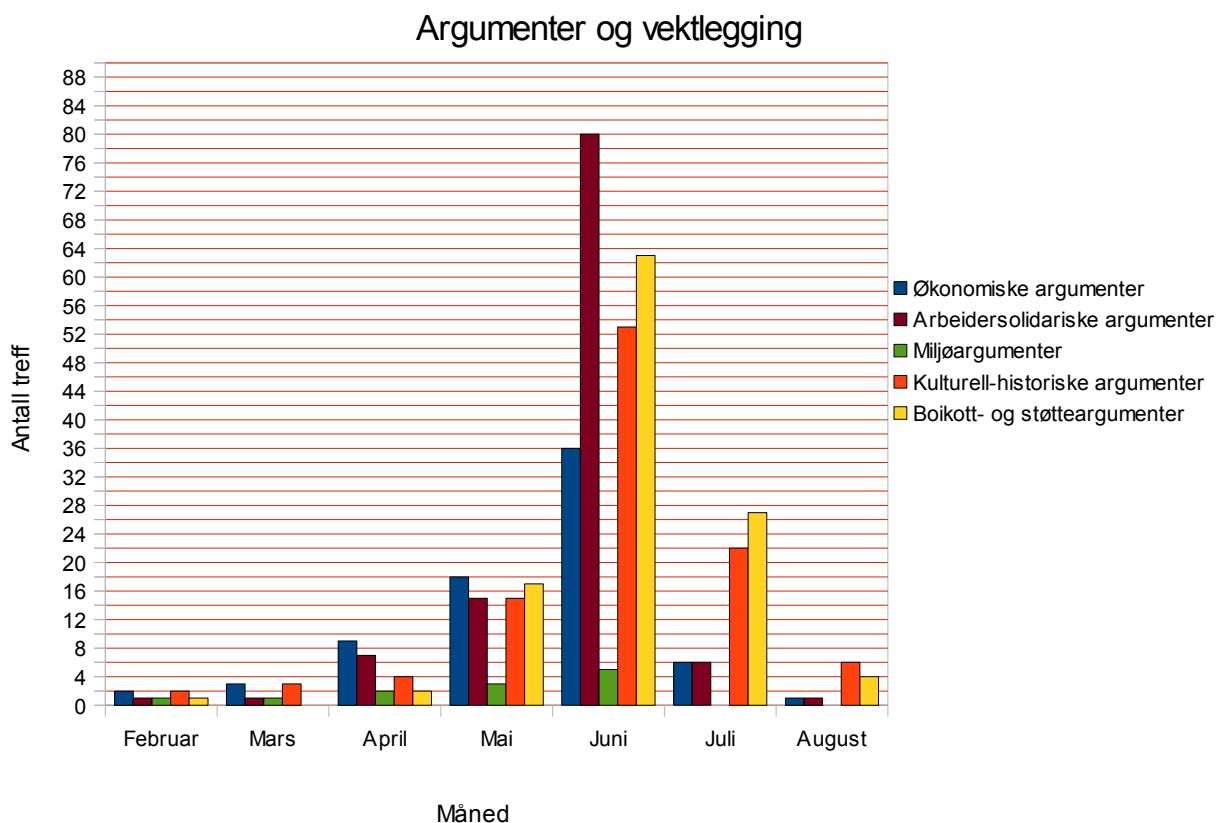
*Foruten disse avisene hadde Dagsavisen i samme periode to artikler om nedleggelsen, datert til 24.05 og 08.08. Dermed blir det totale antallet oppslag 237.

Som vi kan lese av tabellen, øker antallet gradvis fra februar og fram mot juni. Deretter kommer den desiderte toppmåneden, juni, som har mer stoff som omfatter Tou enn alle de andre

¹⁵³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 28.05.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Stavanger. Side: 26.

månedene til sammen. Dette faller seg ganske naturlig, i og med at vedtaket om nedleggelse ble fattet 4.juni. I juli har den verste stormen lagt seg, og hovedfokus blir flyttet til opprettelsen av det nye lokalbryggeriet, Lervig Aktiebryggeri. August runder av vår periode, og har således bare et mindre antall artikler som direkte tar for seg nedleggelsen. På dette tidspunktet er nedleggelsen uunngåelig, og det argumenteres derfor ikke mot nedleggelsen slik som tidligere på sommeren. August måned markerer i tillegg at saken har utviklet seg til å bli av utelukkende lokal interesse, da det kun er de to lokalavisene Stavanger Aftenblad og Rogalands Avis som har artikler om saken i denne perioden. I denne tabellen har hvert forsideoppslag og medfølgende nyhetsartikkel blitt regnet som ett oppslag.

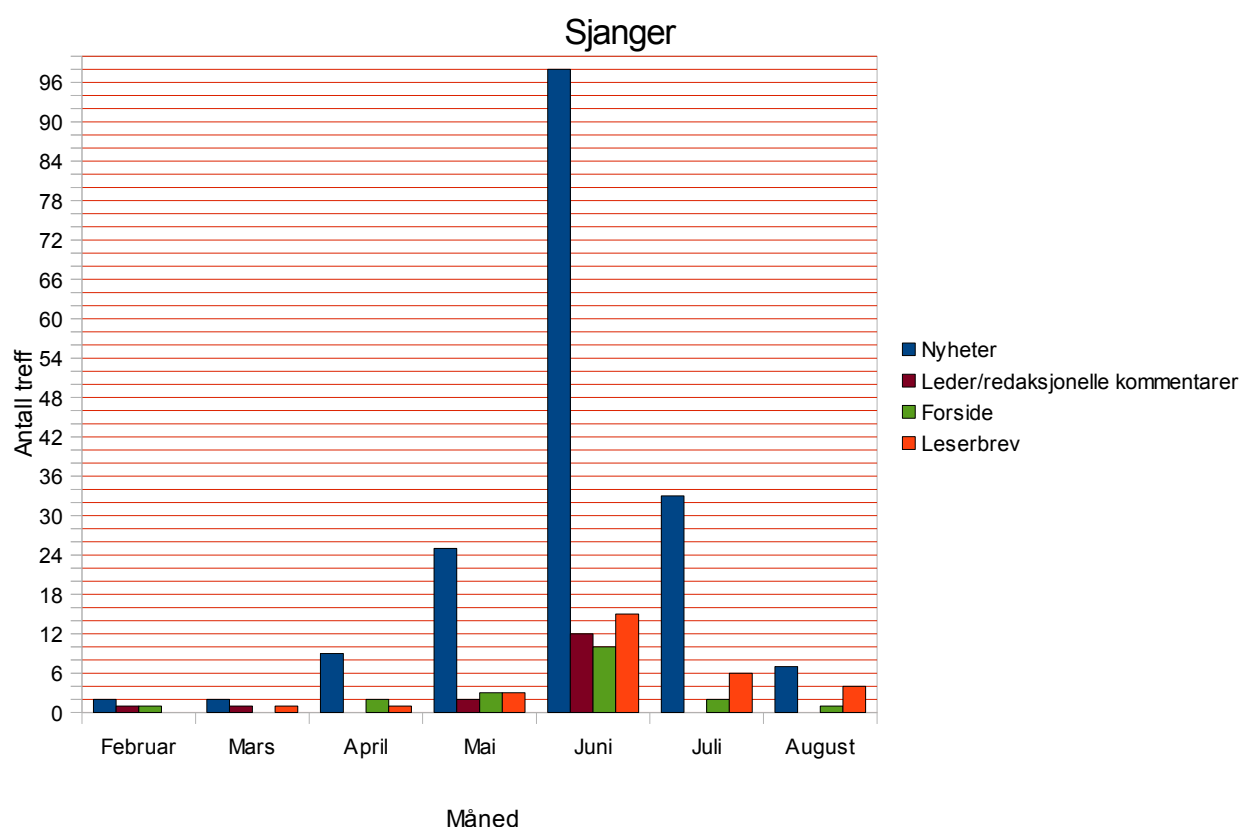
3.2.2 Figur 2: argumentstyper og vektlegging, månedsvise fordeling



Dette diagrammet bruker i all hovedsak den generelle argumentasjonsinndelingen som ble fremsatt i del 2.2. Den eneste forskjellen er støtteargumentene i dette diagrammet også har boikottargumentene som motsats. Som det der blir fremhevet, er det ikke utelukkende eksplisitt

uttalte argumenter som er avgjørende for om en artikkel tar en spesifikk retning, og dermed blir tilhørende klassifisert. Artiklens hovedfokus er også viktig for å definere hvilken argumentasjon og retorikk som dominerer. På denne måten får man derfor en del artikler som gir uttrykk for implisitte argumenter i flere retninger. Vi ser ellers at arbeidssolidariske argumenter står svært sterkt i juni, men taper masse terreng i tidsperiodens to siste måneder. Kulturell-historiske argumenter er, sammen med boikott- og støtteargumenter, de typene argumenter som er jevnest representert perioden sett under ett. Miljøargumenter er i liten grad representert i tidsperioden, og forsvinner helt etter juni måned.

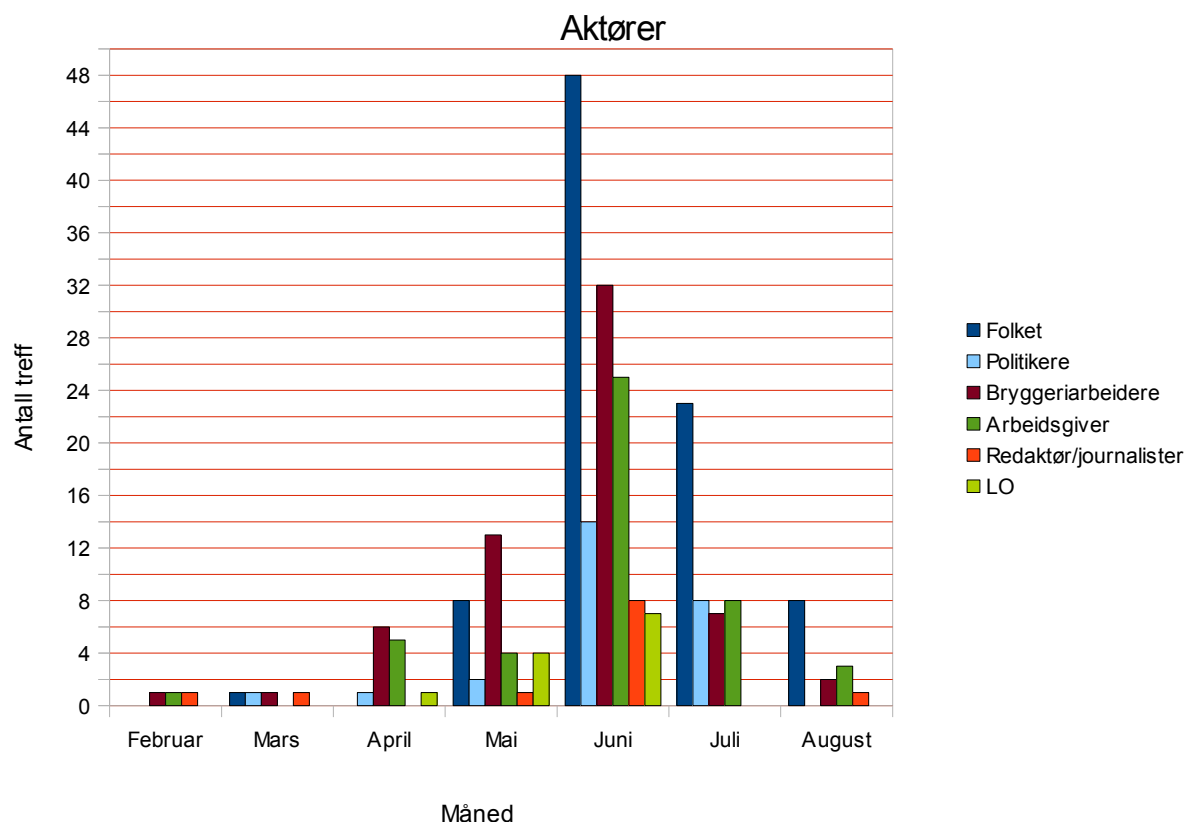
3.2.3 Figur 3: sjanger, utvikling måned for måned



Dette diagrammet er en oversikt over hvilke format nedleggelsen og hendelsene rundt den. De forskjellige kategoriene trenger ikke noen videre utdypning, ut over et par faktorer. Nyheter-kategorien har blitt såpass stor siden den omfatter alle artikler som kan regnes som nyheter, notiser og reportasjer. Leder/redaksjonelle kommentarer-kategorien omfatter alle artikler som er skrevet av redaktører og journalister, og som gir uttrykk for skribentens eller avisens offisielle synspunkt.

Forsideopplagene har i denne figuren blitt, i motsetning til i figur 1, regnet som individuelle oppslag. Som i forrige diagram er det juni måned som har flest treff på alle kategorier, i dette tilfellet sjangre. Det er naturlig nok størst interesse for nedleggelsen i måneden den finner sted. Denne interessen er størst både hos aviser og hos lesere, noe som blir stadfestet i det høye antallet treff på kategoriene "nyheter" og "leserbrev".

3.2.4 Figur 4: aktører og uttalelser i media, månedsvise fordeling



Dette diagrammet gir en utfyllende oversikt over hvilke aktørgrupper som uttaler seg til media om nedleggelsen, og når de gjør det. Som i fig.3 er det en kategori som tidvis skiller seg ut som større enn de andre, i fig.4 er det Folket-kategorien. Innenfor denne kategorien har alle utenforståendes innspill blitt regnet med: kommentarer fra leserbrev, aktører medvirkende i oppstarten av nye lokalbryggerier og kulturpersonligheter. Arbeidsgiver-kategorien omfatter

personer med tilknytning til Ringnes, Bryggeriforeningen og Carlsberg. Vi tar med oss at kategorien "LO" får flest treff i juni måned, og forsvinner i tidsperiodens to siste måneder. Dette har nok sammenheng med at LO først og fremst markerer seg i media for å fremme arbeidernes sak. Bryggeriarbeiderne på Tou blir ikke levnet like stor oppmerksomhet etter juni, og derfor går antallet saker LO har mulighet til å uttale seg i, ned.

3.3 Argumentasjonsutvikling over tid

Hovedfunnene som kan trekkes ut av det figurene i 3.2 viser oss, er følgende:

1. Juni er den måneden som innehar flest oppslag om nedleggelsen og direkte relaterte hendelser.
2. Arbeidersolidariske argumenter er høyest representert rent kvantitativt, mens boikott- og støtteargumenter er jevnest fordelt, tett fulgt av kulturell-historiske argumenter.
3. Det er kvantitativt desidert flest artikler om nedleggelsen som er skrevet i nyhetsformatet. De tre andre formattypene som er inkludert i fig.3 har alle flest oppslag i juni.
4. Aktørmessig er det Folket-gruppen som uttaler seg flest ganger i aviser perioden sett under ett. I månedene før juni er det arbeidsgiver og bryggeriarbeidere som har flest uttalelser. Dette gjelder spesielt for april måned, der det i hovedsak er disse to partene som uttaler seg i avisene.

Om argumentbruken kan vi si følgende:

- Arbeidersolidariske argumenter: mest brukt like før og like etter nedleggelsen.
- Kulturell-historiske argumenter: utvikles i takt med først støtteargumenter og senere boikottargumenter. Mye til felles med disse argumentasjonstypene, men gjerne mer behersket.
- Miljøargumenter: sporadisk brukt argument, ofte som delargument sammen med arbeidersolidariske og kulturelle argument.
- Økonomiske argumenter: gjerne delargument sammen med andre argumenttyper. Dette gjelder spesielt for når det argumenteres for nedleggelse, da de økonomiske argumentene gjerne blir brukt sammen med arbeidersolidariske argumenter. Mest brukt like før og like etter nedleggelsen, men er likevel representert i seks av sju måneder.

Neste punkt i avhandlingen er å analysere hvordan argumentene vi nå har gjennomgått brukes, rent kvalitativt sett. Hvilke refleksjoner kan en gjøre seg om funnene i del 3, og som kan brukes i analysen? Først og fremst viser statistikken oss at et argument sjelden brukes alene i en

uttalelse. For eksempel kombinerer arbeidsgiver økonomiske og arbeidersolidariske argument hyppig. Deretter er det verdt å merke seg at mengden uttalelser er mye større i juni måned, og at det er i denne måneden folk flest har noe å si om nedleggelsen. Selv om folket også uttaler seg i månedene før nedleggelsen, bærer disse månedene preg om at nedleggelsen ennå ikke er vedtatt. Fram til mai måned er det i hovedsak arbeidsgiver og bryggeriansatte som uttaler seg. Boikott- og støtteargumentene er jevnt representert over hele perioden. Dette henger sammen med at disse argumentene er fundert både i nedleggelsen av Tou Bryggeri og opprettelsen av Lervig Aktiebryggeri. Derfor spenner disse argumentene over et bredere felt enn andre argument.

4. Analysen

4.1 "En by med respekt for seg selv"

Hensikten med del 3 var å konkretisere argumentasjon som ble fremsatt i det utvalget av aviser fra perioden februar – august 2003 som avhandlingen er bygget på. Gjennom de fire forskjellige tabellene og diagrammene ble den nødvendige informasjonen innordnet, slik at utfallet ble et sett av faktaopplysninger som er relevante for å svare på avhandlingens problemstillinger. Hensikten med del 4 vil være å fortolke disse opplysningene. For å gjøre dette vil jeg, på bakgrunn av hvordan figurene i del 3 viste utviklingen i spredningen av de forskjellige argumentasjonskategoriene, vise konkrete eksempler på hvordan argumentene forandrer seg over tid. Deretter vil jeg se om måtene de forskjellige aktørene uttaler seg på og hva slags innhold det er i det de uttaler, kan ordnes i hehold til Pierre Bourdieus teorier om kulturell og økonomisk kapital og forståelse av maktstrukturer. Hovedforskjellen mellom del 3 og del 4 er dermed av forskningsmessig art. Del 3 var rent faktaorientert, mens del 4 blir fortolkende. Sett i et større perspektiv kan man derfor si at del 2 forteller *hva* og *hvor* det skjedde, del 3 forteller *hvem* som var involvert, mens del 4 prøver å fortolke *hvordan* og *hvorfor* det skjedde som det gjorde.

