

Land og By og Mad

En undersøgelse af potentialer for
landdistriktsudvikling ved nye madbårne
land-by relationer



PIA HEIKE JOHANSEN
OG
HANNIBAL HOFF
OG
ASK GREVE JØRGENSEN

CENTER FOR LANDDISTRIKTSFORSKNING
Syddansk Universitet

2015



Alle rettigheder forbeholdes centret (CLF). Mekanisk eller fotografisk gengivelse af denne REPORT eller dele heraf er uden instituttets skriftlige samtykke forbudt ifølge gældende dansk lov om ophavsret. Undtaget herfra er uddrag til anmeldelser.

© Syddansk Universitet, Esbjerg og forfatterne, 2015.

Center for Landdistriktsforskning

CLF REPORT 42/2015

ISBN 978-87-91304-90-3

Undersøgelsen er udført efter opdrag fra Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikter. For undersøgelsens udformning er alene Center for Landdistriktsforskning ansvarlig.

Pia Heike Johansen, projektleder, lektor ph.d.
Center for Landdistriktsforskning
Syddansk Universitet
Niels Bohrs Vej 9-10
DK-6700 Esbjerg
Tlf.: 6550 4224
E-mail: piaj@sam.sdu.dk

Hannibal Hoff, ph.d.-stipendiat
Center for Landdistriktsforskning
Syddansk Universitet
Niels Bohrs Vej 9-10
DK-6700 Esbjerg
Tlf.: 6550 4197
E-mail: hho@sam.sdu.dk

Ask Greve Jørgensen, videnskabelig assistent
Center for Landdistriktsforskning
Syddansk Universitet
Niels Bohrs Vej 9-10
DK-6700 Esbjerg
Tlf.: 6550 4209
E-mail: askj@sam.sdu.dk

Forsidefoto: Stine Hoff

INDHOLDSFORTEGNELSE

1.	SAMMENFATNING	5
2.	SUMMARY	8
3.	INDLEDNING, FORSKNINGSPØRGSMAÅL OG FORMÅL	10
3.1.	Indledning.....	10
3.2.	Forskningsspørgsmål og formål.....	12
3.3.	Rapportens struktur.....	12
4.	UNDERSØGELSESDSIGN OG METODER	13
4.1.	Overordnet undersøgelsesdesign	13
4.2.	Design af den kvantitative undersøgelse	14
4.3.	Design af aktionsforskningsundersøgelsen.....	17
5.	LITTERATURSTUDIE	21
5.1.	Introduktion til litteraturstudiet.....	21
5.2.	Nordamerikansk litteratur vs. europæisk litteratur	22
5.3.	Overordnede perspektiver	23
5.4.	Byboeres bevæggrunde for at bidrage til nye fødevarerinitiativer	24
5.5.	Producenters bevæggrunde for at bidrage til alternative fødevarerinitiativer.....	28
5.6.	Opsummering	29
6.	BYBOERES EFTERSPØRGSSEL EFTER LANDLIGE KVALITETER GENNEM TILEGNELSE AF RÅVARER	30
6.1.	Introduktion til kapitlet.....	30
6.2.	Respondentprofiler	30

6.3.	Handlende gennem indkøb	33
6.4.	Handlende gennem sociale netværk	41
6.5.	Handlende gennem praksis	48
6.6.	Opsummering af resultater fra telefonspørgeundersøgelsen	53
7.	VISIONER OG INITIATIVER FOR FREMTIDIGE PRAKSIS	54
7.1.	Introduktion til kapitlet	54
7.2.	Aktionsforskningsprocessen	54
7.3.	Analyser og resultater fra aktionsforskningen	59
7.4.	Storbyaktører for landdistriktsudvikling	68
7.5.	Opsamling	73
8.	DISKUSSION AF UNDERSØGELSENS RESULTATER	74
9.	KONKLUSION OG ANBEFALINGER	80
9.1.	Konklusion	80
9.2.	Anbefalinger	82
10.	REFERENCER	84
11.	BILAG	86

1. SAMMENFATNING

Nye måder at producere og distribuere mad på vokser frem i byen og på landet. De nye måder bringer ikke kun slutbruger og producent tættere på hinanden, de udgør også et potentiale for at synliggøre bosætnings- og erhvervsudviklingsmuligheder i landdistrikterne. Denne rapport bidrager med viden om, hvordan der kan arbejdes strategisk og operationelt med at realisere dette potentielle udstillingsvindue for landdistrikterne. Den afdækker for det første dynamikken i det nye 'madbårne' land-by forhold. For det andet kommer den med brugerdrevne innovative forslag til initiativer, der kan optimere udnyttelsen af bosætnings- og erhvervsudviklingspotentialerne i det 'madbårne' land-by forhold.

Forskningsspørgsmålene i undersøgelsen er: Hvad karakteriserer den nye madbårne land-by dynamik, og på hvilke måder kan denne nye 'madbårne' land-by dynamik og tilknyttede aktiviteter være med til at skabe øget erhvervsudvikling og bosætning på landet? Mens formålet med undersøgelsen herudover er at udvikle konkrete værktøjer til policy og planlægning på lokalt, kommunalt og landsplan. Der er fokus på potentialer for at styrke lokal erhvervsudvikling og bosætning på landet som en afledt effekt af den nye interaktion omkring mad.

Undersøgelsen anvender en kombination af kvalitative og kvantitative metoder. Den er designet således, at de fire typer af dataindsamlingsmetoder: telefonspørgeundersøgelse, kvalitative interviews og deltagerobservationer samt aktionsforskningsseminarer supplerer hinanden i forhold til besvarelse af forskningsspørgsmålet. Fokus i dataindsamlingen er på storbyboere og producenter, som er aktive i forhold til nye madbårne initiativer. Det betyder, at analyser og delkonklusioner alene er genereret på baggrund af de aktører, som aktivt bidrager til den nye land-by dynamik.

De kvantitative data er indsamlet gennem en telefonspørgeundersøgelse. Fokus er lagt på storbyboeres handlinger i forhold til nye måder at anskaffe sig råvarer, deres ønsker til hvad disse handlinger skal bidrage med, og deres visioner for en optimal råvareanskaffelsessituation. Telefonspørgeundersøgelsen involverer 601 respondenter i det centrale København. De kvalitative data er indsamlet gennem kvalitative interviews, deltagerobservationer og aktionsforskning. Fokus er på storbyboeres og producenters oplevelse af 'kvaliteter' ved de nye madbårne initiativer, deres visioner for de nye madbårne initiativer og på landdistriktsudviklingsperspektiver. 19 storbyboere og landaktører særligt aktive inden for nye madbårne initiativer er deltagerne. De betragtes som eksperterne inden for nye madbårne initiativer. Deltagerne skal gennem en tilrettelagt proces bidrage med konkrete forslag til, hvordan landdistrikterne får optimal glæde af de nye land-by dynamikker både erhvervsudviklings- og bosætningsmæssigt. I undersøgelsen blev denne proces afviklet som tre workshops i november 2014.

Undersøgelsen inkluderer et omfattende litteraturstudie. Formålet med litteraturstudiet er i første omgang at kvalificere og inspirere planlægningen af både den kvantitative og kvalitative dataindsamling ved at pege på centrale problematikker og debatter omkring alternative fødevarenetværk. Dernæst har litteraturstudiet til formål at sætte analyserne i rapporten i et bredere perspektiv. De centrale pointer fra den internationale litteratur sætter således dagsordenen for diskussionen af undersøgelsens resultater. Endelig har litteraturstudiet til formål at vise den eksisterende litteratur inden for nye madbårne land-by dynamikker, og derved også bidrage til at illustrere forskningsmæssigt underbelyste tematikker.

Undersøgelser konkluderer, at potentialet for landdistrikterne er knyttet til det uforløste ønske hos storbyboere om at skabe en tættere relation til de aktive inden for madbårne initiativer på landet. Og lidt hårdt trukket op kan det siges, at der er en forventning om, at disse landaktive konkurrerer med TV- programmer om nye madbårne initiativer. Aktionsforskningen bragte dette potentiale ind som omdrejningspunkt. Deltagere fra København og Stevns og nærmeste omegn blev gennem en tilrettelagt proces guidet gennem en udarbejdelse af konkrete forslag til, hvad henholdsvis storbyen og landdistrikterne kan gøre for, at land-by dynamikker inden for nye madbårne initiativer kan føre til erhvervsudvikling og bosætning på landet. Disse forslag er kendetegnet ved, at de på en række områder kræver en overordnet politisk indsats for at øge ligheden for produktions-, distributions- og afsætningsvilkår mellem stor konventionel produktion og småskala økologisk/biodynamisk produktion. Forslagene opfordrer til større samarbejde mellem aktører på landet for at lette arbejdsbyrden, skabe nye former for fællesskaber og øge synligheden af landets kvaliteter. Det understreges, at de kræver en koordinerende platform i storbyen, som både er orienteret om at synlig- og tilgængeliggøre de nye madbårne initiativer og mod at øge interaktionen mellem by- og landaktive. Undersøgelsen konkluderer ligeledes, at en måde at skabe erhvervsudvikling og bosætning på landet består i at benytte de nye madbårne initiativer til at gøre landdistriktspolitik vedrørende erhvervsudvikling, levevilkår, natur og landskab nærværende også for storbyboere.

Undersøgelsen opstiller tre anbefalinger. Der bør udvikles en fælles platform og talerør for nye madbårne initiativer. Platformen skal betjene og forbinde madbårne initiativer i byen og på landet, f.eks. fødevarerfællesskaber, madmarkeder, Bondens Markeder, Landbrugslaug og producenter af lokale produkter og netværk mellem disse, for eksempel SlowFood. Vigtige arbejdsområder er for eksempel at synlig- og tilgængeliggøre madbårne initiativer for flest mulige storbyboere, skabe samarbejde med natur- og landskabsinteresseorganisationer om sammentænkning af de nye madbårne initiativer og landdistriktsudvikling og arbejde for en ligestilling af vilkårene for fødevarerproduktion. Landkommuner bør bakke op om lokale småskalamadproducenter, da disse i høj grad er med til at få storbyboere til at opsøge kvaliteter på landet. Centrale elementer i denne opbakning kommer f.eks. ved, at kommunale institutioner går forrest i holdningsbearbejdningen i landlige lokalsamfund ved at prioritere lokalt producerede økologiske produkter og ved at udvikle bedre rammebetingelser for småskalaproduktion f.eks. ved at bidrage til godkendelsen af forarbejdningsfaciliteter, ved at udbyde målrettede kurser til madentreprenører. Overordnede institutionelle rammebetingelser bør tilpasses på en måde, så de også kan rumme de nye madbårne initiativer. Dette kan ske ved: at forenkle procedurer og målrettede kommunikationsmateriale; erhvervspolitiske

initiativer for småskalaproducenter, der fokuserer på kvalitet og nærhed; en højere grad af sammentænkning mellem politiske tiltag målrettet den økologiske produktion, landdistriktsudvikling, natur og landskab og den nære infrastruktur. Det er kendetegnende, at det er vanskeligt at målrette anbefalinger til bestemte aktører. Med denne undersøgelse som fundament er der skabt et idekatalog, der adresserer anbefalinger vedrørende koblingen mellem erhvervsudvikling og bosætning på landet og nye madbårne initiativer. Idekataloget udkommer som en særskilt publikation målrettet forskellige grupper af madaktører, offentlige institutioner og lokale aktionsgrupper.

2. SUMMARY

New forms of food production and distribution are emerging in the Danish cities and in the countryside. These new forms do not only bring the producer and the end user closer together, but can also showcase opportunities for settlement and business development in rural areas. This report contributes knowledge on strategic and practical work to realise this potential. Firstly, the report describes the dynamics in new food-driven rural/urban relations. Secondly, it presents innovative user-driven recommendations to harness these new relations for settlement and business development in rural areas.

The research questions guiding the project are as follows: What characterizes the dynamics of new food-driven rural/urban relations? And, how can these dynamics and their related activities support increased settlement and business development in rural areas? Furthermore, it is in the scope of the study to develop tangible tools for policy and planning on local, municipal and national levels. The study focuses on potentials to strengthen settlement and local business development derived from new food-driven interactions.

The study employs a combination of qualitative and quantitative methods. In its design, four types of data collection (telephone survey; qualitative interviews; participant observation and action research seminars) complement each other in answering the research questions. The qualitative data collection explicitly targets producers and urban dwellers taking part in new food-driven initiatives.

The quantitative data is collected through telephone survey. The survey focuses on urban dwellers' actions towards new ways to obtain produce, their wants regarding what these actions might contribute, and their visions for an optimal way of obtaining produce. The survey involves 601 respondents in central Copenhagen. The qualitative data is collected through qualitative interviews, participant observation, and action research seminars. Here, producers' and urban dwellers' experience of new food-driven initiatives is emphasized, as well as their visions for these initiatives, and their perspectives on rural development. A group of 19 urban dwellers and rural actors, considered experts on food-driven initiatives, have participated in the action research. In a planned process carried out as three seminars in November 2014, they have formulated recommendations on harnessing new rural/urban dynamics for settlement and business development in rural areas.

The study includes an extensive literature review. The purpose of this is to qualify and inspire the planning of the quantitative and qualitative data collection by pointing out central issues and debates on alternative food networks. Furthermore, the review provides a broader context for the analyses. Central points from international literature thus frame the discussion of the study's results. Finally, reviewing existing literature on food-driven rural/urban dynamics help identify themes in need of further research.

The study finds an unresolved want among urban dwellers to create closer bonds to rural actors with food-driven initiatives. The potential for rural areas is tied to this want. However, rural food initiatives are somewhat expected to match the expectations produced by TV shows. This potential was pivotal in the action research. Through a guided process, participants from Copenhagen and the rural Municipality of Stevns formulated concrete recommendations for both rural and urban areas. The recommendations address how rural/urban dynamics in food-driven initiatives can best be utilized for settlement and business development in rural areas. In a range of fields, the recommendations call for political action towards equal conditions of production, distribution and marketing between large-scale conventional and small-scale organic or biodynamic farms. Furthermore, the recommendations call for more cooperation between rural actors to reduce workloads, create new associations and to improve the visibility of the qualities of the rural areas.

The need for coordinating platform in the city is stressed. Such a platform should be geared towards making new food-driven initiatives visible and accessible, as well as increasing the interaction between rural and urban actors. Furthermore, the study finds that rural development may be increased by using new food-driven initiatives to demonstrate the relevance of politics on rural business development, living conditions, nature and landscape to urban dwellers.

The study provides three recommendations. A common platform and spokes-body should be established. The platform is to serve and connect food-driven initiatives in rural and urban areas, e.g. food coops, farmer's markets, community-supported agriculture, small-scale producers and their networks, for instance SlowFood. Important tasks would be to make food-driven initiatives visible and accessible to as many city dwellers as possible; to initiate cooperation with relevant associations and NGOs in order to integrate food-driven initiatives; and to work for equal conditions in food production. Rural authorities should support local small-scale food producers. These producers contribute significantly to getting urban dwellers to seek out rural qualities. Core elements of this support could be municipal institutions taking initiative in changing local attitudes by prioritizing local organic produce, and improving the general conditions for small-scale production. For instance, authorities could support authorization of production facilities or offer entrepreneurial courses tailored to small-scale food producers. Institutional frames should be adapted to cater for the new food-driven initiatives' requirements. Procedures should be simplified and communication targeted, and business policy for small-scale producers focusing on quality and proximity developed. Furthermore, authorities should work towards better integration of policies targeting organic production, rural development, nature, landscape and local infrastructure. Characteristically, addressing these recommendations to specific actors is currently a challenge. With this study, however, an overall political framework may create a grounding for addressing future recommendations on integration of rural development and new food-driven initiatives. Accordingly, there should be established a common platform and a cross-departmental think tank.

3. INDLEDNING, FORSKNINGSSPØRGSMÅL OG FORMÅL

3.1. INDLEDNING

Nye måder at producere og distribuere mad på vokser frem i byen og på landet. De nye måder bringer ikke kun slutbruger og producent tættere på hinanden, de udgør også et potentiale for at synliggøre bosætnings- og erhvervsudviklingsmuligheder i landdistrikterne. Der er imidlertid begrænset viden om, hvordan der kan arbejdes strategisk og operationelt med at realisere dette potentielle udstillingsvindue for landdistrikterne. Denne rapport bidrager med en sådan viden ved for det første at afdække dynamikken i det nye 'madbårne' land-by forhold. For det andet ved at komme med brugerdrevne innovative forslag til initiativer, der kan optimere udnyttelsen af bosætnings- og erhvervsudviklingspotentialerne i det 'madbårne' land-by forhold.

