

Norge går bananas:
En historisk analyse av aviser og kokebøker.



Bilde 1: Foto tatt av Wilse B. Anders, Oslo, 1938.

Masteroppgave i Historie



Universitetet
i Stavanger

Aleksander Jensen



Universitetet
i Stavanger

FAKULTET FOR UTDANNINGSVITENSKAP OG HUMANIORA

MASTEROPPGAVE

Studieprogram: Lektorutdanningen trinn 8-13	Vårsemesteret, 2023 Åpen
Forfatter: Aleksander Jensen (signatur forfatter)
Veileder: Dolly Jørgensen	
Tittel på masteroppgaven: Norge går bananas: En historisk analyse av aviser og kokebøker. Engelsk tittel: Norway goes bananas: A historical analysis of newspapers and cookbooks.	
Emneord: Banan, forbrukshistorie, materiell kulturell historie, norsk matkultur, kokebøker, aviser.	Antall ord: 27 248 + vedlegg/annet: Stavanger, 16.05.2023

Forord

Når denne oppgaven til slutt skal levers er det mange personer som har spilt en viktig rolle for at dette var mulig.

Først og fremst vil jeg takke min veileder, Dolly Jørgensen, som har gitt meg gode og konstruktive tilbakemeldinger gjennom hele prosessen. Oppgaven ville aldri kunne eksistert om ikke hun hadde styrt meg i retningen av bananer allerede høsten 2021. Hennes veiledning og tilbakemeldinger siden da har lagt grunnlaget for denne prosessen.

Videre må jeg takke min medstudent Thomas Thorsen for å alltid være på campus. Oppgaveskrivingen hadde blitt mange ganger tyngre om jeg skulle gjort det alene. Å kunne ha noen å snakke både faglig og hverdagslig med har gjort arbeidet vesentlig mer overkommelig.

Jeg må også takke mine foreldre for å kjøre fra Bergen til Sandnes når datamaskinen min sluttet å fungere og jeg trengte å låne en datamaskin for det gjenstående arbeidet. Dette lærte meg også verdien av å lagre flere steder regelmessig, som jeg til da ikke hadde vært flink nok til.

Jeg vil gi en generell takk til alle som i en eller annen form har hjulpet meg i løpet av denne prosessen. Venner, familie og bekjente.

Sist, men ikke minst, vil jeg takk min kone, Malin Kongsvik Jensen, for støtte under oppgaveskrivingen samtidig som at hun har vist forståelse for den krevende prosessen en slik oppgave kan være. Videre vil jeg takke Malin for å passe på og være hjemme med vår datter, Oda, som kom i september. Avslutningsvis vil jeg rette en liten takk til Oda for alle de fine øyeblikkene hun har gitt oss i løpet av denne perioden.

Alle feil og mangler i oppgaven er jeg selv ansvarlig for.

Sammendrag:

Denne oppgaven ser på hvordan den tropiske frukten, bananen, ble framstilt i norsk offentlighet siden den kom til Norge 1905 og fram til 1990. I den sammenheng ser oppgaven også på forbruk, forholdet mellom konsumenter og forbruksvarer, og hvordan dette forholdet stadig endrer seg.

Hovedproblemstillingen til oppgaven er: Hvordan ble bananen integrert i Norge mellom 1905 og 1990? Oppgaven etablerer også tre underproblemstillinger som bidrar til et grundigere svar på hovedproblemstillingen. De tre underproblemstillinger er: «Hvordan ble bananen framstilt i norske aviser og kokebøker?», «Hvordan hadde bananen kunne lykkes i Norge til tross for geografiske avstander til produksjonsland?» og «Hvordan hadde bananens egenskaper påvirket fruktens suksess i Norge?».

For svare på problemstillingen støtter oppgaven seg på et teoretisk ramme som tar utgangspunkt i forbruksteorier og reklame. Publikasjonene til David Stearns, Jean Baudrillard og Christine Myrvang er sentrale for dette. Oppgaven bygger på metodologi fra *Minds in Matter* av Jules David Prown med et fokus på selve objektet. Datamateriale til oppgaven har vært norske avisartikler og kokebøker (samt husstellbøker) fra 1905 til 1990. Kildene har blitt hentet fra det digitale arkivet til nasjonalbiblioteket.

Ved å analysere og se på utvalgte avisartikler og kokebøker mellom 1905 og 1990 har oppgaven funnet at bananen ble integrert gjennom vedvarende omtale i norsk offentlighet. Den drivende kraften bak den vedvarende omtalen var treffende og kontinuerlig markedsføring. Frukten materielle og ikke-materielle egenskaper blir trukket fram som avgjørende i markedsføringen. Til tross for at bananen går fra å være en eksklusiv tropefrukt til en alminnelig hverdagsfrukt i Norge, avtar derimot ikke markedsføringen.

Oppgaven bidrar historiografisk innen materiell kulturell historie ved å studere hvordan en forbruksvare har blitt introdusert i nytt marked og etablert seg som dagligdags over en lengre periode. Den vil videre ha bidratt til å kartlegge bananens rolle i Norge, og hvordan framstillingen av frukten har speilet det norske samfunn.

Abstract

This thesis examines how the tropical fruit, the banana, was portrayed in the Norwegian public since its arrival in 1905 to 1990. The thesis also looks at consumption, the relationship between a consumer and the object of consumption, and how this relationship continually changes.

The research question that was established is: How did the banana integrate in Norway between 1905 and 1990. The thesis also make use of three sub-questions with the purpose of providing a more detailed answer to the research question. The three sub-questions are: “How was the banana portrayed in Norwegian newspapers and cookbooks?”, “How could the banana succeed despite Norway’s distance to the tropical countries of production?” and How had the bananas attributes impacted the fruits success in Norway?”.

In order to answer the research question, the thesis relies on a theoretical framework that is based on consumption theories and advertising. The publications of David Stearns, Jean Baudrillard, and Christine Myrvang are central to this. The thesis also builds on the methodology of *Minds in Matter* by Jules David Prown with a focus on the object itself. The data material for the assignment has been Norwegian newspaper articles and cookbooks (as well as household books) from 1905 to 1990. The sources have been obtained from the digital archive of the National Library.

By analysing and looking at selected newspaper articles and cookbooks between 1905 and 1990, the assignment has found that the banana was integrated through persistent coverage in the Norwegian public sphere. The driving force behind this coverage was accurate and continuous marketing. The material and non-material properties of the fruit are highlighted as crucial in marketing. Despite the fact that the banana goes from being an exclusive tropical fruit to a common everyday fruit in Norway, the marketing campaign does not decrease.

The thesis contributes to historiography in material cultural history by studying how a consumer good has been introduced into a new market and established itself as an everyday item over a long period. It will further have contributed to mapping the role of the banana in Norway, and how the portrayal of the fruit has mirrored Norwegian society.

Innhold

Sammendrag:.....	IV
Abstract	V
Liste over bilder:	VII
Kapittel 1. Introduksjon.....	1
1.1 Tema og problemstilling	1
1.2 – Bakgrunn om bananer og bananas	2
1.3 Kilder og avgrensning	4
1.4 Forskningsfront og litteratur.....	5
1.5 Teori og Metode	7
1.6 Disposisjon	10
Kapittel 2. Den eksotiske, billige og næringsrike sydfrukten, 1905 – 1919	12
2.1 Ny, spennende og eksotisk.....	12
2.2 Den næringsrike frukten.....	16
2.3 Bananen som alternativ og dens mange bruksområder	18
2.4 Fruktsens egenskaper	21
2.5 En brå slutt på eventyret?	23
2.6 Sammendrag	24
Kapittel 3. «Den allsidige, ernæringsrike og gyldne frukten», 1920-1939	26
3.1 «Banantiden er nu inde».....	26
3.2 «Gul, gjerne myk, men aldri grønn»	30
3.3 «Den allmenne ernæringsannheten»	32
3.4 «Hvis det kan brukes, burde det brukes»	34
3.5 Ernærings og bananekspertene	36
3.6 «Salget av bananer opphører»	39
Kapittel 4. «Når det kommer en båt med bananer», 1940-1959	41
4.1 Banansavn etter krigen	42
4.2 Drivstoff for bil og drivstoff for mennesker.....	44
4.3 Aldri nok bananer – En umettelig etterspørsel.....	45
4.4 Var bananen egentlig fantastisk?.....	51
4.5 Sammendrag	55
Kapittel 5. «Bananer er «in» frukt som aldri før», 1960 – 1990	57
5.1 Enorme bananskulpturer og økende konsum	57
5.2 Bananen er mer enn «bare» en frukt; det er mat.	61
5.3 Slankekost og banankost	63

5.4 «Sannheten» må fram!	65
5.5 Sammendrag	69
Kapittel 6. Konklusjon	71
Litteraturliste:	76
Avisartikler	76
Bilder	79
Kokebøker	80
Sekundær-litteratur	81

Liste over bilder:

Bilde 1 – Forside. Ung jente som blir tilbudt en Fyffes banan. «Vi kan» utstilling. Foto tatt av Wilse B. Anders, Oslo, 1938. Hentet fra Nasjonalbiblioteket https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_foto_NF_WM_00397_B

Bilde 2 – Side 50. Stiftsgården, Banan-Matthiessen bananmodneri. Foto tatt av L. Szacinski (firmaet), Oslo, 1906. Hentet fra Digitalt Museum <https://digitaltmuseum.no/011014861246/stiftsgarden-banan-matthiessen-bananmodneri-interior-hengende-bananer>

Bilde 3 – Side 60. Bananlossing på brygga. Foto fra Dagbladet. Oslo, 1956. Hentet fra Digitalt Museum. <https://digitaltmuseum.no/011013614714/bananlossing-pa-brygga-1956>

Kapittel 1. Introduksjon

I 2021 ble det importert 79 900 tonn med bananer til Norge, som tilsvarer nesten 15 kilogram med banan per norske innbygger.¹ Som plasserer Norge helt i verdenstoppen. SSB på sin side opererer på tall nærmere 10 kilogram per nordmann i perioden 1999 til 2012², som indikerer et mer reelt forbruk som tar høyde for blant annet matsvinn. BAMA på sin side hevder hver og en nordmann spiser omtrent 16 – 16,5 kilogram bananer hvert år som plasserer nordmenn i verdenstoppen³, men denne statistikken tar nok kun høyde for det totale tallet på bananer i markedet delt på antall nordmenn. Uansett plasseres Norge høyt på listen av banankonsum. Om du besøker en dagligvarebutikk i Norge vil du alltid møte på bananer. De er gjerne arrangert pent på et podium med en forventning om at mange vil plukke dem opp. Hvordan er det at Norge, som er så langt nord og så langt unna de tropiske områdene hvor bananer kan dyrkes, har et så stort forbruk av bananer?

1.1 Tema og problemstilling

Masteroppgaven min vil analysere framstillingen og forekomsten av bananer i norske aviser og kokebøker fra 1905, året bananer offisielt ankom Norge, og fram til i 1990 for å se hvordan frukten ble markedsført og omtalt til norske forbrukere i perioden. Problemstillingen min vil være «Hvordan ble bananen integrert i Norge mellom 1905 og 1990?». Videre vil oppgaven ha tre underproblemstillinger som skal hjelpe å besvare hovedproblemstillingen. «Hvordan ble bananen framstilt i norske aviser og kokebøker?», «Hvordan hadde bananen kunne lykkes i Norge til tross for geografiske avstander til produksjonsland?» og «Hvordan hadde bananens egenskaper påvirket fruktens suksess i Norge?». For å svare på problemstillingene har oppgaven fire analytiske kapitler som ser på fire ulike tidsperioder. Kapittel 2 som ser på perioden mellom 1905 og 1919, kapittel 3 som ser på perioden 1920 til 1939, kapittel 4 som fokuserer på 1940 til 1959, og kapittel 5 som tar for seg perioden 1960 til 1990.

Oppgavens overordnede tema handler i stor grad om forbruk, forbrukssamfunnet og norsk matkultur. Da altså om hvordan mennesker og samfunnet forholder seg til en forbruksvare og hvordan relasjoner til slike varer kan skapes, endres og utvikles i et samfunn

¹ Guttorm Rebnes og Tore Angelsen, «OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT», 2021, 24.

² «10249: Forbrukte mengder av mat- og drikkevarer per person per år (kg/liter), etter varegruppe, statistikkvariabel og år. Statistikkbanken», SSB, åpnet 20. oktober 2022, <https://www.ssb.no/system/>.

³ «Bli en bananekspert», Bama, åpnet 20. oktober 2022, <https://www.bama.no/aktuelt/arkiv/2021/bli-en-bananekspert/>.

over en tidsperiode. Mer spisset blir det da hvordan det kan skje og har hendt i Norge med bananen.

Hva kan vi egentlig lære av å se nærmere på bananens framstilling i norsk offentlighet mellom 1905 og 1990, og hvorfor skal vi bry oss om dette? Man kan jo gjerne si at bananen ikke er noe mer enn en frukt, og tenke at den ikke har noe spesiell plass i verken det norske samfunn eller hos den gjengse nordmann. På den andre siden har bananen vært med på hele den moderne historien i vårt land etter Norge fikk sin selvstendighet i 1905. Det er svært få nordmenn som ikke har fått en relasjon til denne frukten på en eller annen måte, og samtidig blitt eksponert for dens markedsføring på et gitt tidspunkt. Bananens framstilling i norsk offentlighet vil også kunne være en gjenspeiling av norsk forbruk, markedskrefter og ikke minst det norske samfunnet i den perioden. Altså vil vi muligens bedre kunne forstå hva som var viktig, eller hva som ble presentert som viktig, for nordmenn mellom 1905 og 1990 i lys av fruktens framstilling.

1.2 – Bakgrunn om bananer og bananas

Begrepet banan (fra latinsk *Musa*) omfatter to ulike typer bananer av de vi kan spise, den søte dessertbananen som kan spises uforedlet og kokebanen som må behandles før den konsumeres.⁴ De fleste av oss er gjerne best kjent med den søte dessertbananen, *Cavendish* bananen som er å finne i Norge⁵, som er karakterisert med sitt avlange og gule utseende og blir nok av mange sett på som den originale *Bananen*.⁶ Imidlertid er *Cavendish* en forholdsvis ny banan, da før 1950 var *Gros Michel*, som var både større, fyldigere og rikere på smak, kjent som den typiske bananen i vesten. Tilgangen til *Gros Michel* ble etter andre verdenskrig sterkt redusert på grunn av soppsykdommen «Panama disease» som tvang fram en overgang til *Cavendish* fordi den var bedre rustet mot denne soppsykdommen.⁷

Denne overgangen fra *Gros Michel* til *Cavendish* var bare en av mange fotnoter i bananens lange historie. Som en spennende fotnote i nettopp denne historien ville det også vært mulig å formulere argumenter for at bananen var den forbudte frukt i Edens hage, ikke

⁴ Afam I. O. Jideani og Tonna A. Anyasi, red., *Banana Nutrition* (IntechOpen, 2020), 7, <https://doi.org/10.5772/intechopen.76736>. ; Dan Koeppel, *Banana: The Fate of the Fruit That Changed the World* (New York: Plume, 2009), 23.

⁵ «Bli en bananekspert».

⁶ Lorna Piatti-Farnell, *Banana : A Global History*, Edible (London, UK: Reaktion Books, 2016), 16, <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1430880&scope=site>.

⁷ Lorna Piatti-Farnell, 17.

eplet. Denne endringen kan ha oppstått av ulike grunner som misforståelser under oversettelser og på grunn den kristnes verden manglende kunnskap om bananplanten.⁸ Imidlertid kan vi heller fokusere på den dokumenterbare utviklingen hvor den tropiske frukten kan spores tusenvis av år bak i tid. Helt tilbake til 5000 f.kr. i sør-øst Asia har man bevis for bananens eksistens, da en arkeologisk ekspedisjon i 2003 fant bevis for kultivering av bananer.⁹ 4500 år senere fikk man de første nedskrevne beretningene om bananen, hvordan den ble dyrket på samme måte da som i dag. Bananen uten frø og ute av stand til å reproducere av seg selv ble dyrket og utskudd fra planten ble plantet i bakken for å skape nye bananplanter.¹⁰ I 327 f.kr. kom frukten for første gang til vesten sammen med Aleksander den store, og i år 650 ankom den Afrika med soldater og handelsmenn fra Midtøsten. På denne måten spredte frukten seg videre i verden, med handelsmenn, soldater og misjonsarbeid; til Kanariøyene i 1402, karribien i 1516, dagens Florida i 1600 – og oppdagelse om at Hawaii allerede hadde bananer i 1799.¹¹ Drar vi til 1826 kommer *Cavendish* for første gang til Amerika fra Sør-Kina, og først i 1870 blir den første kommersielle handelen av bananer, typen *Gros Michel*, gjennomført i USA hvor det ble kjøpt inn totalt 160 bananklaser fra Jamaica.¹² 22 år senere hadde 12 millioner klaser passert gjennom amerikanske havner.¹³

I dag representerer bananer og kokebananer den største gruppen av matavlinger i verden. Både produksjonen og handelen av bananer overgår all annen frukt og grønnsak på den internasjonale scenen.¹⁴ Det estimeres at det ble produsert omtrent 115 millioner tonn bananer hvert år i perioden 2017 – 2019, tilsvarende en verdi på 40 milliarder amerikanske dollar.¹⁵ Eksport av bananer genererte rundt 13,5 milliarder amerikanske dollar i 2019, men man må notere seg at kun 18% kommer på det internasjonale markedet da de resterende 82% konsumeres lokalt.¹⁶ Cavendish-bananen står for omslag 47% av den globale banan handelen.¹⁷

⁸ Koepfel, *Banana: The Fate of the Fruit That Changed the World*, 3–7.

⁹ Koepfel, 244.

¹⁰ Koepfel, 244.

¹¹ Koepfel, 245.

¹² Koepfel, 246.

¹³ John Soluri, *Banana Cultures: Agriculture, Consumption, and Environmental Change in Honduras and the United States* (Austin, UNITED STATES: University of Texas Press, 2005), 36, <http://ebookcentral.proquest.com/lib/uisbib/detail.action?docID=3443205>.

¹⁴ Lorna Piatti-Farnell, *Banana*, 30.

¹⁵ «EST: Bananas», åpnet 21. oktober 2022, <https://www.fao.org/economic/est/est-commodities/oilcrops/bananas/bananas/en/>.

¹⁶ «EST: Bananas».

¹⁷ Lorna Piatti-Farnell, *Banana*, 16.

En av de viktigste årsakene for at bananen skulle komme til Norge, og utvikle seg til den husholdningsvaren vi kjenner den som i dag er selskapet Bama. Bama, tidligere Christian Matthiessen AS, sin histories trekker seg tilbake til 1886 da Christian Marius Emil Matthiessen først grunnla selskapet. Selskapet startet imidlertid ikke med et utgangspunkt i bananer, men i trelast.¹⁸ Matthiessen fikk et betydningsfullt møte med A. Roger Ackerly, en bananimportør, på en togreise fra London til Newcastle hvor han først ble introdusert til bananen – det norske eventyret fikk da sitt første frø. September 1905 kom den første bananlasten på 3000 kilogram til Norge, og med dette ble BAMA Norges første bananimportør, selskapet var også det eneste som importerte bananer til Norge fram til 1960-tallet. I bytte mot å produsere trekasser for den engelske bananimportøren Elders & Fyffes Ltd. fikk Matthiessen enerett på å importere bananer til Skandinavia. Selskapet fikk kallenavnet «Banan-Matthiessen», men byttet først navn på 80-tallet til det vi kjenner i dag som BAMA.¹⁹ Norge kunne ikke bare skryte på seg selvstendighet i 1905, men de ble også det andre landet i Europa, etter Storbritannia, som startet import av bananer.²⁰ Fra 3000 kilogram i 1905 til 79 900 tonn i 2021 er det uansett liten tvil om at bananen har vært med på en eventyrlig reise og utvikling i Norge.

1.3 Kilder og avgrensning

Når det gjelder avgrensning av oppgaven og dens kilder er den avgrenset i kildemateriale, tid og geografisk lokasjon. Masteroppgaven vil bruke arkivmateriale fra nasjonalbibliotekets digitale arkiv, i form av aviser og kokebøker (samt husstellbøker og matkostbøker). Perioden jeg fokuserer på er fra 1905 til 1990 som nevnt under tema og problemstilling. Videre vil oppgaven kun se på norske aviser og norske kokebøker, slik at den geografiske avgrensningen til oppgaven er i all hovedsak Norge. Andre land som nevnes i forbindelse med analyse og arbeid med empiri i senere kapitler vil da være fordi de nevnes spesifikt i empirien eller har en sammenheng med kontekst i empirien.

Utdragene fra avisene og kokebøkene vil være minst mulig bearbeidet i sitater som presenteres i kapittelet, som vil bety at de kanskje ser feilskrevet ut eller er full av skrivefeil fra vårt synspunkt. Utdragene som blir presentert vil være en blanding av redaksjonelle

¹⁸ «Historie», Bama, åpnet 18. oktober 2022, <https://www.bama.no/om-bama/historie/>.

¹⁹ «Historie», Bama, åpnet 18. oktober 2022, <https://www.bama.no/om-bama/historie/>.

²⁰ Ingvild Bruaset, «En gang var bananer eksotiske i Norge», åpnet 18. oktober 2022, <https://www.aftenposten.no/okonomi/i/ka96a/en-gang-var-bananer-eksotiske-i-norge>.

avisnotis og annonser, men linjen mellom de to kan til tider oppleves som uklar og jeg vil gjøre mitt beste for å presentere det så korrekt som kilden tillater. Noen redaksjonelle verk vil kunne oppleves som reklame og markedsføring, spesielt fra et moderne standpunkt, uten at det vil kategoriseres som en ren annonse i oppgaven.

Da oppgaven skal forsøke å analysere forholdet mellom en vare og samfunnet kunne man gjerne forsøkt å innhente empiri fra både radio og TV også da dette forholdet ikke bare ville vært synlig i aviser og kokebøker. Tidsperioden for mine kilder er tross alt i periode hvor både radio og TV hadde stor påvirkning på samfunnet. Dette vil da selvsagt kunne bli trukket fram som en svakhet med at oppgaven at den ikke vil være nyansere den norske relasjonen i stor nok grad, og man vil ikke få med seg framstillingene og forekomsten av bananer på verken radio eller TV i denne oppgaven. På en annen side er omfanget av mitt valgte datamateriale mer enn stort nok til å skulle analysere uten supplerende empiri. Å introdusere både radio og TV i tillegg ville kunne vært mer forstyrrende enn nyttig. Nasjonalbiblioteket har en veldig stor samling av både aviser og kokebøker fra den aktuelle perioden jeg skal se på, og det ville nok vært mer utfordrende enn innbringende for oppgaven å inkludere radio og tv i mitt empiriske grunnlag.

Oppgaven vil på grunn av omfattende tilgjengelig materiale heller ikke ha mulighet til å studere alle aviser og kokebøker som er tilgjengelig hos Nasjonalbiblioteket innenfor den gitte perioden da utvalget rett og slett er for stort. Søkeordene «banan», «bananer», «bananbåter» og «bananas» er brukt for å avgrense arkivsøket av aviser, og selv om man kanskje skulle tro at «banan» omslutte dem alle fordi de alle har den delen er det flere artikler som mangler hvis man bare bruker «banan» for å avgrense. «banan» og «bananer» både med og uten «oppskrifter» og «kokebøker» som ekstra informasjon i filter, er søkeordene som har blitt brukt i arkivsøk for kokebøker i perioden. Oppgaven har brukt totalt 61 forskjellige avisartikler i 53 ulike aviser, og 19 ulike kokebøker som sitt direkte datamateriale. Det har blitt sett på mangfoldig flere utdrag, men ikke alle har vært relevant for oppgaven.

1.4 Forskningsfront og litteratur

Den tropiske frukten har fått mye oppmerksomhet internasjonalt innen historiefeltet, og det er dermed blitt skrevet en god del om bananhistorie i en global kontekst. John Soluri med *Banana Cultures: Agriculture, Consumption, and Environmental Change in Honduras and the*

United States og Lorna Piatti-Farnell med *Banana: A Global History* har begge skrevet utfyllende om bananens historie og også om hvordan den har blitt integrert i samfunn verden over, men gjerne mer spesifikt rettet mot USA. Selv om dette ikke er direkte overførbart til Norge har det likevel stor relevans for min oppgave, og deres gode beskrivelser om den globale konteksten har gitt meg betydningsfull innsikt og oversikt over temaet. Dan Koepfel sin *Banana: The Fruit that changed the world* har med sine velskrevne ord om temaet også bidratt til denne konteksten til tross for at det ikke er skrevet innenfor akademisk kontekst. I den norske konteksten er det derimot blitt skrevet lite, og enda mindre i en akademisk kontekst.

Tematisk sett plasseres oppgaven under kulturhistorie. «Material culture» har blitt definert av Peter Burke i *What is Cultural History?* slik «Most studies of material culture stress the classic trio of topics - food, clothes and housing - often focusing on the history of consumption and the place of the imagination, played upon by advertising, in stimulating the desire for goods.»²¹ Burke beskriver dermed hvordan studier på materiell kultur gjerne fokuserer på mat, klær og hus, ofte med et utgangspunkt på forbrukshistorien og hvordan varen har blitt solgt inn til samfunnet. Oppgaven vil forsøke å gjøre nettopp dette med bananen i Norge, å analysere hvordan bananen har blitt solgt til det norske samfunnet. Burke viser videre til en eksemplifisering av en slik studie med *Sweetness and Power: the Place of Sugar in Modern History* (1985) av Sidney Mintz²² hvor det blir tatt for seg forholdet mellom forbrukeren og endringen av sukker fra en luksuriøs vare til en normalisert husholdningsvare. Dette er bekreftende for at min oppgave faller under kategorien kulturhistorie og materiell kulturhistorie. Slik som de materialkulturelle historiestudiene vil min oppgave fokusere på en bestemt vare, bananen, og se på hvordan den har blitt solgt inn i Norge med tanke på markedsføring, dens faktiske egenskaper og samtidig hvordan den har blitt brukt i Norge mellom 1905 og 1990. Oppgaven vil bruke perspektivene fra materiell kulturell historie for å kunne trekke linjer mellom hvordan bananen kan gå fra eksotisk og spennende til dagligdags og alminnelig.

Det kan imidlertid også åpnes opp for en enda bredere forskningsfront med et fokus på norsk matkultur. Da det ikke har blitt skrevet mye om den norske konteksten rundt bananer fra et akademisk perspektiv vil oversikt over norsk matkultur være sentral. *Den kultiverte maten: En bok om norsk mat, kultur og matkultur* redigert av Virginie Amilien og Erling Krogh tar for seg temaet tittelen så godt forklarer: norsk matkultur. Denne boken er et resultat

²¹ Peter Burke, *What is cultural history?* (Cambridge: Polity Press, 2004), 68.

²² Burke, 68.

av et ønske om å samle norske matforskere for å betrakte norsk mat fra en kulturell innfallsvinkel. Boken tar for seg norsk matkultur i et historisk forløp og matkultur i et sosiokulturelt perspektiv.²³ Dermed bidrar den til en oversiktlig historisk kontekst om hvordan norsk matkultur var i perioden oppgaven min ser nærmere på. Oppgaven vil ta med seg dette videre når den ser på utdrag materiale som handler om norsk matkultur, som eksempelvis om bananen blir sammenlignet med poteten eller hvordan bananen posisjonerer seg i det norske markedet.

1.5 Teori og Metode

I oppgavens kontekst vil spørsmålet om hvordan vi kan forstå bananen som en forbruksvare være relevant. Om bananen kan forstås som en matvare vi kan innta for betydningsfull næring eller om den kan forstås som en forbruksvare vi strengt talt ikke har behov for. Dermed vil hvordan vi velger å tolke og forstå bananen påvirke vår forståelse av dens historie påvirkes. Peter N. Stearns snakker om denne tematikken i *Consumerism in World History*.²⁴ Stearns forklarer hvordan mat etter hvert ble gitt flere merkelapper som gikk forbi behovet for mat, og at man begynte å kategorisere mat som sunn, enkel og smaksrik. Som senere utviklet seg til hvordan man skulle spise «snacks» fordi man ikke skulle kjenne på sulten.²⁵ Ut ifra empirimaterialet jeg har introdusert tidligere i 1.3 *Kilder og Avgrensning* vil jeg kunne skape en kronologisk oversikt over ulike aviser og kokebøker sine framstillinger av bananen, men en ren deskriptiv framstilling over hva som står i avisen og kokebøkene vil ikke fortelle så mye om hvordan bananer har lyktes å integrere seg i Norge mellom 1905 og 1990. Ved å se på blant annet hvordan Stearns kategoriserer ulike stadier av forbruk vil jeg kunne tilnærme meg min empiri fra forskjellige perspektiver. Hva er det som gjør at bananen har kunne lykkes i et land som verken kan dyrke de selv eller har en geografisk posisjon som ville gjort import til en selvfølge?

Jean Baudrillard forklarer hvordan forbrukssamfunnet presser oss ut mot nye varer og større forbruk ved kontinuerlig informasjonsflyt:

When looked at from a structural perspective, what we consume is sign (messages, images) rather than commodities. This means that consumers need to be able to 'read' the system of consumption in order

²³ Erling Krogh og Virginie Amilien, *Den kultiverte maten : en bok om norsk mat, kultur og matkultur* (Bergen: Fagbokforl., 2007), 17.

²⁴ Peter N Stearns, *Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire*, 1. publ., Themes in world history (London: London: Routledge, 2006), <https://doi.org/10.4324/9780203969885>.

