

# Konsum sviker de gamla idealen



*Konsums kontokort ett svek mot medlemmarna?*

Ur mediebevakningen av Kooperativa Förbundets lansering av sitt kreditkort. Illustration till artikel i *Göteborgs-Tidningen* 20 september 1979. Fotografen/konstnären okänd.

# Kreditkortskriget

## Kooperativa Förbundet och den finansiellt rationella konsumenten

*Orsi Husz*

”Vad är det du säger? Ska Konsum börja med kreditkort? Jag är mycket chockad!” Året är 1978 och den som citeras i veckotidningen *Vi* är den kände amerikanske konsumentaktivisten Ralph Nader. Han framhåller negativa erfarenheter från USA där ”impulsköpen ökar och hundratusentals familjer får sin ekonomi förstörd på grund av dessa förbaskade kort”.<sup>1</sup> Många svenskar, särskilt en del Konsum-medlemmar av det äldre gardet, var ännu mer upprörda över nyheten att man inom konsumentkooperationen förberedde introduktionen av ett kreditkortssystem. Kontanthandel var nämligen en av kooperationens grundprinciper sedan början av 1900-talet, och befästes också i Kooperativa Förbundets (KF:s) stadgar. Krediten, menade man, fördyrade varorna, lockade till ogenomtänkta köp och skapade en förslavande beroendesituation för arbetarna. ”Kriget” mot konsumtionskrediten var en väsentlig del i organisationens självbild och historia.<sup>2</sup>

Trots dalande omsättning var konsumentkooperationen i slutet av 1970-talet en betydande aktör inom svensk detaljhandel, i synnerhet dagligvaruhandel; inom denna utgjorde KF:s marknadsandel över 20 procent. Därutöver hade KF egen industriproduktion. Organisationen var också en viktig kraft i samhället och betraktades som en av de stora folkrörelserna. Omkring 40 procent av alla hushåll var anslutna. Medlemsantalet hade dock 1979 för första gången börjat stagnera och låg strax under 1,9 miljoner.<sup>3</sup>

Nyheten om Konsums kreditkort plockades upp av massmedia hösten 1978. KF-ägda Stockholmsvaruhuset PUB beslöt, lagom till julhandeln, att acceptera betalningar via Köpkort, det då dominerande svenska

kreditkortssystemet, ägt av bankerna. Därtill kom det fram att frågan om ett eget kreditkortssystem diskuterades inom Kooperationen. Det utlöste en mediestorm med utrop om svikna ideal – som den inledande bilden exemplifierar –, om hopplös kamp mot marknadskonkurrens och om ”kontokortsspsykos” som nu även angripit kooperatörer. Kvällstidningarna rapporterade i stora rubriker om Konsums nya kreditkort på samma sida som de berättade om till exempel ”[ABBA-]Agnethas nye kille”.<sup>4</sup> Stormen skulle blåsa upp flera gånger under året som följde, tills det kooperativa kreditkortet verkligen infördes hösten 1979. Hur man betalar för sina vardagsinköp berör förstås väldigt många människor. Men anledningen till att just KF:s kreditkort väckte så starka känslor är att det här handlade om en ”kraftig krock mellan ekonomi och ideologi” som en tidningsartikel uttryckte det.<sup>5</sup> Införandet av kreditkort stred på ett iögonfallande sätt mot KF:s ideologi, och mot det hos många svenskar invanda motståndet mot skuldsättning, samtidigt som det motiverades med marknadsargument.

Här undersöker jag denna ”krock” och hur den hanterades. Hur reviderades ideologin samtidigt som kreditkortet och med det en ny privatekonomisk moral och praktik legitimerades inom organisationen och i samhället? På vilket sätt omtolkades krediten och konsumenten? Och vilken betydelse hade Konsums kreditkort i samhällsdebatten och för kreditkortsmarknaden? Mina källor består av arkivmaterial från Kooperativa Förbundet, allmänt pressmaterial om kreditkortsfrågan samt politiskt material, främst riksdagstryck, med fokus på åren 1978–80.

Den privata skuldsättningen i Sverige är idag bland de allra högsta i Europa. Vid sidan av bostadslån och studieskulder har även vardagens kreditköp blivit självklara inslag i våra liv. Gränsen mellan kontant och kredit har suddats ut genom diverse digitala betalningstjänster. Längre betalningstider är bara ett klick bort och framställs som banala och oproblematiske ekonomiska beslut. Dessa företeelser ingår i vad som i forskningen kallas för vardagslivets finansialisering, när finansiella praktiker och ett finansiellt tänkande får allt större betydelse i vanliga människors liv och när vardagliga företeelser i allt högre grad tolkas i finansiella termer.<sup>6</sup> Förändringen började redan före näthandelns genomslag och även före 1980-talets avregleringar av kreditmarknaden. I omvandlingen sattes ekonomiska vardagskunskaper, känslor och

värderingar på omprövning. Jag försöker greppa hur det skedde. Med andra ord studerar jag hur konsumtionens finansialisering och ett nytt privatekonomiskt tankesätt förankrades i det svenska ideologiska sammanhanget och i vardagskulturen vid 1970-talets slut.

## Den rationella och den suveräna konsumenten i 1970-talets utmaningar

Förändringen i tankesätt om kreditköp handlar inte minst om en ny syn på konsumenten. Två idealtypiska uppfattningar om konsumenten återfinns i debatten om kreditkort: den rationella konsumenten och den suveräna. Den förra är sammansvetsad med konsumentkooperationens och på många sätt med Sveriges 1900-talshistoria, den senare har istället varit central för marknadsliberala och nyliberala tankegångar.

Idéhistorikern Peder Aléx har karaktäriserat den svenska konsumentkooperationens tankegods med hjälp av nyckelbegreppet ”den rationella konsumenten”. Rationaliteten var normativt definierad och inlärdd; det handlade inte om någon inneboende egenskap hos den individuella konsumenten som ekonomisk aktör. Konsumenten som individ uppfattades istället som en i grunden svag figur, utsatt för marknadens och reklamens manipulativa kraft. Kooperationens lösning var att tillvarata konsumenternas intressen genom att gå samman och driva en egen affärsrörelse, främst inom detaljhandeln men i förlängningen även inom industriproduktionen. Organisationen byggde på medlemsdemokrati där varje medlem hade rösträtt. Konsumenterna ägde butikerna kollektivt, man betalade en mindre insats vid anslutningen, och kunde sedan räkna med återbäring på sina inköp, alltså ta del av profiten i proportion till den egna konsumtionen. Utöver att distribuera och så småningom även producera *rätta* varor som uppfyllde de *behov* som konsumenten kunde tänkas ha, ville Kooperationen också upplysa människor om vardagsekonomiska spörsmål, så att de skulle välja rätt, det vill säga göra rationella och välplanerade inköp utifrån vad de behövde.<sup>7</sup> Konsumentkooperationen bedrev därför en omfattande upplysnings- och utbildningsverksamhet bland annat på den egna kursgården Vår gård, inom det egna korrespondensinstitutet Brevskolan eller genom studiecirklar i lokala föreningar. KF ägde också ett bokförlag, Rabén & Sjögren,

och var tillsammans med Socialdemokraterna och LO medgrundare till Arbetarnas Bildningsförbund (ABF) 1912.<sup>8</sup>

På många sätt sammanföll KF:s ideal om den rationella konsumtionen med den riktning som välfärdsstatens konsumentpolitik tog under efterkrigstiden. Den kooperativa rörelsen hade visserligen sin grund i brittisk socialliberalism från mitten av 1800-talet. Idén importerades till Sverige; konsumtionsföreningar tillkom runt om i landet och samlades 1899 i Kooperativa Förbundet. Formellt var rörelsen politiskt obunden men den utvecklade, efter den liberala starten, starka kopplingar till socialdemokratin och arbetarrörelsen. Ledande kooperatörer var inte sällan aktiva socialdemokratiska politiker även under 1970-talet, om än vissa sprickor mellan löntagarintresset och konsumentintresset började blottas.<sup>9</sup>

I 1970-talets Sverige var KF fortfarande en framträdande organisation med uppemot vartannat hushåll som medlem och med kanaler som nådde ut brett i samhället. KF:s populära veckotidning *Vi* var en av de mest spridda i landet med en upplaga på 320 000 (som dock hade minskat till hälften sedan 1950-talet).<sup>10</sup> En Konsum-butik fanns på nästan varje ort, även om den oftast behövde konkurrera med en privatägd ICA-affär. Varuhuskedjan Domus började byggas ut på 1950-talet och stormarknaderna Obs! öppnade på 1960-talet. Under det sena 1970-talet erfor Konsum sjunkande försäljningssiffror, flera butiker tvingades stänga och för första gången i KF:s historia kunde många lokala föreningar inte ge någon återbäring åt sina medlemmar.