4.2 Tou Bryggeri, kulturell kapital og lokalpatriotisme

Pierre Bourdieus tanker om samfunnets oppbygning gjennom forskjellige typer roller og virkningsfelt har blitt brukt som referanse i utallige vitenskapelige arbeider de siste 30-40 årene. Innenfor sosiologiske fag blir franskmannen regnet som en nestor. Ut av Bourdieus forskningsarbeid kan man trekke tre hovedbegrep: habitus, felt og kapital.¹⁵⁴ Habitus er, enkelt forklart, måten en individuell eller kollektiv kropp tilpasser seg sitt miljø. Felt er forskjellige sett relasjoner som gjensidig definerer posisjoner. Disse posisjonene holdes sammen av troen på verdiene som definerer feltet og gir mening til de aktivitetene som foregår i feltet.¹⁵⁵ Kapital er Bourdieus siste hovedbegrep, og også et nøkkelbegrep i denne analysen. Hos Bourdieu brukes kapital-begrepet til å beskrive det sosiale forholdet mellom dominerende og dominerte. Kapital er makt, og den som har kapital dominerer den som ikke har den samme kapitalen. I forhold til den vanlige betegnelsen på kapital som utelukkende økonomisk makt, går Bourdieu videre med begrepet. Han likestiller kulturell og sosial kapital med den økonomiske kapitalen. Den sosiale

¹⁵⁴ Jakobsen, Kjetil: "Innledning", s.11 ff., i Bourdieu, Pierre: *Distinksjonen*, (Oslo, 2002)

¹⁵⁵ Ibid: 13.

kapital utspiller seg innenfor sosiale grupper, der individer spiller på lag for hverandre. Sosial kapital oppstår når mennesker jobber sammen mot hverandre. I begrepet kulturell kapital legger Bourdieu vekt på verdien kulturell påvirkning kan ha på individer og grupper. Kulturell påvirkning skaper dannelse, som kan likestilles med kulturell kapital. Kulturell kapital kan økes både for mennesker på individnivå, og for større kroppar. Eksempelvis kan man si at landet Norge hadde liten kulturell kapital i 1814, men at de senere gullaldrene innenfor litteratur og kunst var med på å øke den kulturelle kapitalen og sette Norge på det kulturelle verdenskartet. Den nye nasjonen Norge hadde ved unionsoppløsningen i 1905 derfor stor kulturell kapital. Størsteparten av befolkningen var allikevel fortsatt preget av en habitus som ikke hadde tatt til seg denne kapitalen, og var preget av sin provinsielle bakgrunn.¹⁵⁶

Sentralt i forskningen på kapital-begrepet står kartleggingen akkumulert kapital hos forskjellige grupper. Motsetninger er vanlige: enten er den økonomiske kapitalen høy og den kulturelle kapitalen lav, eller den kulturelle kapitalen høy og den økonomiske kapitalen lav. Veldig forenklet kan dette bety at man har mye penger og lite kjennskap til kultur (bøker, teater, musikk, kunst), eller omvendt. Inntjeningen av kapital foregår enten på det rent materialistiske plan eller som u håndgripelige kunstneriske erfaringer gjort i konsertsaler og teater. De to typene kapital står gjerne i et motsetningsforhold til hverandre, der den ene er representert over den andre. Personer med samme mengde kapital omgås gjerne i sosiale grupper og deler felles interesser. Er det mulig å bruke tankene om økonomisk og kulturell kapital for å forklare reaksjonene som kom til uttrykk under nedleggelsen av Tou Bryggeri? Man vet at det i Stavanger-regionen er representert store mengder økonomisk kapital som følge av den norske oljealderen. På samme tid har også kultur alltid vært en viktig del av byen. Tou Bryggeri står her frem som en kontinuitetsbærer innenfor både det økonomiske og kulturelle livet i regionen: økonomisk sett som arbeidsgiver og kulturelt sett som produsent av produkter som akkompagnerer både hverdagslige og store hendelser i byens liv. Spesielt øl er et produkt som gjerne blir omsatt i restauranter og lignende plasser der kultur omsettes, og ølet i seg selv blir derfor tilegnet kulturell kapital. Den som konsumerer ølet får på denne måten ta del i den kulturelle kapitalen ølet gir. På en annen side er denne kapitalen akkumulert gjennom flere generasjoner: fra oldefar, bestefar, far og til sønn. Symbolverdien i et Tou-øl må derfor heller ikke undervurderes.

På bakgrunn av vissheten om at objekter kan opptre som bærere av kapital, både økonomisk og kulturelt, kan man fastslå at Tou Bryggeri og dets produkter, især Tou-pilsen, inneholdt kulturell

¹⁵⁶ Jakobsen, Kjetil: "Innledning", s. 15, i Bourdieu, Pierre: *Distinksjonen*, (Oslo, 2002).

kapital og hadde kulturell verdi. I mange av de aktuelle artiklene blir det brukt uttrykk som lokalpatriotisme, lokalidentitet og lokal tilhørighet. Hva forteller dette om Tou Bryggeri og kampen mot nedleggelse? Det som først og fremst er iøynefallende, er at det er de følelsesmessige aspektene som blir vektlagt av de som vil beholde bryggeriet i Stavanger. Det er ikke det rasjonelle som taler når slagord som "Intet bryggeri – ingen by!" blir kommunisert under 1. mai-toget. Frontene i nedleggelsen består av to parter som grovt sett taler hvert sitt språk:

- ✓ Arbeidsgiver, som vektlegger det økonomiske og rasjonelle ved å legge ned produksjonen ved bryggeriet på Forus. Forsikringene om at rogalendingene skal få det samme ølet, produsert på samme oppskrift på Gjelleråsen, er rasjonelt betinget. Ringnes mener at det skapes problem ut av faktorer som ikke burde være problematiske. Ølet vil forbli det samme, men produsert på en annen kant av landet. De som mister jobben vil bli tatt godt vare på, og vil få tilbud om arbeid ved andre bryggerianlegg i Norge.
- ✓ "Folket", som til tider vektlegger både økonomiske og emosjonelle faktorer. Den enklest vektlagte faktoren er bryggeriarbeiderne som mister jobben. Denne faktoren bygger på medmenneskelige forhold, og på den enkeltes tap av økonomiske goder. Videre argumenteres det for bryggeriet i sin helhet som en overskuddsbedrift. Sammen skaper disse to faktorene det rasjonelle i motstandernes argumentasjon: at mange dyktige arbeidere vil miste jobben, og at det vil være uforsvarlig å legge ned en bedrift som har gått med overskudd i mange år.

Den emosjonelle delen av argumentasjonen er det som ikke kan grunngis i virkelige forhold: alt tilsier at Stavanger ikke vil slutte å fungere som by hvis det ikke finnes et bryggeri innenfor byens grenser, jmf. "Enhver by med respekt for seg selv skal ha en domkirke, et eget bryggeri og et fotballag i øverste divisjon." Stavanger hadde heller ikke sluttet å fungere som by hvis Viking hadde rykket ned fra Tippeligaen. Byen kunne nok også ha fungert uten domkirken, selv om den er et av de viktigste symbolene for Stavanger bys historie. Det opposisjonen mot nedleggelse her vektlegger, er den symbolske verdien som ligger i bryggeriet. Spørsmålet "Vet Ringnes noe om lokalpatriotisme?", fra et brev i Stavanger Aftenblad 28. juni¹⁵⁷, henviser til bryggeriets symbolske verdi: Tou er et symbol for lokal ølkultur, og er derfor uløselig knyttet til Rogaland. Videre hevdes det at øl, i likhet med fotball, er lokalkultur og patriotisme for mange. Språket som brukes i denne delen av argumentasjonen kan derfor kobles opp mot uttrykk som kulturell kapital: Tou-patriotene tillegger varemerket Tou kulturelle verdier, og binder disse verdiene opp mot bryggeriets lange

¹⁵⁷ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 28.06.2003. Øivind Ole Midthun. Seksjon: Brev. Side: 11.

tilknytning til Rogaland.

Når vi nå skal gjennomgå de to frontenes språkføring, har jeg valgt å dele dette inn i to kategorier: patriotismens språkføring og arbeidsgivers språkføring. Ved å separere de to uttrykksformene, vil motsetningene innad i diskursen som ble ført i avisene komme klarere til uttrykk. I del 3 ble bruken av argumenter kartlagt etter forskjellige kriterier, gjennom utvikling over tid. Derfor er det riktig å gå videre og se hvordan argumentene virkelig ble uttalt i avisene, og i hvilken retning diskursen tok, over tid, som følge av dette.

4.3 Retorisk analyse

Med de viktigste historiefaglige termene forklart, kan man gå videre til begrepet retorikk. Retorisk analyse er en viktig del av denne avhandlingens analysedel, derav er en begrepsforklaring på sin plass. Rundt nedleggelsen av Tou Bryggeri ble det brukt argumenter for eller mot nedleggelse. I saker der det finnes flere parter og interesseområder vil enkeltpersoner- eller grupper alltid argumentere for sin sak. Alle argumenter i hvilken som helst sammenheng blir fremsatt for å overbevise tilhørere eller lesere om at den som ytrer seg har rett i sin sak. Her finner man retorikkens kjerne.

Retorikk var, fra oldtiden av, kunsten å tale godt eller *talekunst*. I *Retorikken* gjør Aristoteles rede for de tre bevismidlene en taler med hensikt kan benytte seg av for å overbevise tilhengerne. Det første av disse bevismidlene er talerens karakter, eller *ethos*. En konstruktiv ethos oppnås ved at talerens person gjøres troverdig, på den måte at han gir uttrykk for å ha peiling på det de taler om. Det andre bevismiddelet er *pathos*, følelsesmessig overbeviselse. Dette opptrer hos tilhørerne når taleren greier å vende talen mot faktorer som skaper affekt. Det siste bevismiddelet, *logos*, er når taleren gjennom talens overbevisning prøver å vise at han eller hun fremstiller sannheten.¹⁵⁸ Gjennom århundrene ble det klassiske retorikkbegrepet utvidet til å omfatte også det skrevne ord. I vår mediehverdag omgir vi oss med retorikk på alle bauger og kanter: gjennom aviser, Internett, film og tv, musikk og bøker.

Samspeillet mellom retorikkens tre bevismidler er ofte komplekst, og bruken av ethos, patos

¹⁵⁸ Kjeldsen, Jens E.: *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*, (Oslo, 2004/2008), s. 31.

og logos glir ofte over i hverandre. Dette var også tilfellet i diskursen rundt nedleggelsen av Tou. En større utlegning om hvordan dette utspilte seg følger i del 4. I den retoriske analysen i nevnte del blir det brukt flere retoriske kjernebegrep. *Topoi-begrepet* baserer seg på tanken om at det finnes såkalte " felles steder" som er utgangspunktet for enhver debatt. *Troper og figurer* er uttrykksmåter som bryter med den vanlige måten å uttale seg på. Tou-saken har rikelig med eksempler på dette.

4.3.1: Burkes pentade

Kenneth Burkes pentadiske teori er sentral innenfor moderne retorikkvitenskap. Burke var opphavsmannen til dramatismen, der handling og drama står i fokus for å avdekke menneskelig motivasjon.¹⁵⁹ I dramatismen blir menneskelige handlinger sammenlignet med handlinger i et skuespill. Ut av dette får de menneskelige handlingene symbolske motiver. Burkes pentadiske teori, også kjent som pentaden, er et analyseredskap og verktøy for å avdekke menneskelig motivasjon.

Slik navnet antyder er det fem elementer innenfor den pentadiske teori: handling, aktør, scene, middel og hensikt. Handlingen er alltid sentral, men er også avhengig av de fire andre elementene. For at det skal finnes en handling, må det finnes en aktør som handler, en scene aktøren handler på, et middel aktøren bruker for å handle, og sist en hensikt eller et motiv handler etter. Ved å se på hvordan disse fem elementene brukes i en retorisk situasjon, kan man finne ut hvordan budskapene er satt sammen og hvorfor de er satt sammen slik de er.

Innenfor Burkes dramatisme står tanken om at alle retoriske budskap som formidles som drama har "en tendens til å bringe tilhørernes distanserte kritiske apparat ut av balanse".¹⁶⁰ Dette skjer fordi tilhørerne blir gjort til deltakende aktører i det retoriske innholdet, eller som dramatismen fremholder: deltakere i dramaet. Når dette skjer, blir deltakernes evne til å være kritiske til budskapet forringet.

Da vi tidligere definerte begrepet "retorikk", så vi at målet med all retorisk kommunikasjon er å overbevise tilhørerne i en gitt situasjon. Denne tanken står også sentralt i Kenneth Burkes dramatisme. Han velger å bevege seg lenger enn å benytte seg de tre vanlige appellformene logos,

¹⁵⁹ Kjeldsli 2004: 231.

¹⁶⁰ Kjeldsen 2004: 233.

patos og ethos i sin basisform for å forklare hvordan retorisk overbevisning finner sted. Burke mener at når man forklarer en sak for en tilhører og dermed prøver å vinne aksept for sitt eget syn på saken, formidler man på samme tid motiver for handling. Motiv og handling er som kjent to av elementene i Burkes pentade. Pentaden kan på bakgrunn av dette brukes for å vise hvordan en retor, eller formidler av et budskap, prøver å forme tilhørernes oppfatning av virkeligheten.¹⁶¹

Når forsøk på overbevisning finner sted, kan retoren basere sin forklaring på ett eller flere pentadiske elementer, eller gjennom en kombinasjon av elementer. Hvis en slik kombinasjon, for eksempel aktør-handling, blir brukt, skapes en pentadisk ratio. I ratioen aktør-handling kan aktøren(es) egenskaper av en retor fremheves som avgjørende for at akkurat den aktuelle handlingen har blitt utført. En annen type pentadisk ratio, som kan stå i motsetning til aktør-handling-ratioen, er scene-aktør.

Hvordan disse motsetningene kan komme til uttrykk, synes i debatter rundt utmåling av fengselsstraffer og hvordan disse skal utføres. I denne type debatter vektlegger frontene gjerne forskjellige elementer i pentaden. En aktør-handling-ratio innenfor en debatt om fengselsstraffer vil brukes for å sette forbryterne (aktør) i fokus, og ser dernest på deres handlinger og konsekvensene disse får (handling). Dermed blir det forbryterne som handler, og de må derfor straffes hardt. Den samme debatten får en annen vinkling hvis det blir argumentert gjennom en scene-aktør-ratio. Her er det ikke aktøren som får hovedskylden for forbrytelsene, men omstendighetene: en person som vokser opp under dårlige vilkår, for eksempel i sosial og økonomisk nød, har større sjanse til å begå lovbrudd i voksen alder. Disse omstendighetene tilsvarer det pentadiske elementet "scene". Det er scenen som skaper aktøren, med den slutningen at det bør settes større fokus på å jevne ut sosiale forskjeller enn å straffe forbryterne hardt.¹⁶²

Grunnlaget for å vurdere språket som ble brukt rundt nedleggelsen av Tou Bryggeri med en pentadisk analyse som verktøy ble lagt i kapittel 3 der det ble gjort rede for de forskjellige typene argumenter som ble brukt for og mot nedleggelse. Fra de forskjellige figurene i dette kapitlet vet man også hvem som uttalte seg, og i hvilket format alle artikler og brev som omhandlet nedleggelsen ble presentert i. Nedenfor er en generell inndeling av hvordan språkføringen i Tous døds-kamp fremstår i en pentadisk analyse:

1. **Handling:** aktører handler på vegne av sine ønsker om fortsatt bryggeridrift på Forus eller

¹⁶¹ Ibid: 233.

¹⁶² Ibid: 234.

motsatt: at bryggeriet skal legges ned og produksjonen av Tou-produkter flyttes til Oslo. Etter at nedleggelsen er offisiell og boikotten i gang handles det mot Ringnes, til fordel for andre bryggeriaktører. Hovedhandlingene i perioden februar til august 2003:

- ✓ Tou er ett av flere bryggerier som står i fare for å bli lagt ned. Salget av Tou-pils på flaske øker kraftig, som følge av at folk ønsker å støtte arbeiderne ved bryggeriet.
- ✓ Det blir vedtatt at Tou skal legges ned, til store protester
- ✓ Ringnes blir boikottet
- ✓ I tomrommet etter Tou blir først Lervig Aktiebryggeri stiftet og Lervigs sommerøl kommer på markedet. Omsetningen av det nye ølet er formidabelt, både i butikker og hos utesteder. Senere blir også Rogalandspils lansert.

2. **Aktør:** de som uttaler sine standpunkt i nedleggelsesspørsmålet (se de forskjellige aktør-kategoriene i kap.3). De to hovedfrontene er "folket" og "arbeidsgiver/eier".

3. **Scene:** dette elementet kan deles opp i flere kategorier. Den mest åpenbare scenen er den fysiske: handlingen utspiller seg i all hovedsak i Stavanger-området, mens viktige beslutninger blir tatt på konsernkontorene i Oslo og København. Den retoriske scenen er det som står i avisene, altså det som finnes i denne avhandlingens kildemateriale. Det finnes også en tredje scene: den samfunnsstrukturelle scenen. Her finnes konteksten nedleggelsen utspiller seg i, og som de andre scenene utspiller seg innenfor. Denne scenen omfatter den kapitalistiske økonomimodellen som er implementert i de fleste lands økonomiske struktur, og som styrer verdenshandelen og legger føringer for innenlandshandel. Den samfunnsstrukturelle scenen finnes på både makro- og mikronivå, der makronivået gjenspeiler nasjonale/internasjonale verdier, mens mikronivået inneholder regionale/lokale verdier. Makro- og mikronivåene møtes under debatten om Tou Bryggeri, noe som skal eksemplifiseres senere.