²⁵ Stearns, 52.

to know what to consume. Furthermore, because we all know the 'code', we know the meaning of the consumption of one commodity rather than what they signify. Commodities are no longer defined by their use, but rather by their relationship to the entire system of commodities and signs. There is an infinite range of difference available in this system and people therefore are never able to satisfy their need for commodities, for difference.²⁶

Inspirert av Baudrillard sin innfallsvinkel, vil oppgaven analysere bananer som noe som ikke bare blir konsumert, men også som en del av det kulturelle rammeverket i samfunnet. Slik forklart vil ikke bananen bli konsumert bare på grunn av den materielle egenskaper, men etter hvilken relasjon frukten har til resten av samfunnet. Hva representerer en banan? Forbindes bananen med helsekost og at man kjøper drømmen om å være sunn hvis man spiser den? Er bananen eksotisk og man dermed får en eksotisk livstil av å spise den? Slike teorier kan gi innsikt og forklare hvordan og hvorfor vi ser på noen varer som fristende å kjøpe, eller hvorfor vi føler at varen fyller et behov i oss. Hvilke behov har bananen dekt hos nordmenn eksempelvis? Dermed vil altså informasjonsflyten til forbruksvaren være like verdiskapende for den gitte varen som de faktiske egenskapene i mange tilfeller.

Opgaven ser på hvordan bananen har blitt markedsført og solgt inn til det norske markedet. Først og fremst er det viktig å definere hva reklame er og hvordan reklame fungerer. Som Christine Myrvang har argumentert, reklame «er betalt, massedistribuert informasjon, hvor *hensikten* er at den fører til en handling»²⁷, «har et framtidsperspektiv og den er performativ» og «opptrer og viser seg fram på ulike arenaer og i ulike sammenhenger.»²⁸ Oppgaven vil dermed behandle reklame som betalt massedistribuert informasjon, med hensikt om at noe vil skje på grunn av reklamen. Videre tar oppgaven utgangspunkt i at den har et lengre perspektiv samt som man kan finne den i ulike arenaer og situasjoner. Altså kan oppgaven analysere og behandle annonser som reklame til tross for at den ikke direkte markedsfører et direkte salg av bananen, men at den opplyser om fruktens positive egenskaper som taler for å kjøpe den. En slik definisjon vil gjøre det mulig å kartlegge «skjulte annonser» som ikke nødvendigvis er annonser, men likevel vil kunne behandles og analyseres som reklame eller markedsføring for bananen.

²⁶ Jean Baudrillard, *The consumer society : myths and structures*, Theory, culture & society (London: Sage, 1998), 7.

²⁷ Christine Myrvang, «Reklame som historisk kilde og studiefelt», *Tidsskrift for kulturforskning* 4, nr. 3 (30. juni 2005): 57, <https://ojs.novus.no/index.php/TFK/article/view/365>.

²⁸ Myrvang, 62.

Å ha et innblikk i hvordan reklame opptrer vil også være til hjelp. Myrvang skriver bl.a. «Den eksponerer seg, den gjøgler, og den har samtidig et innhold som kan løsrive seg fra annonsørens intensjon.»²⁹ og «Man kan altså ikke ta for gitt at reklamen vil komme til å få den virkningen som den i utgangspunktet hadde planlagt.»³⁰ Jeg vil da bruke forklaringen til Myrvang for å se nærmere på og analysere markedsføring som involverer eksempelvis overdriving. Hun skriver også om hvordan reklamen kan gi uforventede resultater, som kan hjelpe meg i mitt arbeid med å forstå reklame over lengre tid. Vil reklame og markedsføringen i en periode ha påvirket bananen i en senere periode, på bakgrunn av uforventede konsekvenser av reklamen. Ifølge Myrvang vil tilværelsen til reklamen i seg selv også kunne forstås som en form for sosial og kulturell massekommunikasjon med utbredte konsekvenser samtidig som den er en del av forholdet mellom et objekt og mennesker.³¹ Dermed kan man også forstå reklamen som en representasjon av forholdet mellom det norske samfunnet og bananen. Myrvang er også innom tematikken til Baudrillard om hvordan man etter hvert ikke bare valgte varen man skulle kjøpe på bakgrunn av dens faktiske og materialistiske egenskaper. At reklamen etter hvert startet å leve sitt eget liv, ved at «alt» blir informasjon, tegn og symboler, slik at man ikke lenger varen bare på bakgrunn av varens egenskaper, men basert på hvilke symboler varen har blitt gitt gjennom reklame og markedsføring.³² Det vil dermed være viktig å være oppmerksom på hva bananen blir framstilt sammen med, hvilke «symboler» den blir omtalt med. Man kan derimot ikke nøyaktig måle reklamen sin effekt, og Myrvang forklarer fint dens verdi som historisk kilde til tross for dette med «Selv om man ikke konkret kan måle reklamens virkning, kan man uansett reflektere over dens ”virke” ut over reklamens tilknytning til et marked.»³³

Teoriene jeg har presentert over av Stearns, Baudrillard og Myrvang vil kunne gi meg perspektiver når jeg behandler mitt datamateriale. Innen metode for selve objektet forholder jeg meg til Jules David Prown sin beskrivelse av metodologi innen materiell kulturell historie i *Mind over Matter* hvor man baserer analysen på beskrivelse, deduksjon og spekulasjon av analyse objektet.³⁴ Materiell kulturell historie kan forstås som en gren av kulturhistorie med hvor man studerer samfunn og kultur gjennom objekter. Altså et objekt-basert aspekt studie

²⁹ Myrvang, 62.

³⁰ Myrvang, 62.

³¹ Myrvang, 58.

³² Myrvang, 65.

³³ Myrvang, 65.

³⁴ JD PR, «Mind in Matter: An Introduction to Material Culture Theory and Method», *Winterthur portfolio* 17, nr. 1 (1982): 1–19, <https://doi.org/10.1086/496065>.

av kultur og samfunn. Jules David Prown forklarer begrepet slikt «Material culture is the study through artifacts of the beliefs-values, ideas, attitudes, and assumptions-of a particular community or society at a given time.»³⁵ Spekteret av objekter som kan klassifiseres under materiell kultur såpass bred at det kan være vanskelig å ha en oversikt over alt som kan plasseres i denne kategorien. Dermed vil en kategorisk liste være nyttig, og nedenfor følger en liste klassifisert etter funksjon fra dekorativ til nyttiggjørende.³⁶

1. Art (paintings, drawings, prints, sculpture, photography) 2. Diversions (books, toys, games, meals, theatrical performances) 3. Adornment (jewelry, clothing, hairstyles, cosmetics, tattooing, other alterations of the body) 4. Modifications of the landscape (architecture, town planning, agriculture, mining) 5. Applied arts (furniture, furnishings, receptacles) 6. Devices (machines, vehicles, scientific instruments, musical instruments, implements)³⁷

Oppgaven min med bananen som objekt ville dermed falt under kategori 2 som omhandler blant annet matvarer kategorisert som underholdning og rekreasjon. Analyse av bananen som et objekt kan etter Prown sine perspektiver kan forstås som en analyse basert på beskrivelse, deduksjon og spekulasjon av empiri og objektet. Beskrivelse av objektets substans, innhold og form. Deduksjon av forholdet mellom objekt og mottaker. Spekulasjon med utgangspunkt i hypoteser på bakgrunn av beskrivelse og deduksjon.³⁸

1.6 Disposisjon

Denne oppgaven er delt inn i 6 kapitler arrangert ved at første kapittel, som straks er ved veis ende, er introduksjonskapittelet. Her har det blitt presentert en generell innledning og kontekst av bananen, både i et globalt perspektiv, men også i et norsk perspektiv. Videre har oppgaven presentert sitt formål med tema og problemstilling før jeg har gjort en avgrensning samtidig som jeg har diskutert valg og bruk av kilder. Senere følger forskningsfront hvor jeg diskuterer det historiografiske området oppgaven min ligger under og i slekt med. Mot slutten av introduksjonen diskuteres oppgavens teori og metode og hvordan dette skal brukes i min oppgave.

³⁵ Prown, 1.

³⁶ Prown, 2.

³⁷ Prown, 3.

³⁸ Prown, «Mind in Matter: An Introduction to Material Culture Theory and Method».

Oppgaven har fire analytiske kapitler: kapittel 2, 3, 4 og 5, hvor oppgaven vil presentere empiri, i form av utdrag fra aviser og kokebøker, plassert i gitte tematiske kategorier. Hvert kapittel tar for seg en gitt tidsperiode mellom 1905 og 1990. Kapittel 2 ser på perioden 1905 til 1919 hvor bananen er en relativt fersk frukt i Norge, og hvordan frukten forsøker å selge seg inn til det norske samfunnet og dens befolkning. Kapittel 3 tar for seg perioden mellom 1920 og 1939, en periode preget av mye fokus på næringsverdier, vitaminer og mineraler. Kapittel 4 ser på 1940 til 1959 hvor det kommer mye kritikk for overdreven markedsføring før andre verdenskrig. Kapittel 5 er det siste analytiske kapittelet og tar for seg perioden 1960 til 1990 hvor bananen når den ene milepælen etter den og man har fått et fornyet fokus på helsekost.

Kapittel 6, konklusjonskapittelet, er det endelige kapittelet og tar for seg hva som har blitt presentert tidligere i oppgaven og vil basert på det besvare oppgavens problemstilling i den grad som det er mulig. Jeg vil også reflektere rundt min bruk av teori og hvordan det har hjulpet eller hindret oppgaven.

Kapittel 2. Den eksotiske, billige og næringsrike sydfrukten, 1905 – 1919

«Spis Bananer. Forståa, at der er mere Næring i dem end i nogen anden Frugt. De første Læger i Verden har konstatert at Bananer er en fortrinlig, sund Spise for Patienter og Born.»³⁹. Slik lød en annonse man kunne finne *Aftenposten* i 1906 om hvordan bananen hadde mer næring enn noen annen frukt. Det ble påstått at leger hadde konstatert at det var fordelaktig for både pasienter og barn å spise bananen fordi den har mer næring enn noen annen frukt. Annonsen støtter seg på autoriteten og statusen fra legeyrket samtidig som den kommer med store lovord. Med et næringsinnhold som anbefales de som har størst næringsbehov vil jo den naturligvis ikke være dårlig for den gjengse mannen i gaten heller.

Dette kapittelet vil se nærmere på hvordan bananen hadde blitt framstilt i norsk offentlig i den første perioden etter frukten først kom til Norge. Dette vil bli sett på spesifikt gjennom norske aviser og norske kokebøker som data materiale. Perioden som blir omtalt i dette kapittelet er en periode fylt med nysgjerrighet, begeistring, intensiv markedsføring og til tider misinformasjon. Bananen ble videre sammenlignet med andre frukter, som for eksempel eplet og appelsinen, samt grønnsaker, som poteten, for å skape en forståelse for hvilken rolle bananen kunne ha i Norge i denne perioden. Jeg vil i dette kapittelet argumentere for at bananen har blitt framstilt positivt og ønsket velkommen i norsk offentlighet på bakgrunn av omfattende markedsføring, fruktens egenskaper og fruktens eksotiske opphav. De tre faktorene vil også bli trukket fram som sentral i hvorfor den har kunne lykkes i denne perioden. Videre vil dette kobles opp mot hvordan bananen ble behandlet som en forbruksvare og matvare. Avslutningsvis vil dette settes sammen for å forsøke å skape en overordnet forståelse av hvordan bananen ble integrert i Norge mellom 1905 og 1990.

2.1 Ny, spennende og eksotisk.

Den eksotiske bananen ble for første gang importert til Norge i 1905, og med den kom også en mengde reaksjoner på den nye frukten. På dette tidspunktet kom imidlertid ikke frukten direkte til Norge, men gikk via Storbritannia hvor Matthiesen AS hadde ordnet en importavtale med Fyffes. Norge og norske aviser så raskt mot Storbritannia for å forsøke å

³⁹ «Spis Bananer», *Aftenposten*, 18. april 1906, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_aftenposten_null_null_19060418_47_227_2.

forstå hvordan bananen skulle kunne integreres i det norske markedet. De var tross alt det eneste landet som fikk kommersiell import av bananer før Norge.

Med de regelmessige ugentlige Tampskibe fra England fan Norge blive forfinet med Bananer til en forholdsvis billig Pris, da fragten fra England hid er meget rimelig, og efterår Tolden just nn er nedsat fra 12 til 5 Ore, vil denne ialfald ikke virke prohibitiv. Der er ingen tvil om, at naar Bananerne først bliver kjendt for den store Almenhed i Norge, vil den komme til at vinde lige hurtigt og stort Indpas her fom i England.⁴⁰

Morgenbladet viste her stor optimisme for bananens framtid i Norge på bakgrunn av dens suksess i England. Det ble blant annet trukket fram at tollen på bananer hadde blitt satt ned, som skulle gjøre prisen på bananen hyggeligere for mange. Ser man dette sammen med en annonse fra *Kongsberg Blad* i slutten av september 1905 med «Bananer er de mest næringsrike og efter Stortingets nye Toldtarif, hvorved de er gjort toldfrie, billigste Sydfrugter.»⁴¹ Her ble det skrevet om bananen som svært næringsrik, og nå også svært billig på grunn av nye tollregler på bananen. *Norges Handel* viser en nedgang på tollavgifter i denne perioden, men ingenting som tilsier at bananen var gjort fullstendig tollfri i denne perioden.⁴² Når avisene da skrev om at bananen hadde blitt gjort tollfri kan det da være snakk om en tollavgift den ble fritatt, men frukten var ikke blitt fullstendig tollfri ifølge *Norges Handel* sine dokumenter. Den blir også direkte sammenlignet med andre sydlige frukter hvorpå bananen skal være mest næringsrik og billigst. Utgangspunktet for bananen sine egenskaper ble dermed raskt dannet som både næringsrik og billig. Hvor en av dem er en kunstig egenskap som norsk tollinnførsel har gitt den, mens den andre har med bananens faktiske substans å gjøre. Videre var man raskt ute med å påpeke at forholdet mellom den nye sydfrukten og nordmenn ville avhenge av de to egenskapene, hvor mye bananen kostet og hvor næringsrik den var.

Bananen fikk raskt stempelet som billig. Hvordan stemte dette egentlig? En annonse fra en fruktforhandler kan gi oss litt innsikt. «Murcia Tangeriner 5 øre stk. Appelsiner,

⁴⁰ «Bananer som folkenæringsmiddel.», *Morgenbladet*, 17. september 1905, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_morgenbladet_null_null_19050917_87_482_1.

⁴¹ «Bananer.», *Kongsberg Blad*, 29. september 1905, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_kongsbergblad_null_null_19050929_19_117_1.

⁴² *Norges Handel 1905* (Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1906), https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_009.pdf; *Norges Handel 1906* (Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1907), https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_035.pdf; *Norges Handel 1907* (Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1908), https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_063.pdf; *Norges Handel 1908* (Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1909), https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_087.pdf; *Norges Handel 1909* (Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1910), https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_116.pdf; *Norges Handel 1910* (Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1911), https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_151.pdf.

Jamaika, søde. Appelsiner, fine guldstemplede, 40 Stykker for 1 Krone. Bananer, store, smukke, 7 Øre Stk. Æbler, smukke amerikanske. Graapærer 0 40 pr ½ Kg Bergamotpærer, Billige Æbler.»⁴³ Utdraget fra *Bergens Tidende* 30.11.1905 gir oss dermed et lite innblikk i hvordan bananer ble prissatt bare noen måneder etter importen startet. Én enkelt banan ville på dette tidspunktet kostet like mye som nesten tre appelsiner. Altså var ikke bananen veldig billig, men i forhold til hvor ny og eksklusiv den skulle være var den i det minste ikke alt for dyr. Dagslønnen for en alminnelig arbeider var i 1905, 2 kroner og 21 øre for menn, og 1 krone og 25 øre for kvinner.⁴⁴ En alminnelig arbeider kunne nok dermed ta seg råd til en banan om det skulle vært en prioritet, selv om man kanskje ikke hadde like mye disponibel inntekt da som nå. Krogh og Amilien kategoriserer perioden mellom 1860 til 1920 som «knapphetsperioden», hvor det var knapphet innen både økonomiske ressurser og tilgang på god næring.⁴⁵ At bananen trekkes fram som både billig og næringsrik spiller da direkte inn på hvilken posisjon samfunnet var i da, og ville da også vært veldig treffende markedsføring.

Det var imidlertid ikke alle nordmenn som opplevde bananen som en ny og spennende frukt. Noen opplevde til og med bananen som en gammel nyhet allerede i samme måned som bananen først ble importert til Norge. «Hvad er bananer, hvorledes ser de ut, hvorledes smager de, spises de raa, kogt eller stegt, var spøragsmaal som man for ikke mer end 4 a 5 aar siden uvilkaarlig gjorde seg når ordet Bananer ble nevnt»⁴⁶ er et utdrag fra *Morgenbladet* 17. september 1905 hvor man fikk et innblikk om hvordan noen allerede i 1905 og tidligere hadde fått kjennskap til bananen, til tross for at bananen ikke hadde blitt importert i kommersiell skala til Norge før den samme måneden artikkelen kom ut. Det er jo ikke umulig ha støtt på bananen, men at folk flest hadde var godt kjent med frukten i september 1905 er nok ikke noe mer enn en sterk overdrivelse fra artikkelforfatter. Videre i samme notis ble det skrevet «Da poteten ble kjendt i Europa...» hvor avisen raskt trakk paralleller og sammenlignet den nye frukten med den allerede velkjente poteten og skrev videre hvordan poteten brukte lang tid på å slå igjennom, men at bananen ikke vil bruke like lang tid da den allerede har kommet til Norge så raskt etter dens inntog til Europa.⁴⁷ Var bananen den nye poteten?

⁴³ *Bergens tidende*, 30. november 1905, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_bergenstidende_null_null_19051130_38_338_1.

⁴⁴ «Arbeidslønninger 1905», 1908, 2, https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_060.pdf.

⁴⁵ Krogh og Amilien, *Den kultiverte maten : en bok om norsk mat, kultur og matkultur*, 2007, 74–75.

⁴⁶ «Bananer som folkenæringsmiddel.»

⁴⁷ «Bananer som folkenæringsmiddel.»

Noen avisartikler var overbevist om at nordmenns kunnskap om bananen var komplett og at frukten var blitt dagligdags allerede i 1906. Avisen *Arbeidet* kom sterkt ut med avisnotis om bananer i deres utgave i november 1906.

For bare nogle faa aar tilbage viste folk flest knapt hvad bananer bar for noget. Nu derimod er denne frugt næsten ligesaa almindelig som æbler. Ikke nok med at den fænger og dingler i store klumper i alle frugthandlervinduer, og at man ikke kan komme i selskab, uden at man fer et par af dem ligge i fruktskaalen og bugte sig mellem pærerne og æblerne som store, tykke orme⁴⁸

Dem påsto dermed at bananen hadde blitt like alminnelig som epler og pærer, frukt som dyrkes i vår egen bakgård, i Norge, bare litt over et år etter den første bananlasten kom til Norge. Frukten kunne tilselatende bli funnet overalt. Hadde frukten blitt like dagligdags og alminnelig som epler og pærer allerede? Nei, den hadde ikke det. I *Tromsøposten* desember samme året for bananen kunne man finne en notis for en frukt og grønthandel med «Bananer ankommer 17de dennes.»⁴⁹ hvorpå det ble presisert når tid frukten er tilgjengelig hos dem. Det ville ikke vært nødvendig å reklamere for spesifikke datoer epler eller pærer hadde ankommet. Det er altså snakk om en eksklusiv vare som ikke nødvendigvis alltid ville være tilgjengelig i butikkene, som står i kontrast til hvor alminnelig noen ville ha bananen til å være. Videre kan man tenke seg om for hvorfor de annonserer dato for når bananen ankommer. Var det fordi bananene forsvinner raskt fra hyllene, eller er det kanskje fordi frukten ikke har så lang holdbarhet? Bananer modner tross alt ganske raskt. Uansett kunne man nok ikke konkludere med at bananen hadde blitt dagligdags allerede i 1906.

Tradisjonelt ville man kunne spist frukt når det var sesong, og når bananen kunne dyrkes året rundt i tropene ville den kunne være tilgjengelig i det norske markedet året rundt. *Langesundsposten* den 24. oktober 1908 går litt mer innpå dette med «men i Topperne er man uafhængig af Vinteren, og man kan derfor let ordne sig saa, at man stadig kan høste modne Bananer.»⁵⁰ Vi har nå frukten som kan både dyrkes og høstes året rundt, ikke i Norge selvsagt, men igjen er det en egenskap man ikke finner igjen i andre typiske norske frukter. En konkurransefordel få kunne skryte på seg, men på den annen side gjorde dette at bananen

⁴⁸ «Bananer.», *Arbeidet*, 15. november 1906, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_arbeidet_null_null_19061115_14_266_1.

⁴⁹ «Nicolay Thoresens Frugt og Grønthandel», *Tromsøposten*, 13. desember 1905, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_tromsoeposten_null_null_19051213_34_99_1.

⁵⁰ «Bananer. Deres Dyrking og Forhandling.», *Langesundsposten*, 24. oktober 1908, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_langesundsposten_null_null_19081024_3_98_1.

ikke bare måtte konkurrere med utvalgte sesongprodukter. Bananen måtte konkurrere om kundene året rundt.

Det hadde imidlertid ikke bare vært lett å håndtere bananen og frakten av dem. «Bananen er en Frugt, som, naar den er blit moden, meget hurtig bedærvet. Tidligere, da man først plukkede Bananerne, naar de var fuldmodne, ansaa man det derfor umuligt at transportere dem fra Vestindien til Europa.»⁵¹ Man hadde derimot funnet løsningen, og frukten skulle da kunne fraktes mye lengre. «Bananerne høstes, medens de endnu er grønne, altsaa kun halvmodne. Fra Plantagerne blir de paa forskjellige Maader bragt til Udskebningshavnene.»⁵² Frukten som kan dyrkes året rundt, høstes modent og halv modent hadde tilsynelatende store konkurransefortrinn mot de tradisjonelle norske fruktene. Slike redaksjonelle artikler som dette viser også til en utvikling hos nordmenn og norske aviser i dens samtid med stadig økende interesse rundt den sydlige frukten. Perioden var preget av mye positiv omtale i avisene, hvor fruktens egenskaper var sentrale.

2.2 Den næringsrike frukten

Frukten ble tidlig karakterisert som både næringsrik og sunn. Den nye næringsrike frukten ble også raskt inkludert i norske kokebøker, men de hadde ikke fått til å få med oppskriftene inn i bøkene fra starten av. *Folkeskolens kokebok* fra 1907 hadde ikke fått med seg noen oppskrifter på bananen, men var likevel tydelig i sin omtale rundt temaet frukt. «Frukt er ensidig næring da den mest inneholder sukker.»⁵³ Var et utdrag som ikke bare var misvisende da frukt selvsagt er mer enn bare sukker, men spesielt interessant i forhold til hvordan bananen både plasseres i denne «ensidig nærings» kategorien samtidig som at den løftes fram som overlegen innen næring. Senere i samme bok finner man imidlertid også «Friske bananer, tørret frugt og nødde inneholder forholdsvis megen næring.»⁵⁴ som bygget videre på at bananen var meget næringsrik som noe positivt framfor at den er ensidig. Bananen var et unntak blant frukt flest, den ble ikke presentert som ensidig næring slik som de andre. *Kostlære* fra 1908 tar også fatt på næringsinnholdet til bananen:

⁵¹ «Bananer. Deres Dyrking og Forhandling.»

⁵² «Bananer. Deres Dyrking og Forhandling.»

⁵³ Dorothea Christensen og Helga Helgesen, *Folkeskolens kokebok, Norbok*, Lærebog i huslig økonomi 1 (Kristiania: Aschehoug, 1907), 62, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2017040448081.

⁵⁴ Christensen og Helgesen, 62.

Banan og pisang faaes av to tropiske planter (musa paradisiaca & sapientum), kjæmpestore urter med bærignende frugt. Bananen har samme næringsindhold som poteter. Av de omkr. 20 % kulhydrater er 3 A sukker. De spises raa, kokt, stekt i smør. De kan tørkes i kaker, males til mel eller lages til vin. Vi faar dem mest fra de Kanariske Øer og Vestindien.⁵⁵

Her ble det trukket tidlige paralleller med den godt integrerte poteten, og videre ble altså næringsinnholdet forklart «som poteter» som igjen vil kunne være med på å skape en sterk forbindelse mellom bananen og norsk matkultur. Poteten har tross alt blitt brukt mye og til mye i Norge. Det blir videre gitt eksempler på hvordan bananen kan spises, hvor allsidig den er i bruk, men ingen konkrete oppskrifter kom fram.

Bananen fortsatte videre på sin reise i norsk offentlighet som noe unikt i form av dens egenskaper som både næringsrik og velsmakende. Lister og Mandals Amtstidende skriver lengre om bananen hvor de trekker fram hvordan frukten fortjener å være folkets frukt nærmest. «Denne nærende og velsmagende Frugt, holder nu paa at bli den Folkespise, den fortjener at være ogsaa her hjemme.»⁵⁶ De står med åpne armer til den nye næringsrike frukten. De skriver videre om bananen opphav, og viser fruktens lange og rike historie som nærmest helliggjør bananen samtidig som de viser hvor mye bananen har og blir brukt til fortsatt.

Stanley fortæller om Bananplanten, at den forsyner de intelligente Ugandafolk med Brød, Poteter, Dessert, Medicin, Hus. Hegn, Seng og Sengklær, Traad, Taugverk, Svamp og Badekar, kort sagt, naar denne Plante anvendes med Forstand skaffer den disse Mennesker alt hvad de behøver undtagen Kjød og Jern. Jo mere moden Bananen er, desmere Sukker indeholder den og desmindre Melstofk. Umodne Bananer smaker aldeles som Franskbrød, naar de bakes. Tørres de i Solen og bestrøes med Sukker, faar de samme Næringsværdi som Fiken, og pulveriseres de, faar man det fine Bananmel.⁵⁷

Vidunderfrukten skydde ingen utfordringer og dens egenskaper var like mange som problemer man kunne finne på å løse. Enten man trengte mat, husly eller innredning stilte bananplanten opp. Hvis den ble brukt til så mye bra der, så kunne den jo selvsagt bli brukt til gode ting her også. Det stopper heller ikke der da avisen også viser til medisinsk bruk i Nord-Amerika med «I Nordamerikas Sydstater anvender Bananer som Lægemediel, navnlig for

⁵⁵ I. Reichborn-Kjennerud og Caroline Steen, *Kostlære, Norbok* (Kristiania: Aschehoug, 1908), https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2011053104032.

⁵⁶ «Bananen.», *Lister og Mandals Amtstidende og Adresseavis*, 23. desember 1911, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_listerogmandalsamtstidendeogadresseavis_null_null_19111223_54_150_1.

⁵⁷ «Bananen.»

Tyfuspatienter og Folk, som lider av Fordøielsesbesværigheter, men ogsaa til utvendig Bruk ved Hei av aapne Saar og lignende.»⁵⁸ Det er i alle fall ingen tvil om at man hadde blitt fasinert av denne eksotiske frukten.

2.3 Bananen som alternativ og dens mange bruksområder

Den sydlige frukten ble i perioden presentert som en vidunderfrukt som nærmest kunne erstatte det aller meste. I september 1906 presenterte Søndhordaland en notis hvor de så på frukt som et sunnere alternativ til både alkohol og drops. Hvorpå bananen gjorde det godt som utfordrer til begge to.

Alkoholnydelsen har aftaget, specielt i de dele af London, hvor der solgtes bananer. Sukkerhandlerne klager ogsaa over, at deres omsætning især i billige varer er minket betydelig, da barnene nu for sine lomme penge kjøber bananer istedenfor drops. Ungerne handler forresten klogt heri, da bananer er godt for maven, hvad knaskning af sukkertøi derimod ikke er.⁵⁹

Bananen hadde her blitt gitt egenskapen av å kunne bekjempe alkoholisme. Dette er nok med overveiende sannsynlighet en god overdrivelse fra avisen og dens kilder, men det er nok ikke utenkelig at bananen har kunnet gi et alternativ for rastløshet. At der man før kjente et behov for å spise eller drikke noe raskt og distraherende kunne bananen nå være en slik distraherende «snack». Dermed trekkes enda en gang dens egenskaper fram om næring og hvordan banan er sunt, til tross for å smake så godt som den blir omtalt som. Avslutningen med «I det store hele er drikfældigheden i de store byer, hvor bananer og andre tropiske frugter indføres i større skala, aftaget sterkt.»⁶⁰ viser nok heller til at man tar forhastede konklusjoner framfor at bananen egentlig har noe unike egenskaper i slike tilfeller. Avholdsbevegelsen, som var for total avhold mot alkohol, hadde mye innflytelse i denne perioden, og preget politikken og samfunnsengasjementet mot alkohol.⁶¹ Slik sett nøt nok bananen godt av å bli presentert som både alternativ og erstatter for bl.a. alkohol.

Konseptet om at frukt, og dermed bananer, kunne forebygge misbruk av alkohol var ikke bare forbeholdt avisene. I *Sundhetslære for ungdomskoler, middelskoler, folkeskoler og de «tusen hjem»* presenteres dette konseptet slik: «Alskens frugt: æpler, pærer, bær,

⁵⁸ «Bananen.»

⁵⁹ «Frukt mot alkohol.», *Søndhordland*, 9. juni 1906, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_soendhordland_null_null_19060609_3_45_1.

⁶⁰ «Frukt mot alkohol.»

⁶¹ Ragnar Hauge, «Alkohol i norsk historie», *Norsk epidemiologi* 6, nr. 1 (2009), <https://doi.org/10.5324/nje.v6i1.270>.

appelsiner, bananer o. s. v. Er et sunt næringsmiddel og førebygger tilbøieligheten til at nyde rusedrik.»⁶² Sunnhet er sentralt, og selv om det ikke er en reklame spiller det inn på forbruksteorier om hvordan bananen blir presentert som noe som er bra for oss, noe vi burde ha mer av, noe vi «trenger». Den nye spennende frukten skulle ikke være anonym, og selv om man ikke var så glad i frukt i utgangspunktet skulle frukten være et alternativ i andre kategorier også. Bananen ble foreslått et alternativ for kaffe, hvor man ikke fikk i seg den samme «giften» kaffe hadde.