Udviklingen af nye distributions- og produktionsinitiativer sker først og fremmest inden for økologien, og særlig gennem de seneste 15-20 år har de nye måder at producere og distribuere fødevarer til befolkningen i storbyer bredt sig. Udviklingen kan betragtes som et udtryk for, at de konventionelle fødevaredistributionssystemer herunder supermarkedskæder ikke har formået at skabe den dialog mellem producent og slutbruger, som økologiske storbyboere og producenter betragter som en del af en miljømæssig, økonomisk og social bæredygtig produktion og distribution af mad (Fonte, 2008). Det statskontrollerede økologimærke blev introduceret i Danmark i 1987, og heller ikke det har i særlig høj grad fokus på relationsaspektet. Særligt i 90'erne steg salget og udbuddet af økologiske varer betydeligt. Sidst i 90'erne og i begyndelsen af 00'erne begyndte flere økologiske avlere og slutbrugere imidlertid at stille spørgsmålstejn ved supermarkedernes institutionalisering og industrialisering af økologien, og der begyndte at spire nye madbårne land-by relationer frem.

I tal kan de nye madbårne land-by relationer tydeligt ses på flere måder. Fra 1998-2014 er antallet af gårdbutikker steget fra 660 gårdbutikker til 2294. Op mod en fjerdedel af økologiske producenter afsætter i 2014 en del af deres produktion via gårdbutikker. Flere økologiske avlere begyndte i slutningen af 90'erne at fastholde en diversificeret produktion, og de etablerede lokale samarbejder, så de kunne tilbyde byboere kasseabonnementer med årstidens grøntsager suppleret med importeret frugt og grønt. Antallet af kasseabonnementsudbydere var i 2001 11; i 2014 er antallet 20. Firmaet 'Aarstiderne' er Danmarks største udbyder af abonnementsordninger. De har en årlig omsætning på omkring 300 millioner kr. (Rudbeck, 2014). Fødevarefællesskaber, hvor medlemmerne forpligter sig til at hjælpe med at pakke og distribuere lokale råvarer mod at kunne indkøbe en pose med årstidens grøntsager til en favorabel pris for både slutbruger og producent, har etableret sig i København og de større danske byer. I 2012 var der 5 fødevarefællesskaber, og i begyndelsen af 2014 var der 19. Antallet af medlemmer i København er estimeret til godt 3000, hvoraf 1000 regnes som aktive medlemmer (Hertz & Blauert, 2014). På landsplan er der angiveligt 5000 aktive medlemmer (Københavns Fødevarefællesskab, 2014). Fødevarefællesskaberne indkøber økologiske

varer direkte hos lokale producenter. For eksempel indkøber Københavns fødevarerfællesskab grøntsager, honning og fisk hos producenter på Sjælland, og Odense Fødevarerfællesskab indkøber grøntsager, kød, honning, saft og fisk hos fynske producenter. Antallet af regionale madfestivaler rundt om i landet er stigende, og det er antallet af lokale småproducenter, som introducerer deres råvarer eller forarbejdede produkter, også. Seneste initiativ er 'Madmarkedet'. Det er butikker, der skyder op i mindre provinsbyer, og hvor der kun sælges lokalt producerede økologiske produkter. Den første startede den 1.5.2013 i Præstø, herefter følger St. Heddinge – 1.12.2013, Skovsgaard Madmarked – 13.4.2014 – Langeland, Lynæs – 1.5.2014 og Svendborg – 15.9.2014. Endelig er der stadig flere ugentlige eller månedlige madmarkeder i København og i flere større byer, hvor lokale producenter møder slutbrugerne hen over boderne.

En ting er, at flere storbyboere køber råvarer via de ny produktions- og distributionsinitiativer, og at de engagerer sig i forskellige sociale initiativer, som har bæredygtig madproduktion som omdrejningspunkt. Men hertil kommer en stigende interesse blandt storbyborgere for selv at tage ud i naturen for at samle f.eks. bær, urter, svampe og muslinger, selv at dyrke sine grøntsager i f.eks. kolonihaver, produktionsfællesskaber i byen eller på landet og til selv at fange eller skyde animalske produkter. Antallet af udstedte jagttegn er stigende gennem de seneste 10 år, der er mellem 5 og 10 års ventetid på at få en kolonihave i de mest populære kolonihaveforeninger nær storbyerne. Antallet af fælles byhaver er ligeledes voksende i København.

De nye madbårne land-by relationer gør brug af forskellige kommunikationsplatforme. De sociale medier er en af dem. For eksempel viste en afdækning af alternative fødevarerinitiativer på Facebook i begyndelsen af 2014 mere end 100 danske Facebook-sider, som forholder sig til nye produktions- og distributionsmåder. En anden platform er apps, som kan downloades til mobiltelefoner. Der kan ses en udvikling af 'natur'-apps, som skal gøre det lettere for storbyboere at finde f.eks. svampe, nødder, æbler og bær i naturen. Som et eksempel kan nævnes app'en Byhøst, hvor samlere selv lægger adresser og stedbeskrivelser ind på et fælles kort (www.byhoest.dk). Find Gårdbutik er en app, som viser vej til de nærmeste gårdbutikker og giver informationer og link til gårdbutikken. Både gårdbutikker og de fleste kasseabonnementer sender jævnligt nyhedsbreve ud til kunder, ligesom de fleste af dem har en hjemmeside, der introducerer produktionen og produktionsstedet. www.gaardbutiklisten.dk er en oversigt over økologiske jordbrug med egen gårdbutik. Der kan desuden ses en udvikling i organiserede 'urte-, svampe-, muslinge- og østers-ture', som kobler madlavningsoplevelser sammen med de 'vildvoksende' bær, frugt og urter. Nogle eksempler på dette er arrangementer med Byhøst, Fra Bund til Mund, Rimelig Rå, Rødder og Østerssafari samt Meyers Madhus.

Alle disse initiativer viser tegn på en ny land-by dynamik, som rummer muligheder for en mere nærværende og personlig præsentation af landdistrikternes kvaliteter. De kvaliteter kan for eksempel være hverdagslivet på landet, mulighederne for entrepreneurskab og forretningsudvikling, lokale sociale og erhvervsnetværk, lokalsamfundet og de lokale private og offentlige services, landskabet og rekreative muligheder i naturen. På samme måde byder denne land-by dynamik på en chance for at diskutere storbymenneskers forestillinger om landlivet og reflektere over, hvilke sammenhænge de ser mellem mad og landdistriktsudvikling i form af øget bosætning og skabelse af lokale

arbejdspladser. Der er imidlertid mangel på viden om, i hvilket omfang og på hvilke måder landdistriktsudvikling indgår som et parameter i den nye 'madbårne' land-by dynamik.

3.2. FORSKNINGSSPØRGSMÅL OG FORMÅL

Forskningsspørgsmålene i undersøgelsen er:

Hvad karakteriserer den nye madbårne land-by dynamik, og på hvilke måder kan denne nye 'madbårne' land-by dynamik og tilknyttede aktiviteter være med til at skabe øget erhvervsudvikling og bosætning på landet?

Formålet med projektet er herudover at udvikle konkrete værktøjer til policy og planlægning på lokalt, kommunalt og landsplan. Der er fokus på potentialer for at styrke lokal erhvervsudvikling og bosætning på landet som en afledt effekt af den nye interaktion omkring mad.

3.3. RAPPORTENS STRUKTUR

Rapporten indeholder i alt 9 kapitler. Kapitel 1 er sammenfatningen af baggrunden for undersøgelsen, dens metoder, resultater og anbefalinger.

Kapitel 4 præsenterer undersøgelsens metoder herunder det kvantitative og kvalitative datagrundlag. I Kapitel 5 præsenteres centrale resultater og læringspunkter fra dansk og international videnskabelig litteratur vedrørende sammenhænge mellem landdistriktsudvikling og nye initiativer for produktion og distribution af mad.

Kapitel 6 og 7 udgør rapportens analysedel. I slutningen af hvert af de to kapitler oplistes delanalysens vigtigste resultater. Kapitel 6 tager afsæt i en telefonspørgeundersøgelse foretaget i København om storbyboeres brug af og ønsker til deres brug af nye måder at tilegne sig råvarer på. Kapitel 7 bringer resultater fra tre workshops i et aktionsforskningsforløb. To workshops blev afviklet i København, og en workshop blev afviklet gennem en bustur fra København til en række lokaliteter i Stevns Kommune. Deltagerne repræsenterer en række af aktører fra både byen og landet, private og offentlige institutioner samt sociale fællesskaber og produktionsnetværk.

I Kapitel 8 diskuteres analysernes resultater i forhold til de centrale pointer i den videnskabelige litteratur. I Kapitel 9 opsummeres undersøgelsens resultater, og der konkluderes på forskningsspørgsmålet. Sidst i kapitlet opstilles anbefalinger til politikker og indsatser, som kan udledes af undersøgelsens resultater.

4. UNDERSØGELSESDSIGN OG METODER



4.1. OVERORDNET UNDERSØGELSESDSIGN

Undersøgelsen anvender en kombination af kvalitative og kvantitative metoder. Den er designet således, at de fire typer af dataindsamlingsmetoder: telefonspørgeundersøgelse, kvalitative interviews og deltagerobservationer samt aktionsforskningsseminarer supplerer hinanden i forhold til besvarelse af forskningsspørgsmålet.

Fokus i dataindsamlingen er på storbyboere og producenter, som er aktive i forhold til nye madbårne initiativer. Det betyder, at analyser og delkonklusioner alene er genereret på baggrund af de aktører, som aktivt bidrager til den nye land-by dynamik.

Undersøgelsens geografiske afsæt er Sjælland. Det formodes, at der er i denne del af Danmark findes de største koncentrationer af aktive personer inden for nye madbårne initiativer. Formodningen bygger på en bred søgning på blandt andet antal fødevarefællesskaber, på antal medlemskaber af fødevarefællesskaber i København, antal fødevarefestivaler og markeder samt antal og typer af nye madbårne initiativer som for eksempel byhaver, fællesspisninger og deling af viden omkring indsamling af 'natur' mad.

Sjælland betragtes i undersøgelsen således som en kritisk case. Kritiske cases har den fordel, at der kan generaliseres i forhold til, at 'hvis det gælder inden for dette område, så gælder det i alle geografiske områder' (Flyvbjerg, 2001).

De kvantitative data er indsamlet gennem en telefonspørgeundersøgelse. Fokus er lagt på storbyboeres handlinger i forhold til nye måder at anskaffe sig råvarer på, deres ønsker til, hvad disse handlinger skal bidrage med og deres visioner for en optimal råvareanskaffelsessituation. Den kvantitative del bidrager således til undersøgelsen med resultater vedrørende 'det som karakteriserer den nye land-by dynamik'.

De kvalitative data er indsamlet gennem kvalitative interviews, deltagerobservationer og aktionsforskning. Fokus er på storbyboeres og producenters oplevelse af 'kvaliteter' ved de nye madbårne initiativer, deres visioner for de nye madbårne initiativer og på landdistriktsudviklingsperspektiver. Den kvalitative del bidrager til undersøgelsen med resultater vedrørende; 'på hvilke måder den nye 'madbårne' land-by dynamik samt de aktiviteter, der er knyttet til denne, kan være med til at skabe øget erhvervsudvikling og bosætning på landet'.

4.2. DESIGN AF DEN KVANTITATIVE UNDERSØGELSE

4.2.1 UDVÆLGELSE AF RESPONDENTER TIL TELEFONSPØRGEUNDERSØGELSE

Telefonspørgeundersøgelsen involverer 601 respondenter i det centrale København. Respondenterne er udvalgt efter bopæl. Ønsket var at inddrage københavnere fra fire mere eller mindre tilfældige 'boligblokke' ud fra den antagelse, at man, når man bor tæt på hinanden, lader sig inspirere af hinandens handlinger. Samtidig var det et ønske at få kontakt til 'mad-aktive' storbyborgere. Baggrundsviden om lokaliseringen af nye madbårne initiativer i København indgik i udvælgelsen af boligkarréområderne.

Der er udvalgt fire forskellige boligkarréer, to på Nørrebro og to på Østerbro. Alle fire områder har en høj befolkningstæthed ifølge Københavns Kommunes socio-økonomiske kort. De fire områder har hver mellem 100 og 111 husnumre fordelt på 6-7 gader. Figur 1 viser de fire udvalgte områder på et kort.

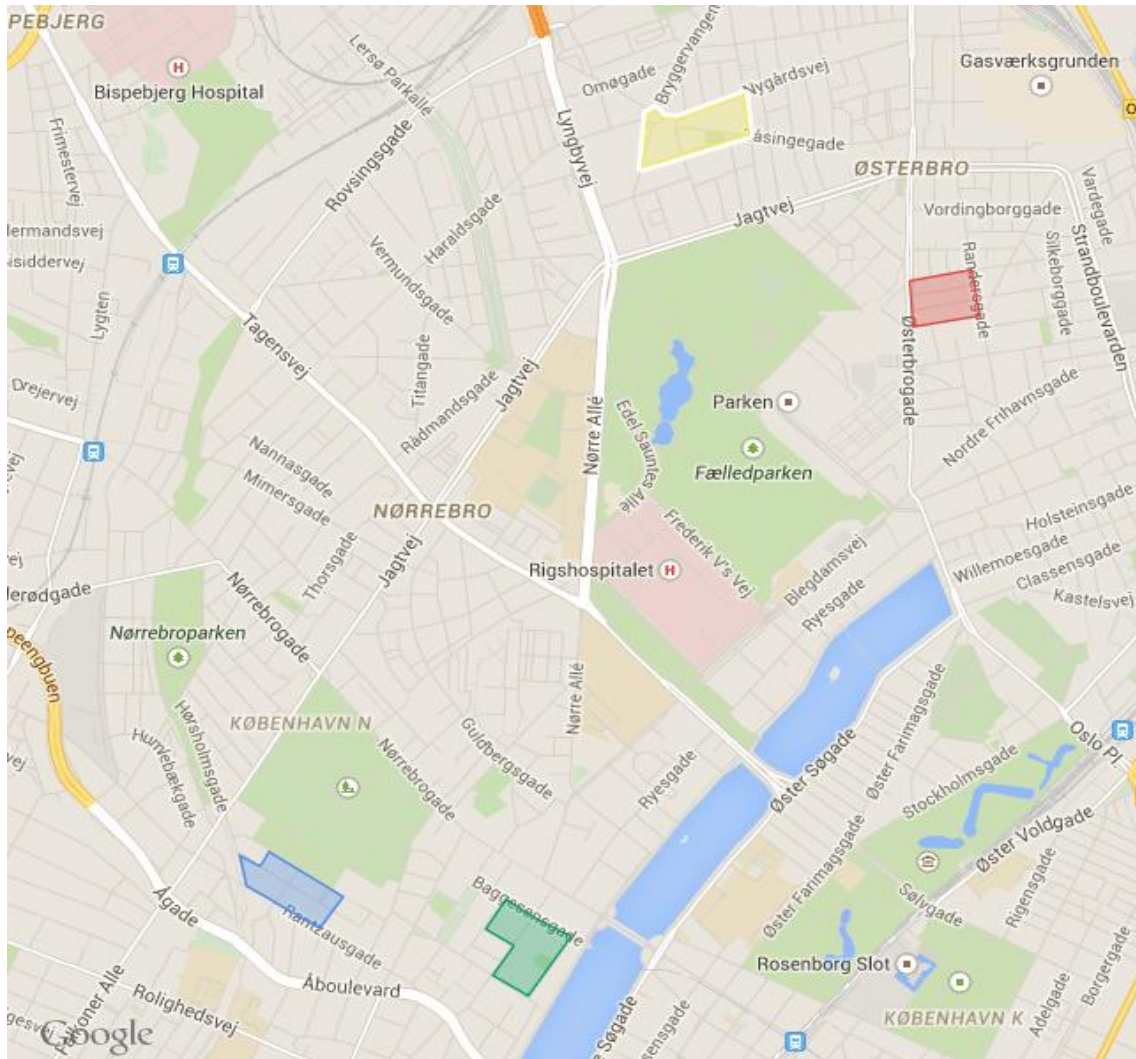
Område Nørrebro 1 (markeret med grønt på kortet) udgøres af Wesselsgade, Baggesensgade, Blågårdsgade, Blågårds Plads og Korsgade. I alt: 107 opgange.