I ett försök att vinna tillbaka sina kunder/medlemmar och samtidigt hålla fast vid sin ideologi lanserade KF på 1970-talet de så kallade basvarorna, först kläder och sedan möbler (de senare introducerades just 1978) samt lågprissortimentet med märkeslösa varor i enkla blåvita förpackningar. Satsningarna skulle förstärka idealet om behovsbaserad "rationell" konsumtion och synen på kommersiell marknadsföring som en manipulerande kraft. Basvaruidén bestred, hävdade KF:s styrelseordförande 1979, "det gängse marknadstänkandet" samtidigt som den byggde på ett tänkande "med rationell grund". Lanseringen av basvaror kan dock också tolkas som avancerad marknadsföring med de generiska blåvita förpackningarna som ett starkt varumärke.<sup>11</sup> Både basmöblerna och de blåvita varorna blev försäljningssuccéer, vilket tolkades av KF:s

ledning som att de ”uppenbarligen motsvarat ett verkligt *behov* hos konsumenterna och dessutom legat ’rätt i tiden’”.<sup>12</sup> Även den privata handelns branschtidskrift *Köpmannen* skrev att ”[g]amla sociala KF kommer igen” med sitt framgångsrika basmöbelsortiment.<sup>13</sup> Baskläderna blev däremot inte lika populära och uppfattades som ”präktiga” men ”tråkiga”.<sup>14</sup>

Vid samma tid höjdes det kritiska röster från liberalt håll både mot den statliga konsumentpolitiken och mot KF som landets dominerande konsumentorganisation. Ett annat ideal om en ”suverän konsument” lyftes fram i kritiken. Som den danske historikern Niklas Olsen har visat, var den suveräne konsumenten ett av nyliberalismens nyckelbegrepp. Det har använts i västvärlden sedan mitten av 1900-talet i ekonomisk teori och politisk retorik, fick ökad betydelse från det sena 1970-talet och legitimerade ofta marknadsliberala reformer.<sup>15</sup> Enligt tankefiguren styrs produktionen – på en oreglerad marknad – av konsumenternas efterfrågan och deras fria val. Konsumenten framställs som en stark figur, vars handlande per definition är rationell, någon som utövar sin makt genom sina val och köpkraft, inte genom kollektivt övertagande av distributionen. En sådan stark konsument behöver heller inte beskyddas eller formas ovanifrån enligt ett normativt ideal.

Denna suveräne konsument figurerade alltså även i den svenska 70-talsdebatten om konsumentpolitik. Exempelvis menade den liberala skribenten Olle Wästberg i en serie artiklar samt författarna i en debattbok utgiven av Industriförbundet, att det statliga Konsumentverket (inrättat 1973) var ett hot snarare än en hjälp för konsumenterna eftersom det omyndigförklarade dem. Istället för ett konsumentverk som med sina riktlinjer ville påverka vad som producerades, efterlyste debattörerna privata konsumentgrupper av det slag som fanns i USA och Storbritannien, som skulle ge röst åt självständiga konsumenter, som genom sina fria konsumtionsval styrde produktionen. Konsumentkooperationen var inte en sådan grupp, menade kritikerna, den har snarare blivit ett storföretag och dessutom positivt inställd till den statliga konsumentpolitiken. Både konsumentombudsmannen Sven Heurgren och KF:s ordförande Hans Alsén, tillika socialdemokratisk politiker, tog till orda i medierna för att tillbakavisa den liberala kritiken.<sup>16</sup> Kooperationens konsumentpolitiska programskrift från 1978

avfärdade explicit ”de i den ekonomiska debatten vanliga resonemangen om konsumentens ’suveränitet’ på marknaden”, bland annat med hänvisning till att den enskilda konsumenten omöjligen kunde ha all nödvändig information för sitt val.<sup>17</sup>

Således positionerade sig den svenska konsumentkooperationen, principiellt och retoriskt, i motsats till tankefiguren om den suveräna konsumenten, då man i officiella texter och i debattinlägg om konsumentpolitiken talade om svaga konsumenter, om behov (inte efterfrågan) samt om kollektiva (inte individuella) lösningar. Däremot kunde praktik och specifika argument i enskilda sakfrågor se annorlunda ut. I kreditkortsfrågan pågick ett ideologiskt, kulturellt och även emotionellt sammanjämningsarbete mellan traditionella kooperativa ideal och ett nytt finansiellt marknadstänkande, samt mellan föreställningarna om kooperationens (normativt) rationella konsument och den suveräna konsumenten.

## Konsumtionens finansialisering och kreditkortsmarknaden

Kreditkortet har inte sällan fått symbolisera det sena 1900-talets masskonsumtion både i populärkulturen och i forskningen. Forskningen har därtill kopplat ihop konsumtionens finansialisering (i form av nya kreditlösningar) med de senaste årtiondenas nyliberaliseringsprocess. Den privata konsumtionskrediten och kreditkortet har rättfärdigats med ekonomiska argument som ett medel för individen att utjämna konsumtionens dalar och toppar under längre och kortare tidsperioder, något som annars ett fungerande socialt välfärdssystem kan tänkas göra.<sup>18</sup> *Consumption smoothing* är än idag ett vedertaget nationalekonomiskt begrepp, introducerat av den nyliberale ekonomen Milton Friedman 1957. Enligt den teorin erbjuder kreditköp en möjlighet att använda även framtida resurser vid ett konsumtionsval.

Kreditköp gör att konsumenten inte enbart är varuköpare utan också en aktör på en finansiell marknad. Kreditkonsumenten har därför även lyfts fram i litteraturen om en nyliberal finansiell kultur som en nyckelfigur (ett nytt finansiellt subjekt) vid sidan av den emblematiske investeraren (som framträder i flera andra bidrag i denna bok).

Inspirerade av teoretiker som Michel Foucault och Nikolas Rose har forskare visat hur det sena 1900-talets finansiella omvandling har styrt människors vardagsrationalitet och skapat nya subjektpositioner. Utöver bostadskrediterna har kreditkortskrediten uppmärksamrats särskilt i detta sammanhang.<sup>19</sup>

Plastkortens historia är brokig och vad gäller Sverige till stora delar outforskad. Kreditkort i form av kontobrickor i enskilda varuhus och butiker har funnits sedan mellankrigstiden, men det var 1959 som kreditkortssystem med så kallad rullande kredit etablerades i Sverige, i alla fall i liten skala. För dessa stod detaljhandlare och banker. Flera av de små initiala kreditkortsbolagen gick samman och bildade 1962 Köpkort AB, ett fristående företag ägt av de svenska affärsbankerna gemensamt. Förebilden var de amerikanska kreditkortssystemen, främst Bankamericard (senare kallat Visa) som startade 1958. Under 1960-talet växte den svenska kortkreditmarknaden långsamt och marknadsföringen var försiktig. Konsumtionskrediter var nämligen ytterst kontroversiella.<sup>20</sup> Det bör påpekas att dagens kombinerade betal-, bankomat- och kreditkort är en sen företeelse. Sådana kort introducerades först när online-transaktioner i butiker blev tekniskt genomförbara en bit in på 1980-talet, alltså långt efter kreditkortets lansering i Sverige kring 1960, och även efter bankomatkortets introduktion 1967 och dess egentliga spridning på 1970-talet.<sup>21</sup> Trots att Sverige var ett tekniskt föregångsland på området hade de tidiga bankomatkortet inte någon kreditfunktion och de representerade en helt annan moralitet, en kontantetik mot en kreditetik.