Nei, nu er ber ogsaa nogen, som har fundet paa, at denne Sydens frugt kan erstatte kaffen. Man brænder simpelthen bananerne og faar da et produkt, der siges at skulle smage ganske som kaffe, og som er fri for dennes gift. Banankaffe skaffer ikke hjertebanken eller urolige nætter⁶³

De strakk seg så langt som at den skulle erstatte kaffe, altså at den ikke bare var et alternativ om man ikke hadde kaffe. Produktet skulle smake likt, men det var bedre på alle måter. Banankaffe skulle heller ikke gi verken hjertebank eller urolige netter, som da kunne være bieffekter fra vanlig kaffe.

Frukten fortsatte å dukke opp som et alternativ for eksisterende varer i markedet. Man skapte altså et behov som ikke eksisterte enda. *Stavanger Aftenblad* har i februar 1907 en avisnotis om framstilling av banankaffe, slik som også ble nevnt i forrige avsnitt.. «Det af fabriken Levetand fremstillede Banan Kaffe Surrogat er ifølge Erklæring fra Detlefsen og Meyers Laboratorium frit for Kaffein og andre Stoffer, der har lignende Virkninger paa Organismen.»⁶⁴ Igjen ser vi at bananens egenskaper blir presentert som noe som er bra for oss, i motsetning til for eksempel koffein. «Af det Surrogat kan altsaa tilberedes en kaffelignende Drik, uden Kaffens Gift — med betydelig Næringsværdi — af behagelig Smag og stor Prisbillighed, hvorfor det paa det bedste kan anbefales alle Vegetarianere og Afholdsfolk.»⁶⁵ Bananens egenskaper passer ifølge dette godt for personer som er opptatt «sunne» vaner, og det legges dermed et fokus om at det er det som skal være idealet i det norske forbrukersamfunnet. Fokuset lå godt plantet ved å distansere seg fra «kaffens gift» mens den likevel hadde god smak til en billig pris.

⁶² A. Utne, *Sundhetslære for ungdomsskoler, middelskoler, folkeskoler og de «tusen hjem»*, 5. utg. (Kristiania, 1907), 43, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2012091308054.

⁶³ «Bananer.», 15. november 1906.

⁶⁴ «Banan-Kaffe.», *Stavanger Aftenblad*, 19. februar 1907, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_stavangeraftenblad_null_null_19070219_16_45_1.

⁶⁵ «Banan-Kaffe.»

Stadig oftere kom det også redaksjonelle og informative oppslag i avisene. Det ble skrevet om dens velsmak, næringsinnhold og hvordan den kan være et godt alternativ til alle produktene man allerede hadde. *Farsund Avis* skriver i mai 1910 om hvordan frukten da kunne bli brukt som mel og hvor bra den gjør det i en slik rolle.

I Sin kemiske Sammensætning er Melet meget forskjelligt fra den modne Frugt. Thi det er rigt paa Stivelse, men indeholder blot lidet Sukker. Heraf følger, at ved Modningen bliver næsten al Stivelse forvandlet til Sukker. I England er man allerede begyndt at anvende Bananmel til Brødbagning, og i Schweiz er der oprettet en Fabrik, som fremstiller Banan-Kakao. Denne er mere velsmagende og nærende end den bekjendte Havre-Kakao.⁶⁶

Utdraget viser til England, som ofte ble trukket fram som en ledestjerne for norske lesere. I starten så man til England og deres konsum av bananen, før man så videre på hvilke alternativer bananen skulle erstatte der og når igjen England hadde begynt å bruke bananen til noe nytt måtte selvfølgelig vi også forsøke det samme. Bananen kunne gi velsmakende bananmel og banan-kakao.

Det fantes også eksempler på oppskrifter hvor bananen dukker opp i mer spennende retter hvor bananen ikke har hovedfokuset. Den fortsetter sin integreringsprosess. Flyndrefilet à la royale er en av dem hvor bananen er med å prege oppskriften. «Paa hver ristet filet lægges en halv, skrellet banan, som er kokt i godt utvasket smør.»⁶⁷ Bananen dukker opp i totalt 14 forskjellige oppskrifter i boken som kan indikere en voksende representasjon sammenlignet med tidligere kokebøker i perioden.⁶⁸ Et annet eksempel på bananer sin situasjon i norske kokebøker på dette tidspunktet kan være dens representasjon i *Matlære: kokebok for barneskolen* hvor den ikke ble gitt særlig oppmerksomhet. Med ingen konkrete oppskrifter den kan brukes i og kun en simpel linje som forklarer bananen slik: «Frukt som bananer og epler inneholder også stivelse.»⁶⁹ har bananen fortsatt en lang vei igjen for å erobre det norske markedet. Frukten kan sies at oppleve stor variasjon i både hvordan den blir representert, men også hvor regelmessig den får representasjon, i kokebøkene.

⁶⁶ «Bananer og Bananmel.», *Farsunds Avis*, 7. juni 1910, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_farsundsavis_null_null_19100607_22_43_1.

⁶⁷ Henriette Schönberg Erken, *Stor kokebok for større og mindre husholdninger: kokning, bakning, syltning, vinlægning, slagting, hermetik, sykekost, menuer, anretning* (Kristiania: Aschehoug, 1914), 85–86, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2011041920008.

⁶⁸ Erken, *Stor kokebok for større og mindre husholdninger*.

⁶⁹ Inga Høst og Ingeborg Milberg, *Matlære: kokebok for barneskolen* (Kristiania: Aschehoug, 1916), 83, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2009072900092.

2.4 Frukstens egenskaper

Kokebøkene og matbøkene hadde i denne perioden ikke så mange konkrete oppskrifter til bananen enda og fokuset lå primært rundt å informere om dens egenskaper helt i starten. Slikt sett var ikke de første kokebøkene sin omtale om bananer så veldig forskjellig fra den informasjonen man fant i aviser. Frukstens egenskaper og informasjon rundt dem var sentrale i både aviser og kokebøkene, og i de tilfellene kokebøkene ikke hadde med oppskrifter var det liten forskjell på hvordan bananen ble framstilt og omtalt.

Aftenposten i april 1906 hadde en avisnotis som presenterte bananen slik: «Spis Bananer. Forståa, at der er mere Næring i dem end i nogen anden Frugt. De første Læger i Verden har konstatert at Bananer er en fortrinlig, sund Spise for Patienter og Born.»⁷⁰. Igjen presenteres den nyankomne frukten som svært næringsrik, faktisk mer næringsrik enn noen annen frukt. Det er viktig at leseren «forstår» dette. Egenskapen som sunn og næringsrik gikk igjen i både kokebøker og aviser. Det er videre et fokus på både pasienter og barn, personer med et større behov for god og riktig næring enn resten av befolkningen gjerne.

Noen av kokebøkene hadde imidlertid med noen få oppskrifter. *Om bruk av grønnsaker og frugt i husholdningen* er blant de første av kokebøkene i Norge som kom med konkrete oppskrifter hvor bananen har en sentral rolle. Den har dedikert en lengre seksjon med fokus på bananer hvordan starter med stekte bananer som følger slik «5 bananer, 1 citron, 5 sp.skeer sukker, 2 sp. Skeer smør, Grønne, ikke fuldt modne bananer er bedst. Skindet flaaes av, marven deles i 2 dele langsefter og lægges i ildfast form... ..Serveres varm til kjøttretter eller som selvstendig ret.»⁷¹ Oppskriften brukte grønne, ikke fullt modne bananer, som er interessant da mange som tok for seg bananen, i både aviser og kokebøker, insisterte på at bananer skal være gule og helst ha brunne flekker når man skulle spise dem. Videre i en oppskrift om stekte bananer i argentinsk stil ser vi at man ikke der heller alltid foretrakk overmodne bananer «Hele, ikke for modne bananer stekes i varm aske eller i varm stekeovn, indtil skindet begynner å sprekke. Hver banan serveres i en roseformet papirserviet godt varme.»⁷² Panerte bananer som også blir tydelig presentert har derimot ingen presis preferanse når det gjelder modenhet.

⁷⁰ «Spis Bananer».

⁷¹ Britha Nesheim, *Om bruk av grønnsaker og frugt i husholdningen*, *Norbok*, 3. omarb. og forøk. utg. (Kristiania: Aschehoug, 1908), 51, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014022008003.

⁷² Nesheim, 51.

Bananer renses og skjæres som stekte bananer nr. 1 eller man skjærer noget tykke paa skraa. Stykkerne dryppes i halvpisket eggehvite og støtt kavring, eller ogsaa kan man rulle dem i hvetememel; litt salt. Stekes ved rask varme i fett eller smør, til de er pent brune paa begge sider. Stykkerne kan ogsaa stekes uten at paneres. Serveres til kjøtt retter som selvstendig rett.⁷³

Selv om denne retten ikke hadde noen gitt preferanse for modenhet viste den likevel til et annet mønster i oppskriftene om at rettene er gode nok til å serveres alene. Kokeboken hadde ikke som utgangspunkt at bananen skal brukes som tilbehør, men at retter med utgangspunkt i bananen skal være gode nok i seg selv. Man kunne også finne eksempler på oppskrifter for blant annet Bananpudding, Banansalat og Banankompott.⁷⁴ Eksempelene er også noen av de første konkrete oppskriftene man finner for bananer i kokebøker som viser en trend i at bananen har startet sin integrasjonsreise mot norsk matkultur. Den ble utprøvd mange forskjellige retter og fikk ofte en sentral rolle i oppskriftene den dukket opp i.

Den tropiske frukten kunne man finne i kokebøker med fokus på helsekost og dietter også. *Naturlægens kokebok* skriver litt om hvilke fødemidler, matvarer, som kunne nytes sammen, uten å forårsake besvær, og det var et stort fokus på fruktens egenskaper gjennom kokeboken. Eksempelvis nevnes det at bananer ikke burde spises sammen med kornvarer:

Bananer bør dog helst ikke nytes sammen med melspiser, da denne sammenblanding let fremkalder gasdannelser. Nyt derfor bananerne helst sammen med anden frugt, nøtter, eller endog sammen med ris, der ikke gjærer saa let som mat av andre kornsorter.⁷⁵

Men selv om bananen ikke skulle spises sammen med korn, var det ikke noe problem å «nyte» den alene eller sammen med andre varer. At bananen faktisk ble omtalt som en matvare man kunne «nyte» forteller oss om hvordan bananen ikke nødvendigvis fylte et behov innen nødvendighet, men den var noe vi konsumerte fordi vi kunne nyte den. Bananen dukket også opp sammen med en god del andre matvarer, som et alternativ i diet for nervøsitet og magerhet.⁷⁶ Frukten ble trukket fram i diet mot blære og nyresykdommer og flere andre dietter.⁷⁷ Kokeboken tok derimot ikke for seg noen konkrete oppskrifter man kunne følge, men oversikt over ulike matvarer man kan ta i bruk for å sikre seg gode

⁷³ Nesheim, 51.

⁷⁴ Nesheim, 51–52.

⁷⁵ O. Olvik, *Naturlægens kokebok: mat som ernæring og medicin, Norbok* (Stord: Naturlægens, 1912), 9, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2016100508001.

⁷⁶ Olvik, 101.

⁷⁷ Olvik, 123.

matvaner – eller spesifikke matvarer man kan bruke i ulike dietter. Selve tilberedningen ble ikke nevnt.

2.5 En brå slutt på eventyret?

Mellom 1915 og 1919 var bananen en mangelvare som ikke lenger ble regelmessig importert til Norge. Krigen hadde stanset opp importen, og frukten man hadde begynt å bli vant med forsvant like raskt som den kom. Reklamer og annonser som, «Den sundeste Føde! En moden Jamaica Banan fordoies i kortere Tid end nogen anden føde med samme Naeringsveerdi»⁷⁸ hadde fylt avisene i årene før, kom stadig sjeldnere. Avisen *Stavangeren* hadde 14. mai 1917 med en lengre artikkel / brev med «litt av hvert fra New York» hvor også bananen fikk litt spalteplass.

Det eneste, som er billig, er Ærugt/det kan man faa for næsten ingenting. Store, deilige bananer kan en faa for 1 cent pr. Stykke, epler og appelsiner likeledes, — kanskje kommer disse op til 3 for 5 cent eller 2 cent pr. Stykke for de deiligste epler, en kan tænke sig. Jeg tror, at arbeidere og denslags folk, som har vanskelig for at klare sig, i almindelighet kuh bruker at kjøpe sig et par bananer eller epler til lunch istedetfor at maatte betale 40—50 cent paa en kafé for et lunch- maaltid.⁷⁹

Av alt som var interessant fra verdensbyen New York, presses altså frukt og bananen inn i en slik artikkel. Av alle forskjeller man kunne finne å se etter, så man dermed etter hvor billig og tilgjengelig frukt var der, og som man skulle ønske at var her i Norge, spesielt da vi ikke lengre hadde denne muligheten. Dette savnet for bananen kan på en side forstås, ikke bare som misunnelse mot markedet i New York, men også for hvor godt bananen hadde blitt tatt imot i Norge og hvilken suksess den allerede hadde fått oppleve.

Først to år senere, fire år etter siste bananimport, skulle man få bananen tilbake igjen. «Denne Sending-og med Bananer og Tomater er den' første siden Vaaren 1915 og saavddt vites ogsaa eneste direkte Sending fra Kanariøerne og hertil. Ellers pleier al Last fra Kanariøerne at gau om England.»⁸⁰ ble det skrevet i mai 1919. I oktober skrev den samme avisen, *Middagsavisen*, om en annen sjelden forsendelse via Gøteborg.

⁷⁸ «Den sundeste Føde», *Arbeidet*, 26. september 1914, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_arbeidet_null_null_19140926_22_283_1.

⁷⁹ «'Verdens største by'. Litt av hvert fra New York.», *Stavangeren*, 14. mai 1917, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_stavangerennittenseksten_null_null_19170514_1_129_1.

⁸⁰ «Direkte fra Gulakysten og Kanariøerne», *Middagsavisen*, 8. mai 1919, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_middagsavisen_null_null_19190508_12_106_1.

Bananer? Har under og etter Krigen været en sjelden Tare her i Byen. Imedlertid kom der igaar hertil fra Gøteborg 397 Køli eller 12,000. Kilo Bananer, som med et av den svenske Johns onlinjes Sydamerikafarere var bragt fal Gøteborg fra Kanariøerne. Bananerne blev, grønne so mde var,. Straks ekspedert videre til inden og.utenbys Fnikfchandlere.⁸¹

Til tross for at man i mai startet opp igjen importen av bananen hadde den ikke kommet regelmessig tilbake. Veien mot alminnelighet for bananen hadde blitt satt mange år tilbake.

2.6 Sammendrag

Som vi har sett med utdragene mellom 1905 og 1919 i dette kapittelet har bananen fått mye omtale, og mye variasjon i dens omtale. Perioden bar preg av mye markedsføring, fra både lokale butikker som annonserte om deres tilgang på den nye eksotiske frukten, men også fra høyere opp med generelle annonser og reklame for bananer på en generell basis. Vi fikk også sett redaksjonelle verk som på kunne ligne på informativ reklame som overtalte forbrukere om fruktens gode sider. Bananens egenskaper, både de faktiske egenskapene og de påståtte egenskapene, sto sentralt i denne markedsføringen. Vi så videre klare tendenser til at bananen ikke kom til et marked som allerede hadde et eksisterende forbruk eller behov for den, men at den ble presset inn i ulike kategorier for å integreres som en norsk forbruksvare og matvare.

Fruktens egenskaper sto som nevnt sentralt i perioden med et fokus på å fremme den som både billig og næringsrik. Denne markedsføringen sto i tråd med den norske konteksten i perioden som av Krogh og Amilien ble betegnet som en knapphetsperiode hvor både pris og næring var det viktigste for forbrukere som ikke hadde penger å sløse bort. Likevel var faktisk bananen billig nok til å konkurrere med de norske fruktene og den alminnelige arbeider ville ikke lidd store økonomiske tap ved å kjøpe seg en banan. Når det gjaldt ernæringsverdien ble bananen stadig annonsert som svært næringsrik og sunn, og selv om det aldri ble forklart hvorfor den var så sunn på en ordentlig måte sto frukten igjen med et bilde som en sunn frukt i denne perioden. Bruk av betegnelser som sunn sto også i stil med Stearns sitt perspektiv på hvordan matvarer ble gitt slike kategorier for å skille seg ut fra å bare være næring og mat.

⁸¹ «12,000 Kilo Bananer til Byen.», *Middagsavisen*, 4. oktober 1919, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_middagsavisen_null_null_19191004_12_228_1.

Bananen ble i perioden trukket fram som et alternativ for mange etablerte produkter og det ble åpnet opp for en god del bruksområder for den nye frukten. Om man skulle bort fra de «giftige» varene som alkohol og koffein var den tropiske frukten løsningen. Den ble framvist som godt alternativ til godterier, og man hadde til og med fått til å lage mel med den. Den ble markedsført og framspilt som en vidunderkur som kunne erstatte alt. Den ble på mange måter plassert inn i ulike kategorier for å skape både behov og etterspørsel.

Gjennom utdragene oppgaven trekker fram kunne vi se at den tropiske frukten mottok mye omtale basert på dens billige pris samt dens rike næringsinnhold, som igjen hadde en sammenheng med at samfunnet var preget knapphet. Dermed traff slike symboler i markedsføringen befolkningen akkurat der det presset. Kapittelet viste også utdrag hvor bananen ble omtalt som både alminnelig og dagligdags fra første stund. Det var ifølge utdragene dermed ingen grunn for å tro at bananen nettopp hadde kommet. Banan fikk en positiv framstilling i det offentlige i perioden mellom 1905 og 1919, og hadde fram til første verdenskrig brøt ut tatt store steg i å integrere seg i Norge.

Kapittelet har vist hvordan bananen ble sammenlignet med mer tradisjonelle norske frukter og matvarer som epler, pærer og poteter. Utdragene viste hvordan avisene forsøkte å presentere den sammen med dem for å vise hvordan bananen kunne passe inn i Norge. Selv om bananen da ble presentert som en matvare ble den likevel markedsført som en forbruksvare i den grad at den ble tillagt informasjon og symboler som ikke alltid hadde noe med dens faktiske egenskaper å gjøre. Man ble solgt noe mer enn bare bananen av annonsene. Man ble solgt god helse hvis man kjøpte bananer.

Kapittel 3. «Den allsidige, ernæringsrike og gylne frukten», 1920-1939

«Umodne Bananer med rent Skall og grønlig Farve. Ingen Næring. Daarlig Smak.» og «Fullmodne Bananer med sortflekkt Skall, helt gule, gjerne litt bløte. Stor Næringsverdi. Uovertræffelig Velsmak.»⁸² er to utdrag som eksemplifiserer markedsføringen rundt hvordan en god moden banan så ut og hvordan en «dårlig» umoden banan så ut. En fullmoden banan ble framstilt med både stor næringsverdi og en «uovertræffelig» smak, mens en umoden banan hadde verken næring eller smak. Hvorfor var det slik at modne bananer var så mye bedre enn umodne bananer?

Dette kapittelet vil se nærmere på perioden mellom 1920 og 1939, og hvordan bananen ble framstilt i norsk offentlighet gjennom aviser og kokebøker i denne perioden. Perioden var preget av et stort fokus på fruktens allsidighet, dens utseende, og en fortsettelse av fortellingen om bananen som «sunn» og ernæringsrik. Frukten fikk fremdeles en god del spalteplass, både i form av annonser og redaksjonelle artikler i avisene, som var en stadig påminnelse om fruktens forsøk på å bli assimilert i samfunnet. Videre får den bedre representasjon i kokebøker i denne perioden, enten det er i form av nye oppskrifter eller generell informasjon om fruktens mulige rolle i norsk kosthold.

Jeg vil gjennom kapittelet argumentere for at bananen sitt utseende og framstilling rundt dette var avgjørende for dens suksess i perioden, samtidig som at det offentlige narrativ om bananen som næringsrik og sunn stadig forsterkes. En banan som ser bra ut vil også smake bra.

3.1 «Banantiden er nu inde»

Bananmarkedet i Norge hadde fått seg en mindre knekk under første verdenskrig når leveransene ble satt på pause, men det skulle ikke stå på fruktens tilgjengelighet om den skulle få en suksesshistorie eller ikke. Stans av bananleverandanser under første verdenskrig skulle ikke være noe mer enn en midlertidig pause. *Ørebladet* publiserte 21. august 1920 en mindre artikkel om bananer med et søkelys på dens utseende, sunnhet, kontekst og tilgjengelighet. «Banantiden er nu inde, og man ser Bananer i alle Frugtbutikker saavel som i

⁸² «Bananer og bananer er 2 ting.», *Nidaros*, 2. november 1921, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_nidaros_null_null_19211102_20_244_1.

alle de smaa Utsalg i Porter og andre Steder, hvor en Utsalgskone kan faa anbragt et Bord eller en Haandkjarre.»⁸³ Utdraget presenterer en overgang til en periode med langt større tilgjengelighet for bananer i Norge. Frukten skulle nå være så tilgjengelig at man ikke lengre skulle måtte oppsøke utvalgte fruktbutikker, men man kunne selv bli oppsøkt av frukten når man gikk forbi diverse utsalgsboder også. Avisartikkelen presenter også «Bananer benyttes nu saa almindelig, at man snart burde kunne ha Rede paa, hvordan de skal være. Og man bør merke sig de Kjendetegn, vi foran har omtalt, saa man kan skille den umodne Frugt fra den modne.»⁸⁴ hvor man på bakgrunn av dens alminnelighet og tilgjengelighet skulle kunne skille mellom modne og umodne bananer, noe kapittelet ser nærmere på i både 3.2 og 3.3. Selv om bananimporten hadde stanset helt opp under første verdenskrig var den nå på vei tilbake i full sving skulle man tro artikkelen, og hadde alminnelighet i sikte.

Pris var fremdeles et viktig punkt for bananer i denne perioden. Det ble gjort klare henvendelser til at prisen fortsatt var en viktig faktor for om bananen skulle bli tatt i bruk og anbefalt til norske konsumenter. «Før krigen var forbruket i dette øieimeid baade i Nord-Amerika og i Europa enormt tiltat. Men det forutsætter billige — toldfrie. bananer.»⁸⁵ Utdraget her går inn på denne problemstillingen at man har en forutsetning om at bananene forblir billige om den skal kunne forsvare et utstrakt bruksområde. Om bananen skal lykkes å bli integrert i Norge må også prisen holde seg stabilt lav. Markedsføringen rundt «den billige bananen» sto derimot ikke like sterkt i denne perioden som i forrige periode hvor det ble nevnt nærmest kontinuerlig i både annonser og alminnelige avisinnslag. Om «stempelet» som billig allerede, slik at assosiasjonene var innarbeidet fra før var grunnen for at det ikke var en prioritet i denne perioden kan godt hende. Det kan også tenkes at man ikke ville ha den assosiasjonen, men heller fokusere på symbolikk som «verdi for pengene» eller «kvalitet».

Det ble skrevet om hvordan man både forventet og gledet seg over en stadig vekst i frukt-markedet, og da spesielt blant de tropiske fruktene som bananer tilhører. *Fædrelandsvennen* skriver i 1929 om «Hvor urskog forvandles til haver. — 500 million er kg.

⁸³ «Bananer.», *Ørebladet*, 21. august 1920, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_oerebladet_null_null_19200821_30_194_1.

⁸⁴ «Bananer.»

⁸⁵ Olav Sopp, «Barn og bananer.», *Kongsberg Tidende*, 9. februar 1926, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_kongsbergtidende_null_null_19260209_14_17_1.

bananer over Atlanteren aarlig.»⁸⁶ Den ubrukte jordmassen skulle endelig få et formål proklameres det nærmest. Bananen hadde store områder å fortsette veksten sin i. Artikkelen skriver også om hvordan teknologiske framskritt ville hjelpe til å skape en slik vekst. «Vaare dagers samferdselsmidler muliggjør ikke alene en regulær forsyning av frukt i praktisk talt alle jordens land, men de aapner uhyre muligheter for en fremtidig utnyttelse av store deler av jorden, som hittil har vært uproduktive og ubrukbare for det menneskelige initiativ..»⁸⁷ Altså har man endelig funnet en løsning på hva man skal gjøre med all naturen. Ingenting er like viktig som produktivitet, og ingen frukt er like «effektiv» som bananen på næring. Fra Norge sin side er det jo også nødvendig at dette kommer til den norske kysten. «Vi regner et innførselskvantum av ca. 100 tonn pr. uke. Banantransporten til Norge gaar for en vesentlig del over Bremerhafnen, hvor der finnes store moderne lageranlegg.»⁸⁸ Fra den første leveransen på 3000 kg i 1905 har man nå nådd ukentlig anslag på 100 000 kg hver uke. Det er også blitt etablert modnerier i flere av storbyene som muliggjør landsdekkende satsing. «Fra modneriene i Oslo, Kristiansand, Stavanger, Bergen og Trondhjem sendes bananene rundt hele landet, like op til Svalbard. Prisen paa bananer er stadig gaatt ned, og prisen vil sikkert saa atterligere ned..»⁸⁹ Det ble lagt til rette for et ordentlig norsk bananmarked.

I løpet av perioden får de tradisjonelle Jamaica-bananene fra Fyffes og Chr. Matthiesen AS uforventet konkurranse på bananmarkedet i Oslo. *Ringerikes Blad* har en annonse som presenter et nytt bananmerke i 1937 hvor det ikke er Fyffes Jamaica-bananer som skal være best lengre, men Jacko-bananer. «Jacko-bananer heter de og blir den store artikkel i 1937. Det blir spørsmål etter Jacko- bananer i år. Og varen holder mål, det finnes ikke bedre bananer enn Jacko - derfor sier vi også at 'Jacko bananer er bedre bananer.»⁹⁰ Denne annonsen kommer fra Oslo Banankompani AS, som er et datterselskap av den svenske utgaven av Banan-Matthiesen hvor Carl Matthiesen, sønn av Christian M., har grunnlagt det svenske Banan-kompaniet AS i med hovedkontor i Gøteborg.⁹¹ Da Christian Matthiesen AS ble kjøpt opp av Sverre Nygård i 1918⁹² forventet man kanskje ikke å måtte konkurrere mot

⁸⁶ «Bananenes vei fra tropenes sol til den fortæres.», *Fædrelandsvennen*, 12. juni 1929, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_faedrelandsvennen_null_null_19290612_55_133_1.

⁸⁷ «Bananenes vei fra tropenes sol til den fortæres.»

⁸⁸ «Bananenes vei fra tropenes sol til den fortæres.»

⁸⁹ «Bananenes vei fra tropenes sol til den fortæres.»

⁹⁰ «JACKO Det nye bananmerket.», *Ringerikes Blad*, Ringerikes Blad, 4. januar 1937, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_ringerikesblad_null_null_19370104_93_2_1.

⁹¹ «90år med AB Banan-Kompaniet», 5. juni 2008, <https://web.archive.org/web/20080605050627/http://www.banan-kompaniet.se/90ar.htm>.

⁹² «Historie», Bama, åpnet 5. januar 2023, <https://www.bama.no/om-bama/historie/>.

den avdøde Christian Matthiesen sin sønn og det svenske Banankompaniet AS innenfor Norske grenser. Det norske bananmarkedet er i all hovedsak et monopol i en lang periode, og med unntak av nevnte annonse finnes det få eksempler på slik «konkurrans». I løpet av perioden starter også bananene å få merkelapper klistret på seg som en form for kvalitetslovnad. «..vi ønsket å ha alle våre bananer merket med et kvalitetsmerke som skal være en garanti for at folk får ordentlige bananer.»⁹³ Dette ville bidra med å forsterke kvalitetsinntrykket på bananer. På det norske markedet fikk de i stor grad merket «Fyffes» framfor «Jacko». Bananen vil i teorien dermed kvalitetssikres før kunden får den, men i praksis har de ikke gjort noen faktiske endringer på frukten.

Man finner i denne perioden tilbakeblikk på bananen første inntog til Norge. I anledningen av feiringen av Chr.-Matthiesen AS sitt 50 års jubileum i 1937, da for selskapet og ikke bananimporten, gir *Toten Blad* et tilbakeblikk på hva som i realiteten møtte de aller første bananene som kom til Norge. Det var ingen selvfølgelighet at bananer skulle få innpass i vårt vidstrakte land, og det var til og med mange som ikke ønsket å prøve ut frukten i det hele tatt.

Skriftet beretter om hvor vanskelig det var å få norske barn og voksne med til å spise en frukt som bananer. Døn første import av bare 3000 kg. bananer hit til Norge var det umulig å bli kvitt, tross Chr. Matthiesen telefonerte omkring til sine venner å ba dem prøve å spise bananer. Det meste av de 3000 kg. bananer havnet på avfaldshaugen. Men Chr. Matthiesen gav ikke op. Han tok hjem nye partier og tross at folk bare smilte av dette fåfengte eksperiment med å få folk til å like noe slikt som bananer blev det det etterhvert mulig å få en omsetning i gang.⁹⁴

Det var rett og slett ikke slik at bananer var universalt elsket fra første stund, selv om man gjerne ble møtt med både lovord og ros om den eksotiske frukten i norsk offentlighet i forrige periode. At utsagnet står i sterk kontrast med den offentlige framstillingen av bananer kan tyde på hvordan markedsføringen i forrige periode var vellykket. Det bidro nok også med på å skape en flott suksesshistorie om hvordan man overvant store utfordringer.