Københavns Fødevarerfællesskab åbnede sin første afdeling i dette område, og der er en stor koncentration af 'alternative' cafeer og restauranter på Blågårdsgade samt flere økologiske og special-butikker. Området har traditionelt været kendt som et politisk aktivt område og også som et forholdsvist mangfoldigt område sammenlignet med områder på Nørrebro øst for Nørrebrogade.

Område Nørrebro 2 (markeret med blå på kortet) udgøres af Skyttegade, Hans Tavsens Gade, Hans Egedes Gade, Rantzausgade (Jesper Brochmands Gade og Struensegade krydser i midten). I alt: 111 opgange.

Området ligger op ad Assistens Kirkegården, som er et stort rekreativt område, og det ligger tæt på Nørrebroparken med Byhaven 2200 og andre aktiviteter. Området indeholder derudover også en række 'alternative' cafeer og barer og ligger tæt på Jægersborggade med en lang række af alternative madbutikker, restauranter mm. Samtidig er området et af de mest mangfoldige områder på indre Nørrebro.

Figur 1. Kort over de fire udvalgte områder i København hvorfra de 601 respondenter er fundet.



Område Østerbro 1 (markeret med rødt på kortet) udgøres af Randersgade, Århusgade, Østerbrogade, Nøjsomhedsvej (Viborggade, Ålborggade og Århusgade skærer igennem området). I alt: 108 opgange.

Området ligger tæt på en lang række institutioner og skoler. Der ligger tre folkeskoler på Randersgade. Området er ligeledes tæt på Fælledparken, og derudover ligger der flere restauranter og cafeer i området. Området grænser op til Skt. Jakobs Plads, hvor der afholdes Bondens Marked (torvedag) en gang om måneden.

Område Østerbro 2 (markeret med gult på kortet) udgøres af Sankt Kjelds Plads, Nygårdsvej, Vennemindevej, Ourøgade, Bryggervangen (Tåsingegade, og Sankt Kjelds Gade krydser området). I alt: 100 opgange.

Området ligger i centrum for Københavns Kommunes 'Klima-kvarter' satsning, som blandt andet indebærer mindre byhaver (tagtomat) og Københavns største taglandbrug – ØsterGro. Derudover består området primært af beboelse, og det grænser op til en række større supermarkeder.

4.2.2 GENNEMFØRELSE AF TELEFONSPØRGEUNDERSØGELSE

Spørgsmålene til telefonspørgeundersøgelsen er genereret på baggrund af det indledende litteraturstudie, deltagerobservationer og uformelle samtaler både i byen og på landet fra den kvalitative del af undersøgelsen samt projektets overordnede forskningsspørgsmål.

Sigtet med telefonspørgeundersøgelsen er at dykke ned i, hvordan storbyboere tilegner sig råvarer, hvilken betydning de tillægger den måde at tilegne sig råvarer på, hvilke visioner de har for tilegnelsen af råvarer, og hvordan de opnår viden om råvarer. Antagelsen er, at denne viden kan afdække forskellige typer af land-by dynamikker i de nye madbårne initiativer.

Antallet af spørgsmål blev dimensioneret, således at telefoninterviewene ikke optog for meget af respondenternes tid. Der blev stillet 39 spørgsmål, og disse blev inddelt i seks overordnede kategorier. De første fem kategorier vedrørte:

1. Anskaffelse af råvarer – på hvilke måder anskaffes råvarer til den daglige madlavning;
2. Information om råvarer – på hvilke måder opnås viden om råvarer;
3. Holdning til råvarer – hvilken betydning har råvarernes oprindelse og dyrkningsmetode;
4. Ønsker om råvarer– hvordan ville københavnere ideelt set anskaffe sig råvarer; og endelig
5. Politik – i hvor høj grad er det et politisk ansvar at udbrede viden om og sikre adgang til danske råvarer.

Den sjette kategori vedrørte baggrundsinformation om køn, alder, familiesammensætning, interesse for mad samt opvækst i landlige omgivelser. Disse informationer blev ligeledes brugt til at hverve respondenter til kvalitative interviews og aktionsforskningsseminarer.

Undersøgelsen blev udført af analyseinstituttet Jysk Analyse i august 2014. I alt blev der ringet til 1153 personer, hvoraf 52 % ønskede at deltage (N=601). 40 % ønskede ikke at deltage (N=461), 2 % var under 18 år (N=28) og endelig talte 5 % ikke dansk, og interviewet kunne derfor ikke gennemføres (N=63).

4.2.3 ANALYSEMETODE

Telefonspørgeundersøgelsens fokuserer på at afklare karakteren af tre forskellige typer af land-by dynamikker. Typen af land-by dynamik er defineret ved tre overordnede former for handlen: handlen gennem indkøb, handlen gennem sociale netværk og handlen gennem praksis. Karakteren af de tre typer land-by dynamikker afklares ved at afdække, hvilken betydning de tillægger den måde at tilegne sig råvarer på, hvilke visioner de har for tilegnelsen af råvarer, og hvordan de opnår viden om råvarer. Desuden indgår hyppighed, familieforhold, alder og køn.

4.3. DESIGN AF AKTIONSFORSKNINGSUNDERSØGELSEN



4.3.1 AKTIONSFORSKNINGSMETODEN

Aktionsforskning er en metode, der både skal sætte gang i en forandringsproces med afsæt i deltagernes ønsker og generere viden inden for et vidensområde. Denne del af undersøgelsen har derfor specifikt fokus på den del af forskningsspørgsmålet, der vedrører, på hvilke måder den nye 'madbårne' land-by dynamik samt de aktiviteter, der er knyttet til denne, kan være med til at skabe øget erhvervsudvikling og bosætning.

Storbyboere og landaktører særligt aktive inden for nye madbårne initiativer er deltagerne. De betragtes som eksperterne inden for nye madbårne initiativer. Deltagerne skal gennem en tilrettelagt proces bidrage med konkrete forslag til, hvordan landdistrikterne får optimal glæde af de nye land-by dynamikker både erhvervsudviklings- og bosætningsmæssigt. I undersøgelsen blev denne proces afviklet som tre workshops i november 2014.

Tilrettelæggelsen af selve processen inkluderer dataindsamlingsgrundlag for udpegning af deltagere til processen, udvælgelse af relevante nedslagspunkter og tematikker samt planlægning af de overordnede rammer for aktionsforskningsforløbet. Dette datagrundlag er i undersøgelsen opnået ved anvendelse af deltagerobservationer og kvalitative interviews.

4.3.2 DELTAGEROBSERVATIONER

De kvalitative data består af deltagerobservationer, diverse brochurer og informationsmateriale, hjemmesider, Facebook, uformelle samtaler og kvalitative interviews.

Deltagerobservationer er foretaget på markeder, i Mad Markeder, ved fødevarerfestivaler og ved fødevarerkonference.



Arrangementet FIO (Fødevarerproducenter I Odsherred) Marked er besøgt d. 27.7 2014 i Nykøbing Sjælland, Smag på Nordsjællands Høstfestival er besøgt d. 23.8 2014 på Esrum Kloster, Bondens Marked er besøgt på Gissfeldt Kloster d. 5.10 2014 og på Skt. Jacobs Plads på Østerbro i København. Butikker besøgt er Madmarked i Lynæs d. 27.7 2014, Fuglebjerggård gårdbutik d. 23.8 2014 og Madmarked i Stevns d. 4.11 2014. Fødevarerkonference er Eatthecity konferencen i København d. 18.9 – 20.9 2014.

Der er gennemført uformelle samtaler på disse markeder/begivenheder. Samtalerne fokuserede blandt andet på at afklare, hvorfra producenter og markedsbesøgende kom, hvad det betød for dem at deltage, og om det var noget de ofte gjorde.

Data fra deltagerobservationer er feltnoter inkl. referater af uformelle samtaler, foto og diverse reklame- og informationsmateriale. Informanterne blev orienteret om, at deres udmeldinger evt. ville indgå i en rapport til Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikter.

4.3.3 UDVÆLGELSE AF RESPONDENTER TIL KVALITATIVE INTERVIEWS

Der er foretaget kvalitative interviews med 16 respondenter i oktober og november 2014. Syv er storbyboer respondenter, som er fundet via besvarelser i telefonspørgeundersøgelsen. Ni respondenter er producenter og aktive landdistriktsaktører fundet via deltagerobservationer og uformelle samtaler på markeder og henvisninger fra interviewpersoner. Fokus i udvælgelsen af respondenter var at finde de mest aktive storbyboere, producenter og landdistriktsaktører i nye madbårne initiativer.

De syv storbyboerrespondenter havde i spørgeskemaundersøgelsen svaret, at de får råvarer i gårdbutikker og på torvet eller et marked nogle gange årligt eller oftere; at det har nogen, stor, eller meget stor betydning, at råvarerne er avlet i Danmark; at de kender produktionsstedet; at de ved at dyrkningsmåden skaber et alsidigt landskab; at de ved at de er med til at støtte mindre producenter af råvarer; at de er enige eller meget enige i udsagnene: ”Hvis jeg havde tid og mulighed, ville jeg i langt højere grad samle bær og svampe, fiske eller gå på jagt”; ”Hvis jeg havde tid og mulighed, ville jeg i langt højere grad tage på landet og handle i gårdbutikker”; og ”Hvis jeg havde tid og mulighed, ville jeg indgå i dyrknings- og produktionsfællesskaber på landet”.

Tabel 1. Rekruttering af respondenter til kvalitative interviews efter deres tilknytning til madbårne initiativer

	Byboere	Producenter	Andre aktører
Rekrutteret gennem telefonspørgeundersøgelse	7		
Rekrutteret på Bondens Marked, Gisselfeld		3	2
Rekrutteret gennem henvisning i interview		3	1

Ni respondenter til de kvalitative interviews er producenter og andre aktører med afledte madbårne initiativer. Disse respondenter er udvalgt gennem en todelt strategi. Først blev producenter på Bondens Marked på Gisselfeld Kloster opsøgt. Herfra er tre producenter og to andre aktører blevet rekrutteret. Derefter er respondenter ved interviewets afslutning blevet spurgt til, om de kendte andre, vi skulle snakke med. Denne todelt strategi har den fordel, at respondenterne kan anses for nøglepersoner i forhold til madbårne initiativer og deltager med central viden. Tabel 1 viser respondenterne grupperet i forhold til deres tilknytning til madbårne initiativer og måden, hvorpå de er udvalgt. Bilag 1 viser respondenterne.

4.3.4 TYPER AF SPØRGSMÅL I KVALITATIVE INTERVIEW

Formålet med de kvalitative interviews er at skabe en dybdegående viden om, hvilken betydning de nye madbårne initiativer har for storbyboere, producenter og andre involverede aktører, samt om hvilke relationer mellem by og land respondenterne ser. Resultatet af afdækningen indgår i planlægningen af aktionsforskningsforløbet. Interview er semistrukturerede. Det vil sige med åbne spørgsmål. De samme spørgsmål er stillet til alle respondenter uanset deres rolle som aktør.

Spørgsmålene til det semi-strukturerede interview er genereret på baggrund af det indledende litteraturstudie, de indledende deltagerobservationer og uformelle samtaler både i byen og på landet, delresultater fra telefonspørgeundersøgelse og undersøgelsens overordnede forskningsspørgsmål.

Interviewspørgsmålene vedrørte respondenternes engagement i de nye madbårne initiativer, hvilke samarbejdsrelationer respondenterne har, hvad de madbårne initiativer betyder for dem, hvordan de er kommet i gang med deres engagement i lokale fødevarer, respondenternes forventninger til landområdernes kvaliteter, både i forhold til hvilke kvaliteter der tillægges landområderne, og hvordan respondenterne vurderer, at disse bliver udnyttet. Spørgeguiden kan ses i Bilag 2.

De gennemførte interviews har en varighed på mellem 19 og 59 minutter. Alle interviews er optaget og efterfølgende transskriberet.

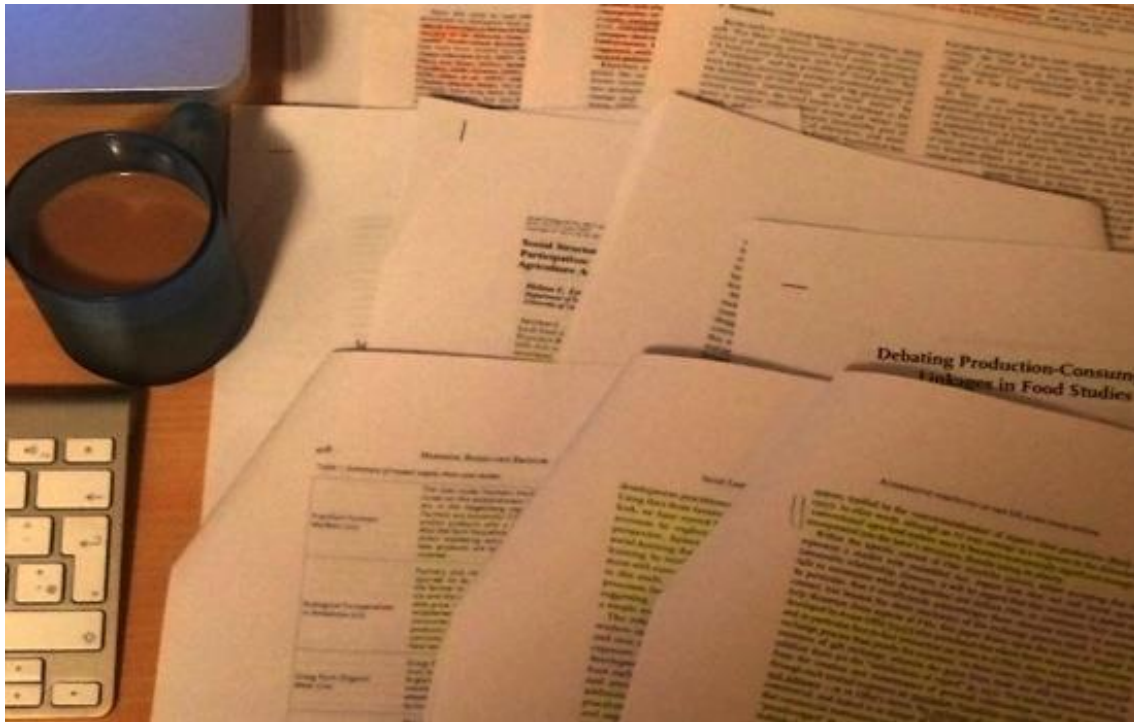
4.3.5 ANALYSE AF KVALITATIVE INTERVIEWS OG DELTAGEROBSERVATIONER

Analysen af de kvalitative interviews og deltagerobservationer fokuserer på afdækning af relevante nedslagspunkter og tematikker for selve aktionsforskningsprocessen og for afklaring af rekruttering af deltagere til processen. Således kommer analysen og resultaterne af den indledende kvalitative undersøgelse til udtryk gennem den måde processen er tilrettelagt på, de nedslagspunkter og tematikker som er styrende for processen og ved valget af metode til rekruttering af aktionsforskningsdeltagere.

De relevante nedslagspunkter er fundet ved at kode land-by dynamikker ved henholdsvis storbyboeres og landdistriktsaktørers handlinger og forventninger til de nye madbårne initiativer. På den måde kunne det ses, hvor der var sammenfald og uoverensstemmelse mellem handlinger og forventninger blandt byboere og landdistriktsaktører. Disse sammenfald og uoverensstemmelser er styrende for aktionsforskningsprocessen.

Deltagerne til aktionsforskningen er både byboere og landboere. De er fundet på forskellig måde ved de enkelte workshops. Dette sikrede både, at flest mulige 'eksperter' inden for de nye madbårne initiativer er involveret, og at flest mulige perspektiver på potentialerne for landdistrikterne bringes ind i debatten og de konkrete forslag til handling.