Bland de tidiga kreditkortens mest högljudda motståndare märktes konsumentkooperationens representanter. Under 1960-talet framträdde den prominente kooperativa tjänstemannen och skriftställaren Herman Stolpe ofta i media med sin kritik. Han publicerade även en debattbok (och tillhörande studiematerial för studiecirklar) som attackerade denna "amerikanska" form av konsumtionskredit. Även Sparbankernas representanter var kritiska.<sup>22</sup>

På 1970-talet etablerade sig flera nya företag på den svenska kreditkortsmarknaden som växte kraftigt. Under andra hälften av decenniet ökade både antalet kreditkortsinnehavare och summan av utstående krediter med 50 procent årligen. En av anledningarna var att dåtidens



kreditregleringar begränsade bankernas möjligheter att ge privatlån, däremot förblev dessa nya typer av finansföretag länge oreglerade. År 1978 började massmedia skriva om en "plastkortsexplosion" och en "lavinartad" utveckling.<sup>23</sup> Samma år introducerades även Visa-kortet i Sverige. Då fanns det redan över en miljon kreditkort i landet.<sup>24</sup>

Samtidigt röstades en ny konsumentkreditlag fram som skulle träda i kraft 1979. Den föreskrev bland annat en kontantinsats på 20 procent vid varje kreditköp, men just kreditkortens rullande kreditmodell undantogs från regeln, med hänvisning till praktiska svårigheter. Däremot infördes kravet på att ange den så kallade effektiva räntan (en beräkningsformel som gjorde kreditkostnaderna tydliga och jämförbara) för alla finansieringsföretag, utan undantag. Det i sin tur bidrog till att en ränte- och annonseringstävlan bröt ut mellan olika kreditföretag, något som flera dåtida observatörer kallade för ett regelrätt "kreditkortskrig".<sup>25</sup> Det var i detta läge som KF:s kort började diskuteras hösten 1978, och kreditkortskriget breddades till en ideologisk-moralisk sammandrabbning.

## KF och kreditkortsfrågan

Strängt taget var inte konsumtionskrediter helt nya ens för KF. Kooperationens kontantprincip började luckras upp redan i slutet av 1940-talet när organisationen införde en särskild variant av avbetalningsköp. Det kallades låneköp och gällde för värdebeständiga kapitalvaror och varor som användes för produktiva syften, såsom olika slags maskiner eller exempelvis gödsel. Under 1960-talet användes låneköp allt oftare för inköp av tv-apparater och annan hemelektronik utöver större hushållsapparater, möbler och husgeråd. Även låneköpstransaktionerna ökade under 1960- och 70-talen, men inte alls i samma takt som kreditkortsanvändning i samhället i övrigt.<sup>26</sup>

KF:s ledning, bekymrad över minskade försäljningssiffror, genomförde en utredning 1977/78 om ett eventuellt kooperativt kreditkort. Utredarna fann att en del Konsum-medlemmar redan skaffat sig kreditkort. De hade sådana i nästan samma utsträckning som befolkningen i övrigt, trots att korten bara kunde användas i icke-kooperativa butiker. Dessutom var kreditkortsinnehavare i genomsnitt yngre, vilket gav en fingervisning om den framtida utvecklingen. Utredningen visade att en

”drastisk ökning” i användningen av kort hade skett inom detaljhandeln. Visserligen utgjorde kreditkortsköp 1977 ännu bara cirka sex procent av alla köp av så kallade specialvaror (det vill säga icke dagligvaror), men den förväntade ökningen var, förklarade man, exponentiell. I de stora storstadsvaruhusen som NK och Åhléns uppgavs det exempelvis att uppmot 50 procent av julhandeln skedde på kreditkort. Rapportens författare menade att även en relativt försiktig kalkyl visade på en väsentligt ökad omsättning ifall kortet infördes. De föreslog därför att KF skulle acceptera befintliga kreditkort i kooperativa butiker eller ännu hellre introducera ett eget kortsystem.<sup>27</sup> Det förra skedde i PUB:s fall hösten 1978, men det var en undantagslösning; KF:s grundstadgar förbjöd nämligen försäljning på kredit.

### Praktikalitet eller principiell fråga?

Ekonomiledningen, med ekonomidirektören Stig Lundahl i spetsen, hoppades på att kunna införa kreditkortet snabbt, gärna bara med ett enkelt styrelsebeslut. Konkurrensläget brådskade; stadgeändringar kunde gott hanteras i efterhand, menade de. Lundahl tonade ned de moralisk-ideologiska problemen i sitt anförande till styrelsen och framhöll att det enbart handlade om en teknisk nyhet inom betalningsområdet. Han påpekade att checkar istället för kontanter accepterades utan problem i Konsum-butiker, trots att ”vi inte [vet] om en betalning med check är kontant eller om medlemmen/konsumenten utnyttjar en checkkredit”. Visserligen fanns det ännu inte möjlighet för online-betalningar med kort, men försök pågick inom bankvärlden, och det passade Lundahl på att hänvisa till: ”Detta kommer att göra det allt svårare att upprätthålla en strikt gräns mellan kontant och kredithandel.” Utifrån argumentet att kreditkort, check eller kontanter inte är väsensskilda utan bara olika slags betalmedel tyckte han att detta eventuellt inte behöver bli en stadgeändringsfråga alls: ”det vore skönt, om vi slapp en uppsplitande stadgediskussion”.<sup>28</sup>

I Lundahls argumentation framträdde idén om en ny finansiell rationalitet i vilken krediten inte var något som stred mot en förnuftig konsumtion, snarare tvärtom. Kreditköpet tolkade han helt enkelt som

”tidigarelagt köp”, särskilt fördelaktigt i inflationstider. Dessutom var räntan på krediten avdragsgill på skatten.

En ”uppslitande stadgediskussion” kunde dock inte undvikas, såsom Lundahl hade önskat. Långt ifrån alla inom förbundsstyrelsen var överens med honom om att det rörde sig om en rent praktisk och teknisk fråga. De flesta, med styrelseordföranden Hans Alsén i främsta ledet, framhöll att det i själva verket handlade om ”en stor principiell fråga” och menade att den måste förankras i kooperationens breda lager, som det anstår ”en folkrörelse som vår”.<sup>29</sup> Alséns förslag, som sedan blev styrelsens beslut, var att man skulle inhämta synpunkter från förbundsstämman (med representanter från alla lokala föreningar) som skulle hållas inom några veckor i december 1978, innan man gick vidare i processen. Han räknade dock med ett positivt besked och att stadgarna – efter förankringsarbetet – skulle kunna ändras på vårstämman 1979 (och därefter vid en extrastämma eftersom två stämmobeslut krävdes för stadgeändring). Då skulle kortet kunna införas redan hösten 1979. Mellan hösten 1978 och KF:s förbundsstämma i juni 1979 pågick därför en intensiv och känsloladdad ideologisk diskussion i kooperativa föreningar runt om i landet samtidigt som frågan bevakades i media. Men redan innan debatten formellt avgjordes igångsatte KF:s ledning de tekniska förberedelserna som innebar substantiella kostnader för exempelvis inköp av maskinell utrustning.<sup>30</sup>

Utöver ekonomiledningens linje utkristalliserades två uppfattningar i debatten. Den ena var den traditionellt och ideologiskt kreditkritiska linjen, medan den andra ett slags marknadspragmatism som gick ut på att kreditkortet visserligen var förkastligt men något som kooperationen tvingades acceptera av konkurrensskäl. Jag diskuterar de tre linjerna längre fram, men först måste frågans särskilda laddning förtydligas utifrån fokus på vad som köptes på kredit och hur det kommunicerades.

## Falukorv på kredit?

Svenska kreditkort kunde under 1960- och 70-talen inte användas för köp av livsmedel. I vissa fall stod detta på kortet – men även annars var det en självklarhet för både handeln och allmänheten. Det handlade inte om ett direkt förbud utan snarare om branschens självreglering

och anpassning till rådande värderingar. Ju längre varaktighet en vara hade (och ju dyrare den var), desto mer accepterat var ett kreditköp. En bil eller ett kylskåp framstod som ganska okontroversiella att ta ett avbetalningslån för redan i mitten av 1900-talet. De första kreditkortet användes oftast för varor i en mellankategori, främst kläder och skor, så kallade shopping- eller specialvaror. Vardagens nödvändighetsvaror ansågs överhuvudtaget inte lämpliga för kreditköp. Detta började visserligen luckras upp något i 1970-talets stormarknader och Tempo-varuhus, men var fortfarande gängse praxis under sent 1970-tal. Även denna kreditens moraliska öronmärkning utifrån varuslag speglade Kooperationens och den sociala ingenjörskonstens ideal om "att konsumera rätt".