⁹³ «Er Fyffes-bananene nye bananer?», *Eidsvold Blad*, 13. desember 1929, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_eidsvoldblad_null_null_19291213_29_142_1.

⁹⁴ «Fra bananenes historie.», *Totens blad*, 18. juli 1936, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_totensblad_null_null_19360718_9_81_1.

3.2 «Gul, gjerne myk, men aldri grønn»

Perioden hadde et økt fokus på bananens utseende, og knytter dens utseende opp mot fruktens egenskaper. Eksempelvis burde bananen være gul og uten synlige grønne flater. «Bananer er en sund og nærende Frugt; men vi vil gjøre Publikum opmerksom paa, at man altid bør paase at faa modne Bananer. En moden Banan skal være gul og ikke ha noget grønlig Skjær.»⁹⁵ Utdraget presiserte dermed at man først og fremst skulle velge basert på bananens ytre og observerbare utseende. De fortsatte videre på hvordan man kunne bestemme seg for en god banan med at «Den skal være myk, ikke haard, og om den har brune Flekker paa Skallet, er dette bare et Tegn paa, at den er moden. Men selvfølgelig maa den ikke være saa overmoden, at den har tat Skade.»⁹⁶ De brune flekkene ble mer skjønnehetsmerker som indikerte en god moden banan. En god banan skulle være myk og ha brune flekker, da er den moden. Men den kunne faktisk bli overmoden og ta skade, noe som gjerne ble lagt skjul på i markedsføringen av bananer når man snakket om modenhet. Det var et mye større fokus på at man måtte kjøpe godt modne bananer enn det var på at frukten ble raskere overmoden og rått.

Betydningen av fruktens utseende ble vektlagt i reklamer og annonser. I en fruktannonse i avisen *Nidaros* omtalte umodne og modne bananer slik: «Umodne Bananer med rent Skall og grønlig Farve. Ingen Næring. Daarlig Smak.» og «Fulmodne Bananer med sortflekke Skall, helt gule, gjerne litt bløte. Stor Næringsværdi. Uovertræffelig Velsmak.»⁹⁷ Det ble dermed store kontraster mellom modne og umodne bananers smak og ernæring, men en slik framstilling var i hovedsak ikke ærlig ovenfor konsumenter. Det er jo korrekt at det vil være forskjell på modne og umodne bananer i både smak og næringsinnhold, men forskjellen i næringsinnholdet handler jo framfor alt om stivelse og sukkerinnhold.⁹⁸ Likevel er det verdt å merke seg hvor negativt umodne bananer ble omtalt målt opp mot en moden banan, og hvorfor det hadde blitt slik. Hvor stor andel av bananene i omløp i det norske markedet ville vært umodne, moden, eller overmoden? Kunne en overrepresentasjon av modne og overmodne presse markedet til å skape et avhengighetsforhold mellom gode bananer og modne bananer? Bananer modnet jo tross alt relativt raskt og det ville jo da vært en stor

⁹⁵ «Bananer.», 21. august 1920.

⁹⁶ «Bananer.»

⁹⁷ «Bananer og bananer er 2 ting.»

⁹⁸ Lise von Krogh, «Visste du dette om bananen?», BraMat, 28. oktober 2017, <https://bramat.no/kosthold/matvarer/884-harde-fakta-om-banan>.

ulempe om man valgte bort modne og overmodne bananer. Det er heller ikke utenkelig at bananene kom nokså modne til forhandlerne.

En umoden banan var nærmest ikke en banan lengre. Et annet eksempel på hvor stor kontrast det var i omtalen av en moden og umoden banan kan man finne i *Arbeidets Rett* i 1922.

Imidlertid maa bananerne være fuldmodne for i det heletat at kunne spises og smakes. En grøn banan er ingen rigtig banan og heller ikke de haarde. Umodne bananer indeholder ikke ovennævnte stoffe som analysen viser. Husk at Jamaica bananer kan aldrig bli for modne. Selv om skallet er sortflekkt og brungult, saa er selve banan-kjøttet delikat.⁹⁹

En umoden grønn banan blir nærmest kategorisert som en «ikke-banan» og det er tydelig at det eksisterer et konstruert bananhierarki i datidens bananmarked. Videre er det verdt å legge merke til påstanden om at en banan aldri kan bli overmoden, og uavhengig av hvor sortflekkt og brungul bananen skulle bli vil ikke det korrodere selve banankjøttet. Et slikt utsagn står i kontrast til «Men selvfølgelig maa den ikke være saa overmoden, at den har tat Skade.»¹⁰⁰ Dette er da et godt eksempel på hvordan reklame kan «gjøgle» slik Myrvang beskriver. Selvsagt kan en banan bli overmoden, og råtne, men hvorfor presentere det slik? Det kan være så enkelt som å sikre at kjøpmenn ikke skal selv sitte igjen med overmodne og råtne bananer, og at bananer flest kommer i allerede godt modnet tilstand til frukthandlerne fordi frukten modnes raskt.

Det å kunne gjenkjenne de de riktige bananene var tilsynelatende kunnskap alle burde kunne på bakgrunn av fruktens økende normalisering. En artikkel i *Ørebladet* hadde en påstand om at «Bananer benyttes nu saa almindelig, at man snart burde kunne ha Rede paa, hvordan de skal være. Og man bør merke sig de Kjendetegn, vi foran har omtalt, saa man kan skille den umodne Frugt fra den modne.»¹⁰¹ Det er altså klare retningslinjer for hvordan man skal velge banan, som folk flest burde vite om og følge i denne perioden. Bananen skal være myk og gul med brune flekker slik at man aldri kommer hjem med en umoden frukt. Om det skulle være så enkelt som at de fleste bananene alltid vil være moden eller i nærheten av

⁹⁹ «Barnas ernæring og pleie.», *Arbeidets Rett*, 15. februar 1922, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_arbeidetsrett_null_null_19220215_16_20_1.

¹⁰⁰ «Bananer.», 21. august 1920.

¹⁰¹ «Bananer.»

overmoden vil *hensikten* kunne være at gjenkjenning av «gode» bananer gjør at man alltid er fornøyd med de gule, brunflekke de bananene man får tak i.

Bananens sitt utseende og egenskaper ble ikke forstått i et vakuum, men i forhold til annen frukt på markedet. Et eksempel på dette kan vi finne fra *Arbeidet* sin artikkel fra 1922 med «Bananerne skal helst være saa modne at skallene er brune og banankjøtet saa bløtt som en moden pære.»¹⁰² Selve observasjonsfasen av å forstå fruktens egenskaper trenger man gjerne ikke mange referanser fra andre frukter. Det ville være enkelt å kunne skille mellom en banan som er gul, brun eller grønn. Men hvor myk er mykt nok og hvor bløt er bløt nok for å kalles moden nok? I slike tilfeller kunne det være greit med noe håndfast å sammenligne det med, slik som en pære som de fleste vil hatt god kjennskap til fra før av. På denne måten ble bananen forstått i forhold til annen frukt på markedet.

3.3 «Den allmenne ernærings sannheten»

Framstillingen av bananer som sunn og næringsrik står sterkt også i mellomkrigsperioden. Denne perioden hadde en tydelig tro på opplysning om ernæring. Nærmest alle dagens essensielle vitaminer og mineraler ble oppdaget og karakterisert i perioden mellom 1910 og 1940. Det ble også beskrevet hvordan vitamin og mineral mangel ytret seg. Videre hadde man også foregangspersoner som gikk i spissen for å bedre befolkningens kosthold i tråd med de nye oppdagelsene.¹⁰³ «Bananer er en sund og nærende Frugt..»¹⁰⁴ ble det skrevet i *Ørebladet* august 1920. Det ble derimot svært sjelden vist videre til referanser over hvorfor bananen var så sunn, men ble konstatert som om en universal sannhet. Noen avisartikler hadde derimot med uoversiktlige oversikter hvor det ble nevnt hvor mye fett, sukker og proteiner bananen inneholder, og gjerne målt opp mot andre frukter. Det ble derimot ikke alltid forklart hvordan dette var bra eller dårlig. *Vardø Tidende* presenterte i april 1929 en sammenligning av næringsverdi mellom eplet og bananen.

De resultatater som forsøket ledet til, kan sammenfattes i følgende: I ett kilo epler finnes 920 gram spiselig fruktmasse med 82 pct. vann, i ett kilo bananer derimot bare 580 gram spiselig fruktmasse med

¹⁰² «Bananer som vitaminkilder.», *Arbeidet*, 28. september 1922, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_arbeidet_null_null_19220928_30_297_1.

¹⁰³ Erling Krogh og Virginie Amilien, *Den kultiverte maten : en bok om norsk mat, kultur og matkultur* (Bergen: Fagbokforl., 2007), 77.

¹⁰⁴ «Bananer.», 21. august 1920.

76 pct. vann. Næringsinnholdet i sin helhet er omtrent like stort hos begge disse fruktsorter, hvad enten man regner det som varmeeenheter (kalorier) eller den fysiologiske værdi.¹⁰⁵

Utdraget hørte originalt til en kontekst om hvordan eplet ikke er så underlegen bananen som noen kan ha påstått, men likevel kommer det egentlig ikke fram så mye mer hvilken type næring man kan hente ut fra fruktene. Ville den gjengse mannen i gaten fått noe ut av dette? Ble påstanden akseptert på bakgrunn av en uoversiktlig liste av næringsinnhold? Uansett sto framstillingen igjen, og hensikten var jo å overtale forbrukerne til å forstå at den var sunn.

Bananen var imidlertid ikke alene om få stempel som ideell og næringsrik mat. «Frukt spiller i vaare dager en stadig større rolle i den menneskelige ernæring. Det skyldes hovedsakelig to omstendigheter. For det første ernæringsfysiologiens utvikling, der i sterkere grad framhever frukt som menneskets ideelle føde...»¹⁰⁶ Samtidig som bananen forsøker å skape et behov i det norske markedet er det et samfunnsfokus på å spise mer frukt som erstatning for andre matvarer. Dette vil jo absolutt være en fordel for å kunne lykkes i et nytt marked. I den samme artikkelen om frukt som ideelt løftes midlertidig bananen frem som unik.

Blandt de tallrike tropefrukter er det ingen som i den grad har betingelse for aa bli en universalfrukt) som bananen. Denne gyldengule tropefrukt inneholder næringsemner, salter og solenergi (vitaminer) i det ideelle forhold og i den lettest fordøielige form. Den konsentrerer i sig hele tropenes yppighet og livgivende kraft. Beretningen om bananens kultivering vil inngaa som et viktig kapitel i den menneskelige kulturhistorie.¹⁰⁷

Den trekkes fram som en «universalfrukt» som ingen annen tropefrukt kunne utfordre. Innholdet var universalt og dekket alle behov. Det konkluderes til og med at frukten vil stå igjen som et eget kapittel i menneskelig kulturhistorie.

Vitaminer dukket stadig oftere opp sammen med bananer. Frukten ble i *Arbeidet* sin artikkel fra 1921 presentert som at den kan brukes som en vitaminkilde.

Banener som vitaminkilder. Stedfundne undersøkelser har vist at bananer inneholder de for legemet saa uundværlige vitaminer. Bananer bør saaledes mere end nogensinde vies omtanke, naar det gjælder at faa

¹⁰⁵ «Æpler står ikke tilbake for bananer i næringsverdi.», *Vardø Tidende*, 23. april 1929, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_vardoetidendenitten_null_null_19290423_1_31_1.

¹⁰⁶ «Bananenes vei fra tropenes sol til den fortæres.»

¹⁰⁷ «Bananenes vei fra tropenes sol til den fortæres.»

en delikat, let fordøielig og nærende frugt, men ogsaa føde. Bananerne skal helst være saa modne at skallene er brune og banankjøttet saa bløtt som en moden pære.¹⁰⁸

Bruk av bananer som vitaminkilde ville kunne bidra til å overføre uunnværligheten til vitaminene over til bananer slik frukten blir like essensiell som vitaminene den inneholder. Slik kunne behovet for vitaminene bli overført til å bli et behov for bananer. Som hadde blitt observert i disse utdragene og utdragene i dette underkapitlet ble bananen skutt fram som en «sunn» frukt og hadde visstnok alt man skulle trenge av næring og vitaminer.

3.4 «Hvis det kan brukes, burde det brukes»

Banener kunne brukes til svært mye og til mange forskjellige formål. I alle fall på bakgrunn av alle dens egenskaper som blir presentert i norsk offentlighet. I en artikkel fra *Arbeidet* utdypes det om bruksområder til bananen ved å forklare hvor lett den kan brukes, og dermed også at den burde bli brukt på bakgrunn av det. «Sommenholdt med tidligere opplysninger om bananernes fordeler kan man vel trygt si, at det er vanskelig at finde nogen frugt der kan gjøre bananen rangen stridig, som er et der med fordel kan nydes til enhver tid og bør saaledes spises hver dag baade av barn og voksne.»¹⁰⁹ Anbefaling om å spise den hver dag oppfordrer også konsumenter til et kontinuerlig forbruk av bananer. Videre i artikkelen kommer det fram hvordan bananer også burde tas i bruk framfor andre varegrupper. Frukten er ikke bare ypperlig for god næring, men også for å nytes. «Bananer bør findes daglig paa bordet Som nydefrugt — mat for barn er den absolut at foretrække fremfor alle nyødselsaker.»¹¹⁰ Bananen vil dermed etter *Arbeidet* sin artikkel argumenteres å kunne brukes som en vitaminkilde, et enkelt og tilgjengelig næringsrikt måltid, enkel fordøyelig mat, og som følge av dette burde bli en del av et norsk basisforbruk.

Den gylne frukten skulle også møte motstand i perioden. Hvorfor skulle den være bedre egnet enn varer, som for eksempel gulroten, som allerede var i Norge?

Det faller naturlig å sammenligne dette nasjonale produkt med den importerte banan, som nu henger i hvert eneste butikkvindu landet rundt Aa sammenligne faller ikke heldig ut for den importerte vare. En

¹⁰⁸ «Bananer som vitaminkilder.»

¹⁰⁹ «Bananer som vitaminkilder.»

¹¹⁰ «Bananer som vitaminkilder.»

av våre fremste fysiologer sier: Guleroten er mange gange vitaminrikere enn bananen — samtidig som bananens vitamininnhold blir av mindre verdi fordi den høstes i umoden tilstand.¹¹¹

Bananen ble utfordret på om den faktisk var blant dem mest næringsrike alternativene, også var jo ikke bananen noe kortreist heller. Det var for den ukjente artikkelforfatteren helt umulig å forstå hvorfor noen skulle velge en banan framfor den gode norske gulroten. Artikkelen spør også «Hvorfor skal det se latterligere ut å knaske på en gulerot på gaten enn en banan? Det er bare fordi vi ikke er vant til det. Og så slipper renholdsverket å samle op bananskall — og gamle damer brekker ikke benene.»¹¹² Å skli på bananskall har vært en komisk klisje i filmer i en lengre tid nå. I 1915 spillefilmen *By the Sea*, faller Charlie Chaplin på et bananskall han hadde nettopp kastet på bakken.¹¹³ Den komiske klisjeen kom heller ikke ut av intet. Dårlig avfallshåndtering kombinert med at man kastet fra seg søppel på gata gjorde at bananskallet ville råtne, som gjorde det slimete og dermed enkelt å skli på. Et forkastet bananskall ble raskt et klissete søl. Den komiske klisjeen var faktisk ekte nok til at St. Louis City i USA ordinerte det ulovlig å kaste bananskall på gaten eller gangstier.¹¹⁴ En noe humoristisk avslutning på artikkelen, men likevel et godt poeng om vaner og hvor viktig det er for en er varegruppe å faktisk bli en vane for sine forbrukere. Om artikkelen var en tidlig indikasjon på at bananen hadde lyktes som en vane hos norske forbrukere allerede i 1931, er ikke utenkelig. Artikkelen handlet jo tross alt ikke om hvordan bananen skal kunne utfordre den norske gulroten, men hvordan gulroten kjemper mot den etablerte bananen.

Det ble også presentert ulike bruksområder for bananen innen de forskjellige kokebøkene utgitt i den aktuelle perioden. *Allers' kokebok* har med tre ulike matretter hvor bananen blir inkludert: Sild a la creme, Mimosa salat og Råkostsalat.¹¹⁵ To salatretter og en sjørett. Nøyaktig hvor godt bananen passer inn sammen med sild høres noe suspekt ut, men det kan også være en form for utprøving hvor man ikke helt har funnet bananen sin plass blant middagsretter. I salatrettene vil det nok være noe lettere for bananen å bidra positivt. En annen kokebok fra perioden, *Kokebok*, har med helt andre retter for bananen hvor fokuset i mye større grad er hos blant annet desserter, som gjerne passer bedre sammen med bananens søte

¹¹¹ «Guleroten i bananens sted.», *Romeriksposten*, 29. oktober 1931, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_romerikspostenlillestroem_null_null_19311029_1_11_1.

¹¹² «Guleroten i bananens sted.»

¹¹³ Anthony Slide, *The New Historical Dictionary of the American Film Industry* (Scarecrow Press, 1998), 19.

¹¹⁴ Dan Koeppel, *Banana: the fate of the fruit that changed the world*, First (Hudson Street Press, 2008), 66, <http://gen.lib.rus.ec/book/index.php?md5=b710692a518d398432157403ddcd576f>.

¹¹⁵ Alfild Salicath, *Allers' kokebok, Norbok* (Oslo: Allers, 1937), https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2015042108154.

smak.¹¹⁶ Dermed plasseres den tidlig inn i salater og søte retter til tross for at den prøves ut i spennende og unike retter.

3.5 Ernærings og bananekspertene

Profilerte og anerkjente profiler tok til orde og ga lengre forklaringer på bananens næringsinnhold for å snakke om bananen sin egnethet som sunn næringsrik. Dr. Olav Johan Sopp, som skrev bøker innenfor ernæringsfeltet, skrev en artikkel om bananer i *Kongsberg Tidende*. «I mange aar har jeg fremhævet at bananer er den beste avveksling i skolematen, som man kan gi barna sine.»¹¹⁷ Ut i fra Dr. Sopp sitt sitat kan man forstå det som at han påsto at bananen er såpass næringsrik at det burde vært den høyeste prioritert å gi barna, framfor all annen mat. «Jeg har ogsaa i et par artikler pekt paa bananes betydning som melkegivende «for» for diende mødre. laar har jeg praktisert det seiv i min egen familie paa to unge fruer.»¹¹⁸ Han forsvarte påstanden sin videre med anekdotiske erfaringer med at frukten ble gitt hans egen familie også. Sopp var videre svært positiv til bananen i sin egen bok om fornuftige matvaner.¹¹⁹ Han gjør også en framtrede i *Moss Arbeiderblad* med gode ord om bananer og dens egenskaper i konteksten rundt vårslapphet og lite energi.

Jeg sier altid: Bruk norske varer, norske grønnsaker, mest mulig norsk mat. Men efter vor lange vinter er der ingen norsk, vitaminholdig frukt at faa, litet er det i det vi har i kjelderene, og da faar vi holde os til den frukt som alle barn (helt op til de er voksne) liker, og har godt av: bananer. De er let fordøielige, velsmakende, kalorier nok, B- og C-vitaminer nok — A-vitaminer ogsaa. Disse kan man forresten gi barna paa smørbrødet, nu da endog margarinen er vitaminisert. Men raa god frukt trænger barna altid. Nu om vaaren har vi ingen bedre end bananer.¹²⁰

Dr. Sopp løftet således bananen fram som løsningen på et norsk ernæringsproblem. Han trak fram fruktens egenskaper, som velsmakende, kaloririk, vitaminrik, og bruksområde som et alternativ til norskprodusert frukt i hans proklamasjon om at bananen kan fylle behovet med

¹¹⁶ Ingrid Rasmussen, Otilie Ytreberg, og Johanne Sveen, *Kokebok, Norbok*, Statens lærerinneskole i husstell (Oslo: Cappelen, 1933), https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014052207003.

¹¹⁷ Sopp, «Barn og bananer.»

¹¹⁸ Sopp.

¹¹⁹ Olav Sopp, *Maten vi lever av ved et fornuftig matstel*, *Norbok* (Oslo: Norli, 1926), https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2016102448003.

¹²⁰ Olav Sopp, «Vaarslapphet.», *Moss Arbeiderblad*, 9. juni 1926, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_mossarbeiderbladnittentjueto_null_null_19260609_7_43_1.

at barna trengte frukt året rundt. Om våren hadde man altså ingen frukt med bedre eller tilsvarende næringsinnhold.

Fruktens positive egenskaper ble jevnlig trukket fram i avisene, i både lengre og kortere artikler av eksperter. Fru Johanne Ottosen, en forfatter, foredragsholder, driver av et helsesanatorium og samfunnsutvikler,¹²¹ skrev bredt om bananens egenskaper, bruk og historie i en artikkel i *Fjordabladet* november 1924. Eksempelvis skrev Ottosen dette om fruktens bedre egenskaper. «Det maa glæde os alle at vi kan faa en saa utmerket frugt. Den er let fordøielig, den taaes av svake maver, ja endog spædbarn kan nyte modne, friske bananer med stor fordel, før de kan spise anden haard føde.»¹²² Utgangspunktet som blir redegjort for i utdraget er at bananen er en utmerket frukt som vi burde være glad for at vi kan få. Fruktens egenskaper som lett fordøyelig lot den bli konsumert av alle, selv spedbarn uten ferdigutviklede tarmar. Bananer fikk dermed offentlig støtte fra samfunnsrelevante personer fra perioden, som vil kunne være på å styrke bananens offentlige status samtidig som dens egenskaper trekkes fram i positive lys. Hun skrev videre om at hvordan fruktens egenskaper forsvaret et bredt bruksområde med «Denne frugt bør derfor finde en stor plads i sykediaeten. Den anvendes meget ofte ved fordøielleslidelser.»¹²³ En frukt med slike egenskaper måtte selvsagt ikke gå ubrukt.

Bananer sine omtalte egenskaper handlet imidlertid ikke bare om dens utseende, form og smak, eller forholdet mellom dem. Ottosen tok også for seg dens manglende tilpasningsevne ved lave temperaturer. «Jamaica-bananer bør opbevares paa et lunt sted og absolut undgaa kulde og træk. Almindelig stuetemperatur er passe for modne bananer, for overmodne bananer litt koldere, dog ikke under + 10° Celsius.»¹²⁴ Det står imidlertid ikke noe om konsekvensene av å oppbevare dem feil, men det kan jo tenkes at vil påvirke både smake og utseende. Dårlig temperaturtilpasning ville da fått «følgeegenskaper» hvor dette ville endret bananens egenskaper rundt smak slik at smaken eksempelvis ble mindre søt. Det blir også forklart hvordan man burde oppbevare umodne og mindre modne bananer ved at «Mindre modne bananer bør ha det varmere end almindelig stuetemperatur.»¹²⁵ Dermed må

¹²¹ Anne Marie Aa, «(+) Lesjajenta som ble kjendis i Danmark», *vigga.no*, 2. mars 2022, <https://www.vigga.no/nyheter/i/MLB105/lesjajenta-som-ble-kjendis-i-danmark>.

¹²² Johanne Ottosen, «Bananer.», *Fjordabladet*, 1. november 1924, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_fjordabladet_null_null_19241101_51_131_1.

¹²³ Ottosen.

¹²⁴ Ottosen.

¹²⁵ Ottosen.

man forstå bananens egenskaper rundt temperaturer i forhold til si egen modningsgrad. En moden banan burde blitt oppholdt på et lunt sted, men en umoden banan burde oppholdes varmt. Frukten er også utstyrt med sin egen beskyttelse. «Ogsaa i sanitær henseende er Jamaica-bananen uovertruffen. Naturen har forsynet den med et hermetisk skal, som er en garanti for at frugtkjøttet er rent og uberørt naar man skræller den. Bananer kan derfor med trygghet ogsaa spises i mørke.»¹²⁶ Denne egenskapen bidrar således til at bananen vernes mot både urenheter og bakterier fra utsiden.

Det ble skrevet bredt om bananens mange bruksområder også blant «ekspertene». Eksempelvis som et matalternativ for personer som har problemer med fordøyelsen. Fru Johanne Ottosen sin artikkel i *Fjordabladet* november 1924 skriver hun dette:

Den anvendes meget ofte ved fordøielseslidelser. Saaledes Saaledes anbefaler ansete læger den meget for tyfuspatienter eller lignende tiifælder, hvor tarmen kræver et mildt, letfordøielig, ikke irriterende fødemiddel. Det er især dr. William C. Usseri i St. Louis som har skaffet Jamaicabanen indpas i sykediaeten. Men ogsaa her i landet foreskriver nu lægerne mere og mere modne Jamaicabaner til diæt under fordøielses sygdommer og besværligheder, samt som føde for barn fra spædbarnalderen og opover. Der foreligger de bedste anbefalinger fra kjendte mavespecialister som dr. med. Nils B. Koppang, professor dr. Peter F. Holst, overlæge Olaf Scheel og fra kjendte barnespecialister som professor dr. Theodor Frølich, dr. med. Arthur Collet, dr. med. Alex. Brinchmann.¹²⁷

Omfattende henvisninger til spesialister og leger gir autoritet og bidrar til å validere et slikt bruksområde for bananen. Enten det er med anbefalinger fra ernæringsspesialister, barneleger eller overleger, bidrar dette til å skape en validert framstilling av bananen innen helsekost. Det kom videre eksperttips om hvordan bananen kunne og burde brukes. Det vises da bl.a. til hvordan frukten brukes i produksjonsland «I Amerika, Jamaica-bananens hjemland, anvender man ogsaa skallene til lægning av saar paa bylder istedenfor grøtomslag. Man lægger den indvendige side av skallet paa det syke sted.»¹²⁸ Det er nok tvilsomt at denne praksisen oppfordres til å bli tatt opp i Norge, men det utdraget framstiller likevel er det faktum at bananen er en allsidig frukt hvor det ikke er nødvendig å sløse det harde uspiselige skallet heller. Det er mulig å bruke hele bananen. Fru Johanne Ottosen inkluderte fem oppskrifter i hennes artikkel om bananer i *Fjordabladet* med et fokus på enkle retter hvor bananen ble enten brukt rå eller ovnsbakt. Hun viste også til at frukten passer godt til desserter, kaker og

¹²⁶ Ottosen.

¹²⁷ Ottosen.

¹²⁸ Ottosen.

andre søtere retter.¹²⁹ Fru Ottosen og Dr. Sopp var eksperter så lånte sin autoritet til bananen. Markedsføringen rundt frukten ble på mange måter legitimert av slike ekspertuttalelser som de kom med.

3.6 «Salget av bananer opphører»

Slutten av denne perioden blir på samme måte som kapittel 2 preget av internasjonale omstendigheter, hvor starten på andre verdenskrig truer bananleveransene til Norge.

Etter hva Aftenposten erfarer vil forsyningen av bananer muligens helt stanse i tilfelle av at England rekvirerer lastene ved bananbåtenes befordring til engelske havner. Båtene som i alminnelighet har gått fra Vestindia til engelsk eller hollandsk havn for omlastning er i den siste tid blitt holdt tilbake av de engelske myndigheter, som har innført eksportforbud på bananer. Etter hvad bladet får opplyst kan en vente at salget av bananer opphører i ukens løp og fra neste uke blir en i hvertfall renons.¹³⁰

Det norske bananmarkedet ender dermed opp med enda et stopp i den reise mot norsk integrasjon. Avhengigheten av global handel gjorde dermed bananen mye mer sårbar enn norsk frukt for å kunne lykkes.

Til tross for at bananmarkedet fikk enda en verdenskrig å forholde seg til mot slutten av denne perioden kan man se tilbake på en periode hvor frukten kan sies å ha tatt steg for å bli integrert til det norske markedet. Frukten ble omtalt ved flere anledninger som både dagligdags og alminnelig, selv om det nok var alt for tidlig å bruke slike begrep, kan det bli forstått som positive tendenser for bananen i dens reise mot «alminnelighet». Som vi kunne se i kapittelet var det gjennomgående for perioden at markedsføringen rundt fruktens allsidighet og mange bruksområder sto sentralt, samtidig som at det var et stort fokus på om hvordan frukten skulle se ut når den var på sitt beste. Markedsføringen i perioden bar preg av «gjøgling» og overdrivelser. Frukten tok store steg innenfor kokebøker og huskostbøker i perioden. Den får mer regelmessig plass til oppskrifter enn det som var tilfellet i forrige periode, og nevnes samtidig informativt i andre.

¹²⁹ Ottosen.

¹³⁰ «Slutt med bananer?», *Rjukan Arbeiderblad*, 5. oktober 1939, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_rjukanarbeiderblad_null_null_19391005_17_230_1.

Fra knapphetsperioden mellom 1905 og 1919 var det i mellomkrigstiden vitaminperioden som gjaldt. Det var et stort fokus på å framheve hvor mange og hvor gode vitaminer og mineraler bananen hadde. Ofte ble det gjort interne sammenligner med andre typiske norske frukter, hvor bananen kom fordelaktig ut om man så kun på de presenterte vitaminene. Overgangen fra knapphetsperioden innebar også mindre markedsføring på pris, selv om pris likevel var en viktig faktor.