5. LITTERATURSTUDIE



5.1. INTRODUKTION TIL LITTERATURSTUDIET

Formålet med litteraturstudiet er i første omgang at kvalificere og inspirere planlægningen af både den kvantitative og kvalitative dataindsamling ved at pege på centrale problematikker og debatter omkring alternative fødevarenetværk. Dernæst har litteraturstudiet til formål at sætte analyserne i rapporten i et bredere perspektiv. De centrale pointer fra den internationale litteratur sætter således dagsordenen for diskussionen af undersøgelsens resultater i Kapitel 8. Endelig har litteraturstudiet til formål at vise den eksisterende litteratur inden for nye madbårne land-by dynamikker, og derved også bidrage til at illustrere forskningsmæssigt underbelyste tematikker.

Artiklerne til litteraturstudiet er blevet udvalgt ved en søgning efter de mest citerede artikler omhandlende alternative fødevarerinitiativer i tidsskrifterne *Sociologia Ruralis* og *Rural Sociology*. Disse to tidsskrifter er toneangivende inden for forskningen i landdistriktsforhold. Derudover repræsenterer de to tidsskrifter en overordnet inddeling af litteraturen omkring alternative fødevarenetværk i en henholdsvis europæisk og nordamerikansk 'tradition'.

Søgningen startede bredt med 25 udvalgte søgeord, som knytter sig til alternative fødevarerinitiativer. Eksempler på søgeord er 'alternative food initiatives', 'local food

initiatives', 'community supported agriculture' og 'farmers markets'. Denne søgning frembragte i alt 92 artikler, som blev læst med henblik på relevans for undersøgelsens omdrejningspunkt. Dette indsnævrede antallet af artikler til 40. Disse artikler blev rangeret i forhold til, hvor ofte de er citeret, og derefter blev de 10 mest citerede artikler udvalgt.

Udover de udvalgte artikler fra disse to tidsskrifter inddrages artikler fra andre tidsskrifter og andre publikationer, der er fundet særligt relevante, både i forhold til alternative fødevarerinitiativer og rapportens forskningsspørgsmål. I særdeleshed var det vigtigt her at give et overblik over litteraturen omkring alternative fødevarerinitiativer og de centrale, relevante tematikker, der har været berørt inden for de sidste 10-15 år. Disse kilder er fundet ved en bred søgning i tidsskriftsdatabaser.

Kapitlet forsætter nedenfor med en præsentation af centrale perspektiver og temaer i litteraturen omkring alternative fødevarer-netværk. Herefter er litteraturstudiet struktureret i forhold til de madbårne initiativer set fra henholdsvis et bymæssigt og et landdistriktsperspektiv. Formålet med denne struktur er at tydeliggøre, hvilke potentialer og problematikker der fremhæves i byerne og i landdistrikterne. Det handler også om at pointere, hvilke aktører der er aktive.

5.2. NORDAMERIKANSK LITTERATUR VS. EUROPÆISK LITTERATUR

Goodman (2003) opsummerer forskellen mellem den amerikanske og europæiske litteratur som vægtningen af på den ene side: alternative fødevarer som bærere af transformativ politisk forandring, og på den anden side: som eksempler på alternative institutionelle modeller for landdistriktsudvikling.

Den nordamerikanske litteratur opfattes som mere politisk i sit perspektiv end den europæiske. Den anskuer ofte de alternative fødevarer-netværk og involverede aktører som aktivister i opposition til det dominerende globale fødevarer-system (Holloway et al., 2007), der søger at skabe en 'alternativ fødevarer-økonomi' baseret på principper omkring social retfærdighed og bæredygtighed for miljøet (Fonte, 2008; Goodman, 2003). Det betyder, at der i den nordamerikanske litteratur er en større tendens til at inddrage begreber og ideer hentet fra litteraturen omhandlende sociale bevægelser. Eksempelvis trækker Lyson (2014) på begreber som 'social movement framing' i sin beskrivelse af urbane landbrug. Den nordamerikanske litteratur har derfor også i højere grad beskæftiget sig med urbane kontekster og aktivist-kredse (Goodman, 2003). Samtidig er begrebet 'fællesskab' mere centralt i dele af den litteratur, hvor (lokale) fællesskab(er) er blevet set som et modsvar til neoliberale individualiseringstendenser og økonomisk globalisering (Lacy, 2000), eller som medvirkende for økonomisk uretfærdighed (Jaffee, Kloppenburg, & Monroy, 2004). I den nordamerikanske litteratur optræder alternative fødevarer-netværk således ofte som materielle og symbolske udtryk for 'øko-sociale forestillinger'. Den centrale problemstilling vedrører de alternative fødevarer-netværks evne til at fravriste kontrollen fra de store landbrugsvirksomheder og skabe et nationalt, bæredygtigt og egalitært fødevarer-system (Goodman, 2003).

Overordnet set diskuterer den europæiske litteratur alternative fødevarer-netværk i forhold til deres potentiale til at bidrage til små landlige virksomheders overlevelse (især landbrug) og til den 'rurale udvikling' i bredere forstand (Holloway et al., 2007). Der diskuteres ofte muligheder for at gennemføre inkrementelle, institutionelle forandringer mere eller mindre direkte, henvendt til politiske beslutningstagere. Den europæiske litteratur opfattes derfor som værende mere reformistisk af natur (Fonte, 2008; Goodman, 2003). Den europæiske litteratur bevæger sig inden for den omfattende offentlige debat om fødevarer-sikkerhed, reformering af landbrugspolitikken og omstridte retninger for landdistriktsøkonomi og –samfund. Der er især fokus på EU's landbrugspolitik og særligt re-orienteringen af the Common Agricultural Policy mod en mere multi-dimensional landdistriktsudvikling. Således har en del forskere set alternative fødevarer-netværk som dynamiske og innovative udtryk for en 'ny' landdistriktsudvikling (Goodman, 2003).

To artikler i litteratursøgningen er skrevet af danske forskere. Pedersen og Kjærsgård (2004) argumenterer for, at en stigende professionalisering af landbruget er en hindring i forhold til at fastholde kvindelige landmænd i erhvervet, men også en barriere for at tiltrække nye producenter, der ønsker at forene landbruget med sociale, naturlige (og i nogle tilfælde åndelige) værdier. Set i dette perspektiv lægger de sig i forlængelse af den nordamerikanske litteratur. Kjeldsen og Ingemann (2009) argumenterer omvendt for, at en bevægelse mod større integration med 'mainstream' markeder hænger sammen med ønsket om større udbredelse. De finder, at det har begrænset værdi at se udviklingen inden for økologi og alternative distributionsformer som en gradvis bevægelse mod mere 'konventionelle' former, og betoner i stedet modsætningen mellem alternative og konventionelle former som et dynamisk felt, der kontinuerligt giver muligheder for nye alternativer – en tilgang, der ligger op ad den europæiske litteratur.

5.3. OVERORDNEDE PERSPEKTIVER

I en nyere gennemgang af litteraturen skitserer Tregear (2011) tre overordnede teoretiske perspektiver som dominerende: politisk økonomisk perspektiv, udviklingsperspektiv og aktør-netværk perspektiv (Tregear, 2011).

Det politisk økonomiske perspektiv er inspireret af en marxistisk tilgang til forståelsen af den sociale verden. Inden for dette perspektiv forsøges menneskelige handlinger og valg at forklares gennem større makro-politiske og økonomiske strukturer, særligt neoliberalistiske politikker og global kapitalisme, og målet er at afsløre og kompensere for de negative konsekvenser ved disse strukturer. Dette perspektiv har bidraget til at forstå alternative netværk i en større politisk økonomisk kontekst og har bl.a. forklaret uligheder og uretfærdigheder, der kan opstå inden for netværkene. Disse alternative fødevarer-netværk anskues som bevægelser i konstant kamp med den globale kapitalismes truende kræfter (Tregear, 2011).

Udviklingsperspektivet eller landdistrikt-sociologiperspektivet har bidraget med empiriske undersøgelser på mikro-niveau med sociologiske fortolkninger af begreber som (lokal) forankring, tillid, kvalitet og omsorg som det teoretiske fundament (Tregear, 2011).

Det sidste perspektiv, aktør-netværk (ANT) perspektivet opererer på meso-niveau, hvor fødevarer-systemer begrebsliggøres som netværk eller klynger af aktører, der opererer inden for en region eller stat (men altså ikke med fokus på globale netværk). Disse systemer forklares som resultatet af interaktion mellem aktørerne og som resultat af magt og kontrolproblematikker i den aktive kontekst af relevante regulerende og institutionelle miljøer (Tregear, 2011).

I sin gennemgang af litteraturen omkring alternative fødevarer-netværk peger Tregear (2011) ligeledes på, at der generelt fokuseres på de socio-økonomiske fordele ved sådanne netværk, eksempelvis ved såkaldte short food supply chains, Bondens Markeder og abonnementskasser; men hun fremhæver også, at der er vokset en mere kritisk litteratur frem, der pointerer en række problemer ved disse alternative netværk. I et socio-økonomisk perspektiv gælder det bl.a., at nogle lokale fødevarer-initiativer risikerer at reproducere snarere end at forandre eksisterende uligheder mellem deltagerne, og der er risiko for, at de udviser snæversyn, afsondrethed, selvbeskyttelse og konservatisme fremfor åbenhed og fremsyn. Senest har litteraturen også stillet spørgsmålstejn ved de påståede positive miljømæssige virkninger ved alternative fødevarer-netværk (Tregear, 2011).

Ved at adoptere en post-strukturalistisk tilgang og ANT-perspektiv har den seneste litteratur inkorporeret forbrugere som agenter/aktører i konstruktionen af lokale fødevarer-projekter (Fonte, 2008). Denne litteratur anskuer dimensioner som det lokale, fødevarer-kvalitet og magt-relationer som værende konstrueret af de mange aktører og aktanter i fødevarer-netværket.

5.4. BYBOERES BEVÆGGRUNDE FOR AT BIDRAGE TIL NYE FØDEVARE-INITIATIVER

5.4.1 FÆLLESSKABET

Holloway og Kneafsey (2000) argumenterer for, at den direkte handel, der eksempelvis finder sted ved torvedage kaldet 'Bondens Marked, kan aflæses som 'alternative rum', hvor producenter og forbrugere kan undgå eller omgå de 'traditionelle forbrugsrum'. Rum der anses som værende skabt af magtfulde aktører i fødevarer-kæden. De 'alternative rum' bliver et kortvarigt 'mellemrums' eller frirum fra de dominerende produktions-forbrug netværk (Holloway & Kneafsey, 2000). I dette 'alternative' rum er forbrugeren én, der ikke kun køber fødevarer, men også elementer af en livsstil, der omfavner en fællesskabs- og omsorgsetik. Forsøget på at genopbygge lokale fødevarer-systemer bliver samtidig en reaktion på en stærk og reflektiv forpligtelse til at arbejde mod social bæredygtighed (Fonte, 2008).

For nogle forbrugere bliver indkøb ved Bondens Markeder en form for samarbejde og en måde personligt at belønne de producenter, der forsyner dem med fødevarer af høj kvalitet (Kirwan, 2004). Dette ønske om at samarbejde ses også blandt medlemmer af de såkaldte 'community supported agricultures' (CSA), altså landbrug der bliver direkte støttet af et fællesskab eller lokalsamfund af borgere (ofte bosat i byområder), hvor

formålet med samarbejdet dog kan være et lidt andet. En undersøgelse af en CSA i Skotland viser bl.a., at medlemmerne anser deres handlinger som bidrag til at gøre gavn både socialt, økonomisk og miljømæssigt (Holloway et al., 2007).

Medlemmer af landbrugsfællesskaber og andre former for alternative fødevarerenetværk kan imidlertid have meget forskellige forventninger til, hvad et medlemskab indebærer. Delind beretter om forskelle i vægtningen af det sociale samvær over for det praktiske arbejde, der skal udføres i et landbrugsfællesskab. I det undersøgte landbrugsfællesskab kunne medlemmer stå og snakke i en time på marken uden at bukke sig ned for at pille ukrudt (DeLind, 1999). Lignende problematikker er observeret ved alternative fødevarerenetværk i Frankrig, hvor en undersøgelse viser, hvordan interne konflikter opstår, når medlemmer med forventninger om et socialt og politisk engagement møder medlemmer med mere individuelle økonomiske bevæggrunde (Dubuisson-Quellier, Lamine, & Le Velly, 2011).

5.4.2 UDFORDRING AF DET ØKONOMISKE SYSTEM

I litteraturen beskrives, hvordan flere alternative fødevarerinitiativer og netværk er med til på den ene eller anden måde at udfordre økonomiske principper i mere traditionelle fødevarerensystemer. I den førnævnte CSA fra Skotland er der en forventning om, at medlemmerne deltager i forskellige arbejdsgrupper og derigennem tager aktiv del i og medansvar for produktionen. Det er med til at skabe et kropsligt engagement i fødevarernes materialitet og i den natur, der indgår i dyrkningen. På den måde tilbyder CSA'en sine medlemmer en mulighed for at udfordre "the purely money exchanges which are prevalent within capitalist food production-consumption, and their conjoining with different forms of exchange associated with different types of social relationship." (Holloway et al., 2007).

En undersøgelse blandt bestyrere af CSA'er og Bondens Markeder i Californien viser, at bestyrerne mener, at det er vigtigt at sikre fødevarer til priser, som folk med lavere indkomst har mulighed for at betale. De forsøger sig derfor med flere tiltag til at sikre en mere lige adgang til fødevarerne. På trods af disse tiltag anslår bestyrerne, at hovedparten af deres kunder har højere indkomst: "In other words, low participation of low-income consumers in farmers markets and CSAs cannot be attributed to lack of interest or effort among the managers of these institutions" (Guthman, Morris, & Allen, 2006, p. 674). Ønsket om at hjælpe viser sig også i forhold til producenterne. Flere landbrugsfællesskaber har som eksplicit formål at bygge bro mellem by og landområder i forhold til udveksling af varer, men især også som moralsk opbakning til (ofte mindre) producenter med vanskelige økonomiske vilkår (Lamine, 2005).

Endelig viser litteraturen, at det økonomiske system kan udfordres ved en fornyet forståelse af ideen om 'fair trade'. Normalt refererer fair trade til handel mellem producenter i det globale syd og aftagere i det globale nord. Jaffee, Kloppenburg og Monroy undersøger fem forskellige alternative fødevarerenetværk. De viser, hvordan disse ved at fokusere på retfærdighed og moral i relationen mellem producent og aftager (i syd-syd eller nord-nord handel) kan bidrage til en reel positiv forandring, forstået som social retfærdighed og større økologisk integritet (Jaffee, Kloppenburg, & Monroy, 2004).

5.4.3 LOKALE FØDEVARER

Ønsket om flere lokale fødevarer gennem lokale fødevarer-systemer bliver diskuteret og problematiseret i flere artikler. Det påpeges, at ønsket om og forhold til 'det lokale' kan være resultat af mange forskellige bevæggrunde. Lokale fødevarer-systemer kan ses som en måde at beskytte miljøet på, og de er et led i at forsøge at forankre fødevarerne socialt og rumligt ved at skabe en direkte kontakt mellem landmænd og forbrugerne. Herigennem frembringes tillid og gensidige fordele imellem dem. Den direkte udveksling af lokale fødevarer opfattes her som vigtig for det sociale liv og for lokalsamfundets identitet (Fonte, 2008). Men denne direkte udveksling af lokale fødevarer kan også aflæses i et mere kritisk perspektiv, som en 'gen-forskansning' af nostalgiske og socio-politiske forståelser af sted og identitet. I en sådan læsning handler valoriseringen af 'det lokale' i højere grad om en reproduktion af en mindre positiv lokalpatriotisme og nationalisme – en konservativ fejring af det lokale (Holloway & Kneafsey, 2000).