4. **Middel:** argumenter for og mot nedleggelse (ref. kap.3), uttrykt i avisartikler og leserbrev. Argumenter blir fremsatt og blir stående som gyldige, eventuelt forsøkt gjendrevet av motparten. Argumenteringen har både håndfaste og følelsesmessige aspekter, som fra motstandersiden gjerne blir kombinert i en og samme anledning. Etableringen av Lervig Aktiebryggeri er et middel som benyttes for å vise motstand mot Ringnes, samtidig som man utnytter vakuemet i markedet som nedleggelsen av Tou Bryggeri etterlater seg. Retoriske virkemidler kan være for eksempel troper og figurer. Å ha gode retoriske ferdigheter innebærer svært ofte å kunne spille på tilhørernes følelser. Innenfor denne retoriske vinklingen ligger hovedfokuset ofte mindre på rasjonelle forklaringer og

mer på emosjonelle. Eksempelvis er uttrykket "Tou er morsmelken vår" ikke en rasjonell forklaring på hvorfor Ringnes skal ta hensyn og ikke legge ned Tou Bryggeri. Et annet eksempel er "Enhver by med respekt for seg selv skal ha en domkirke, et fotballag i den øverste divisjonen og et eget bryggeri", eller den likelydende "Intet bryggeri, ingen by". Uttrykket "morsmelk" er i dette tilfellet emosjonelt betinget, og er med på å opphøye Tou-ølet til å ha nærmest en livgivende betydning for Stavanger-området. Det er allikevel selvsagt ikke slik at folk ville omkommet uten lokalprodusert Tou-pils. På samme måte er det lite som ville ha forandret seg utad om det hadde endt slik at Stavanger ikke lenger hadde hatt et eget bryggeri innenfor byområdet. Uttrykkenes kraft ligger heller på det plan at de beskriver noe som er følt, de spiller på følelser rundt det å miste Tou Bryggeri. Deres funksjon er å oppildne folk, og få folk til å engasjere seg i saken.

5. **Hensikt:** hensiktselementet er, i denne saken, naturlig nok delt. De to sidene ønsker å legitimere forskjellige utfall av saken. Ringnes/arbeidsgiver/eier vil gjennom sine uttalelser rettferdiggjøre nedleggelsen av Tou Bryggeri og hvorfor dette er viktig og riktig å gjennomføre. Motstanderne, som ønsker fortsatt bryggeridrift, har forskjellige hensikter med motstanden. Materielt sett er det primært bevaring av lokale arbeidsplasser som er viktig, i tillegg til å protestere mot de utslippene av miljøskadelige gasser som vil forekomme som følge av økt transport av drikkevarer fra Østlandet til Vestlandet. Materielt sett har boikotten, som finner sted etter at nedleggelsen av bryggeriet er vedtatt, en negativ virkning på Ringnes' økonomiske omsetning av mineralvann og øl. Siden Tou Bryggeri allerede er tapt, er denne økonomiske virkningen som synes å være hensikten med boikotten: Ringnes straffes for det de har gjort mot Tou. Den andre, immaterielle siden av protesten, har de kulturelle og følelsesmessige aspektene i fokus.

Med de pentadiske elementene klarlagt i forhold til Tou-saken, kan man gjøre betraktninger over hvordan det retoriske dramaet utspilte seg. Det synes å være mulig å påvise generelle mønstre i hvilke ratioer de to frontene baserer sine forklaringer på. De to frontene uttrykker seg gjennom forskjellige pentadiske ratioer. Arbeidsgiver/eier grunnir i all hovedsak sine motiver ved å benytte seg av en scene-handling-ratio. Nedleggingsmotkjemperne uttrykker i all hovedsak sin motstand mot nedleggelsen ved å konfrontere arbeidsgiver gjennom en handling-middel-ratio. I det kommende avsnittet skal vi gå gjennom hvordan de nevnte ratioenes innhold blir grunnlagt i debatten.

Arbeidsgivers/eiers dramatisering forholder seg til en scene-handling-ratio. Her legges det

vekt på at det er scenen som gjør at aktøren handler slik han gjør. Den aktuelle scenen her er omstendighetene: det kapitalistiske systemet krever effektivisering. Bryggeribransjen i Norge drives med overkapasitet, og derfor er det riktig å legge om produksjonen før det blir dårligere tider. Det mest rasjonelle å gjøre er derfor å fjerne arbeidsplasser ved én bedrift for å trygge de resterende arbeidsplassene ved andre bedrifter. En annen faktor er at regjeringens alkoholpolitikk, med avgifter som favoriserer import av vin og sprit, gjør det vanskelig å drive bryggerivirksomhet med økonomisk overskudd i Norge. Det er dermed scenen, altså omstendighetene, som gjør at aktøren, som er Carlsberg/Ringnes, må legge ned et av de norske bryggeriene i Ringneskonsernet. Det er denne dramatiseringen Ringnes i hovedsak benytter seg av for å rettferdiggjøre nedleggelsen av Tou Bryggeri.

Dramatiseringen som blir foretatt av motstanderne av nedleggelsen, har hovedvekt på en handling-middel-ratio. Her plasseres ansvaret på aktøren, som altså Carlsberg/Ringnes. Hovedbuskapet er at det å legge ned Tou Bryggeri synes som en forkastelig handling. Midlene som brukes for å uttrykke dette, er de forskjellige typene argumenter som blir fremsatt gjennom nedleggelsesprosessen. Etableringen av Lervig Aktiebryggeri som et alternativ til Ringnes er et annet, mer håndfast middel som blir tatt i bruk. Den kulturelle argumenteringen, som er jevnest representert over tidsperioden februar til august, plasserer seg i en samfunnsstrukturell scene på mikronivå. Her framheves kvalitetene Tou Bryggeri og merkenavnet Tou besitter i forhold til lokalregionen. Her kommer kravet om at ekte Tou-pils skal produseres i Stavanger-området inn. Denne sceniske plasseringen tar ikke hensyn til det samfunnsstrukturelle makronivået som Ringnes dramatiserer innenfor. Den fornærmede part anklager og argumenterer på et mikronivå, mens den tiltalte part svarer på en måte som ikke stemmer overens med det det blir spurt om.

Ved spørsmål om Tou-pilsen, lokal tilknytning og patriotisme, er Ringnes' standardkommentar "(...) Tou-merket fortsatt skal bestå, og at Tou-øl skal lages på den samme oppskriften som før"¹⁶³, og lignende variasjoner av dette. Bare ved to anledninger blir de kulturhistoriske argumentene direkte besvart av Ringnes. I første omgang skjer dette i Klassekampen 3. juni, der Anne Marit Schiong sier at " (...) Det er ikke så viktig for oss hvor vi produserer. Geografisk lokalitet er emosjonelt og ikke realisme. Vi lager like god øl om det blir produsert i Oslo eller Stavanger".¹⁶⁴ Et av hovedankepunktene i den andre sidens argumentasjon blir dermed avfeid som uvessentlig i den store sammenheng. Videre svarer Jan Bodd den 19. juli, på

¹⁶³ Aftenposten Morgen. Publisert på trykk 19.07.2003. Halvor Hegtun. Seksjon: Lørdag. Side: 19.

¹⁶⁴ Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 03.06.2003.

spørsmål om Ringnes har undervurdert patriotismen som ligger i øl, at: "Jeg ser det står på de nye øletikettene at en by må ha domkirke, fotballag og eget bryggeri. Men merkevaren Tou skal jo fortsatt bestå. Og hvor mange rogalendinger er det egentlig som spiller på Viking?"¹⁶⁵ Her utfordrer Bodd det kjente kampropet, og stiller spørsmål ved dets legitimitet: foruten domkirken er verken Tou eller Viking 100 prosent lokalt forankrede elementer. Han stiller et av nedleggingsmotkjempernes middel, altså det nye sommerølet fra Lervig, i et kritisk lys.

Vi har nå fastslått, på generelt grunnlag, hvilke pentadiske ratioer forkjemperne og motkjemperne av nedleggelsen uttalte seg innenfor. Videre skal vi, gjennom å bruke et kvalitativt utvalg avisoppslag fra den aktuelle tidsperioden, vise enda flere konkrete tekstlige eksempler på hvordan de to aktuelle pentadiske ratioene kommer til uttrykk.

4.3.2 Handling-middel: krig krever handling

Før nedleggelsen

Nedleggingsmotkjempernes hovedratio er handling-middel. Ratioen blir etablert tidlig i nedleggelsesprosessen, og tar form som direkte følge av at Tou Bryggeri trues av nedleggelsesspøkelset. Ringnes' handlinger utløser motstand, og denne motstanden blir uttrykt ved hjelp av forskjellige middel. Det finnes mange eksempler på hvordan disse midlene blir uttrykt. Tidlig i tidsperioden, nærmere bestemt mellom februar og slutten av mai, er beslutningen om hvilket bryggeri som skal legges ned ennå ikke kjent for allmennheten. De forskjellige aktørene kommer på banen for å markere sitt synspunkt i debatten. Tous utsatte posisjon i utvelgelsesprosessen blir blant annet grunnlagt med at bryggeriet mangler en kolonne for tapping av øl på boks, og implisitt at bryggeritomten på Forus er av stor verdi. Hovedtrenden i denne tidsperioden er å gi et varsko om hva som *kan* komme til å skje dersom Tou Bryggeri blir nedlagt, og hvilke midler som da vil bli brukt. Sagt med andre ord: det hele er opp til Ringnes å avgjøre hva som skal skje, og hvilke ringvirkninger det vil få. De handlinger som blir foretatt, går ut på å øke fortjenesten til Tou Bryggeri, slik at bryggeriet vil ligge bedre an i utvelgelsesprosessen. Samtidig gir denne støtten en beskjed om at merkenavnet Tou står sterkt. Hovedmiddelet i første del av tidsperioden blir derfor å støtte kampen mot nedleggelse av Tou Bryggeri ved å kjøpe Tou-pils på glassflaske. Dette middelet blir formulert første gang 17. februar, i en kronikk i Aftenbladet. Innlegget er skrevet i en humoristisk tone, men budskapet om å støtte Tou trer allikevel fram:

¹⁶⁵ Aftenposten Morgen. Publisert på trykk 19.07.2003. Halvor Hegtun. Seksjon: Lørdag. Side: 19.

"Ringnesens herrer vil ta bryggeriet vårt fra oss. Det synes jeg ikke vi skal finne oss i. Tou lager verdens beste epleaft. (...) Ringnesens herrer synes Tou blir for lite til å ha egen tappelinje for boks. Derfor skal vi holde oss til Tou-produkter på flaske. Epleaft, pærecider og flaskepils lages fra a til å i byen vår, men nå brenner det et blått lys for bryggeriet vårt. Vi må svelge unna alt vi kan, for å øke inntjeningen. Hvis vi ikke overdriver fullstendig, er det helse i nesten hver dråpe. Gå på Stadion, hold Aftenbladet, bygg båtene dine på Rosenberg og drikk Tou!"¹⁶⁶

Kampanjen for å få rogalendinger til å kjøpe Tou-pils på flaske i steden for boks virket. I april 2003 var salget av flaskepils 83 prosent høyere enn det foregående året. Samtidig sank salget av Tou-øl på boks med 20 prosent, i en måned der man vanligvis hadde budsjettert med en økning på 30-40 prosent.¹⁶⁷ Disse handlingene viste at støttemiddelet hadde fungert.

Selv om støttemiddelet blir brukt for å bedre Tous utsikter i nedleggelsesprosessen, blir ikke Ringnes rammet økonomisk på samme måte som senere på sommeren. På sommeren blir nemlig støttemiddelet omgjort til et boikottmiddel: i stedet for å kjøpe Tou-pils på flaske blir kjøp av alle Ringnes-produkter avfeid. Allerede i første halvdel av mai ble det gitt uttrykk for at dette middelet kunne komme til å stå sterkt hvis nedleggelsen ble et faktum. 1 av 3 rogalendinger, især menn, viste vilje til å boikotte Ringnes hvis Tou Bryggeri kom til å bli lagt ned. Inge Rønneberg takket for støtten, og mente at "(...) rogalendingen slår ring rundt Tou-ølet."¹⁶⁸ Rønneberg legitimerte ved flere anledninger boikottmiddelet i perioden før nedleggelsen, blant annet ved å si at "(...) det er den lokale forankringen som har gitt Ringnes markedsandeler her i området. Dersom Tou legges ned, kan lokalbefolkningen like gjerne kjøpe øl og mineralvann fra Hansa eller Christiansand bryggerier".¹⁶⁹

Utelivsbransjen varslet at de ville benytte seg av boikottmiddelet hvis Ringnes kom til å legge ned Tou Bryggeri. Lauritz W. Hansen skrev et brev til Ringnes der han ga uttrykk for sitt syn på saken, og hvorfor boikott kunne komme til å bli aktuelt dersom Tou Bryggeri ble lagt ned:

"Vår kontrakt med Ringnes er inngått fordi produksjon med tilhørende kompetanse er lokalt basert. Skulle produksjon med tilhørende kompetanse flyttes ut av distriktet mener vi at en vesentlig forutsetning for kontraktsinngåelsen er brutt. Jeg vil derfor allerede nå signalisere at dersom flytting

¹⁶⁶ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 17.02.2003. Arild I.Olsson. Seksjon: Stavanger Bysiå Drøset. Side: 40.

¹⁶⁷ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 09.05.2003. Ludvig Lorentzen. Seksjon: Nyheter. Side: 4.

¹⁶⁸ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 13.05.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Nyheter. Side: 2.

¹⁶⁹ NTBtekst. Publisert på trykk 02.06.2003. Seksjon: INN.

blir aktuelt, vil vi vurdere på fritt grunnlag å forhandle med andre leverandører"¹⁷⁰

Et annet brev fra samme periode, sendt til Ringnes fra Arbeiderpartiets avdeling på Nord-Jæren, uttrykte hvorfor partiet ville støtte en eventuell boikott, og hvorfor man trodde denne boikotten ville få fotfeste i en større del av befolkningen:

"En nedleggelse av virksomheten vil av oss bli oppfattet som en umoralsk og fiendtlig handling - særlig i en tid hvor arbeidsplassene er under et formidabelt press. I en slik situasjon vil mange av oss aktivt arbeide for en boikott av Ringnes. Og vi kjenner lokalfølelsene såpass godt at vi tror mange vil følge oss».¹⁷¹

LO Rogaland uttalte seg naturlig nok på vegne av arbeidernes sak, og advarte Ringnes mot å opptre grådig, for "(...) det er en plikt vi har i LO å aksjonere mot grådighet og jaget etter stadig å tjene mer - samtidig som arbeidsplasser skal ofres".¹⁷² LO ville i tilfelle nedleggelse være med på å støtte boikotten med alle midler. Rolf Bersås gir uttrykk for dette i et brev av 2. juni:

"Ringnes Tou Bryggeri er en bedrift med over hundre års tradisjoner i byens arbeids- og næringsliv. Tou-navnet er også knyttet til lokal tradisjon for mat og drikke, der merkevare og markedsposisjon henger nært sammen. Dersom konsernet skulle finne på å nedlegge en lønnsom bedrift, tror vi resultatet er gitt: Vi vil søke etter en annen merkevare. (...) En nedleggelse av virksomheten vil av oss bli oppfattet som en umoralsk og fiendtlig handling. Blir produksjonen i Stavanger nedlagt, kan det få sterke negative konsekvenser for Ringnes. Både fordi det kan oppfattes som at Ringnes ikke ønsker å være en del av den sterke lokale satsingen på mat og drikke, men ikke minst fordi lokalbefolkningen kan velge drikkevarer ut fra andre kriterier enn bare smak og tradisjon. I en slik situasjon vil vi arbeide for en boikott av Ringnes."¹⁷³

Merk at Bersås bruker et begrep som "umoralsk og fiendtlig handling" for å beskrive en eventuell nedleggelse. Dette forsterker budskapet. Også Hallgeir Langeland, som oppga miljøengasjement som hovedgrunn for sin interesse i saken, ønsket å støtte boikotten. Ville Ringnes velge å legge ned Tou Bryggeri, ville miljøutslippene øke kraftig, i følge Langeland:

"Et enkelt regnestykke på grunnlag av salgstall viser at det vil behøves 24 vogntog hver dag for å fylle opp butikker og utesteder i Stavangerregionen, (...) Det er nesten 1200 kilometer fram og tilbake til Oslo fra Stavanger. Altså vil vogntogene kjøre nesten 30.000 kilometer per rundtur. - Ringnes legger opp til en formidabel økning i dieselforbruket sitt. Det er stikk i strid med de miljømessige forpliktelsene Norge har tatt på seg, og jeg går ut fra at Stortinget vil spørre seg hva

¹⁷⁰ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.05.2003. Ludvig Lorentzen. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹⁷¹ Ibid.

¹⁷² Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 24.05.2003. Asgeir Lode. Seksjon: Stavanger. Side: 34.

¹⁷³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 02.06.2003. Rolf Bersås. Seksjon: Brev. Side: 12.

dette bør ha å si for avgiftsnivået".¹⁷⁴

Vi har nå sett hvordan disse forskjellige aktørene markerte sitt standpunkt i løpet av periodens første halvdel. Alle disse utsagnene er eksempler på hvordan det ble klarlagt til strid - og boikott. Dermed var boikotten et faktum i begynnelsen av juni, da nedleggelsen ble vedtatt.

Etter nedleggelsen

Boikotten som fulgte, hadde flere ansikter. Det viktigste verdigrunnlaget var det kulturell-historiske, som vektla Tous tilknytning til Rogaland. Like etter nedleggelsen var også hensynet til arbeiderne viktig: det gjaldt å støtte boikotten for å vise sympati med de som mistet jobbene sine. Videre fant man miljømessige argument, som Hallgeir Langeland og senere flere andre aktører benyttet seg av i kampen mot Ringnes. Noen av de første eksemplene på at det ble manet til kamp, var lederartiklene i Stavanger Aftenblad og Rogalands Avis dagen etter nedleggelsen. Her er mye av innholdet likt, men det finnes også ulikheter. Her følger begge artiklene, først fra Stavanger Aftenblad, deretter fra Rogalands Avis:

Tou – prøve på forbrukarmakt

"Føringane frå leiinga i Carlsberg-konsernet har lenge vore klare. Det er for mange bryggeri i Norge. Nokon må ofrast.

Nå er det opp til alliansen av lokalpatriotiske ølhundar og utelivskongar å visa at det dansknorske bryggerikonsernet har gjort opp rekning utan vert. Boikotten som nå blir sett i verk, har vår fulle sympati. Aftenbladet har rett nok ikkje hatt for vane å stilla opp som støttespelar for ølkulturen. Men Tou-saka handlar om meir enn øl. Spørsmålet er om eit internasjonalt konsern ustraffa skal kunna leggja ned ei bedrift som produserer ei tradisjonsrik, lokal merkevare – og gjer det med overskot. Dei einaste som kan straffa konsernet for det, er forbrukarane i Rogaland. Styresmaktene kan ikkje tvinga Ringnes eller Carlsberg til å produsera Touøl i Stavanger. Men konsernet kan på si side ikkje tvinga rogalendingane til å drikka eit øl som ikkje lenger har noko med Rogaland å gjera - sjølv om det framleis skulle bli klistra ein Tou-etikett på flaska. Slik sett blir Tou ei symbolsak, og ein prøveklut for forbrukarmakt.