Kapittelet viste hvordan modenhet og utseende var en viktig del av markedsføringen for bananen i perioden. Det ble gitt mye omtale og plass til å få fram hvor god en moden banan var, og ikke minst hvor dårlig en umoden banan var. Forbrukerne ble gitt klare instruksjoner om hvordan man best mulig kunne gjenkjenne om de var moden eller umoden slik at man ikke skulle risikere å komme hjem med en dårlig banan. Dette spilte nok inn på det faktum at bananer modner raskt, slik at mange bananer var allerede godt modne før de kom til salgs. Denne framstillingen om at gule brunflekkede fullmodne bananer var bedre en grønne umodne bananer gjør forhandlerne ikke satt igjen med overmodne bananer samtidig som at forbrukeren ikke bananer med dårlig smak. Dermed ble det lagt til rette for at bananen skulle kunne lykkes selv om man ikke fikk frukten raskt nok ut til forhandlerne

I kapittelet fikk man også se utdrag fra profilerte ernæringseksperters sine innslag om bananen. Både Dr. Sopp og Fru Ottesen uttrykte stor entusiasme og kom med mange lovord. Deres ekspertuttalelser kan ha bidratt med å validere bananen i det norske markedet. De ga autoritet til annonsene og reklamene som påsto at bananen var sunn, næringsrik eller bidro med viktige vitaminer. Når ernæringslege Dr. Sopp forklarte hvor flott en banan var ble det helse råd og tips. Dr. Sopp er gjorde dermed det samme som en reklame, han overtalte forbrukeren, men hans ord ble gjerne ikke forstått som reklame eller markedsføring av de som leste avisen.

Mellom 1920 og 1939 fortsatte dermed bananen å ta store steg mot norsk integrasjon, og ble stadig en større del av både det norske markedet og samfunnet. Den fant seg mer til rette i kokebøker i perioden. Kokebøkene ble også mer sentrale i framstillingen av bananer, spesielt fordi det begynte å komme oppskrifter med bananen mer regelmessig. Dette kunne vise til at frukten både kom inn i flere hjem samtidig som at frukten var tilgjengelig nok til at den var verdt å inkludere i oppskriftene. I avisene kunne man stadig lese om frukten som holdt på å få et ordentlig fotfeste. Møtene i avisene var gjerne preget av annonser og markedsføring, men man møtte likevel på dem.

Kapittel 4. «Når det kommer en båt med bananer», 1940-1959

Den tropiske frukten skulle etter krigen nærmest få sin helt egen sang om krigens sorger og hvordan den tid er heldigvis forbi. «Når det kommer en båt med bananer» var debutplaten til Arve Opsahls som traff hjem hos mange med å være aktuell med varemangelen man opplevde på grunn av krig og rasjonering.¹³¹ « «Når det kommer en båt med bananer...» Ja, slik synger dikteren så vakkert. Og når det kommer en båt med bananer da er freden endelig kommet til Norge.»¹³² Bananbåtene ble dermed på mange måter assosiert med at krigen var over. Da det hadde vært stopp i bananimporten under krigen ville bananbåtene være en påminnelse om at den tiden nå var forbi. Denne gleden over bananen og hva den representerte skulle omfavne også noen av dens negative aspekter, som faren over å skli på et bananskall. «I fjor på denne tiden var det en sensasjon å gli på et bananskall.»¹³³ Sensasjonen om bananskallet fortsetter slik. «Da Norge i fjor møtte bananskallet var det et bud om at verden derute fremdeles eksisterte og kommer til å oppta kontakt med oss.»¹³⁴ Handelen med utlandet som brått tok slutt under krigen skulle tilbake. Norge var ikke lenger alene. «Men hver som glir på et skall, bør kunne finne trøst i dikterens ord: «Når det kommer en båt med bananer». For da er de normale forhold endelig kommet til oss.»¹³⁵

Dette kapittelet vil handle om perioden mellom 1940 og 1959, og hvordan bananen blir framstilt i norsk offentlighet. Kapittelet tar for seg hvordan det norske samfunnet reagerer på de store svingningene av tilbud målt opp mot etterspørselen i etterkant av andre verdenskrig. En stor del av perioden preges av høy etterspørsel og lavt tilbud, hvor det etterlyses bananer Norge rundt. Perioden kan karakteriseres som en periode med mye etterspørsel i det offentlige rom samtidig som markedsføringen av fruktens næringsinnhold og driften rundt bananer mottok mye kritikk i avisene.

I dette kapittelet vier jeg mye oppmerksomhet til den store etterspørselen av bananer, som jeg argumenterer for spiller en stor rolle for at frukten fortsetter sin suksess til tross for mye kritikk. Denne store etterspørselen gjør det da mulig å fortsette å integrere seg til det

¹³¹ «Når det kommer en båt med bananer», i *Wikipedia*, 7. september 2021, https://no.wikipedia.org/w/index.php?title=N%C3%A5r_det_kommer_en_b%C3%A5t_med_bananer&oldid=21804239.

¹³² «Døgnet», *Haugesunds Dagblad*, 5. juni 1946, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_haugesundsdagblad_null_null_19460605_34_126_1.

¹³³ «Døgnet».

¹³⁴ «Døgnet».

¹³⁵ «Døgnet».

norske markedet, men til tross for at frukten tar store steg i denne perioden vil jeg ikke påstå at frukten kan kalle seg «norsk» helt enda.

4.1 Banansavn etter krigen

Under andre verdenskrig stoppet bananimporten opp, men man kunne imidlertid lese om frukten likevel. Eksempelvis kunne man lese om en ekstra-ordinær forsyning til Sverige. «Gjennom den svenske legasjonen i Sveits lykkes det å få kjøpt en del av et parti som var dukket op der.»¹³⁶ Utdraget er på bakgrunn av en liten pike som led av alvorlig mavesykdom som bare tålte lett fordøyelig mat. Transporten måtte skje med fly, som var svært dyrt, og man var dermed avhengig av piloters godvilje. «Noen godhjertede folk i Aerotransport meldte sig og tilbød å transportere bananene gratis. Og så går hver uke en pakke bananer pr. fly fra Sveits til sykehuset i Uppsala.»¹³⁷ Synet på bananer var altså svært positivt og frukten ble sett på som viktig for både syke og friske i starten av kapittelets periode.

Man kunne i 1942 lese om ulike tilnærminger og løsninger på bananmangelen under verdenskrig. «Et fynsk gartneri har derfor begynt å dyrke bananer, og det er også lykkes utmerket, men da det ikke er noen storindustri, det dreier seg om, er bananene dessverre så dyre at de fleste må nøyes om å lese om dem.»¹³⁸ Som sitatet over presenterer har noen startet å dyrke sine egne bananen for å forsøke å fylle behovet for ferske bananer. Dette var derimot et for dyrt alternativ for folk flest, som måtte nøye seg med å lese om det. «Forleden dag kom noen av de fynske bananer til Kjøbenhavn, og prisen var 3 kr. pr. stk., dog fire for 10 kroner. Hadde det vært i gamle dager, man hørte en slik pris: bananer, fire for 10 kr.! hadde man sikkert rystet på hodet, men de dyre bananer ble allikevel avsatt.»¹³⁹ Samtidig som man forteller om hvor dyrt det var forteller man videre om hvordan de forsvant likevel. Det var heller ikke bare i det store utland man forsøkte å fylle tomrommet bananmangelen hadde skapt. «Det dyrkes bananer i Norge. Ikke i stor stil men slik at folk kan se norsk-avlede

¹³⁶ «Bananer med fly fra Sveits til Uppsala.», *Grimstad Adresstidende*, 4. desember 1941, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_grimstadadresstiden_null_null_19411204_86_140_1.

¹³⁷ «Bananer med fly fra Sveits til Uppsala.»

¹³⁸ «Bananer - 4 for 10 kr!», *Akershus Amtstidende*, 7. april 1942, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_akershusamtstidende_null_null_19420407_60_39_1.

¹³⁹ «Bananer - 4 for 10 kr!»

bananer.»¹⁴⁰ Man kunne altså i 1943 lese om hvordan synet av bananen ble presentert som en gladnyhet. Om man ikke lengre kunne spise bananer, skulle man i det minste få se dem og håpet det representerte.

Bananen sin rolle i kokebøker kan gjerne beskrives som svingende i denne perioden. Frukten hadde slett ikke fått sitt store gjennombrudd i alle kokebøker til 1944. *Kokebok: lærebok for almindelige husholdninger* hadde kun med tre oppskrifter i 1944, med oppskriftene «Salat med frukt», «Rabarbrakompott» og «Blandingskompott av rå frukt»¹⁴¹ Oppskriftene bar videre preg av at bananen ikke er en spesielt viktig eller avgjørende del av de gitte oppskriftene. Andre kokebøker viste kun til bananer som del av eksotiske retter fra det store utland. Banan dukker da opp i en eksotisk oppskrift fra Argentina i en kokebok som gir innblikk i matretter verden rundt. «På hver kylling legges en banan som er ristet i olje.»¹⁴² Man finner der også enkle oppskrifter på bananer som Brennende bananer hvor «Bananene skrelles og drysses med sukker, brunes gygne i smør. De legges på fat og spekkes med langskårne mandler.»¹⁴³ Oppskriftene er korte og fokuset ligger først og fremst i eksemplene mer på fortellingene rundt landet oppskriftene stammer fra. På den annen side kunne man i denne perioden finne frukten i nye kategorier som smørbrød og mindre retter også. Oppskrifter som «Smørbrød med banan», hvor man legger bananskiver rundt kanten av brødsken og fyller hullet med gele, dukket eksempelvis opp i *Smørbrød og småretter* i 1956.¹⁴⁴ En annen rett fra den samme boken er «Pølse med banan» hvor man legger en pølse og en halv banan i et rundstykke før man smører pølsen med sennep og strør litt brunet løk over.¹⁴⁵ Om ikke rettene hørtes særlig delikat ut forteller det uansett om hvordan frukten fremdeles ikke har slått seg til ro og fortsatt blir å finne nye steder. Bananens rolle i kokebøkene var altså på mange måter svingende i denne perioden, med varierende omtale og oppmøte.

¹⁴⁰ «Der dyrkes bananer i Norge.», *Tvedestrandposten*, 7. desember 1943, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_tvedestrandsposten_null_null_19431207_72_96_1.

¹⁴¹ Olaug Løken, *Kokebok: lærebok for almindelige husholdninger*, *Norbok*, 7. omarb. og økede utg. (Oslo: Aschehoug, 1944), 178, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014010708266; Løken, 212; Løken, 214.

¹⁴² Ingrid Wismann og Ebba Schultz, *Bordets gleder i hverdag og fest*, overs. Elise Sverdrup, *Norbok* (Oslo: Ernst G. Mortensen, 1953), 108, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2012020908084.

¹⁴³ Wismann og Schultz, 94.

¹⁴⁴ Margit Engnes og Agnete Lampe, *Smørbrød og småretter*, overs. Signe Svilaas, *Norbok*, Husmorens nye håndbøker 3 (Oslo: Damm, 1956), 38, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2017080948040.

¹⁴⁵ Engnes og Lampe, 86.

4.2 Drivstoff for bil og drivstoff for mennesker

Man kunne finne nye og spennende måter å utnytte bananens potensiale på under andre verdenskrig. I *Grimstad Adressetidende* kunne man i 1941 lese om hvordan man i fransk Guinea hadde laget bensinerstatning av bananer. «Av et tonn overmodne bananer kan det fremstilles ca. 75 liter bensin, det vil igjen si at en på en bananklase kan bile ca. 8 mil.»¹⁴⁶ Bananen som erstatningsalternativ dukker dermed stadig opp på nye områder.

Den kunne ikke bare brukes som drivstoff for bil. Frukten stilte sterkt i denne perioden når det kom til kokebøker som fokuserte på desserter og kaker. I *Desserter, kaker og konfekt dukker opp i 8 oppskrifter*. Kokeboken er nummer 3 i en serie av kokebøker hvor 1 er *Supper og småretter*, 2 er *Fisk, kjøtt og grønnsaker*, og den fjerde og siste er *Saft og sylt!*¹⁴⁷ Frukten blir brukt som både hovedingrediens og som tilbehør i de ulike rettene. Som hovedingrediens har man «Bananer i beignet», «Bananmarengs», «Bananer i gele» og «Banankake».¹⁴⁸ Som tilbehør og ekstra dukker den opp i «Ananas à la crêole» som pyntelig tilbehør, i «Ananas à la Ninon» som fyll, i en «Fruktsalat i krem» og i «Orientalisk melon».¹⁴⁹ Bananen blir også representert i en annen bok, *Kakeboka: 500 gode oppskrifter på kaker av alle slag*, som også tar utgangspunkt i desserter. I oppskriften «Drømmekake – Skjokoladerull» presenteres bananen som et alternativ for smørkrem hvor man bruker «finhakkede bananer» istedenfor.¹⁵⁰ Også får den plass som hovedaktør for oppskriften «Banankake».¹⁵¹ Frukten dukker imidlertid ikke like regelmessig opp som i *Desserter, kaker og konfekt*, men den blir representert for dem som ikke bare ønsker bruker bananen som enkel snack.

Bananen ble videre gitt mye plass når kokeboken har en egen fruktseksjon, spesielt når den allerede tar utgangspunkt i søte desserter. *Desserter fra mange land: over 500 oppskrifter på gode, fristende desserter av alle slag* har med i omtrent 40 oppskrifter hvor bananen blir trukket fram.¹⁵² I de aller fleste oppskrifter ser man at man kun bruker banankjøttet og skreller bort skallet. Eksempelvis som i «Min gode sommerdessert» hvor bananene skal skrelles,

¹⁴⁶ «På en bananklase biler man 8 mil!», *Grimstad Adressetidende*, 4. desember 1941, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_grimstadadressesetiden_null_null_19411204_86_140_1.

¹⁴⁷ Mina Thiis, *Desserter, kaker og konfekt*, 3. oppl. (Oslo: Damm, 1948), https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2013010708183.

¹⁴⁸ Thiis, 16; Thiis, 58; Thiis, 98; Thiis, 161.

¹⁴⁹ Thiis, *Desserter, kaker og konfekt*, 54–55; Thiis, 70–71; Thiis, 78; Thiis, 80–81.

¹⁵⁰ Edith Ekegårdh, Gun Billvall-Lindeen, og M. Holmgren, *Kakeboka: 500 gode oppskrifter på kaker av alle slag* (Oslo, 1952), 25–26, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2017040348006.

¹⁵¹ Ekegårdh, Billvall-Lindeen, og Holmgren, 33–34.

¹⁵² Edith Ekegårdh, Gun Billvall-Lindeen, og Eva Lundgren, *Desserter fra mange land: over 500 oppskrifter på gode, fristende desserter av alle slag*, overs. Märtha Coucheron, *Norbok, Cap-bøkene* (Oslo: Cappelen, 1952), https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2008051400058.

dyppes i sjokolade, snus i ristede mandler og plasseres i en krav rundt bærene i oppskriften.¹⁵³ Man har likevel eksempler på hvor bananskallene blir tatt i bruk som beholdere for selve desserten. I oppskriftene «Bananbåter» og «Fylte bananer» bruker man både fruktkjøttet og bananskallet ved «fyll fruktsalaten i bananskallet» og «Bananskallene fylles med fruktmassen og pyntes med pisket kremfløte, kirsebær, ananasbiter og mandler.»¹⁵⁴ Bruksområde innen desserter blir dermed presentert som ideelt for bananen.

4.3 Aldri nok bananer – En umettelig etterspørsel

Mange nordmenn hadde blitt godt vant til bananen før krigens utbrudd og opplevde mangelen etter krigen som vanskelig. I et brev til Handelsdepartementet tar angivelig en Oslo-mann til ordet for å kreve flere bananer til Norge.

Jeg har fått fire bananer på ett år. I alle andre land i verden kan en så vidt jeg vet få kjøpt sydfrukt året rundt. Hvorfor tror den norske regjering (jeg går ut fra at det er et regjeringsspørsmål om en skal importere bananer) at den vet så meget bedre enn alle andre lands regjeringen at mennesket vel kan unnvære bananer?¹⁵⁵

Han gikk ikke forsiktig ut mot den norske stat, og stilte seg uforstående til at den tropiske frukten ikke var mer tilgjengelig. Den ivrige mannen hadde også løsninger for hvordan man kunne importere mer bananer. «Vi får heller unnvære whiskeyimporten, en del av tobakken etc. – Jeg drikker ikke whisky og røyker ikke tobak. Jeg vil ha bananer for min tilsvarende del av denne valuta.»¹⁵⁶ Om den alminnelige nordmann hadde godtatt et slikt tilbud er vanskelig å si, men å løse import på individ behov ville nok blitt svært vanskelig uansett. Man kan derimot forstå ut ifra dette at denne mannen har blitt godt vant til bananen, og anser frukten som en selvfølgelig i Norge. «Vi vil ha sydfrukt året rundt, til rimelige priser uten skatter og avgifter. Jeg tør herved å tillate meg å anmode de ansvarshavende myndigheter om å være så vennlige å påse at dette kan skje.»¹⁵⁷ De ansvarlige for bananimporten var nok ikke misfornøyd med at norske forbrukere ville kjempe deres sak.

¹⁵³ Ekegårdh, Billvall-Lindeen, og Lundgren, 5.

¹⁵⁴ Ekegårdh, Billvall-Lindeen, og Lundgren, 19.

¹⁵⁵ «Jeg vil ha bananer!», *Agder*, 10. mars 1952, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_agder_null_null_19520310_72_29_1.

¹⁵⁶ «Jeg vil ha bananer!»

¹⁵⁷ «Jeg vil ha bananer!»

Etter andre verdenskrig var en rekke lands valutaer knyttet til den amerikanske dollaren.¹⁵⁸ Dollaren var den dominerende valuta og da også standard betalingsmiddel mellom stater, som gjorde valutaen til en knapphetsfaktor for land som importerte mer enn dem eksporterte.¹⁵⁹ Dette gjorde at man var avhengig av dollaren for internasjonal handel. Det skapte også situasjoner hvor man fikk artikler som skrev «Men vi må unnvære kvalitetsbananene fra Jamaica»¹⁶⁰ og «Jamaica har hard valuta, og vi får ikke noe av den til slik import.»¹⁶¹ i det som i utgangspunktet skal være en artikkel om man skal få flere bananer.

Det var restriksjoner på hva som skulle importeres til Norge i denne perioden og banannæringen ville selvsagt bli prioritert til å få importert det de ønsket. Innsatsen om å påvirke opinionen til å støtte bananimport gikk ikke ubemerket. «Gjennom oppsiktsvekkende annonser i Oslo-pressen har det i det siste vært reklamert svært for bananer. Av teksten har det tydelig gått fram at hensikten har vært å skape en opinion blant publikum som kan påvirke myndighetene til å tillate import av bananer.»¹⁶² Også i deres respons på dette presenterer de en fortelling om hvordan bananen kommer nordmenn til gode med «..kontorsjef Romsaas som forteller at det foreningen i første rekke har tenkt på, er å få importert et passende kvantum bananer til barn og syke.»¹⁶³ Hvor mye trengs for å få nok til barn og syke? Hvor trenger Norge? «-Vi må regne med en årlig import av ca. 3000 tonn til dette behov. Normalimporten var før krigen 8000 tonn, men skal vi gjøre regning med et kvantum som skal dekke hele befolkningens behov må vi nå kalkulere med vel 10 tusen tonn.»¹⁶⁴ Det er ikke et mål å nå importen fra før krigen, man skal stadig ha mer. På dette tidspunktet var man imidlertid langt unna dette importvolumet. «-Når ble det sist importert bananer til Norge? – I august 1947, da det ble importert 3010 tonn. Året før importerte Norge 4000 tonn bananer.» I 1947 ble det således bare importert nok til dekke et minimumsbehov ifølge dette. Nedenfor følger en tabell med oversikt over registrert import av bananer mellom 1938 og 1950 i Norge. Som vi kan se i tabellen stemte tallene om import fra artikkelen rimelig bra, men det er også verdt å få med

¹⁵⁸ *Norske finansmarkeder: pengepolitikk og finansiell stabilitet*, bd. nr 34, Norges banks skriftserie (trykt utg.) (Oslo: Norges bank, 2004), https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2009121404181.

¹⁵⁹ Gunnar Chr Røed, *Handels- og valutapolitikken i Norge etter krigen*, bd. nr 8, Økonomi (trykt utg.) (Oslo: Næringsøkonomisk forskningsinstitutt, 1950), 4, [https://www.nb.no/search?q=oaiid:"oai:nb.bibsys.no:999322194704702202"&mediatype=bøker](https://www.nb.no/search?q=oaiid:).

¹⁶⁰ «BANANENE skal komme oftere til Hedemarken.», *Ringsaker Blad*, 13. juli 1957, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_ringsakerblad_null_null_19570713_23_80_1.

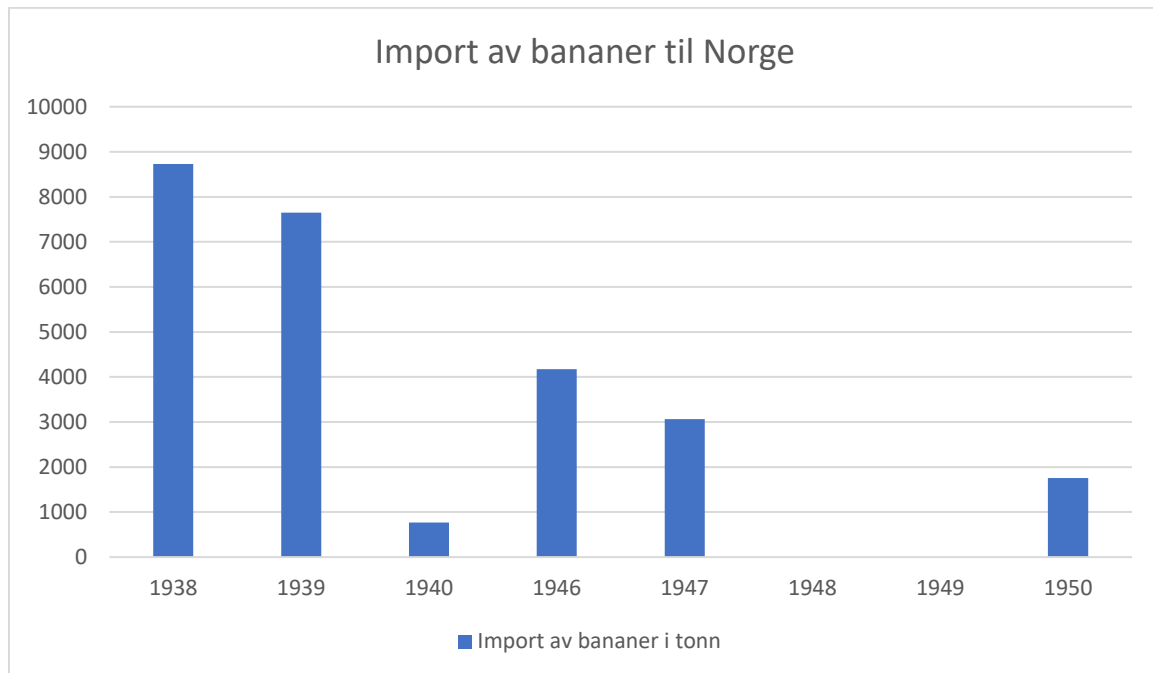
¹⁶¹ «BANANENE skal komme oftere til Hedemarken.»

¹⁶² «Bananer og annonser», *Haugaland Arbeiderblad*, 9. juni 1949, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_haugalandarbeiderblad_null_null_19490609_35_130_1.

¹⁶³ «Bananer og annonser».

¹⁶⁴ «Bananer og annonser».

seg at man kom raskt i gang med bananimporten i 1946 og 1947, før restriksjonene for alvor satt inn.



Tabell basert på data fra SSB.¹⁶⁵

Selve importen og prosessen rundt bananimporten fikk i denne perioden en del oppmerksomhet. I en artikkel fra 1952 skrives det «240 tonn bananer losses i Oslo i disse dager. Bananene skal fordeles over hele landet. Der forhandles for øvrig om en økt import av bananer.»¹⁶⁶ Etterspørselen av bananer gjør det selvsagt viktig å poengtere at det skal fordeles rettferdig, og at man selvsagt forsøker å skaffe mer. «I fjor ble det importert ca. 1000 tonn bananer, man håper at det i år vil bli mulig å importere større kvanta. Hittil er avgjort av vi skal få 4-500 tonn på basis av blåbæreksperten til Amerika.»¹⁶⁷ Det er stadig et ønske om å få tak i flere bananer enn før. Dette ønsket er jo også spesielt tydelig når det er store svingninger som gjør at man også får inn mindre bananer et år enn man muligens gjorde året før. Det fantes heldigvis avtaler som skulle være med å sikre import av bananer til tross for importrestriksjoner tilknyttet valutapolitikken. «Blåbæreksperten innbragte en del hardvaluta, og man har fått tillatelse til å bruke en del av dette til import av bananer fra land med svak

¹⁶⁵ *Norges Handel 1950* (Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1952), 22, https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_xi_106.pdf.

¹⁶⁶ «240 tonn bananer losses i Oslo.», *Fylkestidende for Sogn og Fjordane*, 11. januar 1952, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_fylkestidendeforsognogfjordane_null_null_19520111_80_3_1.

¹⁶⁷ «240 tonn bananer losses i Oslo.»

valuta.»¹⁶⁸ Et annet eksempel er en artikkel fra 1956 hvor det fremdeles var oppstyr rundt bananforesendelsene.

Onsdag kveld la hurtigruteskipet «Lofoten» til ved Storkaia, og det ble en glede blant de mange tilstedeværende da det ene heiset etter det andre med banankasser ble sendt over rekka og på land.

Herligheten varte ikke lenge, for alt i går ved middagstider var det forretninger som meldte utsolgt.¹⁶⁹

Det hadde jo til og med samlet seg folk for å bevitne at det hadde kommet bananer til byen. «4.000 kg. bananer var det hurtigruteskipet «Lofoten» brakte med seg til Kristiansund onsdag kveld. Det vil igjen si, et kvart kilo på hver av byens innbyggere.»¹⁷⁰ Et halvt kilo banan per innbygger var altså ikke nok, da det som nevnt i utdraget før, ble utsolgt kort tid etter. Med begrenset tilbud vil det også være viktig å fordele dette rettfærdig. «De partiene som kommer må en forsøke dele så godt en kan.»¹⁷¹ forteller om hvordan bananen er såpass viktig at man må være nøye med fordelingen.

Mangelen på bananer og den økte etterspørselen i Norge kom ikke bare fram i annonser og diskusjoner rundt importreglene, men det kom også fram i form av misunnelse og manglende forståelse for at de tropiske landene skulle ha overflod av dem. Et eksempel på dette er artikkelen *Fra landet uten veier, hvor de sultne «vader» i bananer*. hvor tittelen alene forteller oss hvordan man ikke har veier eller mat til befolkningen dette tropiske landet, men likevel har overflod av rik mat som bananer.¹⁷² Hvor urettferdig er ikke det for nordmenn som ikke får nok bananer? Artikkelen starter tydelig med «Veldige rikdommer i Ecuador venter bare på å bli utnyttet»¹⁷³ som indikerer at Ecuador nærmest venter på hjelp utenfra for å kunne utnytte alle sine ressurser. Artikkelen fortsetter i samme spor med:

Tenk dem et land hvor all viktig trafikk må foregå luftveien fordi det ikke finnes skikkelige veier, et land hvor kakaobønnene blir bredt ut i et tykt lag på gatene, et land hvor den lekreste frukt, som kan konkurrere med appelsinen på verdensmarkedet, gror ubemerket uten at noen har gjort forsøk på å selge den, et land hvor man «vader» i bananer og ikke kan bli av med dem alle – samtidig som de fleste mennesker er underernærte, et land hvor det bare er to store byer, den ene med det heteste tropiske klima, den andre så kald at man må gå med tykt ulltøy og frakk året rundt.¹⁷⁴

¹⁶⁸ «240 tonn bananer losses i Oslo.»

¹⁶⁹ «Det kommer en båt med bananer.», *Tidens Krav*, 3. august 1956, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_tidenskrav_null_null_19560803_47_177_1.

¹⁷⁰ «Det kommer en båt med bananer.»

¹⁷¹ «Det kommer en båt med bananer.»

¹⁷² «Fra landet uten veier, hvor de sultne 'vader' i bananer.», *Østfold Bygdeblad*, 21. mars 1952, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_oestfoldbygdeblad_null_null_19520321_52_35_1.

¹⁷³ «Fra landet uten veier, hvor de sultne 'vader' i bananer.»

¹⁷⁴ «Fra landet uten veier, hvor de sultne 'vader' i bananer.»

Det ble skapt en fortelling om det mytiske landet, Ecuador, hvor alt det utenkelige man kan forestille seg skjer. Et land med overflod. Et land med matmangel. Et varmt land. Et kaldt land. Alt dette var Ecuador, og om vi bare kunne hjulpet dem med å gi oss bananer ville alt blitt så mye bedre. Alle de påstandene er med på å bygge opp opplevelsen rundt bananen. Man kommer nærmere tropene ved å spise bananer. Man hjelper Ecuador med å spise bananer. De har jo tross alt for mange av dem.

Og i Ecuador finnes en eksport vare som kan selges ubegrenset bare man finner den rette måten å selge varen på. Denne varen er bananer. Det er så mye at selv om en fjerdedel blir skumpet i stykker og mast til mos på veiene ned til kysten – og det blir de – så er det nok likevel.¹⁷⁵

De har så mange bananer at det ikke er så farlig at mange går tapt under transport. Frukten blir nærmest en evig kilde. Videre omtales det også hvordan de kan velge hvordan de skal selge dem og hvordan det kan skape arbeid og inntekt for landet. «De kan bli solgt modne og eksportert i kjøleskap. Men de kan også bli foredlet. Det gir større inntekter samtidig med at landets borgere får arbeid.»¹⁷⁶

Etterspørselen rundt bananen var ikke utelukkende å finne blant samtidens aviser, men man kunne også finne eksempler fra kokebøker som etterspurte bananer. «Av og til er det bananer å få, og vi vil bruke dem til å lage Bananlys»¹⁷⁷ og «Egentlig skulle kaken pyntes med bananskiver, de to smakene klær hverandre veldig godt, men vi får vente til det kommer «en båt med bananer»...»¹⁷⁸ som presenter hvordan manglende bananer kunne påvirke hvilke oppskrifter man faktisk kunne lage. Det kan også tenkes at manglende banantilbud kunne påvirket hyppigheten bananer ble tilskrevet i oppskrifter. Hvorfor ha med ingredienser man ikke får tak? Det kunne jo raskt vært problematisk å avslutte alle oppskrifter slik: «..hvis der er bananer å få»¹⁷⁹, som var et eksempel man faktisk kunne møte på.

