



Dorthe Chakravarty

Irma

– alt det, du havde glemt,
du kunne huske

Udkommer: 7. november 2023
Omfang: 176 sider, rigt illustreret
Pris: 299,95 kr.
Omslag: Litografi af Henry Heerup
Forlag: Strandberg Publishing

En moderne danmarkshistorie fortalt gennem Irma og de varer, vi købte

Irma – alt det, du havde glemt, du kunne huske er en nostalgisk tidsrejse gennem et unikt stykke danmarkshistorie. Den handler om et af den danske detailhandels stærkeste brands, nemlig Irma, som blev varslet lukket i 2023. For mange danskere er Irma ikke bare en indkøbsmulighed blandt adskillige andre, men et nationalt klenodie og en fortælling om, hvor meget identitet vi lægger i det sted, vi handler. Snart er det slut, og beskeden om, at Irma skal lukke, har vakt store følelser, men også givet anledning til at dele de gode historier og minder.

Denne bog fortæller ikke historien om Irma fra storhed til fald. I stedet præsenterer den et bredt udvalg af de varer og fortællinger, som har været med til at skabe det Irma, der har skrevet sig ind i den danske kultur- og forbrugerhistorie.

Siden 1886 har dagligvarekæden med den ikoniske pige i blåt præget danskernes hverdag – ikke bare på spiseborde og i køkkenskabe landet over, men også ved at have formet vores madkultur og -dannelse. Bogens tekster af historiker Dorthe Chakravarty fortæller gennem verdens næstældste supermarked en moderne danmarkshistorie med særligt fokus på tiden efter Anden Verdenskrig og frem til i dag.

Med direktør Børge Olsen i spidsen blev Irma det første moderne supermarked, der med selvbetjening og billige varer, særligt på dåse, tilbød de danske husmødre kvalitet og bekvemmelighed.



Forord af Alfred Josefsen
Efterord af museumsinspektør Stefanie
Høy Brink, Københavns Museum

Strandberg Publishing A/S
Gammel Mønt 14, 5.th.
1117 København K

mail@strandbergpublishing.dk
+45 88 82 66 10
strandbergpublishing.dk

Irma introducerede kunderne til vinen med Okseblod, Nonneblod og Præstetanker – vin som det mere dannede alternativ til øl, der med direktørens ord ”gør en nation bøvset”.

I 1999 trådte Alfred Josefsen til og tegnede Irmas nye image med særligt fokus på den kvalitet, som vi forbinder med kæden i dag. I Irma handlede kvalitet ikke bare om velsmag og holdbarhed, det handlede også om ensartethed. Irma-kaffen skulle smage som Irma-kaffe hver gang. Alt blev pakket ind med Irma-logo på emballagen, der gav kunden oplevelsen af genkendelighed og kvalitet. Irma var de første, der informerede om kilo- og literpriser og sørgede for datomærkning, og de var også de første til at skrive på emballagen, hvad varerne indeholdt. Irma skulle være danskernes økologiske, miljørigtige, bæredygtige og naturlige valg.

Bogens mere end 300 illustrationer er et overflødhedshorn af gamle reklamer, logoer, Irma-pigen, børnenes Irma, Maosko og Irma-kaffe, kunstnersamarbejder om dåser og plastposer, men også de mere skæve initiativer, der for mange er gået i glemmebogen, som Irma-fonen, Irmasset til Irma charterrejser, engangstrusserne og restauranten Spaghetti House, der endda tilbød takeaway.

Om forfatteren

Dorthe Chakravarty er historiker og forhenværende radiovært på DR P1. Hun er desuden forfatter til flere bøger om kulturhistoriske emner.

Yderligere information og kontakt

For bestilling af presseeksemplarer, pressefotos og kontakt til forfatteren, kontakt venligst presseansvarlig Mette Wibeck på +45 4075 3476 eller mette@strandbergpublishing.dk.
Pressekit med fotos på www.strandbergpublishing.dk/presse

IRMA

Irma

Irma

irma

Irma