I en undersøgelse af en række forskellige lokale fødevarer-initiativer identificerer Fonte (2008) to overordnede perspektiver for ønsket om at re-lokalisere fødevarer. Genforbindelsesperspektivet, hvor re-lokaliseringen af fødevarer ønskes for at genskabe forbindelsen mellem producenter og forbrugere gennem nye initiativer for lokale fødevarer. Og fødevarer-oprindelsesperspektivet, hvor re-lokaliseringen af fødevarer ønskes for at genpositionere lokal fødevarerproduktion i forhold til værdier forbundet med territorium, tradition og pre-industrielle produktionsmetoder gennem bl.a. forskellige certificerede og ikke-certificerede regionale specialitetsprodukter. 'Lokal' har i dette perspektiv altså ikke blot en rumlig dimension, men også en tidslig (Fonte, 2008).

5.4.4 KRITISK BLIK PÅ DET LOKALE

Affødt af en kritik af konventionaliseringen af det økologiske landbrug dukkede en lang række artikler om lokale og alternative fødevarer frem i slutningen af 90'erne og begyndelsen af 00'erne. Denne litteratur er siden blevet 'kigget efter i sømmene' (Fonte, 2008), og ifølge Dupuis og Goodman bliver det lokale i meget af denne litteratur set som modstandspunktet for den globale kapitalistiske logik. Det lokale er stedet for 'forankring'. Men 'lokal' er, som det er blevet vist i litteratur uden for fødevarerstudier, ikke et ensidigt og magtfrit sted. Det er derimod ofte et 'site of inequality and hegemonic domination' (DuPuis & Goodman, 2005, p. 359). Forfatterne foreslår derfor at beskæftige sig med reflektiv lokalisme. Forslaget trækker på debatter omkring 'politics of space and place' fra human geografien og anerkender dermed vigtigheden af rumlige og skalære politiske processer i den sociale konstruktion af 'stedet' – det lokale. En sådan inkluderende og reflektiv lokalisme forstår lokale fødevarer-systemer som en gensidigt konstituerende, uperfekt, politisk proces, hvorigennem det lokale og det globale skaber hinanden i hverdagen, snarere end som en lokal 'modstand' mod en global kapitalistisk 'logik' (DuPuis & Goodman, 2005, pp. 368-369).

På denne måde gøres op med dualismen lokalt/godt og globalt/dårligt og de forskellige forståelser og betydninger af lokale fødevarer, og samtidig understreges vigtigheden af at forstå lokale fødevarer og fødevarer-systemer i deres specifikke kontekster og ikke ud fra forudindtagede dualismer mellem det globale og lokale – eller det alternative og konservative. Dette illustreres også ved en udtalelse fra en handlende ved et Bondens

Marked i Storbritannien, ifølge hvem det var vigtigt at støtte 'vores hjemlige landmænd – ellers uddør de'. Udtalelsen kan, som det påpeges i artiklen, fortolkes både i en alternativ og konservativ kontekst (Holloway & Kneafsey, 2000).

Holloway et al. (2007) diskuterer mere overordnet det hensigtsmæssige i brugen af begrebet alternativ, og udvikler på baggrund af en lang række feltstudier af forskellige fødevarerprojekter en metodiske ramme, der sigter mod en mere nuanceret forståelse af disse forskellige fødevarerprojekter. Der fokuseres mere på, hvordan fødevarerprojekterne skabes og fungerer i praksis, end hvordan de kan ses i en opdeling i et alternativt eller konventionelt perspektiv. Denne ramme tillader at gå bagom de simplificerede dikotomier: "What is important, though, is to avoid reverting to a binary opposition of 'alternative' and 'mainstream', and to recognise the relational contingency of what is regarded as alternative at any one time and in any one place" (Holloway et al., 2007, p. 5).

5.4.5 KVALITET OG INTERAKTION

Andre gennemgående temaer i litteraturen om alternative fødevarer-netværk handler om efterspørgslen efter kvalitet ved fødevarerne og interaktionen mellem producenter og aftagere i forbindelse med en mere direkte måde at handle på. Goodman (2003) peger ligefrem på en 'drejning' mod 'kvalitet' forbundet med den hastige vækst af alternative fødevarer-netværk. Den forskning, der fokuserer på kvalitet, supplerer den generelt fornyede interesse for det lokale og forankring, og tillid og sted er blandt nøglebegreberne til at forstå denne bevægelse mod kvalitet i fødevarerpraksisser (Goodman, 2003). Således kobles kvalitet til det lokale og til interaktionen mellem den (lokale) producent, der kan skabe tillid til produktet. Undersøgelser af Bondens Markeder i Storbritannien viser, at en af de primære bevæggrunde for at købe ind på markederne er bundet til en tro på produkternes iboende kvalitet (Kirwan, 2004), og de fleste kunder på disse markeder anser produkterne som 'friske', af 'god kvalitet' og 'smagfulde og lægger desuden vægt på, at produkterne er fri for tilsætningsstoffer, at dyrene er fritgående, og varerne økologiske (Holloway & Kneafsey, 2000).

En anden vigtig og relateret bevæggrund til at købe ind på disse markeder er viljen til at støtte salgsformer, hvor igennem der opnås en direkte relation til produkterne og en mere social og hyggelig indkøbsoplevelse. Samtidig er der et ønske om at støtte en udveksling forskellig fra supermarkedet for herved at genvinde kontrol inden for fødevarer-systemet (Kirwan, 2004). Samtidig er der ikke lige så stor tiltro til kvaliteten af produkterne i supermarkedet som til produkterne ved Bondens Markeder (Holloway & Kneafsey, 2000). Dette skyldes blandt andet, at muligheden for at tale med producenterne ses som en vigtig måde at vurdere produkternes kvalitet på medieret igennem et tillidsbaseret forhold til producenterne. Kvaliteten vurderes altså gennem interaktionen med producenterne og er baseret dels på den information, som producenterne kan give forbrugeren omkring produktet; men især baseret på kvalitetsvurderingen af producentens personlige integritet i en sådan grad, at forbrugere ofte køber produkter fra producenter, de kan lide og stole på som mennesker. Det betyder ikke nødvendigvis, at der ikke kan opbygges tillid til produkter fra supermarkedet, blot at tillidsformen er en ganske anden (Kirwan, 2004).

5.5. PRODUCENTERS BEVÆGGRUNDE FOR AT BIDRAGE TIL ALTERNATIVE FØDEVAREINITIATIVER

5.5.1 PRIS OG INTERAKTION

Pris fremstår i flere artikler som en væsentlig bevæggrund for, at producenterne sælger deres produkter gennem mere direkte handel. I Kirwans (2004) undersøgelse af såvel urbane som mere landlige Bondens Markeder påpeges det, at den primære motivation for producenter er muligheden for at få den fulde pris for produkterne samt at bevare den fulde kontrol over deres produkter helt frem til de når forbrugeren. Dette kan hæve prisen på deres produkter yderligere og samtidig legitimere de anvendte produktionsformer. Kirwans undersøgelse viser dog også, at producenterne værdsætter interaktionen med slutbrugeren. De ser ikke blot de mulige økonomiske fordele ved at kunne promovere kvaliteten af deres produkter, men for dem giver interaktionen også en fornemmelse af stolthed. Således udtaler flere, at de nyder at være i stand til at sælge direkte til forbrugerne og derigennem føle sig værdsat (Kirwan, 2004).

I USA er Bondens Markeder ofte koblet til spørgsmålet om adgang til sunde fødevarer for borgere med lav indkomst. Dette har blandt andet ført til partnerskaber med foreninger, og igennem disse søges at udbyde bedre fødevarer til lavere priser for forbrugerne og større indtjening for producenterne ved at eliminere mellemlid i distributionskæden (Guthman et al., 2006).

5.5.2 INNOVATION

En anden bevæggrund for producenter for at deltage i og bidrage til alternative fødevarerinitiativer i form af f.eks. Bondens Markeder er muligheden for at finde inspiration til udviklingen af nye produkter eller initiativer. En undersøgelse af den sociale læring og muligheder for innovation blandt sælgere og producenter ved Bondens Markeder i Californien, Iowa og New York har vist, at målt på traditionelle økonomiske parametre som innovative markedsføringsmetoder og succesfuld virksomhedsudvidelse er innovationen begrænset. Ikke desto mindre fører den sociale læring gennem interaktionen med kunder og med andre sælgere til nogen grad af innovation: "While such interactions are often social and greatly valued as such, they can also generate and circulate knowledge vendors might use to develop new products and creative ways of marketing them" (Hinrichs, Gillespie, & Feenstra, 2004, p. 33).

En undersøgelse af et Bondens Marked i Frankfurt peger på, at producenterne her ofte viser sig særligt innovative ved at udvikle nye produkter. De "genopdager" gamle produkter, og denne form for innovation stammer i høj grad fra mødet og interaktionen med kunder og andre producenter (Marsden, Banks, & Bristow, 2000).

Undersøgelsen af Bondens Markeder i USA finder tre mulige forklaringer på den relativt moderate innovation blandt sælgerne ved de undersøgte markeder. For det første har nogle af sælgerne muligvis slet ikke kendskab til ideer og information omkring markedsføring og forretningsudvikling. For det andet har en del sælgere muligvis denne

viden og ønsker at anvende den, men møder personlige eller økonomiske barrierer i forsøget på dette. Derfor peger forfatterne på, at politikker og programmer til støtte og igangsættelse af Bondens Markeder kræver omhyggelige og realistiske overvejelser omkring potentielle fordele og begrænsninger ved disse markeder. For det tredje, har en del sælgere muligvis kendskab til mere innovative praksisser, men afviser dem eksplicit på grund af personlig modvilje eller manglende interesse i markedsføring og salg.

5.5.3 AF- OG BELASTNING

Nogle studier peger på, at producenter i forskellige former for alternative fødevarerinitiativer, eksempelvis CSA'er, rent faktisk risikerer ikke at kunne tjene nok gennem disse kanaler og derfor må supplere med andre indtægtskilder. Producenterne kan altså opleve, at deltagelsen i en CSA ikke viser sig bæredygtig – hverken økonomisk eller helbredsmæssigt, hvis det fører til øget arbejdsbelastning (Tregear, 2011). Tilsvarende er der undersøgelser om problemer blandt producenter, der afsætter i byområder, og som derfor må transportere deres varer lang vej, hvilket kan bidrage til, at de brænder ud (Jarosz, 2008, p. 241).

Andre undersøgelser peger imidlertid på, at nogle producenter mere anskuer det at stå på Bondens Marked som en rekreativ aktivitet, hvor det at tjene penge er underordnet. Nydelsen af markedet er som en social begivenhed (Hinrichs et al., 2004). Samtidig kan deltagelsen i forskellige former for alternative fødevarerinitiativer skabe en lang række andre muligheder, som ellers ville være svære at realisere. For eksempel kan afsætning til et landbrugsfællesskab give en større frihed i forhold til, hvilke og hvor mange afgrøder man ønsker at dyrke, og herigennem øges muligheden for at påskønne og værdsætte forskellige sorter. Derudover er der naturligvis også mulighed for menneskelig interaktion og samtale ved disse fællesskaber (Starr, 2010).

5.6. OPSUMMERING

Litteraturstudiet har i første omgang vist, at der internationalt findes en stor mængde litteratur, der fra en række forskellige perspektiver beskæftiger sig med alternative fødevarerinitiativer. Alligevel synes der at være en mangel på viden om, hvordan den madbårne land-by dynamik indlejret i disse alternative fødevarerinitiativer kan udnyttes strategisk og planlægningsmæssigt i forhold til landdistrikterne. Meget af den eksisterende litteratur har fokus på individet (producenten, forbrugeren) på mikro-niveau eller på netværkene på meso-niveau. Der er imidlertid mangel på litteratur, der antager et landdistriktspolitisk og -strategisk perspektiv, og som inddrager den potentielle udvikling af bosætningen og erhvervsudviklingen på landet i forlængelse og som konsekvens af de nye madbårne land-by dynamikker på makro-niveau.

6. BYBOERES EFTERSPØRGSEL EFTER LANDLIGE KVALITETER GENNEM TILEGNELSE AF RÅVARER



6.1. INTRODUKTION TIL KAPITLET

Dette kapitel fokuserer på den del af forskningsspørgsmålet, der vedrører karakteren af den nye 'madbårne' land-by dynamik. Afsættet er data fra telefonspørgeundersøgelsen. Kapitlet indledes med en beskrivelse af respondentprofilerne fordelt på de fire udvalgte områder: Nørrebro 1, Nørrebro 2, Østerbro 1 og Østerbro 2. Herefter præsenteres den overordnede fordeling af respondenter inden for tre former for handlen: handlen gennem indkøb, handlen gennem sociale netværk og handlen gennem praksis. De efterfølgende tre hovedafsnit afdækker inden for hver af disse tre former: hvilken betydning respondentgruppen tillægger den konkrete måde at tilegne sig råvarer på, hvilke visioner de har for tilegnelsen af råvarer, og hvordan de opnår viden om råvarer. I afdækningen indgår hyppighed, familieforhold, alder og køn.

6.2. RESPONDENTPROFILER

De 601 respondenter fordeler sig ligeligt med 150 besvarelser i tre områder og 151 i området Nørrebro 1. Omkring en tredjedel af respondenterne har børn i husstanden. Disse er også fordelt forholdsvist jævnt over de fire områder, dog har kun 28 % af respondenterne fra 'Nørrebro 1' børn i husstanden.

Lidt over halvdelen af alle respondenterne er selv opvokset i landlige omgivelser eller bor sammen med en, der er opvokset i landlige omgivelser, og lidt over halvdelen af respondenterne er mellem 18-39 år. Dette fordeler sig også nogenlunde jævnt over de

fire områder, om end 'Nørrebro 2' både har flest opvokset i landlige omgivelser og flest i aldersgruppen 18-39 år.

Forskellen mellem 'Nørrebro 1' og 'Nørrebro 2' er ret markant i forhold til, at områderne næsten grænser op til hinanden, og forskellen kan skyldes, at 'Nørrebro 2' er et populært sted for unge tilflyttere, herunder især studerende, mens 'Nørrebro 1' er et relativt dyrt og eftertragtet område. Dette kan også forklare den relativt høje procentdel af 40-59 årige, der bor i området. I alt er 31 % af respondenterne 40-59 år, mens 16 % er 60 år eller mere.

Kønsmæssigt er respondenterne fordelt med 41 % mænd og 59 % kvinder. Generelt lader det til, at kvinderne har en større interesse for forskellige måder at tilegne sig råvarer på – således er der kun 42 % (N=25) kvinder blandt de respondenter, der aldrig deltager i nogen af disse former for tilegnelse af råvarer (N=60). Tabel 2 viser en profilbeskrivelse af respondenterne fordelt på de fire undersøgte områder.

Tabel 2. Profilbeskrivelse af respondenterne fordelt på fire områder i København.

	Område Nørrebro 1 N=151	Område Nørrebro 2 N=150	Område Østerbro 1 N=150	Område Østerbro 2 N=150	I alt N=601
Mænd	35 %	46 %	42 %	41 %	41 %
Kvinder	65 %	54 %	58 %	59 %	59 %
Børn i husstanden	28 %	36 %	32 %	33 %	32 %
Opvokset i landlige omgivelser	48 %	60 %	53 %	45 %	52 %
Interesseret i mad og madlavning	79 %	76 %	78 %	75 %	77 %
Aldersgruppe 18-39 år	40 %	68 %	55 %	43 %	52 %
Aldersgruppe 40-59 år	43 %	24 %	29 %	30 %	31 %
Aldersgruppe 60 år el. mere	16 %	8 %	14 %	26 %	16 %
Total	25 %	25 %	25 %	25 %	100 %

Bortset fra de to Nørrebro-områder, hvor respondentsammensætningen er præget af visse forskelle, må man konstatere, at områderne i vidt omfang ligner hinanden.

6.2.1 FORDELING AF RESPONDENTER I FORHOLD TIL HANDLINGEN

Respondenterne blev i undersøgelsen spurgt til forskellige måder at tilegne sig råvarer på. Disse måder er efterfølgende grupperet i forhold til 3 typer af handlingen.

Handlingstypen 'indkøb' indeholder indkøb af råvarer på torvet eller et marked, indkøb af råvarer gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren, og indkøb af råvarer på landet ved gårdbutikker. Ud af alle respondenterne (N=601) er der 475, der indkøber råvarer på en af disse tre måder minimum nogle gange om året.