Den varsla boikotten frå utebransjen i Stavanger utgjer 35 millionar kroner i tapt omsetning i året. Det er pengar, sjølv for eit stort konsern. Det vil gi gjenlyd langt ut over landets grenser dersom boikotten skulle føra fram. Dei færraste kjenner forskjell på ølsmak frå merke til merke. Men både i Norge og andre land har øl mykje med lokal identitet å gjera. Derfor skal det bli interessant i seg sjølv å sjå kven som eventuelt fyller tomrommet etter Tou. Blir Rogaland ein del av Hansaområdet, i tråd med utviklinga av ein sterkare vestlandsidentitet? Eller, endå meir interessant: Vil nokon prøva å produsera eit nytt, lokalt øl - i strid med konvensjonell visdom om at ein må vera stor for å overleva også i denne bransjen?

Dersom ikkje merkenamnet «Viking-øl» er patentert, burde kanskje nokon gjera det. Ingen kan

¹⁷⁴ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 28.05.2003. Harald Birkevold. Seksjon: Stavanger. Side: 26.

tvinga rogalendingane til å drikka eit øl som ikkje lenger har noko med Rogaland å gjera."¹⁷⁵

Boikott Ringnes!

"Tou-arbeiderne på Forus har i høy grad og gjennom mange år bidratt til Ringnes-konsernets store overskudd. De har vært lojale, og ikke minst: Arbeidsplassene har vært lønnsomme. Nettopp dette faktum synliggjør Ringnes-ledelsens ekstreme kynisme og brutalitet. De ansatte som var med og bygge opp Ringnes sparkes ut fordi man vil tjene litt mer.

Nedgangstider og sviktende marked har ført til at en rekke bedrifter har lagt ned sin virksomhet. Det har selvsagt vært tungt for de ansatte som har stått igjen uten jobb, og oftest har de rettet sin forbannelse mot ledelsen i bedriften. Men innerst inne er de fleste i stand til å forstå de enkle, men nådeløse mekanismer som hersker når inntjeningen uteblir. I går gikk de ansatte i Tou hjem uten en slik begrunnelse. I dette tilfellet handler det nemlig ikke om krise, men om grådighet. Mange av de som allerede i høst vil stå uten arbeid er ufaglærte. De møter et vanskelig arbeidsmarked og går en usikker framtid i møte.

Vi kan ikke finne oss i at lokale arbeidsplasser og lokale produkter blir lagt ned på denne måten. Presset mot Ringnes har da også vært massivt de siste ukene, for det lokale engasjementet har vært sterkt. Politikerne, utelivsbransjen, fagbevegelsen og folk flest har gjort sitt beste for å hindre nedslaktingen av Tou, men Ringnes-ledelsen har ignorert oss. Nå bør vi rogalendinger vise Ringnes at vi ikke farer med tomme trusler. Dersom vi styrer unna Ringnes-produkter i butikken eller på puben, vil ikke nedleggelsen av bryggeriet på Forus bli lønnsom.

På de fleste utestedene i Stavanger vil du innen kort tid ikke engang få valget. En rekke steder som til sammen sørger for nærmere 40 millioner kroner av Ringnes' omsetning, vil om kort tid bare selge andre typer øl og mineralvann. De har vår fulle støtte. Det er nå viktig at fagbevegelsen lokalt sørger for at organiserte står enda mer samlet i en tid hvor arbeidsplasser forsvinner i høyt tempo, og hvor begrunnelsen er økt profitt.

Ringnes tar fra oss arbeidsplasser, men de tar også ølet vårt og kulturen vår. Tou-ølets suksess er bygget på lokal tilhørighet og tradisjon. Derfor er tiden inne til å etablere et nytt lokalt bryggeri, og det er gledelig at lokale krefter allerede jobber med saken. Navnet på det nye brygget må være åpenbart. Det må bli Tau-ølet."¹⁷⁶

Dette er eksempler på at ledelse og ansatte i lokalavisene viste et genuint engasjement i nedleggelsen. Innleggene agiterer leserne til å støtte boikotten mot Ringnes/Carlsberg, selv om de to avisene har forskjellig vinkling på lederinnleggene. Aftenbladet fokuserer i hovedsak på de lokalpatriotiske elementene i debatten: ingen kan tvinge rogalendinger til å drikke øl som ikke er produsert i Rogaland. Nedleggelsen er en anledning for forbrukerne til å vise makt, noe som kan gi signaler til andre industrigiganter som eventuelt måtte gå i tanker om å legge ned bedrifter med

¹⁷⁵ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 03.06.2003. Seksjon: Leder. Side: 11.

¹⁷⁶ <http://www.rogalandsavis.no/meninger/leder/article681413.ece>

økonomisk overskudd.

Rogalands Avis' innlegg fokuserer også på at et lokalt engasjement må være til stede for å vise Ringnes at nedleggelsen av Tou ikke kan godtas. Innleggets hovedvinkling stiller seg imidlertid forskjellig til eksempelet fra Aftenbladet. Der bryggeriarbeiderne på Tou ikke blir nevnt med et ord i Aftenbladets innlegg, er Rogalands Avis' innlegg i sympati over arbeiderne som mister jobben og i forbannelse over Ringnes som kan foreta seg slike handlinger. Dette kan munne ut i RA's tradisjonelle sympati for arbeiderbevegelsen i Norge. Uansett er det verdt å legge merke til at begge lokalaviser fremmer forslag til navn på eventuelle nye lokaløl: Viking-øl og Tau-pilsen. I ettertid kan man se på dette som et frampek på etableringen av Lervig Aktiebryggeri. De to navneforslagene til lokalavisene ble ikke brukt, i stedet ble et annet navn med tilknytning til Tous historie valgt.

Et annet fellestrekk ved disse artiklene er at de vil overbevise leserne om å bruke boikott som et middel for å svare på Ringnes' handlinger. Dette er et godt eksempel på hvordan handling-middel-ratioen kommer til uttrykk i nedleggelsesmotkjempenes retoriske ytringer. Man oppildner hverandre til å bli med på boikotten, og å holde den ved like. At det fantes et behov for å oppildne folk til å huske på boikotten vitner artikkelen "Patriotismen renner ut?" om. Boikotten hadde fått fotfeste i dagligvarehandelen, mens inntrykket av uteserveringen ved pubene vitnet om et "(...) bastant Tou-land."¹⁷⁷ Folk var rett og slett ikke bevisste nok så lenge de befant seg på byen. Asle Aasland tok på seg jobben med å minne folk på at det var en boikott på gang i Stavanger:

"Det er for sent å drikke Tou nå. Bryggeriet er nedlagt (...) - Skal vi vise Ringnes hva vi mener om dem, må vi vise bevisst forbrukermakt og drikke noe annet. Alt annet er forkastelig. (...) Når vi har gått ut og varslet en boikott, så må vi boikotte. Ellers blir det støtte til bryggerinedleggerne. Hvor blir det patriotismen? Forsvinner den så snart ølet glir inn? Er det eneste som betyr noe prisen på det du får mellom hendene? (...) Folks bevisstløse holdning er en direkte støtte til Ringnes."¹⁷⁸

Artikler som dette forsterker inntrykket av at å delta i denne boikotten nærmest var som å delta i en krig: enten er du med oss, eller så er du med dem. Det fantes ingen mellomvei, og å ikke boikotte ville være "forkastelig". Visse aktører står frem som hærførere i "krigen om Tou" for å dirigere troppene, altså folket, til å gjøre de riktige valgene. Andre aktører er med på å legitimere boikotten ved å vise sin støtte. At Leif Johan Sevland går ut og sier at han har sluttet å drikke produkter fra Ringnes, og at også andre kommunestyrerepresentanter velger vekk Imsdal og Farris

¹⁷⁷ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 06.06.2003. Espen Reiss Mathiesen. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹⁷⁸ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 06.06.2003. Espen Reiss Mathiesen. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

under kommunestyremøter, har stor betydning for boikottens fotfeste i Stavanger by.¹⁷⁹ Den samme betydningen kan tillegges det faktum at mange lokale artister og skuespillere deltok i boikotten, og uttrykte dette i media. Trubaduren Svein Tang-Wa komponerte til og med en egen sang i anledning nedleggelsen, kalt "Tou Blå Blues".

Lokalavisene var viktige i prosessen med å holde bevisstheten rundt boikotten, altså middelet, oppe. Medietrøkket rundt nedleggelsen i juni kan tilskrives både journalistartikler og leserbrev fra folk flest. Nedenfor er et eksempel på hvordan en artikkel er med på å holde temaet varmt:

"Boikottsaken er overlatt til oss forbrukere. Vi kunne ikke gjøre noe med Rosenberg, for bare de aller færreste av oss kan bestille arbeid i jern og stål så det monner. Men vi kan gjøre noe i tilfellet Tou. Vi kan vise at vi ikke lar oss lede som en saueflokk der Ringnes-styret vil ha oss. Noen mumler i krokene om at det ikke nytter. Men det er klart det nytter. Jeg hadde aldri trodd at Aftenbladets sjefredaktør skulle skrive oppmuntrende om ølboikott og nytt bryggeri i en lederartikkel. Boikott er et signal fra oss maktesløse om at vi har en del makt likevel. Vi klarer ikke å få snudd tingene, vi klarer ikke å skremme et storkonsern tilstrekkelig til det. Men vi kan vise solidaritet med dem som mistet jobben på Tou. Derfor må vi holde fast på den linjen. Det ville være helt feil å gå videre mandag som om ingenting hadde skjedd sist uke."¹⁸⁰

"Agitasjon" og "oppmuntring" er to ord som kan brukes til å beskrive en stor andel av artiklene som tar for seg nedleggelsen i juni måned. Det agiteres til motstand mot Ringnes, og det oppmuntres både til ny bryggeridrift og fortsatt opprettholding av boikotten etter hvert som ukene går. I retorisk forstand drives det åpenbart med forsøk på overbevisning, på forskjellige felter. I hovedsak har disse overbevisningsforsøkene som hensikt å få folk til å boikotte Ringnes. Dette er boikottens hovedmål. I tillegg drives det med agitasjon for å få et nytt lokalbryggeri, fundert i slagordet som det tidligere har blitt referert til i denne avhandlingen: "Intet bryggeri, ingen by". I brevet "Hva vet Ringnes om lokalpatriotisme?" støtter forfatteren både til fortsatt boikott og oppmuntrer interesserte aktører til å jobbe for å etablere et nytt bryggeri. Det dras en parallell mellom lokalpatriotisme og lokalprodusert øl:

"Støtt boikotten mot øl og mineralvann fra Ringnes. Vis stolt i butikken at du bevisst ikke velger Ringnesprodukter, og slik at de som har Ringnes-dråper i sin handlekorg, føler ubehag over sitt valg. Til utelivsbransjen og andre: Lykke til med å få Ringnes ut og få tankene fylt med lokalpatriotisme igjen."¹⁸¹

¹⁷⁹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 25.06.2003. Seksjon: Nyheter. Side: 2.

¹⁸⁰ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.06.2003. Magne Olsen. Seksjon: På Lørdag. Side: 11.

¹⁸¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 28.06.2003. Øivind Ole Midthun. Seksjon: Brev. Side: 11.

Som en direkte følge av boikotten av Ringnes oppstod det et vakuum i ølomsættningen i Rogaland. Ringnes hadde som tidligere nevnt hatt store andeler av den totale omsættningen av mineralvann og øl. På kort sikt var det blant annet Hansa og CB som tjente på Ringnes' tilbakefall i fylket. Imidlertid bygget oppfordringene om et nytt lokalbryggeri seg opp. Sønderingene etter interessenter og lokaler ble intensivert så fort vedtaket om nedleggelsen av Tou Bryggeri hadde blitt vedtatt. Lauritz W. Hansen uttrykte sinne over nedleggelsen: "Jeg er forbannet og lei meg. Det er morsmelken vår de rokker ved. Øl er kultur. Dette skal de sannelig få merke."¹⁸² Nok en gang brukes en metafor for å beskrive betydningen av Tou-ølet. Hansen mente videre at planene om et nytt bryggeri var realistiske, for " (...) folk vil ha lokalt øl. (...) Dette er landets tredje største distrikt, og det skulle bare mangle at vi ikke hadde eget øl."¹⁸³

Etableringen av Lervig Aktiebryggeri er, sammen med boikotten, de to hovedmidlene som ble tatt i bruk for å protestere mot Ringnes' nedleggelse av Tou Bryggeri denne sommeren. Det nye ølet ble, som kjent, laget i entusiasme, forbannelse og kjærlighet til lokalsamfunnet.¹⁸⁴ Om navnevalget på det nye bryggeriet ble det sagt "(...) Lervig var Tou-ølets vugge. Derfor navnet. Vi tar ølet hjem igjen."¹⁸⁵ Hansen begrunnet Lervigs suksess med at han trodde " (...) vi har truffet noe i folkesjelen. Folk føler at mer enn nok i denne regionen er lagt ned, solgt ut, overtatt. Man har rett og slett nådd en grense. Stavanger og Rogaland skal ha sitt eget bryggeri, sitt eget øl."¹⁸⁶ Uttrykk som "Tou-ølets vugge", "vi tar ølet hjem igjen" og "vi har truffet noe i folkesjelen" er med på å forsterke det retoriske innholdet i disse setningene. Uttrykkene gjenspeiler emosjonalitet, og at Lervigs sommerøl er laget i "entusiasme, forbannelse og kjærlighet til lokalsamfunnet" er med på å selge produktet inn hos forbrukerne. Samtidig forsterket Hansen det lokale preget ved å si at " (...)Vi skal ha et bryggeri her. Det er det som er hovedpoenget vårt"¹⁸⁷ Det retoriske middelet blir derfor gitt ekstra kraft, som igjen er med på å legitimere fortsatt boikott av Ringnes og kjøp av Lervigs produkter. Med det nye bryggeriets inntog kunne tomrommet etter Tou fylles, og sirkelen sluttes.

¹⁸² VG. Publisert på trykk 04.06.2003. Hans Petter Aass og Hugo Bergsaker. Side: 20.

¹⁸³ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 03.06.2003. Espen Reiss Mathiesen|Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹⁸⁴ Dagbladet. Publisert på trykk 05.07.2003. Leiv Gunnar Lie. Side: 16. Del: 1.

¹⁸⁵ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 26.06.2003. Kjell Evensen og Asgaut Næss, TRONDHEIM/STAVANGER Side: 10.

¹⁸⁶ Aftenposten Morgen. Publisert på trykk 19.07.2003. Halvor Hegtun. Seksjon: Lørdag. Side: 19.

¹⁸⁷ <http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article726909.ece>

4.3.3 Scene-handling: kampen skal kjempes på arbeidsgivers premisser

"(...)det er helt nødvendig å gjøre omstillingene nå mens konsernet går godt"

Det er klart at nedleggelsesmotkjempernes bruk av midler som boikott, og opprettelsen av Lervig Aktiebryggeri hadde ikke funnet sted uten Ringnes-Carlsbergkonsernet opprinnelige handlinger. Disse handlingene bestod i hovedsak av to steg: først erklæres det at Tou Bryggeri har en utsatt posisjon i omstruktureringen av den norske bryggeribransjen. Dette fører til økt oppslutning rundt de lokalproduserte Tou-produktene tappet på flaske, og det advares fra flere hold om at en boikott vil finne sted hvis det vedtas at bryggeriet skal legges ned. Da nedleggelsen så finner sted, skjer det som tidligere ble forespeilt: en massiv boikott som skaper et tomrom i ølomsetningen. Her kommer Lervig Aktiebryggeri inn i bildet, og blir etablert som en lokal konkurrent.

Vi har tidligere sett et par eksempler på at Ringnes argumenterer for sitt syn ut i fra en scene-handling-ratio. Denne måten å årsaksforklare utviklingen i prosessen, og hvorfor prosessen i det hele tatt finner sted, synes å være en fastlagt strategi fra konsernets side. Ved å bruke denne ratioen, blir handlingene som tas av konsernet forklart på bakgrunn av eksterne grunner. I realiteten blir det derfor, til en viss grad, bedrevet ansvarsfraskrivelse. I Jan Bodds ord:

"Hvis vi vil overleve som bryggerikonsern, må vi sko oss for fremtiden og ta grep mens vi kan og har armslag (...) Bryggeribransjen vil møte stadig tøffere rammebetingelser, endrede markedsforhold og vi sliter altså med stor overkapasitet. (...) Myndighetene er inkonsekvente i avgiftspolitikken når avgiftene på sprit produsert i utlandet settes ned og avgiftene på øl og mineralvann settes opp (...) Dette er en form for diskriminering av norsk bryggerivirksomhet som stimulerer grensehandel og får følger for norske arbeidsplasser. Hvis myndighetene fjerner avgiftene på engangsemballasje, vil også det få alvorlige følger for den norske bryggeribransjen. Konkurransen med utenlandske aktører vil bli betraktelig hardere"¹⁸⁸

"Det er viktig å ta strukturgrepene når man kan ta dem. Den største faren er å vente, slik at det blir for sent. Vi kan ikke leve av fjorårets inntekter. De mørke skyene over bryggeribransjen legger press på inntekter slik at overskuddet kan bli mindre"¹⁸⁹

¹⁸⁸ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 02.04.2003. Asgeir Lode. Seksjon: Nyheter Fakta. Side: 5.