För KF blev frågan om kreditkort för livsmedelsinköp brännande. I styrelsen ansåg flera att om man nu beslutade att införa kortet borde steget tas fullt ut, så att det kunde användas även för livsmedel. Allt annat skulle orsaka en rad praktiska problem, exempelvis vid stormarknadernas utgångskassor, där kassörskan skulle behöva spalta upp och sortera varor utifrån varaktighet: "Det är svårt att se skillnaden i behovet av att köpa ett par strumpor eller en falukorv med kontokort. Om kontosystemet accepteras, tycker jag att det ska omfatta alla varor."<sup>31</sup> "Vi kommer att göra oss löjliga" med en sådan sortering i kassorna, befarade någon. Flera påpekade att redan låneköp fungerade ganska dåligt på grund av det krångliga ofta ideologiskt/moraliskt motiverade särskiljandet mellan olika varor. Man kunde nämligen köpa kastruller och husgeråd på låneköp men inte damstövlar, och i den förra kategorin sorterades också campingutrustning, som ju var mer nöjesbetonad. En styrelsemedlem uttryckte det rakt som att vid det laget "behöver ju inte ideologin vara kopplad till vissa begrepp om varor".<sup>32</sup> Ordföranden Hans Alsén varnade för att kreditförsäljning av livsmedel skulle vara "ett steg som gick långt utöver vad konkurrenterna tillämpar". Det var visserligen radikalt, men tålde att fundera på, så blev den allmänna meningen i styrelsen.<sup>33</sup>

I den här frågan valde KF till slut en linje som i själva verket öppnade för kreditköp av livsmedel, men det var något man till en början talade tyst om utåt. Exempelvis menade en styrelseledamot att det skulle vara fel att begränsa kreditkortets användning av ideologiska skäl,

men att ”i vår reklam skulle vi dock fortsätta att tala om användning av kontokort i anslutning till köp av varaktiga varor”.<sup>34</sup> Dubbelheten i kommunikationen och skapandet av en ”gummibandsparagraf” för köp av livsmedel på kredit ogillades dock av några i den bredare debatten.<sup>35</sup>

## Informationskampen

Styrelsen var medveten om att ett beslut om kreditkort skulle uppröra många medlemmar och sannolikt omskrivas i sensationella ordalag i pressen. Kommunikationsfrågan blev därför central. Flera anmärkte att ingen publicitet borde ske innan ett beslut hade fattats, men det var lättare sagt än gjort. Vd Karl Erik Persson manade till en restriktiv attityd gentemot pressen redan vid septembermötet 1978:

Massmedia är redan ute efter uppgifter om ett kooperativt kreditkort och man förefaller att vara väl informerad. För min del har jag förnekat, att det här arbetet pågår. Jag har dock förklarat, att vi på det här området, liksom på andra följer utvecklingen. Som jag ser det är det väldigt viktigt, att vi alla i våra kontakter med massmedia förnekar, att vi fattat beslut i frågan, ty annars kan vi lätt få en diskussion om detta, som blir alldeles okontrollerad. Hur det har blivit känt att vi diskuterar ett kontokort, vet vi tyvärr inte.

Ekonomichefen Lundahl ville istället tidigt gå till pressen och på så sätt ta kontrollen över vad som skrevs: ”Jag tror att det är mycket viktigt att man inte låter massmedia hantera den här frågan ...” Han menade att ärendet nu var så långt kommet att KF självt måste informera om processen. En kommunikationsplan färdigställdes i oktober 1978.<sup>36</sup> Den ansvarige för KF-avdelningen Massmediekontakt betonade att frågan var ”väldigt opinionskänslig”: ”massmedierna bevakar oss och att vi inte kan undvika publicitet”.<sup>37</sup> Utöver massmediekontakter planerades också information till medlemmarna om kontoköpets för- och nackdelar i form av ”studiematerial” och diskussionsunderlag inför lokala och regionala föreningsstämmor samt förbundsstämman.<sup>38</sup>

En annan kommunikativ utmaning blev ”namnfrågan”, det vill säga vad ett framtida kooperativt kreditkort skulle heta.<sup>39</sup> Det är symptoma-

tiskt att medan författarna till den första rapporten skrev om ”kreditkort” gick man i debatten över till att tala om ”kontokort”, särskilt i de bredare och utåtriktade sammanhangen när man ville tona ned det ideologiskt problematiska. Av samma anledning tenderade kritikerna att använda ordet kreditkort, när de anklagade Kooperationen för att svika sina principer; i tidens språkbruk var orden annars synonyma och syftade inte på några funktionella skillnader.<sup>40</sup> Beslut om namnfrågan fattades först i mars 1979. Namnet blev Kontoköp för att anspela på redan etablerade låneköp. Kopplingen till Kooperationen signalerades annars endast grafiskt genom att KF:s symbol, evighetstecknet, avbildades på själva plastkortet.<sup>41</sup>

Den debatt som pågick vid och mellan förbundsstämmorna i december 1978 och sommaren 1979, innan det kooperativa kreditkortet lanserades, framstår som en massiv kommunikationskampanj riktad till Kooperationens medlemmar såväl som till allmänheten. Veckotidningen *Vi* rapporterade utförligt om åsikterna både för och emot, samtidigt som allmän media bevakade frågan flitigt. KF:s ekonomiledning åkte runt och informerade vid lokala/regionala sammanträden; de framträdde också i press, tv och radio. Informationsarbetet bedrevs till stor del med de metoder – studiehäften, studiecirklar, organiserade debatter – som folkrörelsen/kooperationen traditionellt hade använt för sina upplysningskampanjer.<sup>42</sup> Nu sattes dessa medel i arbete för en moralisk-ideologisk omtolkning av konsumtionskredit, som i sin tur förutsatte en omtolkning av Kooperationens syn på konsumenten.

## En ny finansiell rationalitet

Till deltagarna vid förbundsstämman i december 1978 distribuerades en kort informationsskrift kallad ”Kontokort på Konsum”, som också innehöll tabeller och diagram om kreditkortsmarknadens utveckling i Sverige. I den upprepades i en förenklad form de argument för kreditkort som den interna utredningen hade lagt fram, nämligen *den tekniska utvecklingen* på betalningsområdet, *den nya lagstiftningen* som gynnar kontokort men slår hårt mot avbetalningshandeln, samt *konkurrensspekten*, det vill säga att KF kan tänkas förlora flera hundra miljoner i försäljning, och inte minst att konsumenterna har accepterat

och *efterfrågat* denna kreditform. Diskussionen inleddes med ett långt anförande av Stig Lundahl, som rekapitulerade dessa punkter och sökte besvara den kritik som vädrades i massmedia mot KF:s planerade kort.

Det mest intressanta var hans resonemang om att konsumenterna i ökande grad hade accepterat krediten och därför borde den införas inom Kooperationen: "Konsumenterna har genom sitt handlande visat att kontokorten ur deras synpunkt är en intressant betalningsform." Tonvikten låg således på konsumenternas efterfrågan snarare än på deras behov. Lundahl uttalade detta på ett ännu tydligare sätt när han diskuterade den nya konsumentkreditlagens föreskrifter på kontantinsats vid avbetalningsköp (men inte vid kortköp): "Även om kontantinsatsen är till för att skydda konsumenten från oöverlagda felköp, så är det uppenbart att den mest restriktionsfria kreditformen uppfattas attraktivast av användarna."<sup>43</sup> Det vi ser här är en klar glidning från behovsdiskursen och från den traditionella uppfattningen om svaga konsumenter i behov av skydd (från marknaden och från sina egna misstag) till en ny tanke om konsumentsoveränitet, det vill säga att konsumenternas val ska styra Konsums försäljningspolicy – inte tvärtom.

Lundahl och ekonomiledningen ville gärna framhålla sin linje som faktabaserad, till skillnad från andra åsikter i frågan som de menade genomsyrades av nostalgi, känslor eller världsfrånvänd idealism. "Vi måste bygga våra beslut på fakta" var en nyckelfras i informationshäftet som skickades ut till stämman 1978 och den upprepades sedan otaliga gånger av kreditkortets förespråkare.<sup>44</sup> Den finansiella logiken – en variant av marknadslogiken – var för dem lika med objektivt tänkande: "I dagens läge är det inte lönt att spara, men det är väl värt att kunna dra av räntor! Det är bara att se fakta i ögonen. De unga familjerna ser rent krasst på de ekonomiska fördelarna av korten."<sup>45</sup>

Citatet visar också hur några av Lundahls meningsfränder ville framställa den nya finansiella rationaliteten som en generationsfråga, och även på så sätt avfärda ideologin i det hela. På grund av 1970-talets kriser, lågkonjunktur och inflation, menade man, hade dagens generation en annan syn än de äldre, för vilka kontanthandeln var "helig":

Under de goda åren på 1950-, 1960- och början av 1970-talen, när det alltid kom mer pengar i portmonnän nästa år, har det utvecklats en

helt annan syn på frågan om man skall spara först och handla sedan eller handla först och dra fördel av produkten, ha glädje av den och successivt betala den under tiden som man nyttjar den. Det synsättet är helt dominerande bland de unga människorna.<sup>46</sup>

En sådan tolkning öppnade för ett perspektiv på kreditkortens kritiker som gamla, konservativa eller känslostyrt nostalgiska, framställningar som mycket riktigt förekom i debatten.<sup>47</sup>

## Den ideologiska kritiken mot kreditkortet

De som tog ställning mot kreditkortet på stämmorna var i underläge, men deras protester var skarpa och fick stort gehör i pressen. För dem var kreditkortet ett svek mot de kooperativa idealen. ”Kontokorten har inga ideologiska fördelar”, deklarerade exempelvis en av de första talarna på förbundsstämman i december i ett upprört tal som också attackerade amerikanisering, egoism och kapitalism. Flera kritiker använde sig av en klassretorik och menade att kontokorten bara var bra för ”folk i högre samhällsklasser”, som hade råd med räntor och kunde ta fördel av avdragsrätten i skattedeklarationen. Glesbygd ställdes mot staden, exempelvis menade en representant från Norrland att ”ohyran”, kreditkortet, ändå bara var gångbart i städerna.<sup>48</sup> I liknande tongångar beskrevs kortet som ett typiskt amerikanskt påfund som inte passade i Sverige.