Handlingstypen 'sociale netværk' indeholder tilegnelse af råvarer gennem medlemskab af Københavns Fødevarerfællesskab, tilegnelse af råvarer gennem familie og venner, der

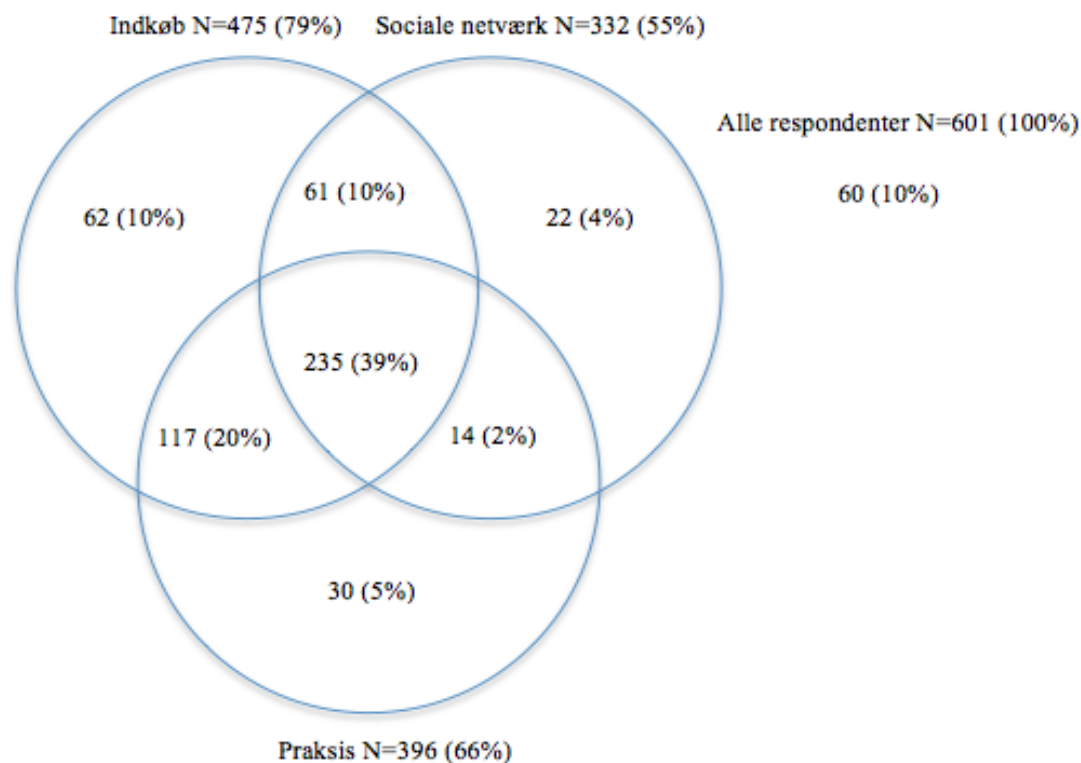
selv avler, og tilegnelse af råvarer gennem dyrkningsfællesskab. Ud af alle respondenterne (N=601) er der 332, der tilegner sig råvarer på en af disse tre måder minimum nogle gange om året.

Handlingstypen kategorien 'praksis' indeholder tilegnelse ved selv at dyrke råvarer, tilegnelse af råvarer ved at samle bær, svampe mm. i naturen, og tilegnelse af råvarer ved at gå på jagt eller fiske. Ud af alle respondenterne (N=601) er der 396, der tilegner sig råvarer på en af disse tre måder minimum nogle gange om året.

Derudover er der et stort antal respondenter (N=235), der tilegner sig råvarer minimum nogle gange om året *både* gennem indkøb *og* gennem sociale netværk *og* gennem praksis. Og der er 60 respondenter, der aldrig tilegner sig råvarer på en af disse måder.

Af de 475 respondenter, der tilegner sig råvarer gennem indkøb minimum nogle gange om året, er der 62, der ikke deltager i andre former for tilegnelse af råvarer, 61 der også tilegner sig råvarer gennem sociale netværk, og 117 der også tilegner sig råvarer gennem praksis. Af de 332 respondenter, der tilegner sig råvarer gennem sociale netværk, er der 22, der ikke deltager i andre former for tilegnelse af råvarer, mens der er 14, der også tilegner sig råvarer gennem praksis. Af de 396 respondenter, der tilegner sig råvarer gennem praksis, tilegner 30 sig ikke sig råvarer på andre måder. Samlet set er der 541 respondenter, der tilegner sig råvarer på én eller flere af de tre måder. Figur 2 viser fordelingen af den samlede mængde af respondenter inden for de tre overordnede handlingskategorier.

Figur 2. Fordeling af respondenter inden for de tre overordnede handlingskategorier.



6.2.2 POLITISK ANSVAR

Karakteren af de tre forskellige handlinger/dynamikker afdækkes først ved at kigge på i hvor høj grad storbyboerne erklærer sig enige i tre forskellige politiske udsagn. Hertil kunne de svare 'meget enig', 'enig', 'hverken enig eller uenig', 'uenig' og 'meget uenig' til udsagnsspørgsmålene.

Disse svar er placeret på en Likert-skala fra 1-5 hvor 1='meget enig' og 5='meget uenig'. Her er data præsenteret som gennemsnitsmålinger, som i krydstabuleringer holdes op mod data om respondenternes profil.

Der er størst enighed om, at det er et politisk ansvar at sikre, at alle mennesker i Danmark har lige god adgang til årstidens friske danske råvarer. Der er tæt på ligeså stor enighed om, at det er et politisk ansvar at sikre, at børn lærer om forskellige måder at dyrke, samle og jage, mens de aktive storbyboere er mindre enige i, at det er et politisk ansvar at sikre større kontakt mellem producenter og brugere.

Praksishandlende storbyboere er generelt mest enige i de politiske udsagn, mens storbyboere, der handler gennem sociale netværk i mindre grad erklærer sig enig i disse. Dog skal det tilføjes, at tallene ligger relativt tæt. I hvor høj grad storbyboere, der er aktive inden for de forskellige former for handlen, erklærer sig enige i de tre politiske udsagn, kan aflæses i Tabel 3.

Tabel 3. Gennemsnit af udsagnsspørgsmål omkring politisk ansvar (1=meget enig, 5=meget uenig) fordelt på de tre forskellige former for handlen

	Alle handlende gennem indkøb N=475	Alle handlende gennem sociale netværk N=332	Alle handlende gennem praksis N=396
Politisk ansvar at sikre større kontakt mellem producenter og brugere	2,50	2,61	2,51
Politisk ansvar at sikre at vores børn lærer om forskellige måder at dyrke, samle og jage (i dagsinstitutions- og skoletid)	2,33	2,35	2,27
Politisk ansvar at sikre at alle mennesker i Danmark har lige god adgang til årstidens friske danske råvarer	2,25	2,32	2,23

6.3. HANDLENDE GENNEM INDKØB

Dette afsnittet tager udgangspunkt i de 475 indkøbshandlingsrespondenter, der enten tilegner sig råvarer ved 1) indkøb på torvet eller et marked; 2) en abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren; eller 3) at tage på landet og købe ind ved gårdbutikker.

6.3.1 HYPPIGHED VED DE FORSKELLIGE FORMER FOR INDKØB

Indkøb på torvet eller et marked er den form for handlen gennem indkøb, der aktiverer flest storbyboere. Således køber 83 % ind på torvet eller markedet minimum nogle

gange om året. At tage på landet og købe ind ved gårdbutikker aktiverer næstflest storbyboere i løbet af et år; 57 % tilegner sig råvarer på denne måde minimum nogle gange om året. Endelig er indkøb gennem abonnementsordninger eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren, den form for handlen gennem indkøb, som aktiverer færrest storbyboere i løbet af et år; kun 15 % indkøber minimum nogle gange om året råvarer på denne måde.



Indkøb på torvet eller et marked er ikke blot den form for handlen gennem indkøb, der aktiverer flest storbyboere i løbet af et år, det er samtidig den form, der praktiseres mest regelmæssigt. 45 % (N=215) indkøber på torvet eller markedet minimum hver måned, og 21 % (N=102) indkøber på torvet eller markedet minimum ugentligt.

10 % (N=46) indkøber gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren på månedlig basis og 6 % (N=27) på ugentlig basis. Blot 9 % (N=43) tager minimum månedligt på landet og køber ind ved gårdbutikker, og kun 1 % (N=3) gør det ugentligt.

Det lave antal storbyboere, der ugentligt tager på landet og køber ind ved gårdbutikker, kan forklares med, at det er en mere besværlig og ressourcekrævende form for tilegnelse af råvarer, da det kræver mere tid og ofte også kræver en bil for at komme ud til gårdbutikkerne. Til gengæld tager hele 48 % (N=226) på landet og køber ind ved gårdbutikker nogle gange om året, hvilket tyder på, at denne form for tilegnelse af råvarer i højere grad har karakter af 'familieudflugter' og/eller finder sted i forbindelse med højtider eller for eksempel de mange høstfester der arrangeres på gårdbutikker rundt omkring på Sjælland.

Anderledes ser det ud i forhold til indkøb gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren. På trods af at denne form for handlen gennem indkøb aktiverer færrest storbyboere, er der en forholdsvis stor del af disse, som har taget det til sig som en regelmæssig måde at tilegne sig råvarer på. Således er der 27 af de 70 storbyboere, der køber ind på denne måde, som gør dette dagligt eller ugentligt. En mulig forklaring herpå kan findes i, at denne form for indkøb, i modsætning til at tage på landet og købe ind ved gårdbutikker, er en meget nem og praktisk form for handlen gennem indkøb. Tabel 4 viser, hvor ofte storbyboerne anvender de tre forskellige måder at tilegne sig råvarer på.

Tabel 4. Hyppighed af indkøb på torvet eller et marked, gennem en abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren eller gennem indkøb på landet ved gårdbutikker.

	Indkøb på torvet eller et marked N=475	Indkøb gennem abonnementsordning eller... N= 475	Indkøb på landet ved gårdbutikker N= 475
Dagligt eller næsten dagligt	20 (4 %)	1 (0 %)	0
Ugentligt	82 (17 %)	26 (6 %)	3 (1 %)
Månedligt	113 (24 %)	19 (4 %)	40 (8 %)
Nogle gange om året	180 (38 %)	24 (5 %)	226 (48 %)
Aldrig	79 (17 %)	405 (85 %)	205 (43 %)
Ved ikke	1 (0 %)	0	1 (0 %)
Total	475 (100 %)	475 (100 %)	475 (100 %)

6.3.2 REGELMÆSSIGT HANDLENDE STORBYBOERE

Profilbeskrivelsen af storbyboere, der regelmæssigt tilegner sig råvarer gennem de tre forskellige former for indkøb, underbygger forklaringen om, at indkøb gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren, er en nem og praktisk måde at tilegne sig råvarer på. Således tyder det på, at det særligt er småbørnsfamilier, der regelmæssigt køber ind på denne måde; 67 % af de, der regelmæssigt køber ind gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet (N=46), har børn i husstanden, og samtidig tilhører 67 % aldersgruppen 18-39 år.

Interessen for mad blandt de storbyboere, der regelmæssigt køber ind gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet, er mindre end blandt storbyboere, der handler gennem en af de andre former for indkøb. Samtidig adskiller denne form for indkøb sig i særlig grad fra de to andre indkøbsformer, da det ikke er muligt at røre ved, dufte til eller smage på råvarerne (og disse storbyboere er samtidig den gruppe, der tillægger netop denne kvalitet ved råvarerne mindst betydning – se Tabel 6). Det er altså nærliggende at forestille sig, at det praktiske vægtes højere end bestemte kvaliteter ved råvarerne, blandt storbyboere, der regelmæssigt tilegner sig råvarer gennem en abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren.

Udover denne ret markante forskel i profilen hos de der regelmæssigt indkøber råvarer gennem en abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren, er der kun få forskelle mellem profilerne på de storbyboere, der regelmæssigt anvender en eller flere af disse tre former for indkøb. Interessen for mad er størst blandt de storbyboere, der regelmæssigt tager på landet og køber ind ved gårdbutikker (N=43). Således er 93 % af disse enten selv meget interesseret i mad og madlavning eller bor sammen med nogle, der er. Derudover er denne gruppe kendetegnet ved at have en marginalt større andel af storbyboere, der er opvokset i landlige omgivelser eller bor sammen med nogle, der er, og det er samtidig den gruppe med den ældste sammensætning af storbyboere; 60 % er 40 år eller ældre, og 23 % er 60 år eller mere. Blandt de, der indkøber regelmæssigt på torvet eller et marked (N=215), er 51 % 40 år eller ældre, og 15 % 60 år eller mere, mens kun 32 % af de storbyboere, der regelmæssigt indkøber

gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren, er 40 år eller mere, og 4 % er 60 år eller ældre.

Regelmæssigt indkøb på landet ved gårdbutikker aktiverer således flere ældre og madinteresserede storbyboere, mens indkøb gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren aktiverer flere yngre og ikke ligeså madinteresserede storbyboere. Tabel 5 beskriver profilerne på storbyboere, der regelmæssigt anvender de forskellige indkøbsformer.

Tabel 5. Profilbeskrivelse af borgere der regelmæssigt handler gennem indkøb på torvet eller et marked, gennem en abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren eller gennem indkøb på landet ved gårdbutikker

	Indkøb på torvet eller et marked N= 215	Indkøb gennem abonnements- ordning eller... N= 46	Indkøb på landet ved gårdbutikker N= 43	Alle handlende gennem indkøb N=475
Mænd	77 (36 %)	15 (33 %)	15 (35 %)	180 (38 %)
Kvinder	138 (64 %)	31 (67 %)	28 (65 %)	295 (62 %)
Børn i husstand	70 (33 %)	31 (67 %)	15 (35 %)	158 (33 %)
Opvokset i landlige omgivelser	119 (55 %)	25 (54 %)	25 (58 %)	256 (54 %)
Stor interesse for mad	178 (83 %)	30 (65 %)	40 (93 %)	382 (80 %)
Aldersgruppe 18-39 år	106 (49 %)	31 (67 %)	17 (40 %)	259 (55 %)
Aldersgruppe 40-59 år	76 (35 %)	13 (28 %)	16 (37 %)	152 (32 %)
Aldersgruppe 60 el. mere	33 (15 %)	2 (4 %)	10 (23 %)	62 (13 %)

6.3.3 RÅVARERNES BETYDNING OG ØNSKER FOR RÅVARER

Her præsenteres hvilken betydning storbyboere, der regelmæssigt handler gennem indkøb, tillægger forskellige kvaliteter ved råvarerne. Respondenternes svar er placeret på en Likert-skala fra 1-5, hvor 1='stor betydning' og 5='slet ingen betydning'. Data præsenteres som gennemsnitsmålinger, som i krydstabuleringer holdes op mod data om respondenternes profil.

At dyrene har naturlige opvækstforhold og levevilkår tillægges størst betydning af såvel storbyboere, der regelmæssigt indkøber på torvet eller et marked (N=215), gennem abonnementsordninger eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren (N=46), og på landet ved gårdbutikker (N=43) samt for alle storbyboere, der handler gennem indkøb (N=475). Som det eneste betydningssspørgsmål ligger alle gennemsnit mellem 1 og 2, mellem 'meget stor betydning' og 'stor betydning'. Herefter kommer betydningen af, at råvarerne er økologisk eller biodynamisk dyrket, og betydningen af at råvarerne er avlet i Danmark.

Storbyboere, der regelmæssigt køber ind på torvet eller et marked, tillægger det derudover stor betydning at være med til at støtte mindre producenter (2,29), at kunne røre ved, dufte til og evt. smage på råvarerne inden købet (2,61) og endelig at vide, at dyrkningsmåden skaber et alsidigt landskab (2,68).

Storbyboere, der regelmæssigt køber ind gennem abonnementsordninger eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren, tillægger det også stor betydning at være med til at støtte mindre producenter (2,46), og at dyrkningsmåden skaber et alsidigt landskab (2,70). Til gengæld tillægger de det ikke stor betydning at kunne røre ved, dufte til og evt. smage på råvarerne inden købet (3,16).