Et tegn på både økende etterspørsel, men samtidig et voksende marked, vil ofte være flere investeringer innen bananmarkedet. I 1954 fikk man «Norges nordligste bananmodneri, og trolig verdens nordligste, ligger i Mo i Rana.»¹⁸⁰ En slik investering indikerer at man

¹⁷⁵ «Fra landet uten veier, hvor de sultne 'vader' i bananer.»

¹⁷⁶ «Fra landet uten veier, hvor de sultne 'vader' i bananer.»

¹⁷⁷ Elise Sverdrup, *God middag, Norbok* (Drammen: (Lyche), 1954), 17, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2011120108151.

¹⁷⁸ Sverdrup, 22.

¹⁷⁹ Sverdrup, 32.

¹⁸⁰ «Blir Nord-Norge selvforsynt med bananer fra eget modneri?», *Lofotposten*, 2. oktober 1954, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_lofotposten_null_null_19541002_59_227_1.

forventer en god utvikling innen bananmarkedet i Norge på dette tidspunktet og framover. Det bringer selvsagt også med seg andre fordeler.

Fordelene med å ha et bananmodneri i landsdelen skulle være åpenbare. En oppnår da å kunne sende ut de bananene til forhandlerne når de har nådd en passende modningsgrad, slik at kundene slipper å spise overmodne bananer på spreng og kjøpmennene unngår å brenne inne med råtne bananer, noe som ofte er tilfelle når bananene har hatt en lang transport i moden tilstand.¹⁸¹

I motsetning til tidligere var man nå åpen om at bananer faktisk kunne bli for modne, og dermed også risikere at dem råtnet. Og for å løse dette problemet ville man redusere tiden modne bananer var i transport fasen. «Når det gjelder selve transporten av bananer i moden tilstand, kan denne godt skje til alle årstider, idet modne bananer tåler temmelig lave temperaturer, noe som ikke er tilfelle med umodne bananer.»¹⁸² Med et bananmodneri i nord-Norge ville man dermed ikke være like avhengig av hvor raskt frukten fant veien til dem. Man kunne styre modningen i mye større grad lokalt. Altså var det ikke like farlig å innrømme at bananer kunne bli både overmodne og råtne når man kunne ordne ferskere bananer enn tidligere.



Foto: L. Szacinski (firmaet)

Oslo Museum

Bilde 2 Stiftsgården, Banan-Matthiessen bananmodneri, interiør, hengende bananer.

¹⁸¹ «Blir Nord-Norge selvforsynt med bananer fra eget modneri?»

¹⁸² «Blir Nord-Norge selvforsynt med bananer fra eget modneri?»

Mot slutten av perioden kom det imidlertid gladnyheter for bananentusiaster og fruktnyttere i Norge. Med avisartikler som skriver «Bananer er blitt en vanligvare i butikkene igjen etter snart 20 års fravær under og etter krigen.»¹⁸³ og «Salget er 8-10 ganger så stort som før krigen. Det skal noe til å skaffe nok.»¹⁸⁴ kan de som har lengtet tilbake til førkrigsperioden glede seg over at det man endelig skulle få bananer så ofte som man vil. Avisene seg i mellom er heller ikke helt enig om hvor bra det går med banansalget og banankonsumet, men de er alle enig om at det går bra. «Vi spiser over 3 ganger så meget bananer som i førkrigsårene.»¹⁸⁵ må vel forstås som at markedet endelig har kommet mot et adekvat nivå. Videre sammenlignes det med målte tall mot tiden før, og da får vi utdrag som dette: «Når det gjelder vårt land så importerte vi i perioden 1934-38 en mengde som tilsvarer et forbruk på 2,5 kilo pr. person og år. I siste år var importen kommet opp i nærmere 30.000 t. og dette vil da si at vi er kommet opp i et forbruk av noe over 8 kilo pr. person om året.»¹⁸⁶ Når man i årene før snakket om 10.000 tonn for å dekke det norske behovet, kan det ikke forstås som noe annet enn en enorm suksess for bananen å nå 30.000 tonn importerte bananer per år. Slike tall plasserer også det norske bananmarkedet høyt opp mot andre land. «Blant alle importland er det bare Sambandsstatene, Argentina og Kanada som kan vise et større forbruk av bananer enn hva det er i vårt land, regnet pr. person og år.»¹⁸⁷ I 1959 var Norge altså helt i toppen, justert for innbyggertall, i konsum av den tropiske frukten.

4.4 Var bananen egentlig fantastisk?

I avisene i denne perioden kunne man faktisk lese om hvordan bananen slett ikke var så fantastisk som mange hadde kommet til å tro. Det kom brått artikler som kritiserte bananreklamene før krigen og om hvordan dem hadde presentert bananen alt for positivt til det norske folk. «Me hugsar alle den store reklamen det var for bananer fyre krigen. Og folk trudde på bananer som den reine vidundermedisin»¹⁸⁸ Påstanden er alvorlig, men den stemmer også godt overens med markedsføringen og annonser presentert i kapittel 2 og 3, tidligere i

¹⁸³ «BANANENE skal komme oftere til Hedemarken.»

¹⁸⁴ «BANANENE skal komme oftere til Hedemarken.»

¹⁸⁵ «Det kommer en båt med bananer», *Indre Akershus Blad*, 1. september 1959, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_indreakershusblad_null_null_19590901_52_99_1.

¹⁸⁶ «Det kommer en båt med bananer».

¹⁸⁷ «Det kommer en båt med bananer».

¹⁸⁸ «Poteta er meir vitaminrik enn bananer.», *Sogns Avis*, 8. november 1945, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_sognsavis_null_null_19451108_20_19_1.

denne oppgaven. Videre presenterer artikkelen sine egne eksempler med « «Spis bananer», og den sjuke vert frisk. «Spis bananer» og den friske vert sterk o.s.v. »¹⁸⁹ Det er altså ikke merkelig at nordmenn kan tro at bananen er en såkalt «vidundermedisin» med slik markedsføring. De har også forhørt seg med en svensk lege som ikke var særlig positiv til bananen og dens framstilling.

Det vart påvist at bananer slett ikkje var så utifra som reklamen sagde. No ser me at ein svensk lækjar er inne på det same. Bananimporten er heilt uturvande, seier han. Det er ikkje rett å nytta koste-samt lasterom til å føre heim denne dyre og verdlause frukti. Bananen er vitaminfattig, den står i så måte attende for poteta. Poteta har 20 – 30 mg C-vitamin og 3 mg B vitamin pr. hg, medan bananen har 10 mg C-vitamin og 1 mg B vitamin pr. hg. Dessutan har poteta 100 eininger A vitamin som er heilt sakna i bananen.¹⁹⁰

Vitaminpåstander lå løst i perioden før andre verdenskrig, som vi kunne erfare i kapittel 3. Her plukkes det dermed opp at bananen ikke var et vidunder innen vitaminer heller, som jo hadde blitt påstått. Så om det eneste som var viktig for forbrukerne var vitamininnhold ville det jo ikke lenger være noe behov for å importere den tropiske bananfrukten. I en slik sammenheng ville det raskt blitt slik som den svenske legen konkluderer med: «Dei pengene som vert brukte til bananer er på ingen måte vel nytta, sier den svenske lækjaren.»¹⁹¹ På den annen side spiller andre faktorer som for eksempel smak og enkelhet også inn, og denne kritikken betydde skulle på ingen måte bety at bananeventyret i Norge var over.

Det kom også kritikk på hvor mye næring man kunne få for pengene når gjaldt innkjøp av bananer. «Redaktør Einar Hildrum har i Norsk Hagetidende gått voldsomt i mot import av bananer og skriver bl. a. at en importvare som bananer blir fordyret til over 4 ganger innkjøpsprisen før varen kommer ut til forbrukerne.»¹⁹² Han mener dermed at norske forbrukere betaler unødvendig mye for bananen. Han utdyper videre i artikkelen.

Annonnene forteller oss videre hvor godt vi har av å spise bananer og ikke blir det dyrt for landet heller, heter det. Redaktøren setter opp følgende regnestykke: 1 kg. margarin koster 1 krone og inneholder 7400 kalorier. 5 kg. poteter koster ca. 4 kr. og inneholder ca. 4000 kalorier. Til sammen blir dette ca. 11.400 kalorier for to kroner. For å skaffe samme kalorimengde i form av bananer må det til ca. 15

¹⁸⁹ «Poteta er meir vitaminrik enn bananer.»

¹⁹⁰ «Poteta er meir vitaminrik enn bananer.»

¹⁹¹ «Poteta er meir vitaminrik enn bananer.»

¹⁹² «Importerte bananer og norske grønnsaker.», *Aura Avis*, 5. august 1949, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_auraavis_null_null_19490805_3_52_1.

kg. For tiden blir utsalgsprisen pr. kg. bananer minst kr. 3—. D.v.s. at de kalorier som i bananer koster kr.45 kan vi i form av margarin og poteter kjøpe for ca. kr. 2—. ¹⁹³

Regnestykket som blir presentert over går jo åpenbart ikke i bananens favør. På samme måte som i forhold til vitaminer, vil ikke bananen kunne forsvares å importeres bare basert på dens næringsverdi.

I husmor-bøker, kostlære-bøker og kokebøker var det oftere en mer «rett på sak» holdning til bananer, hvor man også så mye på fruktens egenskaper, næring og bruksområder uten å romantisere frukten. Eksempelvis fra *Husmorboken*, kommer det fram en tabell om hvor mange kalorier man kunne få for 10 øre. Utrechnet med priser fra 1938 ble det presentert at bananer ville gi 71 kalorier for 10, mot 39 kalorier på epler som var nederst på deres tabell, gulrøtter med 130, og havregryn på topp med 853 kalorier for 10 øre. ¹⁹⁴ Med utgangspunkt i kalorier stiller altså bananen greit mot frukt og grønnsaker som epler og gulrøtter, men stiller altså ikke sterkt mot kaloritette varer som kornprodukter. Boken presenterer som nevnt i starten ingen romantisering rundt bananen, men en tydelig og oversiktlig tabell som kan være grei å forholde seg til. Videre forklarer utgaven fra 1945 om sukkerforholdet i utvalgte frukter «..som druer og bananer, har om lag 15%. Når frukten tørkes og mye vann damper bort, blir suktermengden så mye større.» ¹⁹⁵ Som vil forklare hvorfor man kunne presentert modne og overmodne bananer som svært næringsrik sammenlignet med umodne bananer. Denne «rett på sak» holdningen man kunne finne i bøker betydde derimot ikke nødvendigvis at de presenterte bananen særlig negativt. Det ble i all hovedsak presentert veldig beskrivende med utgangspunkt i bl.a. hvor frukten dyrkes, forskjellige typer bananer og dens oppgitte næringsinnhold. Dette åpnet for en anerkjennelse om at bananen «som mineralstoff- og vitaminkilde er den overvurdert.» ¹⁹⁶ Bananen ble på den annen side fortsatt trukket fram for sine positive egenskaper som «svært lett fordøyelig» og «en svært hygienisk frukt». ¹⁹⁷

Bananhandelen høstet kritikk på bakgrunn av hvordan banandriften hadde foregått i Mellom-Amerika. I en lengre avisartikkelen kommer selskapet United Fruit, tidligere Boston Fruit, under søkelyset. Det var United Fruit som leverte bananer til Banan-Matthiessen, men de gikk ikke bort fra Fyffes og over til Chiquita merket, som United Fruit markedsførte, før i

¹⁹³ «Importerte bananer og norske grønnsaker.»

¹⁹⁴ Liv Gleditsch og Landslaget for husstell-lærerinner, *Husmorboken*, 5. oppl. (Oslo: Cappelen, 1945), 189, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014011708009.

¹⁹⁵ Gleditsch og Landslaget for husstell-lærerinner, 395.

¹⁹⁶ Eiler H. Schjøtz, *Kostlære, Norbok* (Oslo: Fabritius, 1942), 377, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2012121806006.

¹⁹⁷ Schjøtz, 377.

1967, da de ikke greide å få på plass en ny avtale med Fyffes. Banan-Matthiessen var ikke fornøyd med dette, da de tross alt hadde brukt mye tid på å bygge opp Fyffes merket i Norge.¹⁹⁸ «I 1885 startet 11 personer i Boston et firma som fikk navnet Boston Fruit Co., med en kapital 15 000 dollars. I dag har Boston Fruit Co. utviklet seg til et foretak med over 4000 millioner kroner og kontrollerer de små mellomamerikanske statene med hardere hånd enn noe diktatur.»¹⁹⁹ Det er altså snakk om et selskap som har hatt en enorm vekst. Og det tas videre opp om denne veksten har vært i tråd med samfunnets moral og etiske normer. «Det blir påstått at konsernet at konsernet er verdens største landbruks- og plantasjeforetak, og konsernes historie er et eksempel på den hensynsløse utsugningen og blodige undertrykkelsen som har vært kolonimaktens metode over hele verden.»²⁰⁰ Hvis bananhandelen skulle være slik, ville jo dette stå i sterk kontrast til artikler som setter søkelys på bananressurser som bare venter på å bli utnyttet i forskjellige land. John Soluri skriver i *Banana Cultures* om hvordan United Fruit også tok i bruk mye markedsføring for å sikre seg et riktig syn på bananen.²⁰¹

Jo lengre bak banandriftens historie, jo grovere var driften, kom det fram. Det ble vist til at i starten av driften var angivelig United Fruit Co. veldig hensynsløs. «Datidens bananskipperer var harde karer, som med bibelen i den ene handa og sveipa i den andre jagde mannskapene i arbeidet. De kviet seg heller ikke for å kaste en syk mann over bord for å slippe å miste dyrebar tid i karantene.»²⁰² Profitt over samvittighet. Og profitt skulle det bli. «De nordamerikanske kapitalistene drev bananplantasjene slik at det var utpreget rovdrift. Man pinte jorda slik at det ikke lenger lønte å dyrke noe på den, og så la de plantasjene ned, og tok med seg alle faste anlegg, t. o. m. jernbanespor.»²⁰³ Selskapet skydde således ingen midler. Artikkelen forsetter videre om selskapets aggressive landpolitikk der de var til stede og hvordan lokale jordeier endte opp med å binde seg til livsvarig slaveri ved å sette seg i gjeld til konsernet for å få råd til det tekniske utstyret som krevdes for å konkurrere.²⁰⁴ Var dette framtiden for eksempel Ecuador hadde i vente om de lot vesten hjelpe dem å utnytte ressursene sine? Bananhandelen var kanskje ikke så positiv som den hadde blitt presentert, og

¹⁹⁸ BAMA-gruppen mfl., *En fersk historie: BAMA 125 år*, red. Hanne Linnert og Hanne Linnert, *Norbok* (Oslo: Kagge forlag, 2011), 66, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2022081948618.

¹⁹⁹ «DET BLODIGE BANANIMPERIET», *Friheten*, 8. januar 1955, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_friheten_null_null_19550108_15_6_1.

²⁰⁰ «DET BLODIGE BANANIMPERIET».

²⁰¹ John Soluri, *Banana cultures : agriculture, consumption, and environmental change in Honduras and the United States*, acls humanities e-book (Austin: Austin: University of Texas Press, 2005), 221.

²⁰² «DET BLODIGE BANANIMPERIET».

²⁰³ «DET BLODIGE BANANIMPERIET».

²⁰⁴ «DET BLODIGE BANANIMPERIET».

selv om dette ikke spiller inn på verken fruktens egenskaper eller næring, kan slik kritikk skade merkevaren til en gitt vare. Dermed ville bananen sin merkevare kunne lide på bakgrunn av dette. Man tenkte seg kanskje en ekstra gang om før man kjøpte en banan etter å ha lest dens historie i avisen samme morgen.

4.5 Sammendrag

I dette kapittelet har vi sett hvordan bananen hadde blitt savnet av mange nordmenn under andre verdenskrig. Kapittelet har presentert hvordan det hadde vært meget stor etterspørsel av bananer i det norske samfunnet på bakgrunn krigen og importrestriksjoner som fulgte. Oppgaven har også presentert en mengde med utdrag fra kritikk mot markedsføringen og overdrivelsene rundt bananens egenskaper før andre verdenskrig. Selve banandriften fikk også kritikk i denne perioden, og selv om akkurat denne kritikken ikke handlet så mye bananen som en vare eller objekt kan de likevel ha skadet merkevaren til frukten.

Kapittelet har vist hvordan bananen var savnet under andre verdenskrig, og at etterspørsel rett etter og i tiden etter var svært høy. Det har blitt vist utdrag hvor importrestriksjonene for bananer mottar kritikk også fra den gjengse mannen i gaten i et nedskrevet ønske om at man skulle få importere flere bananer til Norge. Framstillingen av den høye etterspørselen fortsatte også etter at man hadde nådd importvolumet man hadde før krigen, og det ble stadig skrevet om at man trengte flere bananer i Norge. Som resultat av dette kunne man lese om hvordan det fantes store uutnyttede landområder hvor det kunne dyrkes bananer som igjen kunne selges til de som trengte det mest. Snart var det ingen som trengte bananer mer enn nordmenn utenfor troppene hvis man så på konsum per innbygger.

Opgaven presenterte kritikk rettet mot bananens overdrevne markedsføring før krigen samtidig som bananproduksjonen høstet mye kritikk. Bananen hadde ifølge kritikken opptrådt uærlig og markedsført frukten som en mirakelfrukt innen næring, uten at dette stemte. Til tross for at bananen fikk mye kritikk i perioden virket ikke det til å påvirke bananens suksess nevneverdig. Frukten skulle selge mange ganger så mye som den solgte før krigen uten at etterspørselen sank i det offentlige rom.

Sammenlignet med de tidligere periodene var det ikke like mye intens markedsføringen rundt bananen og man hadde gjerne en mykere form for reklame hvor man ikke overdrev eller gjøglet like mye som tidligere. Kritikken mot bananer hadde gjerne ikke

fått direkte opplevde konsekvenser for dens konsum, men markedsføringen ble mer diskre og mindre vågal.

Bananen hadde tatt store steg innenfor kokebøkene i forrige periode, men hadde fremdeles ikke fått sitt store gjennombrudd innen denne periodens start. Importrestriksjonene og tilgjengeligheten på frukten hadde påvirket fruktens utvikling i kokebøkene ved at det ikke alltid var grunnlag for å inkludere frukten i oppskrifter hvis den ikke var å få tak i. Likevel tok frukten steg mot å etablere seg i både salater og desserter. Det var også et fokus på å vise fram bananens mange bruksområder i kokebøkene og hvor allsidig den kunne brukes.

Kapittel 5. «Bananer er «in» frukt som aldri før», 1960 – 1990

«Apropos slank på bananer: Har De noen gang sett en tykk apekatt?»²⁰⁵ var en påstand man kunne møte på i en annonse for å selge inn frukten som slankekost. Dette humoristiske innslaget dukker opp i en periode hvor det var et stort fokus på helsekost og dietter for slanking.

Dette kapittelet ser nærmere på perioden 1960 til 1990, hvordan bananen ble integrert i Norge i nevnte periode, og hvordan den framstilles i norsk offentlighet. Kapittelet bygger på underproblemstillingene: «Hvordan har bananen blitt framstilt i norske aviser og norske kokebøker mellom 1905 og 1990?», «Hvordan har bananen kunne lykkes i Norge til tross for geografiske utfordringer?» og «Hvordan har bananens egenskaper påvirket fruktens suksess i Norge?». Tidsrommet 1960 til 1990 kan karakteriseres som en tid hvor helsekost og slanke-dietter preger matveien, noe som preger bananens framstilling og omtale i perioden. Videre får den fortsatt mye plass i norsk offentlighet med et stadig økende konsum. Dens omtale i norsk offentlighet er ikke bare gjennom markedsføring, men flere av artiklene bærer preg av å skulle overtale leserne til å bruke og kjøpe bananer selv om det ikke alltid kommer tydelig fram som reklame. Å se at informative artikler kan faktisk være skjult reklame vil også ha kunne påvirket den reelle oppfatningen bananen hadde.

Jeg vil gjennom dette kapittelet argumentere for at bananen ble integrert gjennom fortsatt intensiv markedsføring samt at bananen endelig blir «hverdagslig» i den grad at folk flest ikke trenger en påminnelse for å huske på bananen. Dens rolle innenfor matlaging og konsum blir også stadig klarere innen «sunne» retter, samt dens allsidighet som en rask og enkel næringskilde.

5.1 Enorme bananskulpturer og økende konsum

I løpet av perioden ble banansuksessen markert høytidelig flere steder rundt om i landet. I 1952 ble det reist en enorm bananskulptur på taket av bananmodneriet i Oslo, og 8 år senere skulle man gjøre noe lignende i Stavanger.²⁰⁶

²⁰⁵ «Er det mulig å spise seg slank på bananer?», *Hadeland*, 1. august 1964, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_hadeland_null_null_19640801_47_87_1.

²⁰⁶ BAMA-gruppen mfl., *En fersk historie*.

Fra toppen av det splitternye bananmodneriet vil et tre meter høyt lysende eksemplar av *Musa Sapientum* være synlig over hele halve Stavanger. Et blinkende symbol på at vi spiser mer bananer enn vi noen gang har gjort, og at modning og distribusjon stiller ganske andre krav til rasjonelle arbeidsmetoder enn den gang Banan-Matthiesen sjøl dro rundt i Oslo med de første bananene på ei håndkjerre.²⁰⁷

Det var altså ikke nok med å være tre meter høyt. Den skulle jo selvsagt blinke. Hele halve Stavanger skulle bli oppmerksom på bananen og dens suksess i Norge. Bananeventyret hadde jo vært en suksess samtidig som dens vei mot det hverdagslige også sto for døren. Man finner i denne perioden eksempler på hvor det uhytidelig ble skrevet om hvordan frukten er en helt vanlig del av vårt kosthold. Allerede i 1960 skrives sammenlignes det med situasjonen da mot de første årene bananen ankom Norge. «Den eksotiske frukten som ingen ville ha for 50-60 år siden har blitt en del av vårt daglige kosthold.»²⁰⁸ Overgangen er stor, og frukten konstateres i den artikkelen som normalisert og som en del av det hverdagslige. «Før krigen spiste hver nordmann rundt 2 kilo bananer i året, i dag setter vi til livs over 10 kilo. Det har med andre ord skjedd en femdobling. Bare de landene som produserer bananer, kan vise til et så høyt forbruk.»²⁰⁹ ble det skrevet i 1974.

Perioden hadde også flere ambisiøse og oppslagsvekkende prosjekt med markedsføringen av bananen. Et eksempel på dette er om Lars Forseth som skulle forsøke å gå til Stavanger med kun bananer som mat. «Forsøkte å gå til Stavanger med bananer som eneste føde, men måtte gi opp.»²¹⁰ Det er ikke klart fra artikkelen hvor han skulle gå fra, selv om man kan anta at det er snakk om en lengre tur. «Ja. De skjønner, jeg kombinerte ofte disse turene med reklame for bestemte produkter.»²¹¹ Markedsføringen hans for bananer var altså ikke fordi Forseth var spesielt glad i bananer. Forsøket med bananer var jo tross alt ikke vellykket da han måtte gi opp underveis, men det gjorde ikke markedsføringen mindre synlig av den grunn. Et annet eksempel på den kreative markedsføringen som blir omtalt i perioden er om et spenstig reklame-stunt med tre unge menn iført Chiquita t-skjorter som synger gamle sanger med modifiserte sangtekster om bananer. «Med jevne mellomrom drar de landet rundt og har «banan-show», utenfor forretninger og andre bananselgere. – Året rundt, påstod de. –

²⁰⁷ «Bananer er som kvinnfolk - de trenger varme og pen behandling.», *Rogalands Avis*, 27. september 1960, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_rogalandsavis_null_null_19600927_62_225_1.

²⁰⁸ «Bananer er som kvinnfolk».

²⁰⁹ «Vi spiser mer enn ti kilo bananer i året», *Vestfold Fremtid*, 14. november 1974, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_vestfoldfremtid_null_null_19741114_1_263_1.

²¹⁰ «Lars Forseth - forfatter, naturelsker og fotturist», *Jarlsberg*, 14. juni 1962, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_jarlsberg_null_null_19620614_119_67_1.

²¹¹ «Lars Forseth».

Lønna er ikke all verden, men vi får spise så mange bananer vi bare vil, la de til for å beskrive arbeidsforholdene.»²¹² Med bananshow Norge rundt skulle banansuksessen helst ikke bremse ned. Man kunne alltid kjøpe flere bananer. Frukten var også å finne i spisekonkurranser med «Under Florø-Dagene som begynner onsdag, vil det bli gjort forsøk på ny Guinness-rekord i spising av bananer»²¹³. Dermed hadde bananen gjort seg godt til rette i kulturelle begivenheter. Med ambisiøs markedsføring samt innpass i kulturelle begivenheter blir bananen stadig mer synlig i Norge.

Hvordan man skulle oppbevare bananene og hvor bananene kom fra hadde betydning. Det vises til en klarere fasit for oppbevaring av bananen og hvordan det påvirker fruktens egenskaper. På bananmodneriet foregår oppbevaringen slik når frukten skal modnes: «I ti bokser med en kapasitet på 300 bananbunter i hver, modnes frukten i en temperatur 16-18-20 grader.»²¹⁴ Den skal altså oppbevares lunt, verken kaldt eller særlig varmt. Det var tydeligvis også et behovet for å advare forbrukerne om hvordan de skal oppbevare dem. «Og putt for all del ikke de nyinnkjøpte bananene i kjøleskapet, er modnerisjefens advarsel. Da er de svarte og uappetittlige neste dag»²¹⁵ Advarselen står imidlertid i kontrast til bananens hverdagslighet til tross for det mest sannsynlig handler om at hvis bananen blir oppbevart feil kan frukten få et dårlig rykte på seg. Alle bananer er slett ikke like. Det blir også skrevet om hvor de ulike bananene kommer fra og hvordan det påvirker smak og holdbarhet. «Forresten er de vestindiske bananene best, - etter norsk smak. De holder seg lenger også. Bananene fra Kanariøyene er mer aromatiske og i søtste laget. Det er dem vi får om våren. De amerikanske hører sommeren og høsten til, mens vinterfrukten kommer fra Kamerun.»²¹⁶ Dette er en kommentar fra modnerisjef Wallem og ikke overraskende er ingen av bananene de importerer noe dårligere enn de andre importerer, men heller annerledes.

Et annet eksempel med søkelys på 10 kilo milepælen, er fra 1974 og har tittelen «Vi spiser mer enn ti kilo bananer i året», hvor artikkelen går gjennom alt fra bananbåtene til slankekost. Artikkelen ser tilbake på folkesamlingene som en gang samlet seg hver gang det kom en båt med bananer. «Det kommer en båt med bananer... I våre dager er det ikke helt det store oppstusset over slike båtanløp. Ingen kjempeedderkopper og fryktinngytende slanger i

²¹² «Banan-show», *Kragerø Blad*, 19. juli 1984, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_krageroblad_null_null_19840719_143_79_1.

²¹³ «Guinness rekordforsøk i Florø», *Fjordenes Tidende*, 18. juni 1984, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_fjordenestidende_null_null_19840618_75_69_1.

²¹⁴ «Bananer er som kvinnfolk».

²¹⁵ «Bananer er som kvinnfolk».

²¹⁶ «Bananer er som kvinnfolk».

lasterommet med etterfølgende bilde og tekst i avisene.»²¹⁷ Tiden med folkesamlinger for å se lossingen av bananer var gjerne forbi, men frukten dukket jo ofte opp i avisene likevel. Uten folkesamlingene ble imidlertid selve lossingen mer effektiv om man skal forstå Kalle Nergård riktig. «Direktør Kalle Nergaard i firmaet Banan-Matthiesen medgir at lossing av bananer er blitt ganske avromantisert med åra. Han legger skyndsomt til at ikke minst bananene har tjent på det.»²¹⁸ Effektiv lossing var til og med å foretrekke i denne perioden framfor litt gratis publisitet, da bananen ikke lenger skulle være noe fremmed og eksotisk for nordmenn flest. Nordmenn hadde blitt så vant til bananen at man hadde begynt å bli kresne også. «Norske forbrukere er kresne av seg når det gjelder bananer – det skyldes ikke minst det faktum at vi er blant verdens største forbrukere av denne frukten.»²¹⁹ Et luksus-problem for bananhandlerne altså. I et tilbakeblikk til den første bananlasten og den første perioden omtales den tidlige driften i Norge slik: «I hele sin ferd drev den ukuelige Matthiessen propaganda for sin banan, slik at publikum til slutt så mannen og bananen som noe nær siamesiske tvillinger og døpte ham Banan-Matthiessen, et hedersnavn som firmaet bærer videre den dag i dag.»²²⁰



Bilde 3: Lossing av bananer, 1956. Dagbladet.

²¹⁷ «Vi spiser mer enn ti kilo bananer i året».

²¹⁸ «Vi spiser mer enn ti kilo bananer i året».

²¹⁹ «Vi spiser mer enn ti kilo bananer i året».

²²⁰ «Slankekost fra gulv til tak», *Levanger-Avisa*, 30. oktober 1965, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_levangeravisa_null_null_19651030_118_124_1.