¹⁸⁹ Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 14.04.2003. Kristin Haug. KRISTIN.HAUG@KLASSEKAMPEN.NO

"Vi må se dette i nasjonal sammenheng. Hvis vi i det hele tatt skal ha bryggerivirksomhet her i fremtiden, er vi nødt til å ta noen grep for å styrke Ringnes (...) Ølsalget har gått ned 11 prosent. Nylig fikk vi høre at øl ligger på smuglertoppen. Norge har de høyeste ølavgiftene i Europa, og samtidig har myndighetene satt ned avgiften på sprit. Så vidt jeg vet blir det ikke produsert noe særlig sprit i Norge. Jeg synes politikerne burde gått i seg selv og innsett at de faktisk bidrar til diskriminering som gjør det verre for norske bryggerier."¹⁹⁰

Kommunikasjonssjef Anne Marit Schiong fortsetter på denne samme linjen som sin kollega, og vektlegger ytre faktorer og ønsket om større konkurransedyktighet som årsaken til at Ringnes må stramme inn:

"Ringnes er nødt til å effektivisere for å være konkurransedyktig. Og skulle det komme endringer så vil det bety at bare selve produksjonen vil bli flyttet. Dermed vil vi ikke rasere så mange arbeidsplasser, og det vil bli flere arbeidsplasser dit vi flytter"¹⁹¹

"Vi stenger ikke kranene i Norge. Vi gjør det motsatte, vi jobber for å opprettholde arbeidsplasser og norsk ølindustri. Overkapasitet, endrede markedsforhold og tøffe rammebetingelser er bakgrunnen for at vi ser på sentralisering»."¹⁹²

Det Ringnes gjør med disse uttalelsene, er å fremme et ønske om forståelse for det som kommer til å skje. Her forberedes det til nedleggelse på et generelt grunnlag, for på tidspunktet uttalelsene trykkes har det ennå ikke blitt avgjort hvilket eller hvilke bryggeri som skal legges ned. Videre fordeles det skyld til politikerne, som med senkede avgifter på sprit legger til rette for en urettferdig alkoholpolitikk. Sett under ett er det budskapet om at det er utenforliggende omstendigheter som tvinger fram en omstrukturering Ringnes ønsker å fremme: at scenen er utslagsgivende for handlingene.

"Vi lager like godt øl om det blir produsert i Oslo eller i Stavanger"

Perioden etter at Tou Bryggeri blir vedtatt nedlagt, er for Ringnes en periode der man må fortsette å forklare sine handlinger. Den store forskjellen fra perioden før nedleggelsen, er at argumentasjonen Ringnes nå møter er av en enda mer emosjonell karakter. Konsernet ser seg derfor nødt til å svare for seg på enkelte punkter. Først og fremst gjelder dette spørsmålet om Tou-ølets egenart hvis det blir tatt bort fra Stavanger-regionen. Her svarer Anne Marit Schiong at " (...)Tou-

¹⁹⁰ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 08.05.2003. Ludvig Lorentzen|Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

¹⁹¹ Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 03.04.2003. Kristin Haug.

KRISTIN.HAUG@KLASSEKAMPEN.NO

¹⁹² Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 04.04.2003. Kristin Haug. KRISTIN.HAUG@KLASSEKAMPEN.NO

merket fortsatt skal bestå, og at Tou-øl skal lages på den samme oppskriften som før. (...)Det er ikke juks. Vi produserer allerede Tou boksøl på Gjelleråsen"¹⁹³ Videre svares det på folkets reaksjoner på at bryggeriarbeiderne ved Tou mister jobben: alle de avsatte arbeiderne vil få jobbgaranti ved andre anlegg i Norge. Ringnes ønsker å fremvise ansvar og omsorg for arbeiderne, noe uttalelser som dette vitner om:

" Men nå skal vi først legge ned Tou på en ordentlig måte. Det betyr blant annet at alle er garantert jobb ved de gjenværende bryggeriene til Ringnes. Vi vil ta særlig vare på de eldste medarbeiderne, men jeg vil ikke gå i detalj på det ennå, vi må snakke med de ansatte først (...) Dette er en tøff dag for de Tou-ansatte, men når vi gjør dette i gode tider, kan vi gjøre det på en ordentlig måte. Konkurransesituasjonen tvinger dette frem, og vi har en betydelig overkapasitet på Gjelleråsen"¹⁹⁴

Samtidig stilles det spørsmål ved hvilke gode formål den pågående boikotten skal tjene, når den kan ha alvorlige konsekvenser for de som skal fortsette å jobbe for Ringnes på Forus. Det spørres etter politikernes og LOs ansvarsfølelse:

"Boikottaksjonen kan tvert imot være med på å ta bort grunnlaget for de 60 arbeidsplassene som blir igjen i Stavanger¹⁹⁵ (...) Han (*Leif Johan Sevland*) setter 1900 arbeidsplasser i fare ved å kjempe for 100 arbeidsplasser i Stavanger (...) Politikernes ansvar er å legge forholdene til rette for arbeidsplassene, ikke starte boikottaksjoner¹⁹⁶ (...) Jeg har sett at Sevland har sagt at han ikke har drukket Ringnes-produkter for å støtte en boikott. Men da tenker han ikke på de 60-70 arbeidsplassene som er igjen. Dette er et slag i ansiktet på dem. Jeg forstår at han forbereder seg til valget til høsten, men dette er råpopulisme. Han skor seg på andres sorg, og mobber våre ansatte¹⁹⁷ (...) (*om at LO aksjonerer for boikott utenfor dagligvareforretninger i Stavanger*) Hva er dette for noe, da? At LO titter nedi handleposen til folk. Dette er mobbing, og et helt feil nivå for oss¹⁹⁸"

Bodd og Schiong kritiserer politikere, og Leif Johan Sevland spesielt, for å ikke handle i forhold til scene-elementet. Ringnes mener at det er viktigere å fronte en større sak, altså 1900 arbeidsplasser på landsbasis, enn at alle disse arbeidsplassene skal gjøres usikre på bakgrunn av feil handlinger. I Ringnes' øyne er boikotten et eksempel på en slik type feil handling, som igjen

¹⁹³ NTBtekst. Publisert på trykk 02.06.2003. Seksjon: INN.

¹⁹⁴ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 03.06.2003. Ida Grieg Riisnæs og Morten Ånestad, OSLO/FORUS Side: 12.

¹⁹⁵ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 21.06.2003. Arvid Berentsen. Seksjon: Nyheter. Side: 8.

¹⁹⁶ Dagens Næringsliv Morgen. Publisert på trykk 26.06.2003. Side: 10.

¹⁹⁷ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 04.07.2003. Jone Østebø. Seksjon: Nyheter. Side: 2.

¹⁹⁸ Ibid.

stammer fra nedleggelsesmotkjempenes middel. Samtidig kritiseres LO for å være for nærgående i sin jakt på å maksimere boikottens omfang. Ringnes ønsker å gjøre mest mulig for å holde debatten på sitt nivå, sin scene, for å unngå konfrontasjoner. "Scenebytter" fra Ringnes' side forekommer svært sjelden i løpet av tidsrommet nedleggelsen befinner seg innenfor, men vi har tidligere sett at det finnes eksempler på dette også (ref. Schiongs uttalelser om lokalitet og emosjonalitet, og Bodd's kommentarer om Lervigs sommerøl i kap. 4.4). Et annet eksempel på at et scenebytte forekommer, skjer i dagene rundt nedleggelsen. Jan Bodd, som for nedleggelsesmotkjemperne var Ringnes ansikt utad, også kjent som "bryggeridreper Bodd" i et leserbrev, velger å kommentere hvordan reaksjonene etter nedleggelsen har påvirket ham på et personlig plan. Bodd velger dermed å, for et øyeblikk, gå bort fra makrosenen Ringnes debatterer på for å kritisere midlene som tas i bruk for å reagere på nedleggelsen. Han beveger seg inn i den private sfære:

"Ja, jeg må ærlig innrømme at styrken i personangrepene har overrasket meg (...) Jeg var selvsagt forberedt på at dette ville bli hardt, men å se bildet av meg selv bli spyttet på og brent på TV, er ille. Jeg er ikke mer enn et menneske, og jeg har også barn som ser TV og som lurere på hva som skjer"¹⁹⁹

Et argument som ble hyppig brukt av nedleggingsmotkjemperne, var at Tou hadde levert økonomisk overskudd til konsernet, og at det å legge ned bryggeriet av økonomiske grunner derfor ikke var gode nok. Ringnes førte sin makroseniske linje videre ved å besvare det økonomiske argumentet med at det

" (...) er ikke riktig at Tou har gitt overskudd de siste årene. Tvert imot, så er jeg overbevist om at Tou uten Ringnes hadde gått med millionunderskudd i dag. Husk at all administrasjon og markedsføring ligger i konsernet i Oslo. Se for eksempel på Macks Ølbryggeri i Tromsø. Det har et underskudd på 20-30 millioner kroner de siste par årene. Situasjonen i Tromsø og Stavanger er svært lik; en sterk lokal merkevare, og med lojale kunder."²⁰⁰

Her fokuseres det på at Tou er en del av en større helhet, nemlig Ringneskonsernet, og at det ikke ville vært mulig for Tou å opprettholde et økonomisk overskudd uten Ringnes. Ringnes' arbeid med makrosenen, altså administrasjon og markedsføring, er avgjørende for Tou-bryggeriets velstand. Det dras videre paralleller til Mack i Tromsø, et bryggeri som også bygger sitt merkenavn på lokal tilhørighet, og pekes på at dette bryggeriet har drevet med stort underskudd de siste årene. Påstandene om økte utslipp av mljøgifter blir imøtegått med at "(...) Det blir ikke snakk om noen

¹⁹⁹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.06.2003. Tor Dagfinn Dommersnes. Seksjon: NyheterJan Bodd. Side: 28.

²⁰⁰ Ibid.

betydelig økning i bruken av vogntog som følge av produksjonsstansen ved Tou. Varer til Rogaland kommer allerede i stor grad fra andre norske anlegg²⁰¹ På denne måten blir en av bestanddelene i nedleggingsmotkjempernes middel, miljøargumentet, motsagt og, i følge Ringnes, gjendrevet.

4.3.4 Ratio vs. ratio

Vi har, med denne gjennomgangen av de to frontenes handlingsratioer, sett hvordan argumentasjonen bygges opp rundt forskjellige pentadiske elementer. Det har blitt stadfestet at frontene argumenterer gjennom to hovedratioer: handling-middel og scene-handling. Det har også blitt slått fast at alle midler som brukes av nedleggelsesmotkjemperne blir brukt som en følge av Ringnes` handlinger. Disse handlingene er utgangspunktet for alt som blir skrevet i løpet av vår aktuelle tidsperiode. Ingen boikott hadde funnet sted i Rogaland dersom Ringnes hadde kommet til en annen beslutning enn å legge ned Tou Bryggeri, og på samme måte hadde Lervig Aktiebryggeri aldri eksistert.

Ringnes fastholder på sin scene-handling-ratio gjennom hele prosessen, med få unntak. Når disse unntakene finner sted, går Ringnes inn på motstandernes scene og kommenterer midlene som blir brukt for å kjempe mot konsernet. Hovedpunktet her er konsernets tolkning av lokal tilknytning som "emosjonalitet, og ikke realisme": sagt med andre ord blir motstanderne bedt om å holde seg til de økonomiske realitetene, der Tou er en del av et nasjonalt konsern som må strukturere seg etter internasjonale svingninger. Faktum er at Ringnes har alle muligheter til å gjøre som de vil med Tou Bryggeri, siden de er bryggeriets eiere. Boikotten som finner sted sommeren 2003 har derfor som mål å straffe Ringnes og utvise sinne over nedleggingsavgjørelsen – ikke å få omgjort beslutningen om Tou Bryggeris nedleggelse. Dette er en tapt sak allerede i begynnelsen av juni. Lervig Aktiebryggeri blir startet opp som en selvstendig konkurrent til Ringnes, og lykkes i løpet av sommeren 2003 å etablere seg i Rogaland. For aksjeholderne, med L. Hansen i spissen, er det svært viktig å markere at bryggeriet skal ivareta lokal tilknytning. Dermed gir bryggeriets profil et ganske annet uttrykk enn det Ringnes fronter, i det minste i rogalendingers øyne. Lervig Aktiebryggeri blir derfor velfungerende som middel mot nedleggelsen av Tou Bryggeri.

²⁰¹ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 21.06.2003. Arvid Berentsen Seksjon: Nyheter. Side: 8.

4.3.5 Motiv

I tillegg til de pentadiske elementene er begrepet *motiv* viktig i dramatismen. Motiv kan forveksles med hensikt, men det finnes en hovedforskjell mellom de to begrepene: hensikt er som kjent målet for handling, mens motiv er bakgrunnen for handlingen i seg selv slik den fremstår i retoriske ytringer.²⁰² Motivet er derfor det som ligger bak hvordan de to hovedpartene i denne saken fremstilte sine ytringer. Ringnes hadde som mål å utføre handlingen som var utgangspunktet for bråket som fant sted sommeren 2003: å legge ned Tou Bryggeri, for så å flytte produksjonen av alle Tou-produkter til Østlandet. Konsernet valgte å ordlegge seg på en måte som plasserer skylden for nedleggelsen andre steder. Tou Bryggeri var en del av konsernet, og dermed underlagt bestemmelser som ble tatt fra hovedkontorene i Oslo og København. Ledelsen i Ringnes-Carlsberg kunne derfor omstrukturere konsernet etter eget velbefinnende, uten å trenge å ta hensyn til andre faktorer.

Ringnes var imidlertid avhengig av å ikke miste for mange kunder, og har nok visst at det kom til å oppstå sterke reaksjoner i både Stavanger, Trondheim og Arendal dersom det lokale bryggeriet ble offer for omstruktureringen. Konsernet valgte derfor å føre en apologetisk linje i sin argumentasjon, og å basere sin forklaring på nedleggelsen på økonomiske årsaker. De kulturellhistoriske argumentene som folket i Stavanger benyttet seg av ble, så langt det lot seg gjøre, ignorert av Ringnes. Dette ble gjort fordi man nok visste at den emosjonelle kampen om Tou Bryggeri var umulig å vinne. Skulle Ringnes ri stormen av, måtte argumentasjonen baseres på rasjonalitet. Ved å argumentere rasjonelt ønsket Ringnes å oppnå forståelse for nedleggelseshandlingen. Det var også dette som var Ringnes' opphøyde motiv: å minimalisere det økonomiske tapet boikotten medførte ved å føre en rasjonell linje i sin argumentasjon.

Da Ringnes vedtok handlingen om å legge ned Tou Bryggeri, var det opp til folket å reagere på dette. De håndfaste resultatene av støtte- og boikottargumentene var økonomiske målbare for Ringnes, og var nedleggelsesmotkjempernes viktigste middel i kampen mot nedleggelsen. Motivet bak midlene som ble tatt i bruk, og de håndfaste handlingene disse la opp til (kjøp av Tou-flaskepils/boikott av alle Ringnesprodukter), var i hovedsak å straffe Ringnes. Da nedleggelsen blir vedtatt er det ingen vei tilbake for Tou-produktene. Derfor kostet det heller ingenting for rogalendingene å velge vekk alle Ringnesprodukter i sin helhet. Boikotten ga rogalendingene en mulighet til å ramme "fienden" selv om slaget om Tou i realiteten var tapt.

²⁰² Kjeldsen 2004: 232.

4.4: Tou Bryggeri og topiske steder

Kildematerialet som denne avhandlingen er bygget på, har sin opprinnelse i ord skrevet av journalister. Journalistene som i 2003 dekket nedleggelsen av Tou Bryggeri, handlet etter bestemte tenkemåter da artiklene som beskrev nedleggelsen ble trykket. Retorikken lærer oss at man ikke kan overbevise noen, altså argumentere for egen sak, så lenge man ikke har noen felles synspunkter med den man prøver å overbevise. Det retoriske fagbegrepet for disse fellesnevnerne er topoi/topos, som kan oversettes til "felles sted". Man kan skille mellom tre forskjellige typer topoi: strukturelle, formale og innholdsmessige.²⁰³ I nedleggelsen av Tou Bryggeri og mediedekningen av dette, er det de strukturelle topoi som står i fokus.

Strukturelle topoi finnes i utgangspunktet på det mentale plan, som en skjematisk av hvordan en taler skal gå frem for å søke etter materiale og overbevisende argumenter. Denne mentale rettleidingen sørger for at taleren ikke forviller seg inn i tilfeldige og irrelevante tankebaner, men forholder seg til de stedene (topoi) som er relevante. Topiske tenkemåter blir brukt i forskjellige arenaer, blant annet under rettssaker og i media. Journalister jobber gjerne ut i fra en arbeidsmåte som fordrer topisk tenkning og spørring. Gjennom bruken av medie-topoi kan journalistene beskrive nyhetssaker ved hjelp av visse topiske spørsmål:

- ✓ Hvem er involvert?
- ✓ Hva skjedde?
- ✓ Når skjedde dette?
- ✓ Hvorfor skjedde dette?
- ✓ Hvor skjedde dette?

Nyhetskriterier er, på samme måte som rettleidningsspørsmålene ovenfor, med på å utgjøre de topoi som journalistene jobber etter. Kriteriene er med på å bestemme om en sak er god eller dårlig, og dermed også om det er verdt å publisere den. Denne listen omfatter disse bedømmelseskriteriene for nyhetssaker:

²⁰³ Kjeldsen 2004: 149.

- ✓ Aktualitet: nyheten er ny og aktuell
- ✓ Vesentlighet: nyheten er relevant for publikum, det vil si at den kan innebære konsekvenser
- ✓ Nærhet: nyheten er i publikums nærhet gjennom tid, konsekvens, geografi, kultur eller emosjonalitet.
- ✓ Sensasjonalitet: nyheten omfatter noe som avviker fra det normale
- ✓ Konflikt: nyheten har et innhold som er preget av konflikt og uenighet
- ✓ Elitepreg: nyheten omhandler personer eller grupper som er av eliten og har makt
- ✓ Konsonant: nyheten bekrefter de mentale forventninger publikum måtte ha
- ✓ Etablert: nyheten er på forhånd etablert som nyhetssak i mediene.²⁰⁴

Med punktene nevnt ovenfor som grunnlag, blir det klart at nedleggelsen av Tou Bryggeri i 2003 oppfylte alle kriterier for en aktuell og god nyhetssak. Det at saken etablerte seg såpass sterkt, var i tillegg med på å styrke nedleggingsmotkjempernes handling-middel-ratio: når nyhetstrøkket er stort, er det lettere å få gjennomslag for argumenter som bygger på engasjement og følelser. Først og fremst ble nedleggelsen og konsekvensene av den etablert som nyhetssak allerede i februar 2003, og det dukket stadig opp nye momenter som gjorde at saken holdt seg aktuell helt fram til august samme år. Dette var også med på å tilføre saken sensjonalitet gjennom hele perioden. Det tegnes opp en konflikt der partene har forskjellige ønsker for bryggeriet: enten å beholde bryggeriet slik det er, eller legge ned bryggeriet og flytte produksjonen til Østlandet.