Många uttryckte starka känslor inför förslaget och hänvisade till sin uppfostran, barndom, tidigare historiska erfarenheter, bland annat när arbetarna i början av 1900-talet ofta blev skuldsatta i butiker drivna av sina arbetsgivare. Att det numera inte var arbetsgivaren själv utan andra kapitalistiska företag som erbjöd krediten, gjorde inte så stor skillnad: ”Jag är van vid att inte ha skulder, och därför är jag naturligtvis principiellt och av hjärtat motståndare till kontokort, dvs kreditkort. Det som gjorde mig till kooperatör i det tidiga 1930-talet var principen om kontanthandel.”<sup>49</sup> De menade att den ”utveckling” som ekonomiledningen hävdade att KF måste följa inte på ett självklart sätt kunde uppfattas som något positivt. Istället såg den ut att ”bära raka vägen in i misär, andlig och ekonomisk”.<sup>50</sup> För dessa kritiker gällde debatten kärnan i kooperativ ideologi: ”Om vi tar bort principen om kontanthandel, vad



är då Kooperationen?” frågade en stämmodeltagare. Man hävdade att inget ”socialt argument” talade för kreditkortet, och att det inte fanns någon anledning – utöver krassa ekonomiska beräkningar – till att Kooperationen skulle agera på samma vis som det privata kapitalet.<sup>51</sup>

Kritikerna menade också att förslaget ignorerade Kooperationens kollektiva ansvar för de svagaste konsumenterna, för vilka kreditmöjligheten kunde bli förödande. Åter andra påpekade att ett kooperativt kontokort skulle utesluta låginkomstgrupper, inte minst folkpensionärerna, eftersom dessa inte uppnådde den inkomstgräns som krävdes för att beviljas kortet. En sådan diskriminering bland medlemmar stred mot de kollektiva principerna. Dessutom befarade de att kostnaderna för kreditköp skulle komma att belasta kontantkunderna genom att butiker inkluderade dessa i sina varupriser.<sup>52</sup>

Kreditkortsdebatten präglades av en ny egoism, menade man. Förr handlade det om ”alla”, om konsumenterna som en grupp, ”[m]en plötslig började vi diskutera enskilt ...”<sup>53</sup> Dessa talare utgick från tanken på en svag konsument som bara kunde hävda sig med kollektivets hjälp. Konsumenten skulle skyddas från lockelsen som kreditkortet innebar: det är ”rysligt lätt att falla för frestelser när man en gång har det här kortet. Tänk så enkelt det är att köpa den dyrare matvaran istället för den enklare!” ”Jag tycker dock när man talar om kontokort är det inte att ställa upp för de svaga konsumenterna, utan det är verkligen att göra det besvärligt för de svagaste konsumenterna istället.”<sup>54</sup>

Vissa talare antydde att i kreditkortsfrågan ställdes ledningens vilja mot ett djupt liggande och ofta outtalat misshag i Kooperationens breda lager. Medvetna om att frågan i stort sett redan var avgjord, hade de inte stora förhoppningar om att deras åsiktslinje skulle segra och menade att det var ”besvärligt att ställa sig upp och tala mot ett väl formulerat förslag från styrelsen”.<sup>55</sup>

Inom denna linje kritiserade man också det som jag ovan har kallat för finansialiserat tänkande. Man invände, för det första, mot krassa och enbart marknadsinriktade resonemang. Sådana äventyrade både Kooperationens ideologi och anseende i samhället:

Vi håller på att räkna kronor och ören som varje annat kapitalistiskt företag som helst [...] Vi har haft för oss att vi jobbar för de små, för

den lille konsumenten, den som alltid kommer i kläm mellan de stora intressena. Kontokortet kommer att begagnas emot Kooperationen i debatten under långa tider framöver. Människor kommer att säga att det inte är någon större skillnad mellan Konsum och andra butiker, utan att det är samma kronor och samma ören och samma kostnads-täckningstänkande där och samma marknadsföring – kanske lite rumsrenare, visserligen, men ändå i princip samma.<sup>56</sup>

För det andra kritiserade dessa talare att individuella finansiella beräkningar baserade på inflationstakt, skatteavdrag och framtida inkomster lyftes fram som viktiga av kreditkortets förespråkare:

Sedan tycker jag inte om den här motiveringen att räntorna på kontokortet är avdragsgilla. Det borde vara Kooperationen främmande att bli skattefuskare och uppmana oss medlemmar att bli skattefuskare – det finns nog många av de ändå i samhället. Nu skall även vi i Konsum uppmuntra varandra till att inte låta vår konsumtion begränsas av våra inkomster.<sup>57</sup>

Liknande tongångar ekade även i vänsterpressen. En artikel i *Aftonbladet* kritiserade det finansiella ”nyspråket” och skrev att Konsum, liksom de andra folkrörelserna samt socialdemokratin, nu har bekänt sig till en ”ärkekapitalistisk filosofi” och

skapat ett samhälle som helt lever efter kapitalismens lagar och där folkrörelserna uppgett både ideologi och ansvar för att tjäna några kronor på sina smarta direktörers kalkyler. [...] Privategoismen – ett nytt modeord – föds ur detta system. [...] Spara = kredit i vår nysvenska ordbok 1979. Svart har blivit vitt, precis som Orwell förutsade.<sup>58</sup>

Som flera av citaten visar var debatten emotionellt präglad. Vissa var arga och ”såg rött”, andra var häpnadslagna och flera uttryckte bedrövelse. Uttalanden som att det ”svider i själen på många gamla trogna kooperatörer” eller att tanken på kortet gav ”en fadd känsla i munnen” förekom flitigt, och då inte bara hos kreditkortens kritiker utan också hos dem som jag vill beteckna som marknadspragmatiker.<sup>59</sup>

## Marknadspragmatism

De flesta som gjorde sig hörda i diskussionen på stämmorna bekände sig inte helt till ekonomiledningens finansteknokratiska linje, men ville heller inte till varje pris försvara kontanthandelns ideologi. Kreditkort må vara förkastligt i grunden, men, menade man, KF var tvunget att acceptera det ändå. Ideologi i all ära, men det här handlade om ekonomiska överväganden: "Det går inte att leva på en ideologi!" sade man eller: "Har vi råd att säga nej ... Kan vi då lämna över detta till privathandeln, medan vi sitter på vår stjärt och talar ideologi?"<sup>60</sup> Mot kritikernas idealism ställdes alltså ett slags marknadspragmatism.

Argumentet byggdes upp i tre led, där det första utgick från marknadsamhällets konkurrens, det andra från konsumentens fria val och det tredje från kooperationens roll. Konkurrens blev ett nyckelord i debatten i allmänhet och i marknadspragmatiska uttalanden i synnerhet. När kreditkortet snabbt spreds hos andra detaljister, som därför ökade sin omsättning, behövde även KF hävda sig, menade dessa röster. Det talades om att "kontokortet är oss påtvingat av de kommersiella krafterna i samhället och det blandekonomiska samhällets konkurrensläge".<sup>61</sup> Hänvisningar till konkurrens återkom hos var och varannan talare.

Samma betoning lades på efterfrågan och konsumenternas fria val, som vi har sett hos den mer finansteknokratiskt tänkande ekonomiledningen. Men här framhöll man först att kontantprincipen visserligen hade varit väsentlig historiskt och kanske fortfarande var att föredra, men att 1970-talets konsumtionssamhälle inte såg ut som det tidiga 1900-talets. Nu köpte man inte bara det man behövde utan det man önskade, det som var "bekvämt att ha hemma" eller "snyggt att ha på sig".<sup>62</sup> I detta samhälle, menade man vidare, hade konsumenterna tydligt visat att de gärna ville handla på kredit: de ville ha kreditkort för att kunna få varan först och spara till den sedan, även om detta kostar en extra slant i ränta.