5.2 Bananen er mer enn «bare» en frukt; det er mat.

Bananen var slett ikke noen frukt lenger. Den skulle ikke bare serveres på siden, eller ligge pent på et fruktfat. Det ble i perioden nådd milepæler som nevnt i 5.1, men at frukten hadde blitt noe mer enn frukt skulle ifølge noen ha bidratt til dette. I løpet av denne perioden nådde Norge et banankonsum på 10 kilo per person per år, en milepæl som kom fram i flere aviser. Avisene viste gjerne til hvor mye man spiste før og rett krigen og hvor mye nordmenn spiste rundt publisering. En artikkel fra 1973 har med milepælen som utgangspunkt valgt å spekulere i årsakene. «Årsakene til dette kan være så mange, men en av dem er trolig at han ser på bananen som mat og ikke bare som frukt.»²²¹ Frukt har jo sine begrensninger, mens mat er overskrider alle kategorier og allsidighet. Om bananen ikke blir låst til frukt kategorien på samme måte som eksempelvis et eple ville også aksepten være stor for å bruke til det man måtte ønske. «Dette fører til at bl.a. til at bananer i dag brukes til både frokost, lunsj og middag.»²²² Den kan være svaret til alle måltider således. Artikkelen skriver videre om hvem som er de største konsumentene til bananen. «De fleste barn er glad i bananer og svarer nok for hovedtyngden av forbruket i Norge.»²²³ Dette er kanskje ikke overraskende med all markedsføringen rettet mot å gi bl.a. spedbarn banan. Hvis de har fått de siden før de kunne gå er det jo muligens ikke særlig overraskende at de vil fortsette å spise bananen. Men er bananen blitt noe «mer» enn frukt? «Undersøkelser som foretatt av FAKTA i Norge og i utlandet viser at mange mennesker betrakter bananen som noe mer enn frukt og grønnsaker.»²²⁴ Påstanden var altså ikke tatt ut av luften, men at bananens faktisk ble betraktet som noe «mer» enn de andre fruktene hos konsumentene.

Med bananen som noe «mer» en enn frukt kan den selvsagt også brukes til mer enn typisk frukt. Eksempelvis presenteres det hvordan man kan bruke bananen til å lage chips, som kommer fram i en oppskrift fra en avisartikkel:

Bananer skjæres i løvtynne skiver og legges på rist eller aluminiumspapir. Grillen reguleres til 120 grader og risten settes på nederste rille i ovnen. Døren lukkes og varseluret setter på ringing om 55 min. Ferdig ristet er bananskivene dyp gyldne og sprø, med en eksotisk duft og smak.²²⁵

²²¹ «Hver nordmann spiste 10 kg bananer i 1972», *Sandefjords Blad*, 27. mars 1973, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_sandefjordsblad_null_null_19730327_82_74_1.

²²² «Hver nordmann spiste 10 kg bananer i 1972».

²²³ «Hver nordmann spiste 10 kg bananer i 1972».

²²⁴ «Hver nordmann spiste 10 kg bananer i 1972».

²²⁵ Sol, «Et brev om bananer», *Nes og Helgeøya*, 2. oktober 1965, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_nesoghelgoeya_null_null_19651002_9_113_1.

Hvis man skulle ha vært så heldig at man kjøpte flere bananer enn man trengte kan man jo alltid lage chips med dem også nå. «Hvorfor skal bananer bare ligge i fruktfatet? Bananer er godt på mange måter – stekte, på maten, i desserter og salater.»²²⁶ Man skal ikke begrense denne frukten på til et enkelt fruktfat. Uten slike begrensninger får man altså «frukten som ikke bare er frukt, men også mat og snacks. Bananer kan vi kjøpe året rundt og vi kan også spise den når som helst på døgnet»²²⁷ Hvordan har dette påvirket forbrukere? Ble det større aksept for å spise bananen til alle anledninger framfor andre frukt? Det er jo ikke vanskelig å se for seg at det er lettere å kjøpe noe som ikke låst til faste anledninger. Det vil da være greit å alltid ha en banan på lur, fordi den passer til alt. Eller som også ble skrevet: «Bananer er et måltid i seg selv».²²⁸

Bananer kunne ifølge mange artikler og kokebøker brukes til eller i det aller meste. Den ble også regelmessig omtalt som noe raskt og enkelt, uten at det tok fra noen av dens andre egenskaper. Man kunne møte på påstander som «Bananer er lett å tilberede, slik at selv et barn kan greie det»²²⁹ eller «Bananer er enkle å servere samtidig som det gir god næring.»²³⁰ Man kan bruke det i matlaging, men den er såpass lett å bruke at selv barn får det til. Frukten gir attpåtil god næring, selv om den er veldig enkel. ««Ingen tur i sko og mark uten bananer» er en god regel. At bananer i tillegg er gode i frokostblandinger, i pannekaker, i kaker og fruktsalater er noe vi alle vet.»²³¹ Her snakket vi om en allsidig frukt altså. Lurt å ha med på tur da den har så mye god næring, også passer jo den fint inn i resten av hverdagen enten man er glad pannekaker eller fruktsalat. Altså kan «Det finnes utrolig mange muligheter for hvordan bananer kan benyttes i matlagingen.»²³² Frukten passer også tilsynelatende godt til kaker: «Det har mange fordeler å bruke bananer til baking. Modne bananer gir kaken en populær smak og en naturlig søthet. Bananene gir også kaken større fuktighetsgrad, slik at Banan-Valnøttkaken kan lages en dag før den serveres uten at du risikerer at den er tørr.»²³³

²²⁶ «Små-godt med banan», *Vårt land*, 3. mars 1967, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_vaartland_null_null_19670303_23_53_1.

²²⁷ «BANANEN», *Innherreds Folkeblad*, 29. mai 1979, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_innherredsfolkebladv_null_null_19790529_79_42_1.

²²⁸ Elsa Ekblad, «Den vidunderlige bananen», *Akershus Amtstidende*, 2. mars 1989, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_akershusamtstidende_null_null_19890302_107_44_1.

²²⁹ «BANANEN».

²³⁰ «Bananer godt til mye», *Farsunds Avis*, 4. juli 1981, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_farsundsavis_null_null_19810704_93_151_1.

²³¹ «Bananer godt til mye».

²³² «Varier med bananer», *Folkets Framtid*, 11. juni 1982, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_folketsframtid_null_null_19820611_36_43_1.

²³³ «Hjemmebakte kaker er best!», *Glåmdalen*, 19. desember 1978, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_glaamdalen_null_null_19781219_53_293_1.

Siden bananen tross alt inneholder mye vann tilfører frukten mye fuktighet til kaken slik at den ikke ville bli tør om man skulle laget den dagen før.

Frukten får derimot ikke samme behandling i kokebøkene som den gjør i avisene. Bananen får mye representasjon i *Husmorens store kokebok*, men har ofte bare et bare retter hvor den har hovedfokuset. Frukten dukker opp i blant annet «Rømmefromasj med bananer», hvor man moser bananene, rører inn litt sukker, pisker sammen med rømme før man tilsetter smeltet og avkjølt gelatin.²³⁴ «Banansne» hvor bananer moses, røres sammen med sitronsaft og sukker. Blandes så med stivpisket eggehvite.²³⁵ Den dukker også opp i retten «Indiske bananer», som er en side rett, hvor frukten skrelles og stekes i smør på pannen. Bananene anrettes porsjonsvis før man legger pisket fløte med mandler langs bananene.²³⁶ Frukten dukker derimot meget regelmessig opp i fruktsalater gjennom kokebøkene.²³⁷ Bananen blir gjerne brukt som tilbehør og ikke så ofte som hovedrett. Dette går jo litt imot framstillingen i avisene hvor bananen ikke bare er noe ekstra, men nok i seg selv. Selv om bananen dukker opp i hovedretter også er den ikke grunnlaget eller hovedmomentet i de fleste rettene den representeres i. På den andre siden er den gylne frukten med i alt fra salater til fiskeretter som viser til en stor allsidighet, men den behandles sjeldent som noe «mer enn en frukt». Videre dukker også bananen sjeldnere og sjeldnere opp i nyere retter, som kan forstås som at frukten på mange måter har funnet sin «plass».

5.3 Slankekost og banankost

Bananen står fram som nærmest en mirakelkur innen helsekost, og trekkes regelmessig fram for slanking. « «Det er kanskje uvant å se bananen bli omtalt i den forbindelse», står det i siste nummer for Den norske lægeforening.»²³⁸ Dette står jo i kontrast til næringen og sukkerinnholdet som ble markedsført i de første periodene i Norge. «Bananen er både saltfattig og fettfattig, går det fram av referatet. Videre er den forholdsvis rik på vitaminer og mineraler.»²³⁹ Igjen kommer vitaminer og mineraler fram som en viktig egenskap hos bananen. Videre skrives det om en «ny» egenskap som vil gjøre den ekstra effektiv til bl.a.

²³⁴ Anne-Marie Nilsen og Lill Berit Walvig, red., *Husmorens store kokebok. Bind I-III* (Oslo: Oslo : Norsk kunstforl. i samarbeid med Hjemmet, c1963-1964, 1963), 36, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014103007731.

²³⁵ Nilsen og Walvig, 38.

²³⁶ Nilsen og Walvig, 81.

²³⁷ Nilsen og Walvig, *Husmorens store kokebok*.

²³⁸ «Er det mulig å spise seg slank på bananer?»

²³⁹ «Er det mulig å spise seg slank på bananer?»

slanking. «Når bananen dertil er velsmakende og gir en metthetsfølelse, er det ikke forbausende at bananer har vært anvendt i avmagringdieter i lengre tid i U.S.A.»²⁴⁰ Den skal visstnok gjøre man føler seg mett framfor at man er det. Dette poenget gjentar seg flere ganger. «Fordi bananer er velsmakende og gir betydelig følelse av metthet til tross for lite kalori-innhold, skulle de være vel egnet som avmagringskost.»²⁴¹ Således kan en slankediett smake godt også, man trenger ikke å spise kjedelig og usmakelig mat, fordi bananen nå kan brukes her også. Artikkelen om bananer for slanking har også med et humoristisk spørsmål som lyder slik: «Apropos slank på bananer: Har De noen gang sett en tykk apekatt?»²⁴² Til tross for den humoristiske vinklingen spiller den på forbrukeres logikk hvor man likevel tenker seg over om man faktisk har sett en tykk apekatt, og om det kan ha noe med bananer å gjøre.

Det skulle ikke være vanskelig å slanke seg når man bruker bananer. Enkelt og velsmakende går igjen. «En enkel, men velsmakende diet består av bananer og skummet melk i passende mengder.»²⁴³ Hvis man var redd for at man måtte velge mellom enkel eller noe som smaker godt i en slankediett var jakten nå åpenbart over. Ironisk nok sier tittelen på artikkelen at det ikke finnes noe slikt som en enkel diet innen slankekurer med «slankekur krever energiske tiltak, selvfornektelse og selvkontroll».²⁴⁴ Artikkelen går videre med sine kontraster og skriver at «Både bananer og skummet melk har et begrenset proteininnhold, men proteinet er av høy kvalitet.»²⁴⁵ Alt skal være positivt. Om man ikke har kvantitet så har man jo kvalitet. Og det sikreste tegnet på god kvalitet? «Bare helt modne bananer, dvs. frukt med gult, gjerne brunflekket skall må brukes.»²⁴⁶ En stadig påminnelse om å ikke konsumere suboptimale bananer. Banan-Matthiessen på den annen side ville ikke love like mye om bananen innen slanking som mange av avisartiklene gjorde. «Hos Banan-Matthiessen vil man ikke ubetinget si at bananer er slankekost. En blir verken tykk eller av å spise bananer, er den salomoniske dommen som avsies i Filipstad. Når frukten likevel kan være gunstig i

²⁴⁰ «Er det mulig å spise seg slank på bananer?»

²⁴¹ «Er det mulig å spise seg slank på bananer?»

²⁴² «Er det mulig å spise seg slank på bananer?»

²⁴³ «En effektiv slankekur krever energiske tiltak, selvfornektelse og selvkontroll gjennom hele perioden.», *Hadeland*, 28. desember 1965, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_hadeland_null_null_19651228_48_149_1.

²⁴⁴ «En effektiv slankekur krever energiske tiltak, selvfornektelse og selvkontroll gjennom hele perioden.»

²⁴⁵ «En effektiv slankekur krever energiske tiltak, selvfornektelse og selvkontroll gjennom hele perioden.»

²⁴⁶ «En effektiv slankekur krever energiske tiltak, selvfornektelse og selvkontroll gjennom hele perioden.»

forbindelse med slanking, skyldes det at bananer har høy metningsverdi samtidig som kaloriinnholdet er relativt lavt.»²⁴⁷

Vitaminer blir igjen en viktig del av markedsføringen og framstillingen av bananer i denne perioden. Fra omtrent 1950 til 1975 tok arbeidet til FAO utgangspunkt i at proteinmangel var et av de mest seriøse og utbredte problemene i verden. Dette fikk såpass med oppmerksomhet at generalforsamlingen i FN satte «Verdens protein mangel» på deres agenda.²⁴⁸ Som kan være oppklarende om hvorfor det plutselig får en viktig rolle i markedsføringen igjen. Noen er likevel noe mer forsiktig med påstandene enn i de foregående periodene, da man tidligere eksempelvis ville sagt at bananen var den mest vitaminrike eller næringsrike av alle frukter. Omtalen man fant i denne perioden så mer slik ut «Bananen er både god og nyttig. Den inneholder like mye C-vitaminer som et eple og dobbelt så mye A-vitaminer.»²⁴⁹ Påstandene ble knyttet opp mot en annen frukt hvor man kunne fokusere på de vitaminene man ville for å sikre flatterende sammenligning. Har egentlig et eple enormt med C-vitaminer, eller A-vitaminer som gjør denne bragden imponerende? Hvordan skal en forbruker kunne forventes å ha oversikt over slikt. Ofte ender jo man opp med å ta slike informative utsagn ukritisk til seg. Andre artikler er ikke like forsiktige med å si at «Bananer er en av de mest vitaminrike og mineralrike frukter vi kjenner til, og det er ikke uten grunn at amerikanerne betegner den som «the all food fruit» - den ideelle frukten til alle måltider.»²⁵⁰ Dette spiller altså også på hvordan bananen kan brukes til alle måltider for å få i seg vitaminer og mineraler som snakkes så høyt og godt om.

5.4 «Sannheten» må fram!

Kritikken som kom i forrige periode, hadde satt sine spor i bananen til tross for dens stigende kurs. Banan-Matthiessen AS, omdøpt til BAMA i løpet av perioden gikk hardt tilbake når de hadde mulighet. «Bananer er «in» frukt som aldri før, men dessverre har denne velsmakende frukten av en eller annen grunn fått ord på seg for å ha liten næringsverdi. – Sannheten er det

²⁴⁷ «Vi spiser mer enn ti kilo bananer i året».

²⁴⁸ Kenneth J. Carpenter, «The History of Enthusiasm for Protein», *J Nutr* 116, nr. 7 (1986): 1367, <https://doi.org/10.1093/jn/116.7.1364>.

²⁴⁹ «BANANEN».

²⁵⁰ «Varier med bananer».

stikk motsatte, sier salgssjef Bringsli ved BAMA A/S i Trondheim.»²⁵¹ At det var ikke nok at frukten fortsatte å gjøre det bra. Selv om bananen ble gitt hyllest som en vidundermedisin og mirakelkur i perioden før krigen, som senere ble kritisert og motbevist, var det visst vanskelig å forstå hvordan frukten kunne bli sett på som mindre næringsrik. Han fortsetter med: «Faktum er at bananer er fulle av vitaminer og helsebringende mineraler. De inneholder både vitaminene A, B og C, samt mineraler som kalsium, jern og magnesium.»²⁵² Som vanlig gjøres det ingen spesifikasjoner for at forbrukeren kan sette dette i relevant kontekst. Det forblir vanskelig å tolke hvor viktig eller bra vitaminer, mineraler og dens mengder er for forbrukeren uten å aktivt oppsøke den informasjonen selv. «For folk som slanker seg er bananer det perfekte mellommåltid, smørbrødpålegg og dessert midt i blinken: virker mettende uten å fete, er samtidig næringsrik.»²⁵³ Selv om de hadde vært forsiktig med å promotere frukten som slankekost tidligere, var det nok et marked som var for godt til å stå over. Og når de først hadde startet var det vanskelig å slutte. Videre kom påfølgende utsagn: «Siden bananer er basisk, lindrer den ubehaget hos dem som har magesyreproblemer»²⁵⁴ og «Og om ikke det skulle være nok. Bananer inneholder fiber kan Bringsli fortelle. Mer fiber enn i f. eks. gulrøtter, salat og appelsin.»²⁵⁵ Igjen gjøres det sammenligninger som går i bananens favør. Hvis man alltid sammenligner bananen med en frukt eller grønnsak som har lavere verdi i en gitt næring vinkles det raskt som at frukten har høyest verdi i nærmest alle punktene.

Det var ikke bare den gjengse mannen i gaten som skulle ha blitt overbevist om at bananen var flott. Journalist og lege Elsa Ekblad hadde en spalte, *plukk fra forskningens verden*, hvor hun utbroderte om fruktens mange gode sider. «Den passer for eksempel meget bra som et aldri så lite tilskudd i kosten i et land preget av langvarig vintermørke.»²⁵⁶ Norge har jo lite sol om vintrene og da passer jo det perfekt med denne frukten som dyrkes på andre siden av verden. Den gir nok garantert gode tilskudd i kosten, og den passer jo tross alt godt inn i Norge siden man har nesten glemt at den fraktes så langt som den gjør. Ekblad fortsetter med et vitenskapelig fokus hvor hun bygger opp om hvordan frukten passer sammen med vintermørke. «Nylig oppdaget et forskerteams ved Sahlgrenska sjukhuset i Stockholm at

²⁵¹ «Bananer bedre enn sitt rykte», *Tidens Krav*, 20. oktober 1983, https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_tidenskrav_null_null_19831020_75_243_1.

²⁵² «Bananer bedre enn sitt rykte».

²⁵³ «Bananer bedre enn sitt rykte».

²⁵⁴ «Bananer bedre enn sitt rykte».

²⁵⁵ «Bananer bedre enn sitt rykte».

²⁵⁶ Ekblad, «Den vidunderlige bananen».

bananer inneholder et enzym som virker gunstig mot vinterdepresjon, med andre ord at bananer fungerer som oppkvikkende mat.»²⁵⁷ Litt rask vitenskapelig informasjon som egentlig forteller veldig lite om hvilken type enzym det faktisk er snakk om, men forenkler det for leseren ved å fortelle dem at bananen er oppkvikkende. Forbrukeren får bare den informasjonen den trenger for å forstå at produktet er bra. Ekblads spalte fremstår nærmest som informativ markedsføring.

Det var viktig at «sannheten» om bananers næringsverdi og egenskaper kom ut til alle. Ekblad skriver bl.a. «Det er en myte at bananer er vomfyll som fremmer forstoppelse. Tvert imot så hjelper den på fordøyelsen, fastslo nylig amerikanske forskere. Bananer inneholder stoffer som gjør dem lett fordøyelige. Bananen «smelter» i tarmen i løpet av en time og tre kvarter.»²⁵⁸ Igjen nevnes det ikke hvilke stoffer som gjør bananen så bra, men bare informasjonen om at den er bra. Forbrukeren skal ikke måtte anstrenge seg for å forstå at bananen er bra for dem. I en norsk kontekst sammenlignes den slik når det gjelder fordøyelse «Eplet bruker nemlig to og en halv time å løse seg opp.»²⁵⁹ Så hvis du må velge mellom et eple og en banan så burde man altså en banan om man skal tro på Ekblad, men i realiteten er det jo raskt flere alternativ enn bare epler og bananer. Også ernæring får plass i spalten hennes. «Ernæringsekspertene har mye til overs for bananer, og rangerer frukten høyt oppe på listen for våre sunne grønnsaker.»²⁶⁰ Til tross for at mange har tatt til orde for at bananen er «mer enn en frukt» i denne perioden er det nok ikke veldig mange som sagt at det dermed var en grønnsak. Man kan heller ikke komme unna de viktige næringsstoffene som alltid nevnes. Argumentene rundt vitaminer, mineraler og fiber er også noe som går igjen. Ekblad skriver bl.a. «Bananen er særlig rikholdig på vitaminene A, C og B1 og B6, og mineralene kalium, kalsium, jern og magnesium.»²⁶¹ og «Faktum er at bananen inneholder mer fibre enn samme vektmengde gulrot. Og en gulrot om dagen anbefales av ernæringsekspertene som noe av det sunneste man kan sette i seg.»²⁶² Ekblad tar dermed i bruk sine retoriske ferdigheter med å argumentere ved at bananen som tross alt er bedre enn gulroten, burde jo være en selvfølge på bakgrunn av ernæringseksperterens anbefaling om gulroten. Om man således følger henne står vi igjen atter en gang med en vidunderfrukt, som tross alt er «mer enn bare frukt».

²⁵⁷ Ekblad.

²⁵⁸ Ekblad.

²⁵⁹ Ekblad.

²⁶⁰ Ekblad.

²⁶¹ Ekblad.

²⁶² Ekblad.

Ekspertoppfatningen som man ble presentert var at bananen hadde stort uutnyttet potensiale. Den nærmest fortjente ifølge noen å få potensialet sitt utnyttet. «Det er å nedvurdere den grønne eller gule frukten å vurdere den som simpel vomfyll eller i beste fall et mellommåltid, for den er høyverdig til de grader: Full av vitaminer og mineraler.»²⁶³ Om man ikke brukte frukten riktig sto da ansvaret på forbrukeren. Mulighetene er jo mange.

«Man kan blant annet bruke bananen som ingrediens i dessert, og oppskåret banan passer glimrende sammen med is eller krem, som kakefyll eller som et meget velsmakende brødpålegg. Stekte bananer er også godt, og pepper er velegnet til å sette en spiss på den slags raffinert mat.»²⁶⁴

Om man som forbruker dermed ikke greide å bruke frukten godt hadde man ingen andre enn seg selv å klandre. Ønsket man velsmakende eller raffinert mat måtte man bruke bananen, riktig. Noe veldig mange tilsynelatende fikk til: «Og at salget går unna, viser det faktum at bananer utgjør ca. ti prosent av det norske forbruket hvert år.»²⁶⁵

Noen av fruktens mer delikate og svakere sider kom imidlertid også fram, om kanskje ikke med vilje. «Bananer må behandles med omtanke og respekt, for det dreier seg om en sart frukt. Den liker ikke å bli utsatt for trykk, slag eller støt. Også overfor temperaturer reagerer den meget lett.»²⁶⁶ Det skal veldig lite til for at frukten blir ødelagt. Går transporten litt hardt for seg kan bananen ta skade. Kanskje temperaturen under transport ikke var helt korrekt heller. «Fordi bananen er en så ømtålig frukt, er det viktig at temperaturen i lasterommet er under nøye kontroll. Den må holdes holdes konstant og aldri lavere enn tolv grader. På den annen side må den heller ikke få lov til å overstige 18 grader.»²⁶⁷ Den fantastiske frukten som kan brukes til alle måltider, til alle anledninger og tilberedes på alle måter tåler derimot svært lite. Det blir derimot forklart med at man må behandle frukten med omtanke, at den er en ømtålig frukt – delikat, men dette er for det meste punkter som faktisk ikke påvirker forbrukeren så mye i hvordan frukten må behandles under transport. Forbrukeren trenger dermed bare å vite den er ømfintlig og delikat, så dette er noe man behandler som noe kjært.

²⁶³ Ekblad.

²⁶⁴ Ekblad.

²⁶⁵ Ekblad.

²⁶⁶ Ekblad.

²⁶⁷ Ekblad.

5.5 Sammendrag

Perioden nådde nye milepæler og kom opp på et konsum tilsvarende 10 kilogram per nordmann i løpet av 70 tallet. Man kunne videre finne både høytidelige markeringer av banansuksess samt ambisiøse markedsføringsprosjekt som tiltrakk mye oppmerksomhet.

Den offentlige framstillingen av bananer i norske aviser bar preg av et forsterket fokus på helsekost, samtidig som frukten fikk mye positiv omtale innen slankekost. Frukten ble også omtalt og markedsført som «mer enn bare frukt» i perioden, hvor man ble oppfordret til å bruke den til mer. Den skulle være svaret til alle måltider, svaret på alle spørsmål, og det var til og med undersøkelser som kunne vise til at bananer faktisk ble sett på som «noe mer enn en frukt». Framstillingen i norske kokebøker og kostbøker ga et litt annet bilde. Frukten dukket sjeldent opp i nye retter, man var regelmessig tilstede i de typiske rettene den hadde dukket opp i før. Den hadde på mange måter blitt støpt i kategorien som frukt og søtt, som igjen gjorde at den som oftest var å finne i eksempelvis fruktsalater og desserter. I hovedrettene fikk den lite oppmerksomhet, og hadde mer anonyme gjesteopptredener. De norske kokebøkene og kostbøkene danner dermed et bilde om at bananen på mange måter hadde blitt dagligdags og «kjedelig», og ikke lenger var den nye spennende frukten på markedet. Bananen var vel og merke godt representert i slankedietter i bøkene, men ble på ingen måte omtalt som noe mer enn en frukt der.

Om man ser nærmere på framstillingen innen helsekost får fruktens innhold, da i form av vitaminer og proteiner, mye oppmerksomhet. Innen slankekost fikk bananen en positiv vinkling da den skulle gi en større metthetsfølelse enn kaloriinnholdet skulle tilsi. Dermed ville man da spise mindre fordi man ikke følte seg like sulten. Den blir også trukket fram som et velsmakende alternativ, man trenger ikke å spise noe vondt når man slanker seg, det kan smake godt.

Det kom også et motsvar fra Banan-Matthiessen / BAMA på kritikken de mottok etter andre verdenskrig. Da om hvordan markedsføringen og reklamen brukt før andre verdenskrigen, som både overdrev og «gjøglet», hadde fått uforventede konsekvenser for dem i form av kritikk og et endret syn på bananens «sunnhet». Dette måtte selvsagt rettes opp i med ny markedsføring, som man kunne krysse fingrene for at skulle ende godt for dem. De

hadde også fått en lege / journalist med seg på laget for å overbevise det norske folk om hvor fantastisk frukten er. Sannheten måtte jo fram mente dem.

Sammenlignet med forrige periode, 1940 til 1959, hvor markedet var preget av for lite tilbud i forhold til etterspørselen og strenge importrestriksjoner, var perioden mellom 1960 og 1990 en periode som tydelig markerte banansuksessen i Norge. Det ble offentlig annonsert om hvor godt bananen solgte og hvor fornøyd vi alle skulle være med dette. Det nye bananmodneriet i Stavanger fikk også seg en bananstatue som symbol hvor godt frukten gjorde det. Man var ikke redd for å vise seg fram. Kritikken i avisene ble byttet ut mot feiring av fruktens suksess. Den beste måten å feire på var jo selvsagt å gå til innkjøp for flere bananer, da den i denne perioden skulle brukes til alle måltider, dietter og formål.

Kapittel 6. Konklusjon

Oppgavens premiss var å besvare problemstillingen «Hvordan ble bananen integrert i Norge mellom 1905 og 1990?» ved å analysere aviser og kokebøker i den gitte perioden. Hensikten var å forstå hvordan mennesker og samfunn forholder seg til en ny forbruksvare, og hvordan relasjonen til en slik vare både skapes og endres over tid. Jeg analyserte hvordan det norske samfunnet ble speilet i bananens framstilling, dens egenskaper og dens bruksområder. Oppgaven hadde tre underproblemstillinger med hensikt om å gi et grundigere svar på hovedproblemstillingen. De tre underproblemstillingene var «Hvordan ble bananen framstilt i norske aviser og kokebøker»? Hvordan hadde bananen kunne lykkes i Norge til tross geografiske avstander til produksjonsland?» og «Hvordan hadde bananens egenskaper påvirket dens suksess i Norge?». De tre underproblemstillingene skulle gi retning til oppgaven i dens arbeid med empirien jeg tok for meg.

Det teoretiske rammeverket til oppgaven tok utgangspunkt i forbruksteorier og hvordan reklame fungerer. Ved hjelp av David N. Stearns sine perspektiver på hvordan mat har endret seg fra noe behovsbasert til noe som gir deg noe mer enn å fylle grunnleggende behov har oppgaven kunne behandlet utdrag som tok for seg ulike framstillinger av bananen. Videre har jeg støttet meg på hvordan Jean Baudrillard forklarer informasjonsflyten rundt forbruksvarer og hvordan dette kunne gjøre egenskapene til forbruksvaren overflødig da det ved enkelte tilfeller var symbolene og informasjonen som kom sammen med varen som hadde definisjonsmakten på varen hadde verdi eller ikke. Avslutningsvis bruker oppgaven Christine Myrvang sine perspektiver på reklame til å forstå både hva reklame er, men også hvordan reklame fungerer.

Oppgaven hadde fire analytiske kapitler som så på fire ulike perioder mellom 1905 og 1990. I det første analytiske kapittelet som er Kapittel 2, blir det sett på perioden mellom 1905 og 1919. Fruktenes påståtte og faktiske egenskaper var sentral i den perioden. Det var et stort fokus på at frukten var både billig og næringsrik som sto i stil med den norske konteksten da Norge var inne i en knapphetsperiode ifølge Krogh og Amalien. At frukten var billig ble dermed en påstått egenskap markedet hadde gitt den, mens næringsrik sprang ut fra fruktens faktiske innhold som ble forstått som næringsrik. Bananen ble også trukket fram som et alternativ i flere av utdragene fra perioden hvor den ble plassert i mange ulike kategorier for å skape et marked og behov for den. Bananen fikk imidlertid lite representasjon i kokebøker og husstellbøker, og den var sjeldent inkludert i oppskriftene bøkene hadde med. Dermed sto kokebøkene i kontrast til fruktens gjennombrudshistorie i avisene. Den offentlige

framstillingen av bananen var i all hovedsak positiv, uten at dette nødvendigvis gjenspeilet fruktens faktiske stilling hos nordmenn flest.