Eier/arbeidsgiver er av den økonomiske eliten, og ønsket om å flytte produksjonen for å maksimere det økonomiske overskuddet kolliderer med folkets tanker om at Tou skal tilhøre Rogaland. Det blir dannet et mentalt bilde av Ringnes som ufølsomme "turbokapitalister", noe som blir bekreftet gang på gang gjennom medias dekning av saken. Etter hvert som ryktene om nedleggelse blir sterkere, går nyhetene i konsonant med folks forventninger: at Ringnes-konsernet kommer til å frarøve Rogaland en historisk hjørnesteinsbedrift. Skjellsord som "blåruss" blir brukt, og det uttrykkes at man ikke kan forvente bedre av "kapitalister som kun tenker på seg og sitt". Vi har tidligere sett at det i hovedsak var de to store lokalavisene som publiserte mest vedrørende nedleggelsen kvantitativt sett. Dette kommer av at nedleggelsen hadde vesentlig større betydning regionalt sett enn på det nasjonale plan. Denne lokale forankringen bygges videre på sakens nærhet til publikum:

²⁰⁴ Kjeldsen 2004: 156.

- ✓ Tou Bryggeri hadde på dette tidspunktet eksistert i nærmere 150 år, og var dermed en historisk bedrift i Rogaland som region (tid og geografi)
- ✓ Nedleggelsen av Tou Bryggeri ville fjerne lokale arbeidsplasser som gjennom flere år hadde generert økonomisk overskudd (konsekvens)
- ✓ Produkter fra Tou Bryggeri var symboler på rogalandsk kultur generelt og stavangersk kultur spesielt. Store mengder følelser var knyttet til disse produktene, spesielt Tou-pilsen (kultur og emosjonalitet)

Kan disse strukturelle medietopoi forklare mer enn bare hvordan journalister dekket nedleggelsen? Svaret kan finnes ved å se på måten de forskjellige aktører uttaler seg på. De følgende tre kategoriene er utledet av de tre punktene ovenfor:

- ✓ Tidstopoi – historisk orienterte fellessteder
- ✓ Konsekvenstopoi – økonomisk og solidarisk orienterte fellessteder
- ✓ Kultur- og engasjementtopoi – historisk og kulturelt orienterte fellessteder

Kategoriene her overlapper hverandre slik de framstår i argumentasjonen i sin helhet. Tidstopos og kultur/engasjementtopos er begge basert på historiske fellessnevner. Konsekvenstopos skiller seg her ut ved å i større grad være basert i nåtiden. Selv om disse tre kategoriene er utledet av måten lokalbefolkningen så på nedleggelsen av Tou Bryggeri, kan også Ringnes-Carlsbergs argumentasjon plasseres innenfor en konsekvenstopos: Tou Bryggeri må legges ned for å redde andre arbeidsplasser i norsk bryggeriindustri.

I læren om topiske steder finner vi, som tidligere nevnt, strukturelle og formale topoi. De strukturelle topoi fungerer som mentale kart som hjelper retoren til å finne materiale og argumenter. Oppgaven til formale topoi er å finne grunnlag for argumentene. Disse grunnlagene kan bestå av resonnementer eller tenkemåter.²⁰⁵ De formale topoistrukturene er med på å forbinde elementene i argumenter, og fungerer som retningslinjer for hvordan et argument skal se ut. Den vanligste praksisen er å operere med tre formale grunntopoi: mulig/ikke mulig, har skjedd/vil skje og større/mindre. Hva slags formale topoi finnes innenfor hovedargumentene i Tou-saken? For å avdekke disse, kan det igjen være formålmessig å rette blikket mot argumentene i del 2 og deres

²⁰⁵ Kjeldsen 2004: 166.

verdigrunnlag. Med basis i disse verdigrunnlagene, kan man finne de bakenforliggende formale tankemåtene som argumentene er bygget opp av.

Formale topoi i nedleggelsesmotkjempenes hovedargumenter

De kulturell-historiske argumentene i saken bygger som kjent på lokal tilhørighet. Her kan vi sette opp følgende tankemåte (1. oversetning, 2. undersetning, 3. konklusjon): 1. *Tou-produkter må produseres i lokalområdet for at den kulturelle verdien i produktene skal bevares.* 2. *Eier ønsker å flytte hele produksjonen til Østlandet.* 3. *Derfor kommer Tou til å miste sin egenverdi, og lokale tilknytning til Rogaland.* En lignende tankemåte kan settes opp for å beskrive støtteargumentene som brukes i perioden før nedleggelsen: 1. *Tou-produkter som blir tappet på flaske blir produsert på Forus, i motsetning til boksøl som tappes på Østlandet.* 2. *Kjøp av Tou-produkter på flaske er en måte å sende signaler til eier om at en eventuell nedleggelse ikke vil bli tolerert.* 3. *Derfor kjøper rogalendinger mer flaskeøl, og velger bort boksøl.*

De økonomiske argumentenes og arbeidersolidariske argumentenes formale topoi kan sammenstilles: 1. *Tou Bryggeri har levert et økonomisk overskudd de siste årene.* *Bryggeriarbeiderne på Tou har vært med på å gjøre dette overskuddet mulig.* 2. *En bedrift som leverer økonomisk overskudd har livets rett.* *Arbeidere som jobber i en bedrift med økonomisk overskudd bør kunne anse sine jobber som trygge.* 3. *Tou Bryggeri bør ikke legges ned av økonomiske årsaker.* *Bryggeriarbeiderne på Tou bør ikke miste jobben på bakgrunn av økonomiske hensyn.*

Med nedleggelsen faller støtteargumentet som er fundert i kjøp av Tou-pils på flaske bort. Støtten rettes, etter hvert som Lervig Aktiebryggeri blir stablet på beina, mot å kjøpe Lervigs sommerøl. Samtidig blir alle produkter fra Ringnes boikottet. De formale topoi i disse argumentene er diametralt motsatte. Her er støtteargumentet nevnt først, deretter boikottargumentet: 1. *Lervig Aktiebryggeri har en utpreget lokal profil, og har planer om å etablere et nytt bryggeri i Stavanger.* *Tou-produktene har på grunn av nedleggelsen mistet sin lokale forankring.* 2. *Lokale bryggeriforetak fortjener all støtten de kan få.* *Ringnes har slaktet en historisk bedrift i Rogaland.* 3. *Derfor kjøper rogalendinger Lervigs sommerøl, og velger bort Ringnesprodukter for å straffe konsernet økonomisk.*

Formale topoi i arbeidsgivers hovedargumenter

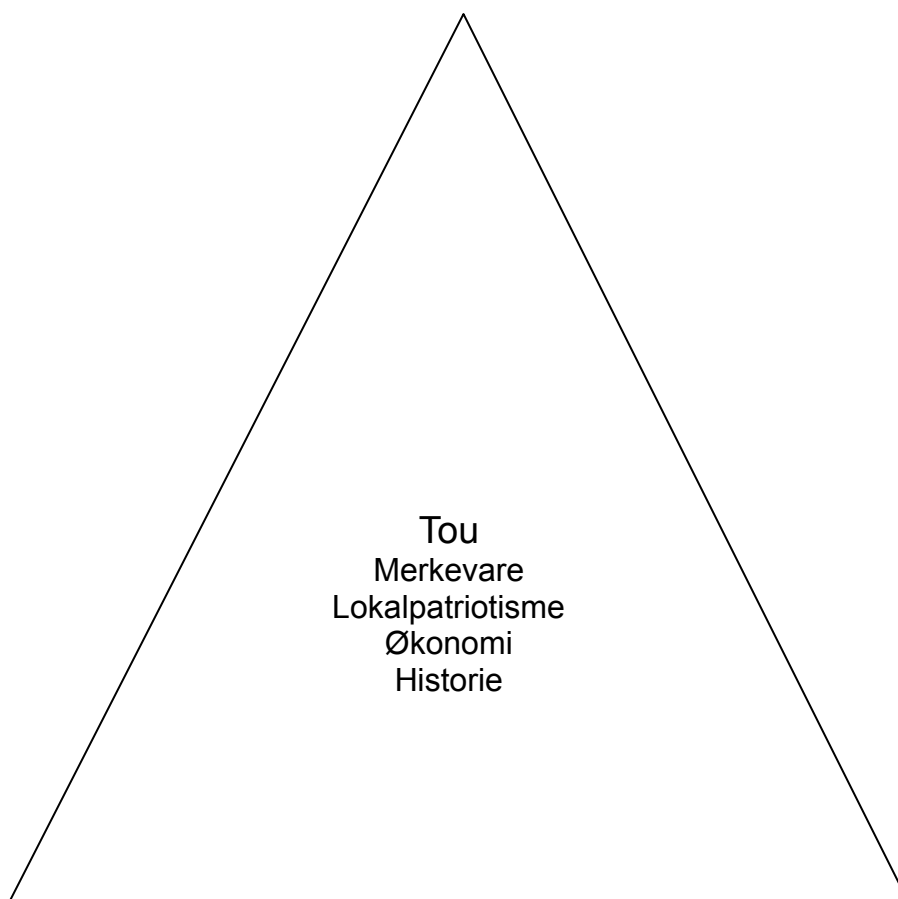
De formale topoi i eiers økonomiske og arbeidssolidariske argumenter har denne innfallsvinkelen: *1. Den norske bryggeribransjen kommer til å møte hard konkurranse fra utlandet i årene som kommer. Tou Bryggeri hadde ikke levert et økonomisk overskudd uten å ha vært en del av Ringneskonsernet. 2. Det er viktig å omstille seg i gode tider, og det finnes en betydelig overkapasitet ved bryggeriet på Gjelleråsen. Der det er ledig kapasitet er det også ledige arbeidsplasser. 3. Derfor må bryggeridriften på Forus opphøre, og all produksjon av Tou-produkter flyttes til Gjelleråsen. Bryggeriarbeiderne på Forus vil få tilbud om nye jobber på Gjelleråsen.*

Vi har sett i den pentadiske analysen at arbeidsgiver i stor grad unngår å imøtekomme de kulturellhistoriske argumentene. Ut fra de eksemplene på hvor denne typen argumenter blir forsøkt gjendrevet, kan man sette opp disse formale topoi: *1. At øl må ha lokal tilhørighet er emosjonelt basert og ikke realisme. 2. Ringnes skal fortsette å lage Tou-øl etter den samme oppskriften som alltid har blitt brukt. 3. Derfor har det ingen betydning om Tou-ølet blir produsert på Forus eller Gjelleråsen.*

Arbeidsgiver svarer på boikottargumentet med å påpeke at det fortsatt er folk som skal arbeide for Ringnes på Forus, og at disse kan bli rammet av boikotten om den blir langvarig. Dermed spilles det på medfølelse med de som fortsatt skal jobbe for "fienden" : *1. Boikotten av Ringnesprodukter påfører konsernet økonomiske tap 2. Dette kan medføre at flere arbeidere blir sagt opp. 3. Derfor kan de gjenværende arbeiderne på Forus miste jobben som følge av boikotten.*

4.5 Tous døds kamp: en illustrasjon

SCENE: MIKRO OG MAKRO



MIDDEL: STØTTE OG BOIKOTT

HANDLING: NEDLEGGELSE

5 Konklusjonen

Denne avhandlingens egenart er kildematerialet: 237 avisartikler viser at nedleggelsen av Tou Bryggeri fikk stor dekning. Ved å kombinere kvantitativ og kvalitativ metode har det vært mitt mål å avdekke hvordan det ble argumentert for og i mot nedleggelsen. Dette har jeg gjort ved å først kartlegge de forskjellige argumentene som ble brukt, i forskjellige kategorier. Med bruk av kvantitativ metode blir utviklingen av argumentasjonen ytre sett, belyst. I den retoriske analysen i del 4 tok vi for oss den indre utviklingen i argumentasjonen, og kartla handlingene, midlene og scenene i dramaet rundt Tou.

Nedleggelsen av Tou Bryggeri var en prosess som utspilte seg over drøyt et halvår. Hva slags prosess var dette, hvilke parter argumenterte for sin sak, og hva kjennetegnet deres argumentasjon? Først og fremst kjennetegnes prosessen av kjemping, og å forklare sine motiver for handling. Spesielt var dette viktig for Ringnes/Carlsberg, som kan kalles for sakens "forbrytere": de ønsket å fjerne en bedrift som hadde vært tilknyttet Rogaland og Stavanger i nærmere 150 år. Slikt skapte emosjoner, spesielt etter at nedleggelsen ble vedtatt i begynnelsen av juni. Lokalbefolkningen svarte med boikott og mente at Ringnes ikke visste noe som helst om lokalpatriotisme. Skulle Tou-pilsen produseres på Østlandet, kunne rogalendingene like så godt drikke øl fra Bergen eller Kristiansand. Kjernen i de retoriske ytringene som kom fra Rogaland baserte seg nettopp på dette: lokal tilhørighet generelt, og innenfor ølbransjen spesielt, var det viktigste. Merkenavnet Tou ville miste sin verdi hvis produksjon og tapping ikke skulle foregå i Stavanger.

Ringnes, med administrerende direktør Jan Bodd i fronten, hadde derfor ingen enkel oppgave foran seg da de i februar 2003 varslet at minst ett av konsernets fire bryggerier måtte legges ned. Slik økonomien ville det, var det blant annet en manglende bokskolonne som gjorde at valget på Tou Bryggeri. Man kan saktens spekulere i hvordan reaksjonene hadde blitt hvis hammeren hadde falt på Arendals Bryggeri eller Dahls i Trondheim, men at sørlendinger eller trøndere hadde sittet stille og latt det skje uten protester, synes usannsynlig. Ringnes hadde allerede fått en forsmak av hva som kunne skje ved en nedleggelse i 1999, da store deler av produksjonen av Nordlandspils hadde blitt flyttet til Trondheim. Lokalbefolkningen hadde reagert med boikott, og Ringnes tapte en markedsandel på mellom 15 og 20 prosent.²⁰⁶

²⁰⁶ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 09.05.2003. Ludvig Lorentzen Seksjon: Nyheter. Side: 4.

Det var vanskelig å argumentere mot følelsesbasert retorikk, spesielt når denne type retorikk dominerte debatten, og handlingen ble spilt ut på den anklagendes parts scene. Dette utgjorde det som ble hovedutfordringen for Ringnes: å forsvare en handling som i mange rogalendingers øyne ble sett på som uforståelig. Svaret på dette problemet ble å føre et tilsynelatende strategisk språk der de følelsesmessige aspektene ble forsøkt tonet ned, samtidig som man fokuserte på de utenforliggende årsakene: regjeringens alkoholpolitikk, trusler fra utenlandske aktører som Lidl og "mørke skyer" over bryggeribransjen generelt. Dessuten gjaldt det å omstille seg i gode tider. De første årene etter millenniumsskiftet hadde vært økonomisk gode, både for Tou og Ringneskonsernet sett under ett. Tanken bak nedleggelsen var å utnytte de foregående årenes gode resultater, og foreta omstrukturering mens overskuddet fortsatt var bra. Operasjon "Brennende plattform" ble satt i gang i kraft av de overnevnte argumenter.

Statistisk sett var perioden preget av flere typer argumenter, dette har vi gjennomgått i del 3. Hvis man legger argumentasjonsmengde til grunn, var det motstanderne av nedleggelsen som argumenterte mest og i flest spekter. Arbeidersolidariske argumenter har kvantitativt størst gjennomslag i tidsperioden rett før og rett etter nedleggelsen i juni måned. Disse argumentene blir imidlertid raskt erstattet av både boikott- og støtteargumenter: verdigrunnlagene her var å straffe Ringnes med boikott av alle drikkevarer distribuert av konsernet og støtte til nye lokale bryggeriaktører. Som en følge av dette opparbeidet bryggeriene Hansa og CB seg store andeler av ølomsætningen i Rogaland denne sommeren. Vakuumet Tou etterlot seg i Rogaland var såpass stort at Lervig Aktiebryggeri, stiftet av aktører i utelivsbransjen i Stavanger, fikk hastverk med å få sitt nye øl ut på markedet. Det nye ølet var blant annet brygget av "kjærighet til lokalsamfunnet": det var i alle fall slik det ble formulert av primus motor Lauritz W. Hansen. De økonomiske godene eksplosjonen i salget av Lervigs sommerøl "Ein te" medførte, ble ikke drøftet i avisene denne sommeren. At dette nye ølet i tillegg hadde blitt produsert hos Mack i Tromsø var også av marginal betydning, da dette kun var "en midlertidig ordning" i påvente av egne lokaler i Stavanger-området. Med Lervigs nye øl tilgjengelig og Rogalandspils fra Egersund på trappene, hadde Rogalands ølkjøpende andel av befolkningen blitt tilført flere anledninger til å vise lokalpatriotisme i løpet av sommeren. Denne patriotismen gikk i to trinn: i første omgang å boikotte Ringnes, deretter å støtte de nye lokale bryggeriforetakene.

Det er, uten større anstrengelser, lett å se at det i løpet av nedleggelsesprosessen har foregått en kamp. Hvilke kampsaker ligger til grunn for de to hovedpartenes argumentasjon? Først fra

Ringnes-Carlsbergs side: Carlsberg group, som Ringnes var og fortsatt er en del av, ville legitimere nedleggelsen av Tou Bryggeri som en nødvendig handling. Det internasjonale konsernet ønsket å se lenger enn det faktum at Tou hadde drevet med overskudd de foregående årene, og derfor ikke burde stå i fare for å bli nedlagt. Hovedønsket var å omstrukturere den norske bryggeriindustrien slik at den stod mest mulig rustet til å stå i mot utenlandsk konkurranse. I denne omstrukturingsprosessen hadde det blitt avdekket at det finnes minst ett bryggeri for mye i Norge. Tou ble valgt som nedleggelsesobjekt av to hovedgrunner: manglende fasiliteter for tapping av øl på boks, og for den verdifulle tomten bryggeriet er plassert på. Sistnevnte årsak blir i kildematerialet sjeldent uttalt eksplisitt, men det skinner gjennom ved flere anledninger at tomtens økonomiske fordeler er tatt med i konsernutvalgets innstilling. Disse punktene gjenspeiler Ringnes og Carlsbergs eierinteresser: de vil maksimere konsernets økonomiske utbytte i Norge, og tar derfor de grep som føles nødvendige for å oppnå dette.