Nu när kunderna själva valt det, och det växte fram en marknad för kreditkortet, kunde Konsum inte "sätta upp handflatan som ett stopptecken i det blandekonomiska samhället".<sup>63</sup> Tiden – marknadens tid – krävde en pragmatisk inställning, menade man: "Visst är vi kooperatörer idealister, men vi kan inte leva av bara vår idealitet. Vi ser

våra medlemmar handla på kontokort hos konkurrenterna, och det gäller att leva i nutiden och följa med.”<sup>64</sup> Ofta återkommande uttryck i sammanhanget var att Konsum inte kunde komma med ”pekpinnar” och agera som ”förmyndare”, alltså samma invändning som lyftes mot statliga Konsumentverket i den konsumentpolitiska debatten: ”Vi kan inte inta vilken förmyndarattityd som helst. [...] Det är den enskilda medlemmen som har det fria valet!”<sup>65</sup>

Marknadspragmatikernas paradargument om krediten som ett nödvändigt ont byggde alltså i grunden på en övertygelse om att marknadskonkurrensen och konsumenternas efterfrågan styrde. Om det nu var så att kunderna ville ha kreditkortet var det i alla fall bättre om de fick det hos Konsum, och inte gick till de privatägda konkurrenterna:

Kronan är ju rund, men den skall väl inte bara rulla åt Wallenbergs håll [...] I det här fallet bör den runda kronan rinna in i KF:s och föreningarnas kassor, så att vi kan stärka 1980-talets konkurrenskraft mot de multinationella bolagen på ett helt annat sätt än nu. Våra medlemmar ska inte behöva gå ut och skaffa kontokort hos Wallenberg och Co.<sup>66</sup>

Man argumenterade också för att Kooperationens egna kreditkort skulle kunna ”sanera” kreditkortsmarknaden genom att hålla räntan på låga nivåer och se till att villkoren var fördelaktiga för konsumenterna. Detta var dock en praktisk utmaning på flera sätt, och förblev i mångt och mycket en läpparnas bekännelse.

## Kortets lansering

Stadgeändringen som tillät andra betelsätt än kontanter oavsett varuslag röstades till slut fram på förbundsstämman i juni 1979 och bekräftades av en extrastämma i augusti. Det var dock upp till varje lokal förening att införa det kooperativa kontokortet. De tre största föreningarna (Konsum Stockholm, Konsum Väst och Solidar i Malmö) gjorde så redan under hösten. Kortet administrerades av KF-ägda Låneköp AB, beviljades bara för medlemmar och var giltigt på kooperativa försäljningsställen, i första hand varuhusen.

Pressen kommenterade händelsen, inte sällan på ledarsidor, och ofta i negativa eller smått ironiska ordalag; ett exempel är den inledande bildens utrop om att "Konsum sviker de gamla idealen". Flera tidningar anspelade på kreditkortskrigsmetaforen med formuleringar som "Konsum har kapitulerat".<sup>67</sup> Högertidningen *Svenska Dagbladet* välkomnade dock beslutet och skrev, i linje med idéen om konsumentens (finansiella) suveränitet, att kreditkortet var ett bra verktyg för att skapa "reda och regelbundenhet i familjens ekonomi" samt att det "bör [...] vara tillåtet för konsumenterna att själva avgöra, hur de vill finansiera sin konsumtion".<sup>68</sup>

För konkurrerande kreditkortsföretag var KF:s besked långt ifrån ofördelaktigt. De kunde använda det som ett moraliskt rättfärdigande för sin verksamhet. Finansieringsföretaget Finax producerade en serie helsidesreklamannonser för sitt kreditkort med rubriker "Testa dina fördomar om kontokort" och "Testa ditt ekonomiska sinne". I dessa skrev de bland annat att "[k]ontokorten, de nya pengarna håller på att vända upp och ned på många gamla fördomar och nedärvda värderingar! [...] Nu inför 1980-talet använder 1.000.000 svenskar kontokort varje dag. Och KF-Konsum lanserar i höst sitt nya kontokort. Inget är som förr."<sup>69</sup>

Nyheten om det kooperativa kontokortet välkomnades också av Erik Elinder, ägare och styrelseordförande i kortföretaget InterConto. Elinder hade väntat på gamla kreditmotståndaren KF:s beslut, eftersom han var övertygad att det skulle hjälpa även hans företag att rekrytera nya kunder.<sup>70</sup> Bankföreningens tidskrift *Ekonomisk Revy* kommenterade det kooperativa kreditkortets betydelse för "kontokortsexplosionen" under det sena 1970-talet så här: "Den tidigare djupt rotade motviljan hos många att handla med kontokort håller på att försvinna. I och med att Konsum, av tradition motståndare till kreditköp, introducerar ett eget kreditkort kan 'kontokortsvallen' definitivt anses vara passerad."<sup>71</sup>

Reaktionerna visar att Kooperationens kreditkort hade en moraliskt-ideologiskt legitimerande effekt. Det må ha handlat om ett pragmatiskt beslut för KF:s del, men det kooperativa kreditkortet hade en symbolisk relevans i ett bredare samhälleligt perspektiv, långt utöver dess ekonomiska betydelse för Kooperationen.

En annan viktig aktör som spelade en avgörande roll för att kreditkorten blev var mans egendom i Sverige var Sparbankerna. Under 1979

bedrev de ett uppmärksammat försök i Blekinge med ett kort för direktbetalningar. I det deltog även Konsum-butiker bland många andra. Försöket gick inte helt smärtfritt, men det ledde ändå till att Sparbankerna 1980–81 införde sitt Sparbankskort som kombinerade uttags-, betal- och kreditfunktioner i ett och alltså kunde ersätta även de befintliga korten till Sparbankernas uttagsautomater (Minuten-automater, med 750 000 kort i omlopp 1979).<sup>72</sup>

## Nya regleringar och kreditkortet i den politiska debatten

Kreditkortsmarknadens snabba tillväxt, ”kreditkortskriget” och uppståndelsen kring Kooperationens beslut aktualiserade frågan om en eventuell statlig reglering av kortmarknaden. Riksdagsmotioner från Socialdemokraterna och Vänsterpartiet kommunisterna krävde under senhösten 1979 restriktiva statliga åtgärder och en utredning i frågan. Flera hänvisade till Kooperationen i de politiska debatterna. För motionären Hans Pettersson i Hallstahammar (VPK), tillika Konsum-medlem, var det ”obegripligt hur Konsum kunnat införa kreditkort”. Vid sidan av KF beskylldes Pettersson både Socialdemokraterna och de borgerliga för att hysa alltför stor tilltro till de fria marknadskrafterna. Riksdagsledamoten Roland Sundgren (S), även han aktiv inom Kooperationen, motionerade (med flera andra) för en statlig utredning. Han var också kritisk mot kreditkortet, men försökte ändå rättfärdiga KF:s beslut med det ovan nämnda argumentet att det åtminstone var ett bättre slags kreditkort, ett med kooperativ profil som gjorde en insats för att ”sanera marknaden”.<sup>73</sup>

Det var istället ekonomiministern och moderatledaren Gösta Bohman – sannolikt inte medlem i Kooperationen – som försvarade Konsums vägval: ”Jag har den högsta uppskattning för Konsum. När KF inför dessa kort, sker det därför att man anser att de är fördelaktiga inte bara för Konsum i konkurrens med enskild handel – även om det givetvis kan ha spelat roll – utan också för konsumenterna.”<sup>74</sup> Marknadskonkurrens och konsumentens fria val var även Bohmans nyckelord. Han menade, i likhet med KF:s ekonomiledning, att kontokortet helt enkelt var ”ett sparande i efterhand”, och att det i pressen bedrevs en regelrätt kampanj

mot kreditkorten. Han upprepade de välkända invändningarna mot "förmynderi och pekpinnar". Därtill satte han konsumentsuveränitet i samband med demokrati genom att argumentera för att de människor som väljer ledamöter till riksdagen borde betros med att kunna välja även i livets andra frågor: "Jag är personligen [...] anhängare av ett fritt konsumtionsval", poängterade Bohman i debatten, även om han höll med om att marknadsföringen av kreditkorten hade blivit "stötande". Den borgerliga regeringen, som av riksdagen fått mandat att vid behov ingripa med restriktioner på detta område, ansåg att det fanns skäl för vissa åtgärder. Kontokortsföretagen placerades under Bankinspektionens tillsyn från och med den 1 juli 1980, och samma år tillsattes en utredning inom Finansdepartementet, den så kallade Kontokortskommittén, för att klarlägga kreditkortshandelns verkningar. Ökningen av kreditkorts-krediter avstannade från den 1 januari 1981 när det infördes ett krav på en obligatorisk initialamortering på 25 procent vid kreditkortsköp (liksom kontantinsatsen vid avbetalningsköp). Detta slopades dock inom mindre än ett år mot att finansieringsföretagen lovade att vara återhållsamma i sin marknadsföring.<sup>75</sup>