Kapittel 3 var mellom 1920 og 1939 hvor man ikke lengre var i knapphetsperioden, men nå i vitaminperioden. Bananen sin markedsføring satt dermed søkelys på fruktens mange vitaminer og mineraler. Denne perioden bar videre preg av at den offentlige framstillingen hadde mye fokus på hvordan bananen skulle se og hvordan man kunne gjenkjenne en moden banan fra en umoden banan. Med et utgangspunkt i at modne bananer var gode bananer og umodne bananer var dårlige bananer ville ikke frukten bli like påvirket av at den modnet raskt og gjerne kom til salgs i godt moden stand. I kokebøkene i perioden gjorde bananen det mye bedre enn i den forgående periode og ble nå også inkludert stadig oftere i ulike oppskrifter. Kapittelet viste også empiri fra hvordan profilerte eksperter uttalte seg om bananen, og hvordan dem ga autoritet og validerte annonsene og markedsføringen rundt den gygne frukten. Når den anerkjente ernæringslegen Dr. Sopp gikk ut og anbefalte bananen måtte jo den være bra.

Opgavens fjerde kapittel var karakterisert av svært høy etterspørsel samtidig som at tilbudssiden var rammet av strenge importrestriksjoner etter andre verdenskrig. Det ble presentert utdrag om hvordan det fantes uutnyttede landområder man kunne dyrke bananer på i Ecuador og hvordan de hypotetiske bananene nærmest lå og ventet på å bli solgt til de som hadde lyst på flere bananer. Frukten høstet imidlertid en del kritikk i perioden for både sin overdrevne markedsføring før krigen, men også selve produksjonen kom i søkelyset da det viste seg at banandriften hadde operert svært hensynsløst. Konsekvensene av denne kritikken kom ikke til syne på verken etterspørsel eller konsum, men perioden hadde ikke like vågal og overdrivende reklame som dem hadde hatt tidligere. Angående kokebøker var fruktens representasjon svingende. Til tross for at den tatt store steg i mellomkrigstiden hadde den enda ikke fått sitt store gjennombrudd i kokebøker til denne perioden sin start, og ble videre påvirket av mangelen på bananer i starten av perioden. På den andre siden begynte bananen å etablere seg innen salater og desserter i de ulike kokebøkene. Bananen ble også vist fram som en frukt med mange bruksområder og trukket fram for sin allsidighet.

I det femte kapittelet, oppgavens siste analytiske kapittel, ble det sett på perioden mellom 1960 og 1990. Perioden bar preg av et sterkt fokus på helsekost hvor bananen ble trukket fram som et ypperlig alternativ innen slankedieter. Det også et fornyet fokus på både vitaminer og mineraler i denne perioden som førte med seg at bananen igjen ble trukket fram som en god kilde for dette. Videre ble bananen gitt betegnelsen «mer enn bare frukt» i avisene

i denne perioden, hvor den ikke bare skulle ligge pent på fruktfatet, men at dens potensiale skulle utnytted. Det ble oppfordret til å bruke bananen til alle dagens måltider og hadde en offentlig framstilling om at den faktisk var noe mer enn all annen frukt. Synspunktet om at den var «noe mer enn bare frukt» var ikke tilstede i kokebøkene hvor bananen pent ble plassert sammen med de andre fruktene i salater og desserter, som den hadde startet å etablere seg i den foregående perioden. Frukten sementerte seg ytterligere i de kategoriene i oppskriftene fra bøkene, samtidig som den gjorde seg bemerket innen kokebøker som fokuserte på helsekost. Kokebøkene i perioden kunne også vise hvordan bananen hadde blitt noe dagligdags og «kjedelig», som kan være et signal om at frukten hadde for alvor blitt norsk. Den var ikke lenger spennende og eksotisk, og den dukket ikke opp i like mange nye rare oppskrifter. Den forsiktige og diskre markedsføringen som preget forrige periode var ikke lengre tilstede og man kunne lese direkte motsvar fra BAMA på kritikken bananen hadde høstet etter andre verdenskrig. Med seg i oppreisningen av fruktens merkevare fikk man igjen eksperter som pakket sine lovnader inn i forskningspalter som skulle overtale forbrukerne om hvor fantastisk bananen var likevel.

Den tropiske frukten hadde vært med på en eventyrlig reise fra 1905 til 1990 hvor frukten hadde gått igjennom mange faser sammen med det norske samfunnet. Frukten hadde, til tross svært positiv omtale i avisene, en trøblete start hvor ingen egentlig hadde behov eller ønske om å ha den til å bli en etablert figur i det norske markedet. Da Norge var i en knapphetsperiode, var banan billig og næringsrik. Da Norge hadde sin vitaminperiode, var bananen full av dem. Når Norge kritiserte bananen, var den stille. Da Norge skulle bli slank og ha vitaminer igjen, kom den tilbake med både vitaminer og lite kalorier. Og da bananen ville bli noe mer enn en frukt, var det for sent – den hadde allerede blitt en norsk frukt. Den historiske utviklingen i de fire analytiske kapitlene viser hvordan bananen gikk fra å være en ukjent, men spennende og eksotisk frukt, som verken hadde tilhørighet eller et marked i det norske samfunn. Ved hjelp intens markedsføring og vedvarende omtale i avisene ble det skapt både behov og etterspørsel for bananen. I dens reise tok imidlertid aldri markedsføringen slutt, og man skulle jo kanskje anta dens suksess ville blitt markert med mindre markedsføringen da det ikke lenger ville vært behov for å reklamere så voldsomt for en frukt som etablert seg i markedet så godt som bananen fikk til. På den annen side vil nok ikke eksistere et tall på at «toppen» er nådd og nå blir det brått slutt på markedsføringen, som vil kunne forklare hvorfor man ikke møter på gradvis mindre markedsføring og reklame etter hvert som bananen etablerer seg. Dermed vil bananen kunne ha lyktes selv om reklamen ikke gjenspeiler det på

naturlig måte. Bananen har siden dens inntog hatt mye markedsføring og dermed vil fraværet av markedsføring være unaturlig for den tropiske frukten.

Hvordan ble bananen framstilt i norske aviser og kokebøker? Med unntak av kritikken etter andre verdenskrig ble bananen framstilt svært positivt i både norske aviser og kokebøker. I avisene bar framstillingen preg av den alltid passet til formålet og det gjerne ikke fantes noe bedre frukt uansett formål. Kokebøkene ga en mer nyansert framstilling hvor den hadde sine bruksområder og at det var godt nok, man trengte derimot ikke å bruke den bare for å bruke den ifølge dem. Framstillingen i det offentlige var preget av mye markedsføring, både åpenbare reklame annonser, men også av skjulte informative artikler som lovpriste frukten i overkant mye.

Hvordan hadde bananen lyktes til tross for geografiske avstander til produksjonslandene? Med tanke på hvor langt unna Norge man skal for å kultivere bananer naturlig er det lite som tilsa at Norge skulle få bananer så tidlig som dem fikk og at Norge skulle ende opp med å spise så mye bananer man gjør. Både tilfeldigheter og kontekst spiller inn som avgjørende faktorer til hvordan dette har kunne tatt sted. Tilfeldighetene om at Matthiessen AS fikk en avtale i land med Fyffes på tidspunktet de gjorde det. Hadde frukten kommet senere er det ikke sikkert den ville ha etablert seg like raskt, slik at den ikke vært prioritert å importere etter verken første eller andre verdenskrig. Konteksten er avgjørende med at bananens markedsføring har lyktes i å tilpasse seg samfunnet i Norge, slik at bananen alltid passet samtidens behov, om det gjaldt vitaminer eller ikke. Bananen lyktes dermed, til tross for geografiske avstander til produksjonsland, fordi den kom til Norge så tidlig som den gjorde og at markedsføring rundt frukten var treffsikker. Videre kan også framstillingen av produksjonslandene og tropene. Ved å spise en banan kom kalde Norge litt nærmere de idylliske tropene.

Hvordan påvirket bananens egenskaper dens suksess i Norge? Egenskapene til bananen var sentrale i dens suksess, både av de faktiske egenskapene og egenskapene som ble gitt til frukten. Dens faktiske egenskaper som dens næringsinnhold, bananskallets hygieniske funksjon som beskyttet kjøttet, dens søte smak og dens faktiske innhold av vitaminer, mineraler og protein. Videre fikk bananen også mange egenskaper den selv ikke styrte over. Den ble gitt egenskapen som sunn som egentlig er en kategori forandrer seg med konteksten. Den ble gitt egenskapen som er billig som blir avgjort av helt andre faktorer som kostnad på både transport, oppbevaring og arbeidet gjort i produksjonen. Den ble også trukket fra som allsidig, som bunner i fruktens faktiske egenskaper, men det er tilgjort at den skal kunne

brukes til alt og alle formål. Alle de overnevnte egenskapene ble stadig trukket fram i framstillingen av bananen og var dermed en sentral faktor i hvordan bananen fikk sin suksess i Norge.

Så hva betyr alt dette for hvordan bananen ble integrert i Norge mellom 1905 og 1990? Bananens integrering i Norge var i all hovedsak en vedvarende prosess i hele tidsrommet oppgaven ser på og det kan ikke pekes på et spesifikk punkt eller øyeblikk hvor man kan si at bananen hadde blitt integrert. Videre kan det ikke med sikkerhet konkluderes med at bananen hadde blitt «ferdig» integrert til 1990. Over 30 år senere har Norge et konsum et sted mellom 10 og 16 kilogram per person, avhengig av kildene man bruker, som tyder på en stabilisering etter milepælen på 10 kilogram i kapittel 5. Det som kan konkluderes og tas med videre er at frukten ble møtt veldig varmt i det offentlige mediebildet, også når den gjorde det dårlig, og at den positive innstillingen til bananen aldri forsvant fra avisene. Bananen hadde en kontinuerlig markedsføring rundt fruktens positive sider, bruksområder og egenskaper som var med å styre hvordan bananen kunne etablere seg i Norge selv om det var en «fremmed-frukt». Man kan videre argumentere for at bananen ble integrert i Norge mellom 1905 og 1990 gjennom intensiv markedsføring som traff markedet på riktig tidspunkt. Dette ble gjort ved å fokusere på fruktens egenskaper, som næringsverdi og allsidighet, når den sakte, men sikkert, etablerte seg som en allmenn dagligvare i det norske samfunnet.

Litteraturliste:

Avisartikler

Aftenposten. «Spis Bananer». 18. april 1906. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_aftenposten_null_null_19060418_47_227_2.

Agder. «Jeg vil ha bananer!» 10. mars 1952. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_agder_null_null_19520310_72_29_1.

Akershus Amtstidende. «Bananer - 4 for 10 kr!» 7. april 1942. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_akershusamtstidende_null_null_19420407_60_39_1.

Arbeidet. «Bananer.» 15. november 1906. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_arbeidet_null_null_19061115_14_266_1.

Arbeidet. «Bananer som vitaminkilder.» 28. september 1922. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_arbeidet_null_null_19220928_30_297_1.

Arbeidet. «Den sundeste Føde». 26. september 1914. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_arbeidet_null_null_19140926_22_283_1.

Arbeidets Rett. «Barnas ernæring og pleie.» 15. februar 1922. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_arbeidetsrett_null_null_19220215_16_20_1.

Aura Avis. «Importerte bananer og norske grønnsaker.» 5. august 1949. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_auraavis_null_null_19490805_3_52_1.

Bergens tidende. 30. november 1905. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_bergenstidende_null_null_19051130_38_338_1.

Eidsvold Blad. «Er Fyffes-bananene nye bananer?» 13. desember 1929. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_eidsvoldblad_null_null_19291213_29_142_1.

Ekblad, Elsa. «Den vidunderlige bananen». *Akershus Amtstidende*, 2. mars 1989. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_akershusamtstidende_null_null_19890302_107_44_1.

Farsunds Avis. «Bananer godt til mye». 4. juli 1981. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_farsundsavis_null_null_19810704_93_151_1.

Farsunds Avis. «Bananer og Bananmel.» 7. juni 1910. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_farsundsavis_null_null_19100607_22_43_1.

Fjordenes Tidende. «Guinnes rekordforsøk i Florø». 18. juni 1984. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_fjordenestidende_null_null_19840618_75_69_1.

Folkets Framtid. «Varier med bananer». 11. juni 1982. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_folketsframtid_null_null_19820611_36_43_1.

Friheten. «DET BLODIGE BANANIMPERIET». 8. januar 1955. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_friheten_null_null_19550108_15_6_1.

Fylkestedende for Sogn og Fjordane. «240 tonn bananer losses i Oslo.» 11. januar 1952.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_fylkestedendeforsognogfjordane_null_null_19520111_80_3_1.

Fædrelandsvennen. «Bananenes vei fra tropenes sol til den fortæres.» 12. juni 1929.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_faedrelandsvennen_null_null_19290612_55_133_1.

Grimstad Adressetidende. «Bananer med fly fra Sveits til Uppsala.» 4. desember 1941.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_grimstadadressetiden_null_null_19411204_86_140_1.

Grimstad Adressetidende. «På en bananklasse biler man 8 mil!» 4. desember 1941.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_grimstadadressetiden_null_null_19411204_86_140_1.

Hadeland. «En effektiv slankekur krever energiske tiltak, selvfornektelse og selvkontroll gjennom hele perioden.» 28. desember 1965. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_hadeland_null_null_19651228_48_149_1.

Hadeland. «Er det mulig å spise seg slank på bananer?» 1. august 1964.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_hadeland_null_null_19640801_47_87_1.

Haugaland Arbeiderblad. «Bananer og annonser». 9. juni 1949.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_haugalandarbeiderblad_null_null_19490609_35_130_1.

Haugesunds Dagblad. «Døgnet». 5. juni 1946. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_haugesunds dagblad_null_null_19460605_34_126_1.

Innherreds Folkeblad. «BANANEN». 29. mai 1979. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_innherredsfolkebladv_null_null_19790529_79_42_1.

Jarlsberg. «Lars Forseth - forfatter, naturelsker og fotturist». 14. juni 1962.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_jarlsberg_null_null_19620614_119_67_1.

Indre Akershus Blad. «Det kommer en båt med bananer». 1. september 1959.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_indreakershusblad_null_null_19590901_52_99_1.

Kongsberg Blad. «Bananer.» 29. september 1905. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_kongsbergblad_null_null_19050929_19_117_1.

Kragerø Blad. «Banan-show». 19. juli 1984. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_krageroblad_null_null_19840719_143_79_1.

Langesundposten. «Bananer. Deres Dyrking og Forhandling.» 24. oktober 1908.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_langesundposten_null_null_19081024_3_98_1.

Levanger-Avisa. «Slankekost fra gulv til tak». 30. oktober 1965.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_levangeravisa_null_null_19651030_118_124_1.

Lister og Mandals Amtstidende og Adresseavis. «Bananen.» 23. desember 1911.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_listerogmandalsamtstidendeogadresseavis_null_null_19111223_54_150_1.

Lofotposten. «Blir Nord-Norge selvforsynt med bananer fra eget modneri?» 2. oktober 1954.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_lofotposten_null_null_19541002_59_227_1.

Middagsavisen. «12,000 Kilo Bananer til Byen.» 4. oktober 1919.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_middagsavisen_null_null_19191004_12_228_1.

Middagsavisen. «Direkte fra Gulakysten og Kanariøerne». 8. mai 1919.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_middagsavisen_null_null_19190508_12_106_1.

Morgenbladet. «Bananer som folkenæringsmiddel.» 17. september 1905.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_morgenbladet_null_null_19050917_87_482_1.

Nidaros. «Bananer og bananer er 2 ting.» 2. november 1921. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_nidaros_null_null_19211102_20_244_1.

Ottosen, Johanne. «Bananer.» *Fjordabladet*, 1. november 1924.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_fjordabladet_null_null_19241101_51_131_1.

Ringerikes Blad. «JACKO Det nye bananmerket.» Ringerikes Blad. 4. januar 1937.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_ringerikesblad_null_null_19370104_93_2_1.

Ringsaker Blad. «BANANENE skal komme oftere til Hedemarken.» 13. juli 1957.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_ringsakerblad_null_null_19570713_23_80_1.

Rjukan Arbeiderblad. «Slutt med bananer?» 5. oktober 1939. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_rjukanarbeiderblad_null_null_19391005_17_230_1.

Rogalands Avis. «Bananer er som kvinnfolk - de trenger varme og pen behandling.» 27. september 1960. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_rogalandsavis_null_null_19600927_62_225_1.

Romeriksposten. «Guleroten i bananens sted.» 29. oktober 1931.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_romerikspostenlillestroem_null_null_19311029_1_11_1.

Sandefjords Blad. «Hver nordmann spiste 10 kg bananer i 1972». 27. mars 1973.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_sandefjordsblad_null_null_19730327_82_74_1.

Sogns Avis. «Poteta er meir vitaminrik enn bananer.» 8. november 1945.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_sognsavis_null_null_19451108_20_19_1.

Sol. «Et brev om bananer». *Nes og Helgeøya*, 2. oktober 1965.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_nesoghelgoeya_null_null_19651002_9_113_1.

Sopp, Olav. «Barn og bananer.» *Kongsberg Tidende*, 9. februar 1926.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_kongsbergtidende_null_null_19260209_14_17_1.

———. «Vaarslaphet.» *Moss Arbeiderblad*, 9. juni 1926. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_mossarbeiderbladnittentjueto_null_null_19260609_7_43_1.

Stavanger Aftenblad. «Banan-Kaffe.» 19. februar 1907. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_stavangeraftenblad_null_null_19070219_16_45_1.

Stavangeren. «'Verdens største by'. Litt av hvert fra New York.» 14. mai 1917. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_stavangerennittenseksten_null_null_19170514_1_129_1.

Søndhordland. «Frukt mot alkohol.» 9. juni 1906. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_soendhordland_null_null_19060609_3_45_1.

Tidens Krav. «Bananer bedre enn sitt rykte». 20. oktober 1983. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_tidenskrav_null_null_19831020_75_243_1.

Tidens Krav. «Det kommer en båt med bananer.» 3. august 1956. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_tidenskrav_null_null_19560803_47_177_1.

Totens blad. «Fra bananenes historie.» 18. juli 1936. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_totensblad_null_null_19360718_9_81_1.

Tromsøposten. «Nicolay Thoresens Frugt og Grønhandel». 13. desember 1905. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_tromsoeposten_null_null_19051213_34_99_1.

Tvedestrandposten. «Der dyrkes bananer i Norge.» 7. desember 1943. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_tvedestrandsposten_null_null_19431207_72_96_1.

Vardø Tidende. «Æpler står ikke tilbake for bananer i næringsverdi.» 23. april 1929. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_vardoetidendenitten_null_null_19290423_1_31_1.

Vestfold Fremtind. «Vi spiser mer enn ti kilo bananer i året». 14. november 1974. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_vestfoldfremtid_null_null_19741114_1_263_1.

Vårt land. «Små-godt med banan». 3. mars 1967. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_vaartland_null_null_19670303_23_53_1.

Ørebladet. «Bananer.» 21. august 1920. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_oerebladet_null_null_19200821_30_194_1.

Østfold Bygdeblad. «Fra landet uten veier, hvor de sultne 'vader' i bananer.» 21. mars 1952. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_oestfoldbygdeblad_null_null_19520321_52_35_1.

Bilder

Dagbladet. *Bananlossing på brygga*. 1956. Foto. NFDB.26101-261. Norsk Folkemuseum. <https://digitaltmuseum.no/011013614714/bananlossing-pa-brygga-1956>

Szacinski, L. *Stiftsgården, Banan-Matthiessen Bananmodneri*. 1906. Foto. OB.SZ15516f. Oslo Museum. <https://digitaltmuseum.no/011014861246/stiftsgarden-banan-matthiessen-bananmodneri-interior-hengende-bananer>

Wilse, B. Anders. *Vi kan*. 1938. Foto. Norsk Folkemuseum. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_foto_NF_WM_00397_B

Kokebøker

Christensen, Dorothea, og Helga Helgesen. *Folkeskolens kokebok. Norbok*. Lærebog i huslig økonomi 1. Kristiania: Aschehoug, 1907. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2017040448081.

Ekegårdh, Edith, Gun Billvall-Lindeen, og M. Holmgren. *Kakeboka: 500 gode oppskrifter på kaker av alle slag*. Oslo, 1952. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2017040348006.

Ekegårdh, Edith, Gun Billvall-Lindeen, og Eva Lundgren. *Desserter fra mange land: over 500 oppskrifter på gode, fristende desserter av alle slag*. Oversatt av Märtha Coucheron. *Norbok*. Cap-bøkene. Oslo: Cappelen, 1952. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2008051400058.

Engnes, Margit, og Agnete Lampe. *Smørbrød og småretter*. Oversatt av Signe Svilaas. *Norbok*. Husmorens nye håndbøker 3. Oslo: Damm, 1956. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2017080948040.

Erken, Henriette Schønberg. *Stor kokebok for større og mindre husholdninger: kokning, bakning, syltning, vinlæging, slagting, hermetik, sykekost, menuer, anretning*. Kristiania: Aschehoug, 1914. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2011041920008.

Gleditsch, Liv og Landslaget for husstell-lærerinner. *Husmorboken*. 5. oppl. Oslo: Cappelen, 1945. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014011708009.

Glåmdalen. «Hjemmebakte kaker er best!» 19. desember 1978. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digavis_glaamdalen_null_null_19781219_53_293_1.

Høst, Inga, og Ingeborg Milberg. *Matlære: kokebok for barneskolen*. Kristiania: Aschehoug, 1916. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2009072900092.

Løken, Olaug. *Kokebok: lærebok for almindelige husholdninger. Norbok*. 7. omarb. og Økede utg. Oslo: Aschehoug, 1944. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014010708266.

Nesheim, Britha. *Om bruk av grønnsaker og frukt i husholdningen. Norbok*. 3. omarb. og Forøk. utg. Kristiania: Aschehoug, 1908. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014022008003.

Nilsen, Anne-Marie, og Lill Berit Walvig, red. *Husmorens store kokebok. Bind I-III*. Oslo: Oslo : Norsk kunstforl. i samarbeid med Hjemmet, c1963-1964, 1963. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014103007731.

Olvik, O. *Naturlægens kokebok: mat som ernæring og medicin. Norbok*. Stord: Naturlægens, 1912. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2016100508001.

Reichborn-Kjennerud, I., og Caroline Steen. *Kostlære. Norbok*. Kristiania: Aschehoug, 1908. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2011053104032.

Thiis, Mina. *Desserter, kaker og konfekt*. 3. oppl. Oslo: Damm, 1948.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2013010708183.

Utne, A. *Sundhetslære for ungdomsskoler, middelskoler, folkeskoler og de «tusen hjem»*. 5. utg. Kristiania, 1907. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2012091308054.

Sverdrup, Elise. *God middag. Norbok*. Drammen: (Lyche), 1954.
https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2011120108151.

Wismann, Ingrid, og Ebba Schultz. *Bordets gleder i hverdag og fest*. Oversatt av Elise Sverdrup. *Norbok*. Oslo: Ernst G. Mortensen, 1953. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2012020908084.

Sekundær-litteratur

«90år med AB Banan-Kompaniet», 5. juni 2008.
<https://web.archive.org/web/20080605050627/http://www.banan-kompaniet.se/90ar.htm>.

«Arbeidslønninger 1905», 1908. https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_060.pdf.

Bama. «Bli en bananekspert». Åpnet 20. oktober 2022.
<https://www.bama.no/aktuelt/arkiv/2021/bli-en-bananekspert/>.

Bama. «Historie». Åpnet 18. oktober 2022. <https://www.bama.no/om-bama/historie/>.

Bama. «Historie». Åpnet 5. januar 2023. <https://www.bama.no/om-bama/historie/>.

BAMA-gruppen, Irina Lee, Irina Lee, Ingebrigt Steen Jensen, Ingebrigt Steen Jensen, Ludwik Szacinski, og Ludwik Szacinski. *En fersk historie: BAMA 125 år*. Redigert av Hanne Linnert og Hanne Linnert. *Norbok*. Oslo: Kagge forlag, 2011. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2022081948618.

Baudrillard, Jean. *The consumer society : myths and structures. Theory, culture & society*. London: Sage, 1998.

Bruaset, Ingvild. «En gang var bananer eksotiske i Norge». Åpnet 18. oktober 2022.
<https://www.aftenposten.no/okonomi/i/ka96a/en-gang-var-bananer-eksotiske-i-norge>.

Burke, Peter. *What is cultural history?* Cambridge: Polity Press, 2004.

Carpenter, Kenneth J. «The History of Enthusiasm for Protein». *J Nutr* 116, nr. 7 (1986): 1364–70. <https://doi.org/10.1093/jn/116.7.1364>.

«EST: Bananas». Åpnet 21. oktober 2022. <https://www.fao.org/economic/est/est-commodities/oilcrops/bananas/bananas/en/>.

Hauge, Ragnar. «Alkohol i norsk historie». *Norsk epidemiologi* 6, nr. 1 (2009).
<https://doi.org/10.5324/nje.v6i1.270>.

- Jideani, Afam I. O., og Tonna A. Anyasi, red. *Banana Nutrition*. IntechOpen, 2020. <https://doi.org/10.5772/intechopen.76736>.
- Koepfel, Dan. *Banana: the fate of the fruit that changed the world*. First. Hudson Street Press, 2008. <http://gen.lib.rus.ec/book/index.php?md5=b710692a518d398432157403ddcd576f>.
- . *Banana: The Fate of the Fruit That Changed the World*. New York: Plume, 2009.
- Krogh, Erling, og Virginie Amilien. *Den kultiverte maten : en bok om norsk mat, kultur og matkultur*. Bergen: Fagbokforl., 2007.
- . *Den kultiverte maten : en bok om norsk mat, kultur og matkultur*. Bergen: Fagbokforl., 2007.
- Krogh, Lise von. «Visste du dette om bananen?» *BraMat*, 28. oktober 2017. <https://bramat.no/kosthold/matvarer/884-harde-fakta-om-banan>.
- Lorna Piatti-Farnell. *Banana : A Global History*. Edible. London, UK: Reaktion Books, 2016. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=1430880&scope=site>.
- Myrvang, Christine. «Reklame som historisk kilde og studiefelt». *Tidsskrift for kulturforskning* 4, nr. 3 (30. juni 2005). <https://ojs.novus.no/index.php/TFK/article/view/365>.
- Norges Handel 1905. Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1906. https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_009.pdf.
- Norges Handel 1906. Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1907. https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_035.pdf.
- Norges Handel 1907. Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1908. https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_063.pdf.
- Norges Handel 1908. Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1909. https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_087.pdf.
- Norges Handel 1909. Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1910. https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_116.pdf.
- Norges Handel 1910. Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1911. https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_v_151.pdf.
- Norges Handel 1950. Norge;Oslo;Oslo; Aschehoug, 1952. https://www.ssb.no/a/histstat/nos/nos_xi_106.pdf.
- Norske finansmarkeder: pengepolitikk og finansiell stabilitet. Bd. nr 34. Norges banks skriftserie (trykt utg.). Oslo: Norges bank, 2004. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2009121404181.
- «Når det kommer en båt med bananer». I Wikipedia, 7. september 2021. https://no.wikipedia.org/w/index.php?title=N%C3%A5r_det_kommer_en_b%C3%A5t_med_bananer&oldid=21804239.
- Prown, Jules David. «Mind in Matter: An Introduction to Material Culture Theory and Method». *Winterthur portfolio* 17, nr. 1 (1982): 1–19. <https://doi.org/10.1086/496065>.

- Rasmussen, Ingrid, Otilie Ytreberg, og Johanne Sveen. Kokebok. Norbok. Statens lærerinneskole i husstell. Oslo: Cappelen, 1933. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2014052207003.
- Rebnes, Guttorm, og Tore Angelsen. «OPPLYSNINGSKONTORET FOR FRUKT OG GRØNT», 2021, 24.
- Røed, Gunnar Chr. Handels- og valutapolitikken i Norge etter krigen. Bd. nr 8. Økonomi (trykt utg.). Oslo: Næringsøkonomisk forskningsinstitutt, 1950. [https://www.nb.no/search?q=oaiid:"oai:nb.bibsys.no:999322194704702202"&mediatype=bøker](https://www.nb.no/search?q=oaiid:).
- Salicath, Alfild. Allers' kokebok. Norbok. Oslo: Allers, 1937. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2015042108154.
- Schiøtz, Eiler H. Kostlære. Norbok. Oslo: Fabritius, 1942. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2012121806006.
- Slide, Anthony. The New Historical Dictionary of the American Film Industry. Scarecrow Press, 1998.
- Soluri, John. Banana Cultures: Agriculture, Consumption, and Environmental Change in Honduras and the United States. Austin, UNITED STATES: University of Texas Press, 2005. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/uisbib/detail.action?docID=3443205>.
- . Banana cultures : agriculture, consumption, and environmental change in Honduras and the United States. acs humanities e-book. Austin: Austin: University of Texas Press, 2005.
- Sopp, Olav. Maten vi lever av ved et fornuftig matstel. Norbok. Oslo: Norli, 1926. https://urn.nb.no/URN:NBN:no-nb_digibok_2016102448003.
- SSB. «10249: Forbrukte mengder av mat- og drikkevarer per person per år (kg/liter), etter varegruppe, statistikkvariabel og år. Statistikkbanken». Åpnet 20. oktober 2022. <https://www.ssb.no/system/>.
- Stearns, Peter N. Consumerism in World History: The Global Transformation of Desire. 1. publ. Themes in world history. London: London: Routledge, 2006. <https://doi.org/10.4324/9780203969885>.
- Aa, Anne Marie. «(+) Lesjajenta som ble kjendis i Danmark». *vigga.no*, 2. mars 2022. <https://www.vigga.no/nyheter/i/MLB105/lesjajenta-som-ble-kjendis-i-danmark>.