Ringnes-Carlsberg hadde alle rettigheter til å legge ned Tou Bryggeri. Den norske stat kan ikke legge føringer for hvordan private bedrifter forvalter sine eiendommer. Det nedleggelsen derimot ville komme til å medføre, var reaksjoner fra lokalbefolkningen. Vi har gjennomgått disse reaksjonene i del 2, og sett på det kvantitative omfanget i del 3. En fellesnevner for alle argumenter fremsatt av motstandere mot nedleggelsen, er at de anklager Ringnes-Carlsberg på forskjellige plan: for mangel på økonomisk sans, mangel på solidarisk hederlighet overfor bryggeriarbeiderne og mangel på forståelse av lokalpatriotisme. Konsernet tilbakeviser de forskjellige typene argumentering på sine premisser: omstruktureringen av bryggeribransjen er nødvendig for å bevare arbeidsplasser ved andre norske bryggerianlegg. De oppsagte arbeiderne vil dessuten få tilbud om jobb ved andre bryggerier, i hovedsak ved anlegget på Gjelleråsen. Hovedankepunktet, at Tou-pils produsert på Østlandet ikke har kulturell verdi, blir det i all hovedsak ikke direkte gjendrevet. Man nøyer seg med å konstantere at Tou-øl skal produseres etter samme oppskrift, og at Ringnes skal verne om merkevaren slik det har blitt gjort i 148 år. Motivene for denne type argumentasjon synes å være skadebegrensning: Ringnes begir seg ikke ut i retorisk kamper som ikke kan vinnes. Å prøve å argumentere mot emosjonalitet kan påføre konsernet større skade, og derav større økonomiske tap. Derfor baseres argumentasjonen på rasjonalitet, prøver best mulig å ri stormen av gjennom sommeren.

Det står klart frem at det fantes en ytre fiende i Stavanger og omegn sommeren 2003. At denne fienden er Ringnes, kan leses mellom linjene: Ringnes foretar seg en fiendtlig handling ved å legge ned Tou Bryggeri, og må motarbeides. Det er et motsetningsforhold mellom det

nasjonale/internasjonale kapitalistiske holdningene som Ringes-Carlsberg representerer, og de lokale og nære verdiene som Tou forbindes med. Tou Bryggeri har vært arbeidsplass for flere generasjoner rogalendinger. Hvorfor skal et utenbysbasert konsern komme og legge ned denne verdifulle arbeidsplassen? Dette motsetningsforholdet preger også språket som føres i debatten rundt nedleggelsen. I denne avhandlingens retoriske analyse ble pentadisk analyse brukt som verktøy for å tolke språkføringen mellom de to hovedpartene. Her ble det påvist at det debatteres på forskjellige scener: Ringes-Carlsberg baserer seg på et forståelsesbilde der norske økonomiske forhold henger sammen med verdensøkonomien. I dette forståelsesbildet er det økonomisk forsvarlig å ofre noen arbeidsplasser for å trygge mange andre. Kulturelle faktorer blir avfeid som "emosjonelt betinget, og ikke realistisk": så lenge oppskriften på Tou-ølet blir bevart, er dette godt nok for å bevare merkevaren Tou. Dette er scenen Ringes-Carlsberg debatterer på, og her er de økonomiske forhold viktigst.

De økonomiske faktorene ved nedleggelsen er også viktig for de som kjemper mot at Tou skal produseres på Østlandet. Innfallsvinkelen er imidlertid en annen: motstanderne ser nedleggelsen fra et lokalt forankret ståsted. Fra denne synsvinkelen blir Ringes' handlinger sett på som uansvarlige og uforenlige med økonomisk skikk og bruk. Uttrykket "blåruss" blir brukt som skjellsord for å karakterisere konsernet som grådige kapitalister som utfører skruppelløse handlinger mot både arbeidere og folk flest i Rogaland. At Ringes ønsker å legitimere Tous nedleggelse gjennom at arbeidsplassene på Forus må ofres for å redde andre arbeidsplasser, blir sett på som en bortforklaring. Lokalbefolkningen fokuserer på én ting, og det er at Tou Bryggeri er en økonomisk solid bedrift som i deres øyne helt åpenbart innehar alle forutsetninger for videre drift. I gruppen som benytter seg av økonomiske argumenter og støtter opp om arbeidernes rettigheter finner vi LO Rogaland. LO oppfordrer til boikotten, og ser på den som et middel til å straffe Ringes for å harselere med bryggeriarbeiderne ved Tou. De kulturelt betingede argumentene, de som er tuftet på emosjonalitet og følt tilhørighet, skiller seg ut. Disse argumentene basert på følelser, og et verdensbilde der Tou må være produsert i lokalområdet for å inneha en kulturell egenverdi. Språket som i hovedsak benytter seg av kulturelle argumenter, er derav et kulturelt betinget språk. De fundamentale forskjellene i språk og scene gjør at prosessen kjennetegnes av fraværet på dialog og interaksjon: Ringes fastholder på sin strategiske linje og imøtekommer ikke, med få unntak, nedleggelsesmotkjempernes kulturelle og emosjonelle utspill.

Nedleggelsen av Tou Bryggeri kan beskrives som et drama i flere akter, der handlinger var avgjørende for hvilke utfall saken ville få. Først og fremst var det Ringes-Carlsbergs avgjørelse

om å legge ned Tou Bryggeri og fjerne merkenavnet fra Rogaland som utløste andre motaksjoner. Det var i utgangspunktet lett for folk flest å protestere mot nedleggelsen. Øl er et produkt mange har et forhold til på jevnlig basis, og et produkt det er knyttet følelser til. At mange rogalendinger valgte å støtte boikotten av Ringnesprodukter var utslagsgivende for at konsernet fikk et merkbart økonomisk tap i drikkevareomsetningen i Rogaland sommeren 2003. I en varm sommer der de andre norske bryggeriaktørene fikk en større økonomisk oppsving landet sett under ett, merket Ringnes at boikotten i Rogaland hadde satt sine spor. Dette bar prov om at det var mulig å straffe konsernet for nedleggelsen, selv om det viste seg umulig å reversere nedleggelsesplanene. Den tverrpolitiske enigheten i Stavanger kommune om å jobbe mot nedleggelsen, samtidig som blant annet Hallgeir Langeland jobbet for boikott mot Ringnes på Stortinget, var med på å styrke boikottens legitimitet. Dermed ble det enda enklere å støtte opp om merkenavnet Tou. Alle avisoppslagene rundt det som skjedde var med på å holde saken varm i media og hos avislesere flest. At lokalavisene selv, gjennom leder- og journalistartikler, beskrev boikotten i positive ordelag, var en ytterligere faktor som styrket negativiteten mot Ringnes.

Den mest omfattende og varige handlingen som ble foretatt som en følge av nedleggelsen, var opprettelsen av Lervig Aktiebryggeri. Disse handlingenes konsekvenser har en tidsramme som strekker seg utenfor avhandlingens periode, for nevnte bryggeri eksisterer fortsatt når vi skriver 2011. Sommeren 2003 var sommerølet fra Lervig, med sin karakteristiske "Ein te"-etikett, allemannseie i Rogaland. Med det nye ølet fikk boikotten en enda større lokalpatriotisk dimensjon. Det ble mulig å straffe Ringnes, samtidig som man kunne støtte et lokalt foretak. Lervig Aktiebryggeri seilte opp som et meningsfullt alternativ: i stedet for å kjøpe Hansa eller CB på ren trass, ble det nå mulig å bruke ølpengene på "lokalpatriotisme på fat". Markedet i Rogaland lå til rette for et produkt som kunne gjenspeile lokal tilhørighet, etter flere måneder med agitasjon mot Ringnes, og etter at nedleggesvedtaket hadde fjernet siste rest av egenverdi fra merkenavnet Tou. Hele oppstyret rundt etableringen av Lervig Aktiebryggeri og det nye ølet dominerte da også de avisoppslagene som er relatert til nedleggelsen av Tou Bryggeri i slutten av avhandlingens tidsperiode, fra slutten av juni og til august. Fokuseringen på bryggeriarbeiderne som hadde stått i fare for å miste jobbene ble mye mindre enn det hadde vært i periodens første del, av den grunn at den delen av saken ble sett på som avsluttet: arbeidernes jobber var ugjennkallelig dømt til å forsvinne i midten av august. Få dager etter at bryggeridriften på Forus hadde blitt stengt av, ble også den siste originaltappede Tou-pilsen stedt til hvile i Vågen i Stavanger. Et langvarig forhold mellom en lokal merkevare og dens hjemmehørende region ble gitt en symbolsk begravelse.

Denne avhandlingen har, enklest mulig forklart, vist et eksempel på hvordan handlinger skaper reaksjoner. Folk reagerte med å boikotte produkter fra Ringnes da konsernet bestemte seg for å legge ned Tou Bryggeri. Tou Bryggeri var en bedrift som "alltid" hadde vært i Stavanger, og var et symbol på Stavanger spesielt og Rogaland generelt. Tou var en av bedriftene som definerte det historiske Stavanger. Da ryktene om nedleggelse begynte å svirre, lot ikke reaksjonene vente på seg. Tou skulle brygges og tappes i Stavanger: ingenting annet var godt nok. Tou-øl brygget på Gjelleråsen kunne aldri bli "ekte" Tou-øl, selv om oppskriften forble den samme. Uten den geografiske tilknytningen var Tou-produktene verdiløse.

At øl og mineralvann er produkter folk flest har et hverdagslig forhold til, var med på å gjøre det lettere for boikotten å øke i omfang. Er det mulig å kåre vinnere og tapere i kampen som Tou Bryggeri? Her er det ikke lett å presentere et utvetydig svar. Ringnes fikk lagt ned produksjonen ved Tou Bryggeri på Forus, og flyttet all produksjon av Tou-produkter til andre anlegg i Norge. Samtidig ble konsernet påført økonomiske tap og tapte markedsandeler i Rogaland som følge av boikotten. Folket i Stavanger fikk gitt uttrykk for hva de mente om nedleggelsen, og bygget sommeren 2003 opp en større boikott mot konsernet. Byen fikk som følge av Taus død et nytt lokalt øl å støtte opp om. Lervigs sommerøl "Ein te" ble Tou-pilsens arvtaker denne sommeren. Avslutningsvis kan man derfor si at begge parter både vant og tapte sommeren 2003: Ringnes fikk gjennomført sin omstrukturingsprosess, men tapte markedsandeler. Folket i Stavanger tapte Tou Bryggeri, men fikk et nytt lokalbryggeri.

Tar vi en liten avstikker utenfor avhandlingens tidsperiode, ser vi at Ringnes få måneder senere hadde tatt tilbake mesteparten av markedsandelene som ble tapt sommeren 2003. Like etter nyttår 2004 var Tou-ølet igjen det mest solgte ølet i Stavanger.²⁰⁷ Dette beretter om en kortlevd boikott. Til tross for all den trykksverten som hadde blitt brukt på å mane fram lokalpatriotisme og boikottvilje, så det ikke ut til at skadene på Ringnes' omdømme var blitt betydelig skadet. Hvor dypt må en nedleggelse stikke for at en boikott skal vare over tid? Hvor graverende må prosessen som fører til nedleggelsen føles for folk flest for at disse skal velge vekk visse produkter i uoverskuelig tid? Dette er spørsmål som ligger utenfor denne avhandlingens rekkevidde, og som kan være grunnlag for videre forskning.

"Vår kontrakt med Ringnes er inngått fordi produksjon med tilhørende kompetanse er lokalt basert.

²⁰⁷ <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/rogaland/1.236719>

Skulle produksjon med tilhørende kompetanse flyttes ut av distriktet mener vi at en vesentlig forutsetning for kontraktsinngåelsen er brutt. Jeg vil derfor allerede nå signalisere at dersom flytting blir aktuelt, vil vi vurdere på fritt grunnlag å forhandle med andre leverandører»²⁰⁸ -

Lauritz W. Hansen i brev til Ringnes, mai 2003.

"Det er ikke så viktig for oss hvor vi produserer. Geografisk lokalitet er emosjonelt og ikke realisme. Vi lager like godt øl om det blir produsert i Oslo eller i Stavanger"²⁰⁹ -

Informasjonsdirektør Anne Marit Schiong, juni 2003.

²⁰⁸ Stavanger Aftenblad Aftenbladet. Publisert på trykk 07.05.2003. Ludvig Lorentzen. Seksjon: Nyheter. Side: 3.

²⁰⁹ Klassekampen Morgen. Publisert på trykk 03.06.2003.

Kilder og litteratur

Alle oppslag fra Stavanger Aftenblad, Dagens Næringsliv, Klassekampen, Dagbladet, VG, Aftenposten, NTB, Adresseavisen, Nordlys og Bergens Tidende ble funnet på Internett via søketjenesten Retriever i perioden 13.08.10 – 19.10.10. Retriever har blitt brukt gjennom Stavanger bibliotek Sølvergets hjemmesider. Oppslag fra Rogalands Avis er hentet via avisens egen søketjeneste på www.rogalandsavis.no/sok.

Adresseavisen:

- "To bryggerier kan bli nedlagt" - Publisert på trykk 26.03.2003. Side: 18.
- "Ny frykt for Dahls" - Publisert på trykk 01.04.2003. Side: 16.
- "Fortsatt øl og tog i Trondheim?" - Publisert på trykk 15.04.2003. Side: 14.
- "Oslo-brygg dyrest" - Publisert på trykk 26.04.2003. Side: 11.
- "Tar Carlsberg i skole" - Publisert på trykk 23.05.2003. Side: 17.
- "Trykk fra 31000 ølvenner" - Publisert på trykk 24.05.2003. Side: 13.
- "Fryktet gravøl – fikk happyhour"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 15.
- "Dahls-skål uten jubel"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 1.
- "Streik og tårer til liten nytte"- Publisert på trykk 05.06.2003. Side: 17.
- "Tou/E.C. Dahls"- Publisert på trykk 08.07.2003. Side: 19.
- "Godt øl og omdømme"- Publisert på trykk 19.07.2003. Side: 12.

Aftenposten:

- "Fire år gamle tall i ny rapport om svenskehandel"- Publisert på trykk 02.05.2003. Side: 4.
- "Ut i knalltøft arbeidsmarked"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 29.
- "Doven øl-lojalitet"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 3.
- "Stortingsmann ber om Ringnes-boikott"- Publisert på trykk 22.06.2003. Side: 5.
- "Nedgang i ølsalget truer bryggeriene"- Publisert på trykk 16.07.2003. Side: 17.
- "Øl er en følelssak"- Publisert på trykk 19.07.2003. Side: 19.

Bergens Tidende:

"Skummande ølstrid med dansk bismak"- Publisert på trykk 02.06.2003. Side: 9.

"Nyheter Notiser"- Publisert på trykk 07.07.2003. Side: 4.

"Øltempo GIGANTE"- Publisert på trykk 12.07.2003. Side: 24.

Dagbladet:

"Ikke kødd med ølet vårt!"- Publisert på trykk 01.06.2003. Side: 64.

"Dagboka: Pressehistorie"- Publisert på trykk 05.06.2003. Side: 18.

"Brygger på patriotisme"- Publisert på trykk 26.06.2003. Side: 15.

"-Ringnes? Nei takk! 15 stortingspolitikere boikotter øl"- Publisert på trykk 03.07.2003. Side: 17.

"Brygger opp til lokal kamp"- Publisert på trykk 05.07.2003. Side: 16.

Dagens Næringsliv:

"To bryggerier for mye"- Publisert på trykk 22.04.2003. Side: 8.

"Tou topper dødslisten"- Publisert på trykk 20.05.2003. Side: 7.

"Strategisk feil"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 12.

"Gir sjefen skylden"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 12.

"Varsler flere nedleggelse"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 12.

"Øl-brøl mot Foss"- Publisert på trykk 06.06.2003. Side: 14.

"Siddiser kjøper Hansa"- Publisert på trykk 26.06.2003. Side: 10.

"Raser mot Langeland"- Publisert på trykk 26.06.2003. Side: 10.

"Restaurantbransjen får drahjelp fra Tromsø"- Publisert på trykk 26.06.2003. Side: 10.

"Ringnes dovner i Stavanger"- Publisert på trykk 26.06.2003. Side: 10.

"Hansa Pils firedobler i Stavanger"- Publisert på trykk 03.07.2003. Side: 4.

"Klart for etegilde"- Publisert på trykk 24.07.2003. Side: 40.

Dagsavisen:

"Valla slåss for ølet"- Publisert på trykk 24.05.2003. Side: 12.

"Julirekord for bryggeriene"- Publisert på trykk 08.08.2003. Side: 9.

Klassekampen:

- "Stenger kranene?"- Publisert på trykk 03.04.2003.
- "Alle tre bryggeriene vil blø"- Publisert på trykk 04.04.2003.
- "Kan investere mer i Oslo"- Publisert på trykk 14.04.2003.
- "Carlsberg avgjør vår skjebne"- Publisert på trykk 27.05.2003.
- "Kan bli enda færre arbeidsplasser"- Publisert på trykk 03.06.2003.
- "Aldri sett slik kynisme"- Publisert på trykk 03.06.2003.
- "Får konkurranse av nytt bryggeri"- Publisert på trykk 04.06.2003.
- "Dette er livet mitt"- Publisert på trykk 05.06.2003.
- "Krever lov mot slakt"- Publisert på trykk 06.06.2003.
- "Vi kan ha nytt øl klart om noen måneder"- Publisert på trykk 11.06.2003.
- "Brenner alle bruer"- Publisert på trykk 14.06.2003.
- "Øl og makt"- Publisert på trykk 05.07.2003.
- "Øl og fotball viktig"- Publisert på trykk 05.07.2003.
- "Herfra og til evigheten"- Publisert på trykk 09.07.2003.

Nordlys:

- "2-2 Macks Stavanger"- Publisert på trykk 13.06.2003. Side: 14.
- "Stein fra glasshus"- Publisert på trykk 14.06.2003. Side: 16.
- "Mack klar for Stavanger"- Publisert på trykk 26.06.2003. Side: 20.
- "Jeg må jo prøve det / Stor rift"- Publisert på trykk 07.07.2003. Side: 24.
- "Aass tar opp Mack-kampen"- Publisert på trykk 11.07.2003. Side: 12.

NTB:

- "Kjemper for bryggeriarbeidsplasser"- Publisert på trykk 23.05.2003.
- "Ringnes-ledelsen vil legge ned Tou"- Publisert på trykk 02.06.2003.
- "Fortsatt ett bryggeri for mye når Tou legges ned"- Publisert på trykk 02.06.2003.
- "Tou-ansatte sjokkerte over nedleggelse"- Publisert på trykk 02.06.2003.
- "Planer om nytt bryggeri i Stavanger"- Publisert på trykk 03.06.2003.
- "Lokal øl-lojalitet synker"- Publisert på trykk 03.06.2003.
- "LO raser mot Tou-nedleggelse"- Publisert på trykk 03.06.2003.
- "Snudde ryggen til Ringnes-styret"- Publisert på trykk 04.06.2003.
- "Tou bryggeri legges ned"- Publisert på trykk 04.06.2003.