Endelig har det stor betydning for storbyboere, der regelmæssigt køber ind på landet ved gårdbutikker, at være med til at støtte mindre producenter (2,09), at kunne røre ved, dufte til og evt. smage på råvarerne inden købet (2,53), og at dyrkningsmåden skaber et alsidigt landskab (2,73).

De tre forskellige former for handlen gennem indkøb repræsenterer også forskellige former for interaktion i den madbårne dynamik mellem land og by. Indkøb på landet ved gårdbutik indebærer, at storbyboeren bevæger sig væk fra København og ud på landet og her indgår i en direkte ansigt-til-ansigt interaktion med sælgeren i gårdbutikken, som ofte selv har produceret råvarerne eller på anden vis har en relation til råvarerne. Omvendt kan storbyboere, der indkøber gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren, foretage denne handling hjemme foran computeren i storbyen og få bragt råvarerne til døren uden at bevæge sig uden for København. Indkøb på torvet eller et marked kan placeres et sted imellem disse to 'ekstremer', da indkøbet her indebærer en direkte ansigt-til-ansigt interaktion, men denne finder sted i byen og ikke på landet.

Den største forskel mellem de forskellige måder at handle på gennem indkøb findes da også mellem de storbyboere, der regelmæssigt indkøber gennem abonnementsordninger eller bestiller via internettet direkte hos avleren og de storbyboere, der regelmæssigt køber ind på landet ved gårdbutikker. Således tillægger storbyboere, der regelmæssigt køber ind gennem abonnementsordninger eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren, det ikke stor betydning at kende produktionsstedet og at kunne komme i kontakt med avleren (4,00).

Storbyboere, der regelmæssigt køber ind på landet ved gårdbutikker tillægger generelt de forskellige kvaliteter ved råvarerne større betydning – kun spørgsmålet omkring at råvarerne er økologiske eller biodynamiske tillægger storbyboere, der køber ind gennem abonnementsordning eller ved at bestille direkte via internettet, større betydning. Tabel 6 viser gennemsnittet af de forskellige betydningsspørgsmål for de storbyboere, der regelmæssigt anvender en eller flere af de tre former for handlen gennem indkøb samt gennemsnittet af betydningsspørgsmål for alle storbyboere, der handler gennem indkøb.

Derudover er der, som nævnt i afsnit 6.3.2, stor forskel på hvor regelmæssigt storbyboere køber ind gennem abonnementsordninger eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren og regelmæssigheden af indkøb på landet ved gårdbutikker. Mens der er mere end 5 gange så mange storbyboere, der køber ind på landet ved gårdbutikker nogle gange om året (N=226) end storbyboere, der køber ind på denne måde regelmæssigt (N=43), er der omvendt næsten dobbelt så mange storbyboere, der køber ind regelmæssigt gennem abonnementsordninger eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren (N=46) end storbyboere, der køber ind på denne måde nogle gange om året (N=23).

Tabel 6. Gennemsnit af betydningsspørgsmål (1-5, hvor 1=meget stor betydning og 5=slut ingen betydning) for storbyboere, der regelmæssigt handler gennem indkøb på torvet eller et marked, gennem en abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren eller gennem indkøb på landet ved gårdbutikker samt alle handlende gennem indkøb.

	Indkøb på torvet eller et marked N=215	Indkøb gennem abonnements- ordning eller... N= 46	Indkøb på landet ved gårdbutikker N= 43	Alle handlende gennem indkøb N= 475
Betydning - råvarerne er avlet i Danmark	2,17	2,20	1,95	2,28
Betydning - råvarerne er økologiske eller biodynamiske	2,11	1,96	2,21	2,23
Betydning - kende produktionssted og kontakt til avler	3,73	4,00	3,53	3,86
Betydning - selv at være med til at producere, samle, etc.	3,94	4,16	3,68	4,00
Betydning - røre, dufte, smage	2,61	3,16	2,53	2,71
Betydning - dyrkningsmåde skaber alsidigt landskab	2,68	2,70	2,73	2,83
Betydning - naturlig opvækst og levevilkår for dyrene	1,78	1,89	1,83	1,86
Betydning - støtte af mindre producenter	2,29	2,46	2,09	2,37

Overordnet set er interessen for mad og madlavning væsentligt større blandt de storbyboere, der regelmæssigt køber ind på landet ved gårdbutikker (N=43) end blandt de storbyboere, der regelmæssigt køber ind gennem abonnementsordninger eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren (N=46). Der er henholdsvis 93 % og 65 %, der enten selv interesserer sig meget for mad og madlavning eller bor sammen med nogle, der gør. Der er med andre ord 35 % af de, der regelmæssigt indkøber gennem abonnementsordninger eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren, som ikke interesserer sig meget for mad og madlavning.

Samtidig viser undersøgelsen, at der er flere, der interesserer sig meget for mad og madlavning – 88 % – blandt de storbyboere, der kun indkøber gennem abonnement eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren nogle gange om året (N=24). Det tillægges ligeledes større betydning at kunne røre ved, dufte til og smage på råvarerne inden køb blandt de storbyboere, der kun køber ind på denne måde nogle gange om året (2,67), end blandt storbyboere, der regelmæssigt køber ind på denne måde (3,16).

Endelig ville de storbyboere, der indkøber gennem abonnementsordninger eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren nogle gange om året også i langt højere grad tage på landet og handle ind i gårdbutikker, hvis de havde tid og mulighed (2,29), end de storbyboere, der regelmæssigt køber ind på denne måde (2,69). Disse tal peger altså på, at de storbyboere, der regelmæssigt køber ind gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren tillægger de forskellige kvaliteter ved råvarerne mindre betydning, er mindre interesseret i mad og i mindre grad ville tage på landet og købe ind ved gårdbutikker end de storbyboere, der køber ind gennem abon-

nementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren nogle gange om året.

Tabel 7. Gennemsnit af udvalgte betydnings spørgsmål (1-5 hvor 1=meget stor betydning), udsagnsspørgsmål (1-5 hvor 1=meget enig) og politiske spørgsmål (1-5 hvor 1= meget enig) samt spørgsmål om interesse for mad blandt storbyboere, der indkøber på landet ved gårdbutikker regelmæssigt og nogle gange om året, og for storbyboere der indkøber gennem abonnementsordninger eller internet regelmæssigt eller nogle gange om året.

	Regelmæssigt indkøb gennem abonnementsordning eller... N=46	Indkøb gennem abonnementsordning eller... nogle gange om året N=24	Regelmæssigt indkøb på landet ved gårdbutikker N=43	Indkøb på landet ved gårdbutikker nogle gange om året N=226
Stor interesse for mad	30 (65 %)	21 (88 %)	40 (93 %)	184 (81 %)
Betydning - råvarerne er avlet i Danmark	2,20	2,67	1,95	2,20
Betydning - råvarerne er økologiske eller biodynamiske	1,96	2,54	2,21	2,20
Betydning - kende produktionssted og kontakt til avler	4,00	3,71	3,53	3,77
Betydning - selv være med til at producere, samle, etc.	4,16	3,75	3,68	3,79
Betydning - røre, dufte, smage	3,16	2,67	2,53	2,68
Betydning - dyrkningsmåde skaber alsidigt landskab	2,70	3,00	2,73	2,69
Betydning - støtte af mindre producenter	2,46	2,46	2,09	2,30
Ville i højere grad tage på landet og handle i gårdbutikker	2,63	2,29	1,88	2,20

Omvendt ser det ud blandt de, der køber ind på landet ved gårdbutikker. Her er ønsket om at tage oftere på landet og købe ind ved gårdbutikker væsentligt større (1,88) blandt storbyboere, der i forvejen køber regelmæssigt ind ved gårdbutikker end blandt de storbyboere, der kun tager på landet og køber ind ved gårdbutikker nogle gange om året (2,20). Samtidig tillægger storbyboere, der regelmæssigt køber ind på landet ved gårdbutikker de forskellige kvaliteter ved råvarerne større betydning. Kun spørgsmålet omkring at dyrkningsmåden er med til at skabe et alsidigt landskab, tillægges større betydning af storbyboere, der kun handler på denne måde nogle gange om året. Således tillægger storbyboere, der køber ind på landet ved gårdbutikker, ikke blot de forskellige kvaliteter større betydning jo mere aktive de er, de ønsker også at blive endnu mere aktive. Værditildelingen hos respondenter der køber ind gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren regelmæssigt og nogle gange om året samt hos respondenter, der tager på landet og køber ind ved gårdbutikker regelmæssigt og nogle gange om året, vises i Tabel 7.

Ligeledes viser en gennemgang af respondenternes enighed i, hvorvidt det er et politisk ansvar at sikre større kontakt mellem producenter og brugere, at sikre at vores børn lærer om forskellige måder at dyrke, samle og jage samt at sikre at alle mennesker i Danmark har lige god adgang til årstidens friske danske råvarer, at respondenter, der regelmæssigt køber ind gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet

direkte hos avleren, er mindst enige i disse politiske udsagn og at de, sammenlignet med alle handlende gennem indkøb, konsekvent er mindre enige i disse udsagn.

Tabel 8. Antal (og procent) af storbyboere, der regelmæssigt (dagligt, ugentligt eller månedligt) får viden om mad og madlavning fra de respektive kanaler, fordelt på de storbyboere der regelmæssigt handler gennem de tre forskellige former for indkøb.

	Regelmæssigt indkøb på torvet eller et marked N=215	Regelmæssigt indkøb gennem abonnements-ordning eller... N= 46	Regelmæssigt indkøb på landet ved gårdbutikker N= 43	Alle handlende gennem indkøb N=475
Viden gennem tv-programmer	143 (67 %)	29 (63 %)	28 (65 %)	301 (63 %)
Viden gennem fødevareblogs og Facebook-grupper	78 (36 %)	12 (26 %)	7 (16 %)	155 (33 %)
Viden gennem familie og venner	165 (77 %)	37 (80 %)	33 (77 %)	357 (75 %)
Viden gennem avlere og producenter - nyhedsbreve og Facebook	53 (25 %)	10 (22 %)	8 (19 %)	84 (18 %)
Viden gennem fødevare- eller dyrkningsfællesskab	21 (10 %)	5 (11 %)	3 (7 %)	34 (7 %)
Viden gennem apps på mobiltelefonen	25 (12 %)	5 (11 %)	4 (9 %)	55 (12 %)
Viden gennem snak med avler eller producent	18 (8 %)	3 (7 %)	10 (23 %)	25 (5 %)

Storbyboere, der regelmæssigt handler gennem indkøb på en af de tre måder, tilegner sig ligeledes viden om råvarer på forskellige måder. Overordnet set får en stor del af storbyboerne regelmæssigt viden om mad og madlavning gennem familie og venner og gennem tv-programmer. Men der er stor forskel på, hvor mange der dagligt, ugentligt eller månedligt får deres viden om mad og madlavning gennem fødevareblogs og Facebook-grupper. 36 % (N=78) af storbyboerne, der regelmæssigt køber ind på torvet eller et marked, får også regelmæssigt viden gennem fødevareblogs og Facebook-grupper. Dette gælder for 26 % af de storbyboere, der regelmæssigt køber ind gennem abonnementsordning eller ved at bestille via internettet direkte hos avleren og for kun 16 % af storbyboerne, der regelmæssigt køber ind på landet ved gårdbutikker.

Til gengæld får denne gruppe i højere grad viden om mad og madlavning gennem snak med en avler eller producent – 23 % får viden på denne måde regelmæssigt. Sammenlignet med den anden form for indkøb, der involverer en direkte ansigt-til-ansigt interaktion, er andelen stor. Således får kun 8 % af de, der regelmæssigt køber ind på torvet eller et marked viden på denne måde. Tabel 8 viser, hvordan de regelmæssigt handlende gennem indkøb tilegner sig regelmæssig viden.

6.4. HANDLENDE GENNEM SOCIALE NETVÆRK



Dette afsnit afdækker typen af madbåren land-by dynamik, der kommer til udtryk i handlen gennem sociale netværk. Afsnittet tager udgangspunkt i de 332 respondenter, der er aktive inden for en af disse former for handlen, altså storbyboere, der enten tilegner sig råvarer gennem 1) medlemskab af Københavns Fødevarerfællesskab; 2) familie og venner der selv avler; eller 3) medlemskab af dyrkningsfællesskab.

6.4.1 HYPPIGHED VED DE FORSKELLIGE FORMER FOR SOCIALE NETVÆRK

Den form for tilegnelse af råvarer gennem sociale netværk, som flest storbyboere er engageret i, er at få råvarer gennem familie og venner, der selv avler. Således får 98 % af de storbyboere, der er aktivt handlende gennem sociale netværk (N=332), minimum nogle gange om året råvarer fra venner eller familie, der selv avler. 30 % får råvarer på denne måde mere regelmæssigt – ugentligt 4 % og månedligt 27 %.

8 % tilegner sig råvarer gennem KBHFF dagligt, ugentligt, månedligt eller nogle gange om året (N=25), og kun 4 % (N=12) tilegner sig ligeså ofte råvarer gennem dyrkningsfællesskab. Der er altså stor forskel på antallet af respondenter, der tilegner sig råvarer på de tre forskellige måder, hvilket kan gøre det problematisk at sammenligne dem indbyrdes.

Alligevel er der en tydelig, gennemgående forskel i forhold til regelmæssigheden i de tre måder at tilegne sig råvarer på. Over halvdelen af de der tilegner sig råvarer gennem KBHFF, og de der tilegner sig råvarer gennem dyrkningsfællesskab, tilegner sig råvarer regelmæssigt på denne måde (dagligt, ugentligt eller månedligt). Mens det for de storbyboere, der får råvarer gennem familie eller venner kun gælder for under en tredjedel. Tabel 9 viser, hvor ofte storbyboere får råvarer gennem medlemskab af KBHFF, gennem familie og venner der selv avler eller gennem dyrkningsfællesskab.

Tabel 9. Hyppighed af tilegnelse af råvarer gennem medlemskab af KBHFF, gennem familie og venner der selv avler, eller gennem dyrkningsfællesskab.

	Råvarer gennem KBHFF N=332	Råvarer gennem familie og venner der selv avler N=332	Råvarer gennem dyrkningsfællesskab N= 332
Dagligt eller næsten dagligt	1 (0 %)	0 (0 %)	0
Ugentligt	6 (2 %)	13 (4 %)	3 (1 %)
Månedligt	7 (2 %)	88 (27 %)	7 (2 %)
Nogle gange om året	11 (3 %)	226 (68 %)	2 (1 %)
Aldrig	306 (92 %)	5 (2 %)	320 (96 %)
Ved ikke	1 (0 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
Total	332 (100 %)	332 (100 %)	332 (100 %)

6.4.2 STORBYBOERE DER TILEGNER SIG RÅVARER GENNEM SOCIALE NETVÆRK

For at kunne afdække dynamikkerne i denne form for handlen er det hensigtsmæssigt først at præsentere profilen på de (relativt få, N=35) storbyboere, der handler gennem mere formelle sociale netværk eller fællesskaber (KBHFF og dyrkningsfællesskaber). Herefter præsenteres profilen på de storbyboere, der tilegner sig råvarer gennem mere uformelle sociale netværk (familie og venner) for herved at kunne afdække de indbyrdes forskelligheder i karakteren af denne form for handlen.

Som nævnt i forrige afsnit, er det over halvdelen af de, der tilegner sig råvarer gennem enten KBHFF eller dyrkningsfællesskaber, der gør det regelmæssigt (dagligt, ugentligt eller månedligt).

Det er især kvinder, der tilegner sig råvarer gennem disse formelle sociale netværk. Således er antallet af kvinder 27, hvilket svarer til 77 % af alle handlende gennem formelle sociale netværk (N=35). Der er især mange kvinder blandt de, der tilegner sig råvarer gennem KBHFF – her er 84 % kvinder, mens kønsfordelingen blandt de, der tilegner sig råvarer gennem dyrkningsfællesskaber, i højere grad afspejler kønsfordelingen blandt alle aktivt deltagende storbyboere (N=541). Aldersfordelingen afspejler ligeledes den generelle aldersfordeling blandt alle aktivt deltagende storbyboere, dog med lidt flere i aldersgruppen 18-39 år.