Kontokortskommittén, som började arbeta 1980, avlämnade sitt slutbetänkande 1984 (till den sedan 1982 socialdemokratiska regeringen).<sup>76</sup> Propositionen som utredningen resulterade i föreslog skärpningar i konsumentkreditlagen, som skulle träda i kraft den 1 maj 1985. De nya reglerna slopades dock redan efter några månader, samtidigt som hela kreditmarknaden avreglerades och utlåningstak samt utlåningsregler togs bort för kreditinstituten (den så kallade novemberrevolutionen).<sup>77</sup>

## Den finansiellt rationella konsumenten och kreditköpets ideologiska omtolkning

Den kulturella betydelsen av Konsums kreditkort var viktigare än dess faktiska spridning. KF:s omvändelse i kreditkortsfrågan bidrog till att befästa en ny privatekonomisk moral och en ny sorts finansiell rationalitet hos gemene man. En näranalys av debatten visar att förändringen krävde ett ideologiskt omtolkningsarbete och en känslomässig omställning hos många.

Konsumentkooperationen är en oväntad aktör i sammanhanget. Det har skrivits ytterst lite om konsumtionskrediternas svenska historia under 1900-talet, men i de arbeten som ändå berör ämnet skildras Kooperationen som kreditens motståndare.<sup>78</sup> Om Konsums egna kreditkort nämns, vilket sker knappt ens i organisationens egen historiskrivning, så framhålls att KF har infört det ”motvilligt”.<sup>79</sup> Det var den bild som KF själv ville sprida, och den som oftast återgavs i den dåtida tidningsrapporteringens narrativ. Helt felaktig är den inte, men den är ändå tillrättalagd. Kreditkortsfrågan handlade om mer än att KF nödvunget gett efter för marknadens krav. Under ett drygt halvår, mellan december 1978 och juni 1979, pågick en omfattande debatt och informationskampanj (bland annat med studiematerial och studiecirklar) som mobiliserade KF:s folkrörelseorganisation, där konsumtionskrediten omdefinierades i finansiella istället för ideologiska och sociala termer. I kreditkortsdebatten vägdes en finansiellt teknokratisk attityd mot ett traditionellt ideologiskt synsätt och fann stöd hos en dominerande grupp, vars inställning jag kallar marknadspragmatism.

Istället för det äldre kooperativa idealet om den rationella konsumenten som skulle skyddas genom kollektiva lösningar och lära sig att betala kontant för de rätta varorna, framträdde en ny stark och finansiellt rationell konsument, fullt förmögen att göra sina egna individuella val och vars efterfrågan styrde marknaden. Denna konsument behövde inte beskyddas från kreditens lockelse – och kredit var i sig inte längre något farligt. Likheter med den nyliberala tanken om den suveräna konsumenten var stora, trots att KF:s representanter i andra sammanhang argumenterade mot tankefigurens relevans. En kreditkritisk grundattityd levde också kvar hos många, även bland sådana marknadspragmatiker som röstade för den omtvistade stadgeändringen, men en ny, finansialiserad tolkning av krediten som en form av rationell resursallokering eller ett sparande i efterhand introducerades och spreds. De nya vardagspraktikerna var minst lika viktiga. Plastkorten gjorde gränsen mellan kontant- och kreditköp allt otydligare, både ur ett ideologiskt och ett praktiskt perspektiv.

Avregleringen av den svenska kreditmarknaden i mitten av 1980-talet nämns ofta som en viktig historisk vändpunkt i utvecklingen mot ”mark-



nadens tid”. Den här studien visar att en ideologisk-kulturell-emotionell omtolkning av krediter påbörjades på allvar redan tidigare och i den deltog även en i sammanhanget så osannolik aktör som Kooperativa Förbundet. Diskussionerna och ”folkbildningsarbetet” som ledde fram till beslutet om ett kooperativt kreditkort förankrade nya tolkningar av konsumenten bland de breda samhällsgrupper som hörde till det som kallades för folkrörelse-Sverige. Och på grund av organisationens tidigare ideologiska ställningstagande mot kreditköp kunde blotta existensen av KF:s kreditkort, oavsett intentionerna, uppfattas som ett rättfärdigande av den nya tidens konsumtionskrediter.

- Om andra initiativ att forma marknadssubjekt, se Charlotte Nilssons och Elin Åström Rudbergs kapitel.
- För mer om finansialisering, se Oskar Brobergs kapitel.

## Noter

- 1 ”Hundratusentals familjer med ekonomisk ’baksmälla’”, *Vi* 48, 30/11 1978.
- 2 Peder Aléx, *Den rationella konsumenten: KF som folkuppfostrare 1899–1939* (Stockholm/Stehag: Brutus Östlings bokförlag Symposion, 1994).
- 3 Antalet hushåll i Sverige var ca 3,4 miljoner, men i vissa hushåll bodde flera KF-medlemmar.
- 4 Se bl.a. om ”kontokortsspykos” i *Arbetsbladet* (Gävle) 1978 (utan datum) i vol. Tidningsklipp 1978, Köpkorts arkiv, Centrum för Näringslivshistoria (CfN); ”Hopplöst kämpa mot kreditkorten”, *Göteborgs-Tidningen (GT)* 20/11 1978. Artiklarna ”Agnethas nye kille” och ”Det blir kontokort hos Konsum”, *Aftonbladet (AB)* 16/5 1979.
- 5 ”Så fungerar kontokortet”, *Hudiksvalls-tidningen* 7/12 1978 i vol. Tidningsklipp 1978, Köpkorts arkiv, CfN.
- 6 Se t.ex. Randy Martin, *Financialization of Daily Life* (Philadelphia: Temple University Press, 2002); Erik Andersson m.fl. (red.), *Vardagslivets finansialisering* (Göteborg: Centrum för konsumtionsvetenskap, 2016).
- 7 Aléx 1994; Orsi Husz, ”Spara, slösa och alla de andra”, *Signums svenska kulturhistoria: 1900-talet* (Stockholm: Atlantis, 2009), s. 279–299. Se också Helena Mattsson, ”Designing the Reasonable Consumer”, i Helena Mattsson & Sven-Olov Wallenstein (red.), *Swedish Modernism* (London: Black Dog Publishing, 2010). Om svaga konsumenter, se Hans Alséns inledningstal 11/6 1979, vol. KF, Förbundsstämma, Protokoll med bilagor (hädanefter Förbundsstämmans protokoll), juni 1979, s. 5, KF:s arkiv, CfN.
- 8 ”Handelns historia: Kooperativa Förbundet: Konsumentkooperationen år för år”, <http://www.handelnshistoria.se/handelsforetag/kf/konsumentkooperationen-ar-for-ar/> (läst 28 juni 2023).