"Blandede reaksjoner på oppfordring til Ringnes-boikott"- Publisert på trykk 21.06.2003.

"Lervig Aktiebryggeri stiftet i Stavanger"- Publisert på trykk 25.06.2003.

Rogalands Avis:

"I tog for arbeidsplassen sin"- Publisert 02.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/meninger/leder/article668072.ece>

"Tou-ansatte kuppet toget"- Publisert 02.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article668094.ece>

"Ap truer med Ringnes-boikott"- Publisert 07.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article667136.ece>

"Aksjonene for Tou-ølet gir resultater"- Publisert 09.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article666499.ece>

"Kommentar: Ringnes og jazz"- Publisert 10.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article666150.ece>

"Trøndere slåss mot Ringnes"- Publisert 14.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article665578.ece>

"Rønneberg møter konserntillitsvalgte"- Publisert 15.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article665600.ece>

"Til København for å tale Tous sak"- Publisert 22.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article674447.ece>

"Truet Carlsberg-ledelsen med boikott"- Publisert 23.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/article676040.ece>

"-Nå må Ringnes akte seg!"- Publisert 31.05.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article679946.ece>

"Tou bryggeri nærmere historiebøkene"- Publisert 02.06.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article680738.ece>

"Ringnes vil legge ned Tou"- Publisert 02.06.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article680744.ece>

"Byens menn vil lage sitt eget øl"- Publisert 03.06.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article681223.ece>

"Rogalands Avis mener: Boikott Ringnes!"- Publisert 03.06.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/meninger/leder/article681413.ece>

"Dette er brutalt og grotesk"- Publisert 03.06.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article681586.ece>

"Jan Leif Bodd (43) leder slaktejobben"- Publisert 04.06.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article682391.ece>

- "Bryggeriarbeiderne frykter boikotten"- Publisert 04.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article682401.ece>
- "Lokalt bryggeri brygger allerede"- Publisert 04.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article682413.ece>
- "-Vi designer nytt øl gratis"- Publisert 04.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article682425.ece>
- "Slutt for Tou bryggeri"- Publisert 04.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article682750.ece>
- "Brente arbeidsklærne i protest"- Publisert 05.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article683298.ece>
- "Ouuuuuuuuu for rødkinnet Bodd"- Publisert 05.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article683324.ece>
- "Pengefolk- førn eder!"- Publisert 05.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/meninger/leder/article683435.ece>
- "Ringnes` Herre har talt"- Publisert 05.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article683442.ece>
- "Inge Rønneberg er fluen i ølet for Carlsberg og Ringnes"- Publisert 06.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article685357.ece>
- "Sparker Ringnes ut av lokal ølfest"- Publisert 07.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article685878.ece>
- "Ringnessjåførene blir hetset"- Publisert 11.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article688470.ece>
- "Nye samtaler om lokalt bryggeri"- Publisert 12.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article689324.ece>
- "Leder: Tilbud på å fjerne arbeidsfolk"- Publisert 18.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/meninger/leder/article693869.ece>
- "Stormen mot Ringnes fortsetter"- Publisert 25.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article698340.ece>
- "Tjener på smaken av hevn"- Publisert 25.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article698354.ece>
- "Mack skal gi Stavanger øl"- Publisert 25.06.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article698781.ece>
- "Det hette ikkje Ein te"- Publisert 08.07.2003.
http://www.rogalandsavis.no/meninger/paa_kanten/article706054.ece
- "Lervig ansetter tre"- Publisert 10.07.2003.
<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article707394.ece>

"Aass brygger nytt rogalandsøl"- Publisert 10.07.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article707714.ece>

"Krig om øl"- Publisert 11.07.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article708004.ece>

"30 prosent tar Ein te"- Publisert 17.07.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article711144.ece>

"Det så e smått kan ver liga så godt"- Publisert 09.08.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/meninger/leder/article722581.ece>

"Aksjon Arbeidsplasser"- Publisert 18.08.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/meninger/leder/article726900.ece>

"Bodd: Lervig overlever ikke!"- Publisert 16.08.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article726283.ece>

"Lervig ler tilbake"- Publisert 18.08.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article726909.ece>

"Siste Tou-dråpe dumpet i Vågen"- Publisert 18.08.2003.

<http://www.rogalandsavis.no/nyheter/article726917.ece>

Stavanger Aftenblad:

"Tou-bryggeriet kan bli ofret"- Publisert på trykk 15.02.2003. Side: 9.

"Tou kan bli lagt ned"- Publisert på trykk 15.02.2003. Side: 1.

"Drøset: Drikk Tou!"- Publisert på trykk 17.02.2003. Side: 40.

"Tou bryggeri"- Publisert på trykk 17.02.2003. Side: 40.

"Sevland bekymret for Tou-bryggeriet"- Publisert på trykk 04.03.2003. Side: 20.

"Tou-ølet og markedskreftene"- Publisert på trykk 22.03.2003. Side: 10.

"Ordføreren og Tou Bryggeri"- Publisert på trykk 26.03.2003. Side: 11.

"Tou får mer tid"- Publisert på trykk 02.04.2003. Side: 1.

"Tou bryggeri fikk utvidet nådetid"- Publisert på trykk 02.04.2003. Side: 5.

"Ap vil mobilisere for å berge Tou"- Publisert på trykk 26.04.2003. Side: 32.

"Tou-ansatte mobiliserer i 1.mai-toget"- Publisert på trykk 30.04.2003. Side: 1.

"Tou-arbeiderne mobiliserer 1.mai"- Publisert på trykk 30.04.2003. Side: 25.

"Tou dominerte 1.mai-toget"- Publisert på trykk 02.05.2003. Side: 1.

"Tous kamp sentral på 1.mai"- Publisert på trykk 02.05.2003. Side: 25.

"Kjemp for Tou Bryggeri"- Publisert på trykk 06.05.2003. Side: 14.

"Ikke tull med Tou"- Publisert på trykk 07.05.2003. Side: 1.

"Kan boikotte Ringnes hvis Tou blir nedlagt"- Publisert på trykk 07.05.2003. Side: 3.

- "-Dragkampen om Tou gjelder kulturen vår"- Publisert på trykk 08.05.2003. Side: 3.
- "Det flasker seg for Tou-støtten"- Publisert på trykk 09.05.2003. Side: 4.
- "1 av 3 vil boikotte Ringnes"- Publisert på trykk 13.05.2003. Side: 2.
- "Slakteplanen klar for Tou"- Publisert på trykk 21.05.2003. Side: 8.
- "Heftig debatt, sterke meninger"- Publisert på trykk 22.05.2003. Side: 6.
- "Det kan være ulovlig å flytte Tou"- Publisert på trykk 22.05.2003. Side: 6.
- "Kampen om Tou"- Publisert på trykk 23.05.2003. Side: 11.
- "Tou be or not to be"- Publisert på trykk 23.05.2003. Side: 10.
- "LO i Rogaland støtter aksjon mot Ringnes"- Publisert på trykk 24.05.2003. Side: 34.
- "Hallgeir Langeland(SV): - Miljøsvin i Ringnes"- Publisert på trykk 28.05.2003. Side: 26.
- "Hansa Borg sikler på Stavanger"- Publisert på trykk 28.05.2003. Side: 26.
- "Tou topper slaktelisten"- Publisert på trykk 31.05.2003. Side: 1.
- "Tou legges ned"- Publisert på trykk 02.06.2003. Side: 1.
- "Dyrt og billig øl"- Publisert på trykk 02.06.2003. Side: 12.
- "Tou Bryggeri blir slaktet"- Publisert på trykk 02.06.2003. Side: 3.
- "Ikke legg ned Ringnes Tou bryggeri"- Publisert på trykk 02.06.2003. Side: 12.
- "- Nytt bryggeri innen to år"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 3.
- "Nyanserer om boikott"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 2.
- "Kapitalen finnes"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 3.
- "Slakter for å selge tomta"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 2.
- "Sterke reaksjoner"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 2.
- "Drøset: Kapitalen"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 40.
- "Sorg og sinne på Tou"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 1.
- " "De sa jeg hadde jobb for livet" "- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 2.
- "Fullt mulig å lage nytt bryggeri"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 3.
- "Tou – prøve på forbrukarmakt"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 11.
- "Vi kan leve et liv uten Tou"- Publisert på trykk 03.06.2003. Side: 2.
- " "Alle" vil boikotte"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 1.
- "Utskjelt av sine egne/Styret møtt med fyrop"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 1.
- "Butikkjeder ønsker nytt øl velkommen"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 2.
- "Vil du boikotte Ringnes?"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 2.
- "Ringnes-tomta blir vond å selge"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 2.
- "Varene på boikottlisten"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 2.
- "Fagbevegelsen vil boikotte Ringnes"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 2.
- "Raseri, gråt og fortvilelse på Tou"- Publisert på trykk 05.06.2003. Side: 1.
- "- Helgø vil støtte et nytt lokalt bryggeri"- Publisert på trykk 05.06.2003. Side: 5.

- " Harald Berentsen: - Jeg kan lage det nye Rogalands-ølet"- Publisert på trykk 05.06.2003. Side: 5.
- "Ringnes-sjefen: - Spiller med åpne kort"- Publisert på trykk 05.06.2003. Side: 2.
- "Dagen da Tou fikk dødsdommen"- Publisert på trykk 05.06.2003. Side: 2.
- "Lokalt øl fikk fotfeste blant tørste telemarkinger"- Publisert på trykk 06.06.2003. Side: 3.
- "Patriotismen renner ut?"- Publisert på trykk 06.06.2003. Side: 3.
- " - Øl bedre enn hasj"- Publisert på trykk 06.06.2003. Side: 10.
- "Tou og ansvaret"- Publisert på trykk 06.06.2003. Side: 11.
- " - Oppgitthet sprer seg i styrerommene"- Publisert på trykk 07.06.2003. Side: 3.
- "Ringnes sponser Viking og sandvolleyball"- Publisert på trykk 07.06.2003. Side: 28.
- "Sannsynligvis Norges mest forurensende øl"- Publisert på trykk 07.06.2003. Side: 28.
- "Sluttvederlagene ikke gode nok"- Publisert på trykk 07.06.2003. Side: 28.
- "Ringnes-direktøren: - Tou-underskudd uten Ringnes-konsernet"- Publisert på trykk 07.06.2003. Side: 1.
- "Ringnes-direktør slår hardt tilbake"- Publisert på trykk 07.06.2003. Side: 28.
- "Støtt de på Tou også neste uke"- Publisert på trykk 07.06.2003. Side: 11.
- "Hva blir neste blåuss-initiativ?"- Publisert på trykk 10.06.2003. Side: 13.
- "Tou bryggeri får støtte, fra Bergen"- Publisert på trykk 10.06.2003. Side: 23.
- "Ny lov fra Reme og Arbeiderpartiet"- Publisert på trykk 11.06.2003. Side: 14.
- "Nedleggelsen av Tou bryggerier"- Publisert på trykk 11.06.2003. Side: 14.
- "Skal bare selge Tou brus"- Publisert på trykk 11.06.2003. Side: 4.
- "Mack inn for Tou?"- Publisert på trykk 12.06.2003. Side: 1.
- "Mack vurderer bryggeri i Stavanger"- Publisert på trykk 12.06.2003. Side: 3.
- "Nytt øl kan gi få arbeidsplasser"- Publisert på trykk 12.06.2003. Side: 3.
- "Eplemosten på turbokapitalismens alter"- Publisert på trykk 16.06.2003. Side: 8.
- "På høy tid med lov om sluttkompensasjon"- Publisert på trykk 17.06.2003. Side: 11.
- "Tou-pensjonistene rasende på Ringnes"- Publisert på trykk 18.06.2003. Side: 3.
- "Boikottaksjon på Stortinget"- Publisert på trykk 20.06.2003. Side: 2.
- "Får kritikk for boikottaksjon"- Publisert på trykk 21.06.2003. Side: 8.
- "Nytt bryggeri i dag"- Publisert på trykk 25.06.2003. Side: 1.
- "Nytt bryggeri lanseres i dag"- Publisert på trykk 25.06.2003. Side: 6.
- "Ringnes-boikott"- Publisert på trykk 25.06.2003. Side: 2.
- " - Mack skal tjene penger"- Publisert på trykk 26.06.2003. Side: 2.
- "LO-leder: - Folk er ikke lei av Tou-snakk"- Publisert på trykk 27.06.2003. Side: 22.
- "Vet Ringnes noe om lokalpatriotisme?"- Publisert på trykk 28.06.2003. Side: 11.
- " "Alle" vil ha det nye ølet"- Publisert på trykk 03.07.2003. Side: 19.
- "Tanker og kraner på plass"- Publisert på trykk 03.07.2003. Side: 19.

- "Tror ikke flere Ringnes-jobber er i fare"- Publisert på trykk 04.07.2003. Side: 2.
- "Lervig Aktiebryggeri A/S"- Publisert på trykk 04.07.2003. Side: 2.
- " - Lett øl med god ettersmak"- Publisert på trykk 04.07.2003. Side: 2.
- "Næringsminister Ansgar Gabrielsen: - Desperasjon i Ringnes"- Publisert på trykk 04.07.2003. Side: 2.
- "Skuffet over stortingspolitikere"- Publisert på trykk 05.07.2003. Side: 3.
- "Ein te med alt"- Publisert på trykk 05.07.2003. Side: 3.
- "Eplemost lages ikke lenger av frisk råsaft"- Publisert på trykk 07.07.2003. Side: 3.
- "Nærmere eget bryggeri"- Publisert på trykk 09.07.2003. Side: 4.
- "Gladmat samarbeider med Ringnes"- Publisert på trykk 10.07.2003. Side: 3.
- "Evig boikott av Ringnes"- Publisert på trykk 10.07.2003. Side: 10.
- "Dårlig industripolitikk"- Publisert på trykk 11.07.2003. Side: 8.
- "Berentsen lanserer Rogalandspils"- Publisert på trykk 11.07.2003. Side: 3.
- "Tou på tampen"- Publisert på trykk 16.07.2003. Side: 1.
- "Tous siste brygg"- Publisert på trykk 16.07.2003. Side: 16.
- "Klubbleder skal selge for Ringnes"- Publisert på trykk 17.07.2003. Side: 1.
- "Tou-klubbleder skal selge Ringnes-produkter lokalt"- Publisert på trykk 17.07.2003. Side: 16.
- "Ringnes spør om ølvaner"- Publisert på trykk 29.07.2003. Side: 3.
- "Den siste Tou-flasken tappet på Forus"- Publisert på trykk 01.08.2003. Side: 1.
- "Siste flaske fra Tou Bryggeri"- Publisert på trykk 01.08.2003. Side: 3.
- "Tou fra Gjelleråsen og Forus: Analyse viser forskjell"- Publisert på trykk 02.08.2003. Side: 22.
- "Ringnes kommenterer ikke analysen"- Publisert på trykk 02.08.2003. Side: 22.
- " - Nå vil Ringnes miste styring over Tou-smaken"- Publisert på trykk 02.08.2003. Side: 22.
- "Ein Tou eller Ein Te?"- Publisert på trykk 06.08.2003. Side: 11.
- "Ringnes: Innrømmer ulik smak på Tou-øl"- Publisert på trykk 07.08.2003. Side: 18.
- "Nytt lokalt øl i butikkene"- Publisert på trykk 08.08.2003. Side: 3.
- "Politikerne uenige om ansvaret"- Publisert på trykk 20.08.2003. Side: 8.
- "Svanesong for eit bryggeri"- Publisert på trykk 21.08.2003. Side: 13.

VG:

- "Ringnes vil legge ned Tou"- Publisert på trykk 23.05.2003. Side: 38.
- "Øl er for patrioter"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 20.
- "Tapte Tou-trekkingen...i dag starter øl-krigen i Stavanger"- Publisert på trykk 04.06.2003. Side: 20.
- "Nyter det nye Stavanger-ølet"- Publisert på trykk 05.07.2003. Side: 16.
- "Ølsalget rett til værs"- Publisert på trykk 23.07.2003. Side: 3.

Andre kilder:**NRK:**

"Tou-boikott virker ikke" - <http://www.nrk.no/nyheter/distrikt/rogaland/1.236719> . Hentet fra Internett 09.02.2011.

Ringnes.no:

"Fra bryggeri til konsern" -

<http://www.ringnes.no/omringnes/historie/Sider/Frabryggeritilkonsern.aspx> . Hentet fra Internett 14.02.2011.

Bilder:

Omslagsbildet og bildene av Tou-øl på side 48 er brukt med godkjennelse fra Ringnes A/S. Bildet fra 4. juni 2003 ble funnet på <http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.552342> . Hentet fra Internett 27.08.2010.

Litteratur:

Aristoteles (2006): *Retorikk*. Oversatt av Tormod Eide. Vidarforlaget.

Bøe, Jan Bjarne (2006): *Å lese fortiden. Historiebruk og historiedidaktikk*. Høyskoleforlaget.

Jakobsen, Kjetil (2002): "Innledende essay" i Bourdieu, Pierre: *Distinksjonen: en sosiologisk kritikk av dømmekraften*. De Norske Bokklubbene.

Jensen, Bernard Eric (2003): *Historie – livsverden og fag*. Gyldendal.

Jørgensen, Charlotte og Onsberg, Merete (2008): *Praktisk argumentation. 3.udg.* Nyt Teknisk Forlag.

Kjeldsen, Jens E. (2004): *Retorikk i vår tid. En innføring i moderne retorisk teori*. Spartacus forlag.

Krogh, Thomas (2009): *Hermeneutikk. Om å forstå og fortolke*. Gyldendal Akademisk.

Lorentzen, Reidar A. (1955) : *Aksjeselskapet Tou 1855-1955*. Aksjetrykkeriet i Stavanger.

Lægneid, Sissel og Skorgen, Torgeir (2006): *Hermeneutikk – en innføring*. Spartacus forlag.

Møller Nielsen, Niels (2010): *Argumenter i kontekst: introduktion til pragmatisk argumentationsanalyse*. Samfundslitteratur.

Olsen, Olav Johan og Heyerdahl, H.E. (1905) : *Aktieselskabet Tou. Tou brug 1855-1905*. Dreyer.