- 9 T.ex. kritiserade KF löntagarfondsförslaget med hänvisning till att det inte tog hänsyn till konsumentperspektivet, "Kooperationens konsumentpolitiska roll" (1978), Bilaga till Direktionens protokoll 12/3 1979, KF:s arkiv, CfN.
- 10 SOU 1979:62, s. 186.
- 11 Sara Kristoffersson, "A Brand for Everyone", i Guy Julier m.fl. (red.), *Design Culture: Objects and Approaches* (London: Bloomsbury, 2019).
- 12 "Första fem basmöblerna färdiga", *Köpmannen* 28/8 1978; Alséns inledningstal, Förbundsstämmans protokoll, juni 1979, s. 5.
- 13 *Köpmannen*, 28/8, 13/11 1978.
- 14 Förbundsstämmans protokoll, juni 1979, s. 48.
- 15 Niklas Olsen, *The Sovereign Consumer* (Cham: Palgrave Macmillan, 2019).
- 16 Frida Antoni & Ann-Charlotte Plogner, *Måste konsumenten gå till Verket?* (Stockholm: Industriförbundet, 1978); Olle Wästberg, "Ämbetsverk som konsumenthot", *Svenska Dagbladet* (SvD) 16/3 1978; Olle Wästberg, "Självständiga beslut från konsumenterna: Nej till förmyndarsamhället.", *Köpmannen* 47, 20/11 1978, s. 3; Sven Heurgren (konsumentombudsmannen), "Privata konsumentgrupper behövs ej", SvD 14/2 1978. Se även Orsi Husz & Karin Carlsson, "Kökskunskap", i Ulrika Torell, Jenny Lee & Roger Qvarsell (red.), *Köket: Rum för drömmar, ideal och vardagsliv under det långa 1900-talet* (Stockholm: Nordiska museet, 2018); Sophie Elsässer, *Att skapa en konsument: Råd & Rön och den statliga konsumentupplysningen* (Göteborg & Stockholm: Makadam, 2012) s. 266, 277–278, 321; Sun-Joon Hwang, *Folkrörelse eller affärsföretag* (Stockholm: Stockholms universitet, 1995) s. 103–130.
- 17 "Kooperationens konsumentpolitiska roll" (1978), Bilaga till Direktionens protokoll 12/3 1979, s. 18, 27, KF, CfN.
- 18 Jan Logemann, "Credit Access, and the American Welfare State", i Jan Logemann (red.), *The Development of Consumer Credit in Global Perspective: Business, Regulation, and Culture* (New York: Palgrave Macmillan, 2012), s. 203.
- 19 Christopher Payne, *The Consumer, Credit and Neoliberalism* (London: Routledge, 2012); Donncha Marron, *Consumer Credit in the United States* (Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2009). Se också Paul Langley, *The Everyday Life of Global Finance: Saving and Borrowing in Anglo-America* (Oxford: Oxford University Press, 2008); Rob Aitken, *Performing Capital: Toward a Cultural Economy of Popular and Global Finance* (New York: Palgrave Macmillan, 2007).
- 20 Orsi Husz, "Att sälja kredit som pengar", i Erik Andersson m.fl. (red.), *Vardagslivets finansialisering* (Göteborg: Centrum för konsumtionsvetenskap, 2016), s. 45–57; Orsi Husz, "Money Cards and Identity Cards: De-viceing Consumer Credit in Post-War Sweden", *Journal of Cultural Economy* 12:2 (2021), s. 139–158.
- 21 Inte ens i bankomater var online-transaktionerna möjliga förrän 1977 (för Sparbankernas system Minuten) och 1981 (för affärsbankernas Bankomat). Innan dess reglerades transaktioner dagligen, men i efterhand. Vad gäller bankomatkort så var sådana relativt väl spridda i Sverige med ca 1 miljon kort i omlopp under 1970-talets sista år. Se "Bankomat och Minuten tar upp kampen mot det kontantlösa samhället", *Veckans Affärer* 14/1 1982 och Husz 2021.
- 22 Herman Stolpe, *Kredit och reklam på avvägar* (Stockholm: Rabén & Sjögren, 1961).
- 23 "Så väljer du rätt bland Sveriges alla kontokort", *Privata affärer* 2, 1978.
- 24 Bensinbolagens betalkort oräknade. Ibid. och Husz 2021, s. 150, 153.

- 25 För krigsmetaforer, se bl.a. "Räntekrig om kontokort", *DN* 5/11 1979; "Nytt 'bank-krig' om kreditkort", *DN* 20/10 1979; "Konsums nya kreditkort", *AB* 14/5 1979, som skriver om "ett slags kreditkortkrig".
- 26 Fredrik Sandgren, "Introducing Co-operative Consumer Credit: The Case of Loan-purchases and the Swedish Consumer Co-operative Movement in 1945", Nordiska historikermötet, Aalborg, 2017; Anders Tenér & Åke Lindén, "Förslag till Koope-rativt kreditkort", 16/5 1978, Bilaga till Direktionens protokoll, 1978, nr 16, bilaga 4, 22/5 1978. Från 1978 administrerades låneköp av ett separat bolag, Låneköp AB.
- 27 Tenér & Lindén 1978; Förbundsstämmans protokoll 4/12 1978, Bilaga 8 och 9, KF, Cfn.
- 28 Förbundsstyrelsens protokoll 1/9 1978, nr 81, s. 21, 24, KF, Cfn.
- 29 Förbundsstyrelsens protokoll 27/10 1978, nr 83.
- 30 Förbundsstyrelsens protokoll 3/5 1979, nr 88, bilaga 4, "Kontoköp – ett konsu-mentkoooperativt alternativ" (20/4 1979).
- 31 Förbundsstyrelsens protokoll 1978, nr 81, s. 24; nr 83, s. 22.
- 32 Förbundsstyrelsens protokoll 1978, nr 83, s. 20, 26.
- 33 Ibid., s. 19.
- 34 Ibid., s. 20.
- 35 Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 45.
- 36 Förbundsstyrelsens protokoll 1978, nr 83, s. 17.
- 37 Ibid., s. 27.
- 38 Ibid., s. 20, 22.
- 39 Ibid.
- 40 Förbundsstämmans protokoll december 1978, bilaga 9, *Kontokort i Konsum? Om språkbruket*, se Husz 2021.
- 41 Förbundsstyrelsens protokoll 1978, nr 88, s. 5.
- 42 Se Kooperativa Förbundet 1979, Vardagstryck, KB.
- 43 Förbundsstämmans protokoll, december 1978, bilaga 8.
- 44 *Kontokort i Konsum?*, s. 1.
- 45 Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 69.
- 46 Ibid., s. 11.
- 47 T.ex. Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 74.
- 48 Ibid., s. 35–37.
- 49 Ibid., s. 35, 41.
- 50 Ibid., s. 44.
- 51 Ibid., s. 48, 50.
- 52 T.ex. Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 35, 42; Förbundsstämmans protokoll, juni 1979, s. 89.
- 53 Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 49.
- 54 Ibid., s. 50; Förbundsstämmans protokoll, juni 1979, s. 89.
- 55 Förbundsstämmans protokoll, juni 1979, s. 88.
- 56 Ibid., s. 91.
- 57 Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 71; Förbundsstämmans protokoll, juni 1979, s. 91.
- 58 "Skulden som bojar", *AB* 1/12 1979.
- 59 T.ex. *Vi* 48, 30/11 1978, s. 38; Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 40.

- 60 Förbundsstämmans protokoll, juni 1979, s. 92; Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 52.
- 61 Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 53. Se även bl.a. Förbundsstämmans protokoll, juni 1979, s. 25 (Beredningsutskottets ordförande).
- 62 Förbundsstämmans protokoll, december 1978, s. 54.
- 63 Ibid., s. 59–60, 78. Se även en annan talare s. 67.
- 64 Ibid., s. 69.
- 65 Ibid., s. 37–41.
- 66 Ibid., s. 59–60, 78 och en annan talare s. 93.
- 67 ”Kreditkorten – ett strupgrepp på löntagarna”, *DN* 26/11 1979; *GT* 20/9 1979. Se även ”Mat på kredit”, *AB* 11/8 1979.
- 68 ”Kontokort – under ansvar”, *SvD* 4/11 1979.
- 69 Finax helsidesannonser, i vol. Contokriget, Erik Elinders arkiv, CfN. Se även annonser i *Köpmannen* 1979–80.
- 70 Orsi Husz, ”The Entrepreneur’s Dream: Credit Card History between PR and Academic Research”, i Johan Östling, Niklas Olsen & David Larsson Heidenblad (red.), *Histories of Knowledge in Postwar Scandinavia: Actors, Arenas and Aspirations* (Abingdon & New York: Routledge, 2020).
- 71 Bo Gunnarsson, ”Betalkort – teknik eller behov?”, *Ekonomisk Revy* 6 (1979), s. 256.
- 72 Ingvar Körberg, *Förnyelsen: Sparbankernas historia 1945–1980* (Stockholm: Ekerlids, 2006), s. 359–364. Se även ”En explosion av kontokort”, *Köpmannen* 51–52, 18/12 1978; ”Betalkort i handeln kommer”, *Köpmannen* 42, 13/10 1980; ”Sparbankskort är redan näst störst”, *Köpmannen* 43, 20/10 1980.
- 73 Riksdagens protokoll (RD) 1979/80, nr 48, 10/12 1979, ”Om kreditkortens roll i samhällsekonomin”, särskilt s. 11, 13–16, 18–22.
- 74 RD 1979/80, nr 48, 10/12 1979, s. 16–21.
- 75 DsFi 1984:10, *Kontokort* (Stockholm: Liber 1984), s. 139–140; Rasmus Fleischer, ”Kreditkonsumtion i Sverige, 1945–1985”, *Historisk tidskrift* 136:4 (2016), s. 653; David Rune, ”Att leva på plast – hot eller möjlighet: En studie av svensk kreditkortsdebatt”, kandidatuppsats, Historiska institutionen, Stockholms universitet 2007.
- 76 DsFi 1984:10.
- 77 Fleischer 2016, s. 653–654.
- 78 Ett undantag är Fredrik Sandgrens ännu opublicerade forskning om låneköpets införande inom Kooperationen.
- 79 Fleischer 2016.