Der er en særlig stor andel af storbyboere handlende gennem formelle sociale netværk, der interesserer sig meget for mad og madlavning eller bor sammen med nogle, der gør (94 %). Samtidig er der også en stor andel, der er opvokset i landlige omgivelser eller bor sammen med nogle, der er (77 %). Stor interesse for mad samt opvækst i landlige omgivelser er således gennemgående karaktertræk ved de storbyboere, der handler gennem formelle sociale netværk (N=35). Tabel 10 viser en profilbeskrivelse af de storbyboere, der tilegner sig råvarer gennem KBHFF, gennem dyrkningsfællesskaber samt alle handlende gennem formelle sociale netværk.

Tabel 10. Profilbeskrivelse af borgere der tilegner sig råvarer gennem formelle sociale netværk: gennem KBHFF og/eller gennem dyrkningsfællesskab.

	Råvarer gennem KBHFF N=25	Råvarer gennem dyrkningsfællesskab N=12	Alle handlende gennem formelle sociale netværk N=35
Mænd	4 (16 %)	5 (42 %)	8 (23 %)
Kvinder	21 (84 %)	7 (58 %)	27 (77 %)
Børn i husstand	8 (32 %)	6 (50 %)	13 (37 %)
Opvokset i landlige omgivelser	18 (72 %)	10 (83 %)	27 (77 %)
Stor interesse for mad	24 (96 %)	11 (92 %)	33 (94 %)
Aldersgruppe 18-39 år	15 (60 %)	7 (58 %)	20 (57 %)
Aldersgruppe 40-59 år	7 (28 %)	4 (33 %)	11 (31 %)
Aldersgruppe 60 el. mere	3 (12 %)	1 (8 %)	4 (11 %)

Profilen på respondenter, der tilegner sig råvarer gennem familie og venner ligner på flere områder profilen på de respondenter, der tilegner sig råvarer gennem mere formelle sociale netværk. Langt størstedelen interesserer sig for mad eller bor sammen med nogle, der interesserer sig for mad (82 %), og størstedelen (58 %) er ligeledes opvokset i landlige omgivelser eller bor sammen med nogle, der er opvokset i landlige omgivelser. Dog er andelen i begge tilfælde ikke lige så stor som ved de formelle netværk og afspejler i højere grad de generelle tal for alle aktive storbyboere (N=541).

Derimod er der en stor forskel i aldersfordelingen. 63 % af de storbyboere, der får råvarer gennem familie og venner, der selv avler, er mellem 18 og 39 år, og hele 68 % af de, der regelmæssigt får råvarer på denne måde, er mellem 18 og 39 år. Interessen for mad er også større blandt de, der regelmæssigt får råvarer gennem familie og venner.

Tabel 11 beskriver profilen på storbyboere, der tilegner sig råvarer gennem familie og venner regelmæssigt samt storbyboere, der tilegner sig råvarer på denne måde nogle gange om året.

Tabel 11. Profilbeskrivelse af storbyboere der tilegner sig råvarer gennem familie og venner regelmæssigt (ugentligt eller månedligt) og storbyboere der tilegner sig råvarer gennem familie og venner nogle gange om året.

	Råvarer gennem familie og venner, regelmæssigt (N=101)	Råvarer gennem familie og venner, nogle gange om året (N=226)	Råvarer gennem familie og venner i alt (N=327)
Mænd	44 (44 %)	89 (39 %)	133 (41 %)
Kvinder	57 (56 %)	137 (61 %)	194 (59 %)
Børn i husstand	32 (32 %)	81 (36 %)	113 (35 %)
Opvokset i landlige omgivelser	56 (55 %)	134 (59 %) ¹	190 (58 %) ²
Stor interesse for mad	89 (88 %)	178 (79 %)	267 (82 %)
Aldersgruppe 18-39 år	69 (68 %)	136 (60 %)	205 (63 %)
Aldersgruppe 40-59 år	28 (28 %)	70 (31 %)	98 (30 %)
Aldersgruppe 60 el. mere	4 (4 %)	19 (8 %)	23 (7 %)
Aldersgruppe ej besvaret		1 (0 %)	1 (0 %)

6.4.3 RÅVARERNES BETYDNING OG ØNSKER FOR RÅVARER

For at nå nærmere en afdækning af karakteren af den madbårne land-by dynamik, der ligger indlejret i storbyboeres handlen gennem sociale netværk, præsenteres her hvor stor betydning de, der handler gennem sociale netværk, tillægger forskellige kvaliteter ved råvarerne. Igen kan der aflæses en relativ stor forskel mellem de, der tilegner sig råvarer gennem formelle sociale netværk (i form af KBHFF og dyrkningsfællesskab) og de, der tilegner sig råvarer gennem familie og venner regelmæssigt og nogle gange om året.

At dyrene har naturlige opvækst- og levevilkår har størst betydning for såvel storbyboere, der tilegner sig råvarer gennem formelle sociale netværk (1,57) som storbyboere, der får råvarer gennem familie og venner regelmæssigt (1,81) og nogle gange om året (1,87). Og at råvarerne er økologiske eller biodynamiske har næststørst betydning for de handlende gennem formelle sociale netværk (1,74) og for de, der får råvarer gennem familie og venner nogle gange om året (2,23), mens de der får råvarer gennem familie og venner regelmæssigt tillægger det marginalt større betydning, at råvarerne er avlet i Danmark (2,21), end at de er økologiske eller biodynamiske (2,22).

Respondenter, der tilegner sig råvarer gennem formelle sociale netværk, tillægger det dernæst størst betydning at være med til at støtte mindre producenter (1,83), og herefter at råvarerne er avlet i Danmark (1,97). Dette har også stor betydning for respondenter, der får råvarer gennem familie og venner – dog i omvendt rækkefølge. Således tillægges det større betydning, at råvarerne er avlet i Danmark for de storbyboere, der får råvarer gennem familie og venner regelmæssigt (2,21) og nogle gange om året (2,33) end at støtte de mindre producenter, hvor betydningsgennemsnittene er henholdsvis 2,49 og 2,35. Selv om de respondenter, der får råvarer gennem familie og venner nogle gange

¹ 1 respondent ved ikke/vil ikke svare

² 1 respondent ved ikke/vil ikke svare

om året, i dette tilfælde tillægger det større betydning end de, der får råvarer gennem familie og venner regelmæssigt, er det generelle billede, at de, der får råvarer regelmæssigt gennem familie og venner, tillægger de forskellige kvaliteter ved råvarerne større betydning.

Storbyboere, der får råvarer gennem formelle sociale netværk, tillægger generelt de forskellige kvaliteter ved råvarerne væsentligt større betydning end de, der får råvarer gennem familie og venner. Her er det især de, der får råvarer gennem KBHFF, der tillægger de forskellige kvaliteter stor betydning. Ligesom det fremgik tidligere, at de, der får råvarer gennem KBHFF, har stor interesse for mad, tillægger denne gruppe altså også mellemstor betydning og meget stor betydning, at dyrene har naturlige opvækst- og levevilkår, at råvarerne er økologiske eller biodynamiske, at være med til at støtte mindre producenter, og at råvarerne er avlet i Danmark. Det er måske ikke overraskende, at medlemmer af KBHFF tillægger lige netop disse kvaliteter stor betydning, eftersom KBHFF netop fokuserer på lokale, økologiske eller biodynamiske råvarer, købt efter retningslinjer, der sikrer de små producenter et fornuftigt udbytte. Derimod er det måske overraskende, at det ikke tillægges større betydning for denne gruppe at kende produktionsstedet og kunne komme i kontakt med avleren (3,24). Dette er, sammen med betydningen af selv at være med til at producere, samle, etc. de kvaliteter, der tillægges mindst betydning for de, der handler gennem sociale netværk generelt. Tabel 12 viser dette.

Et andet element, der kan bidrage til at afdække karakteren af denne dynamik mellem land og by, udtrykt ved de storbyboere, der handler gennem sociale netværk, er ønsket om at ville indgå i dyrkningsfællesskaber i byen eller på landet. Dette spørgsmål undersøges ved at kigge på respondenter handlende gennem sociale netværk med børn og uden børn i husstanden, da det formodes, at det er en påvirkende faktor for dette ønske.

Ønsket om at indgå i dyrknings- og produktionsfællesskaber på landet hos respondenter, der handler gennem sociale netværk, viser sig størst blandt respondenter med børn. Således er der 27 % (N=30) af respondenterne med børn, der erklærer sig meget enige eller enige i at ville indgå i dyrknings- og produktionsfællesskaber på landet, mens det gælder for 23 % (N=51) af respondenterne uden børn. For alle aktive respondenter (N=541) er det 22 %. Der er også flere med børn, der vil indgå i dyrknings- og produktionsfællesskaber i byen (10 % meget enig og 37 % enig), omend der her er flest uden børn, der erklærer sig 'meget enig' (13 % meget enig og 32 % enig).

Tabel 12. Gennemsnit af betydningsspørgsmål (1-5, hvor 1=meget stor betydning og 5=slet ingen betydning) for storbyboere, der tilegner sig råvarer gennem KBHFF, gennem dyrkningsfællesskab og alle handlende gennem formelle sociale netværk samt storbyboere, der tilegner sig råvarer gennem familie og venner regelmæssigt og gennem familie og venner nogle gange om året.

	Råvarer gennem KBHFF N=25	Råvarer gennem dyrkningsfællesskab N=12	Alle handlende gennem formelle sociale netværk N=35	Råvarer gennem familie og venner regelmæssigt N=101	Råvarer gennem familie og venner nogle gange om året N=226
Betydning – råvarerne er avlet i Danmark	1,88	1,92	1,97	2,21	2,33
Betydning – råvarerne er økologiske eller biodynamiske	1,64	1,83	1,74	2,22	2,23
Betydning - kende produktionssted og kontakt til avler	3,24	3,92	3,49	3,82	3,88
Betydning - selv at være med til at producere, samle, etc.	3,80	3,08	3,66	3,71	4,02
Betydning - røre, dufte, smage	2,83	2,55	2,76	2,58	2,83
Betydning - dyrkningsmåde skaber alsidigt landskab	2,44	2,50	2,46	2,83	2,78
Betydning - naturlig opvækst og levevilkår for dyrene	1,44	1,75	1,57	1,81	1,87
Betydning - støtte af mindre producenter	1,76	1,92	1,83	2,49	2,35

Tabel 13. Ønske om at indgå i dyrknings- og produktionsfællesskaber på landet eller i byen blandt handlende gennem sociale netværk - med børn i husstanden og ingen børn i husstanden samt blandt alle aktive respondenter.

		Handlende gennem sociale netværk – med børn N=113	Handlende gennem sociale netværk – ingen børn N=219	Alle aktive respondenter N=541
Ville indgå i dyrknings og produktionsfællesskaber på landet	Meget enig	9 (8 %)	13 (6 %)	33 (6 %)
	Enig	21 (19 %)	38 (17 %)	85 (16 %)
	Hverken enig eller uenig	25 (22 %)	36 (16 %)	93 (17 %)
	Uenig	40 (35 %)	93 (42 %)	226 (42 %)
	Meget uenig	18 (16 %)	37 (17 %)	100 (18 %)
	Ved ikke	0	2 (1 %)	4 (1 %)
Ville indgå i dyrknings og produktionsfællesskaber i byen	Meget enig	11 (10 %)	28 (13 %)	54 (10 %)
	Enig	42 (37 %)	70 (32 %)	173 (32 %)
	Hverken enig eller uenig	21 (19 %)	37 (17 %)	88 (16 %)
	Uenig	25 (22 %)	51 (23 %)	148 (27 %)
	Meget uenig	14 (12 %)	30 (14 %)	73 (13 %)
	Ved ikke	0	3 (1 %)	5 (1 %)

Igen er der flere blandt respondenter handlende gennem sociale netværk – med eller uden børn – der ønsker at indgå i dyrknings- og produktionsfællesskaber i byen end blandt alle aktive respondenter. Tabel 13 viser, hvor stort ønsket om at indgå i dyrknings- og produktionsfællesskaber på landet og i byen er hos respondenter, der handler gennem indkøb med og uden børn.

Endelig kan den måde, hvorpå de handlende gennem sociale netværk tilegner sig viden, fortælle noget om karakteren af den madbårne land-by dynamik. Igen fokuseres på de storbyboere, der handler gennem formelle sociale netværk på den ene side og de storbyboere, der handler gennem familie og venner på den anden.

Overordnet set får flest storbyboere, der handler gennem sociale netværk, regelmæssig viden om mad og madlavning gennem familie og venner (79 %). Dernæst får 62 % regelmæssigt viden om mad og madlavning fra tv-programmer. Endelig får 33 % regelmæssigt viden gennem fødevareblogs og Facebook-grupper og 20 % gennem avlere og producenters nyhedsbreve og Facebook-sider.

Kigger man nærmere på, hvad der karakteriserer de storbyboere, der handler gennem formelle netværk, er der en markant forskel på tilegnelsen af viden sammenlignet med de storbyboere, der handler gennem familie og venner. Således får 49 % (N=17) af de storbyboere, der handler gennem formelle netværk, regelmæssig viden om mad og madlavning fra fødevare- eller dyrkningsfællesskab. Kun 9 % (N=29) af de storbyboere, der får råvarer gennem familie og venner, får regelmæssigt viden om mad og madlavning på denne måde. Der er også en markant større andel af storbyboere handlende gennem formelle sociale netværk, der får viden om mad og madlavning gennem avlere og producenters nyhedsbreve og Facebook-sider (40 %) end blandt storbyboere, der får råvarer gennem familie og venner (20 %). Tabel 14 viser dette.

Tabel 14. Antal (og procent) af storbyboere, der regelmæssigt (dagligt, ugentligt eller månedligt) får viden om mad og madlavning fra forskellige kanaler, fordelt på storbyboere der handler gennem formelle sociale netværk og gennem familie og venner.

	Råvarer gennem formelle sociale netværk N=35	Råvarer gennem familie og venner N=327	Alle handlende gennem sociale netværk N=332
Viden gennem tv-programmer	20 (57 %)	205 (63 %)	207 (62 %)
Viden gennem fødevareblogs og Facebook-grupper	14 (40 %)	113 (35 %)	113 (33 %)
Viden gennem familie og venner	29 (83 %)	261 (80 %)	263 (79 %)
Viden gennem avlere og producenter - nyhedsbreve og Facebook	14 (40 %)	65 (20 %)	66 (20 %)
Viden gennem fødevare- eller dyrknings-fællesskab	17 (49 %)	29 (9 %)	30 (9 %)
Viden gennem apps på mobiltelefonen	1 (3 %)	39 (12 %)	39 (12 %)
Viden gennem snak med avler eller producent	2 (6 %)	19 (6 %)	19 (6 %)

6.5. HANDLENDE GENNEM PRAKSIS

Dette afsnit afdækker typen af madbåren land-by dynamik, der kommer til udtryk i handlen gennem praksis. Afsnittet tager udgangspunkt i de 396 respondenter, der er aktive inden for en af disse former for handlen, altså storbyboere, der enten tilegner sig råvarer 1) ved selv at dyrke råvarer; 2) ved at tage ud i naturen og samle bær, svampe mm.; eller 3) ved at gå på jagt eller fiske.



6.5.1 HYPPIGHED VED DE FORSKELLIGE FORMER FOR PRAKSIS

Den form for tilegnelse af råvarer gennem praksis, som flest storbyboere aktivt deltager i, er at samle bær, svampe mm. i naturen. Således er der 83 % (N=318) af de storbyboere, der handler gennem praksis, som tager ud i naturen og samler bær, svampe mm. Hele 72 % (N=286) gør dog kun dette nogle gange om året, mens 8 % (N=30) gør det månedligt og 3 % ugentligt eller dagligt (N=12). At denne praksisform i høj grad tages i brug nogle gange om året skyldes bl.a. den sæsonbaserede begrænsning, der ligger i handlingen.

Den form for handlen næst flest storbyboere praktiserer, er at dyrke sine råvarer selv. 36 % (N=144) dyrker selv råvarer minimum nogle gange om året, 8 % (N=32) minimum månedligt og 7 % (N=25) får råvarer ved selv at dyrke dem ugentlig eller dagligt. Der er således væsentligt flere, der dyrker sine råvarer selv på regelmæssig basis end storbyboere, der samler bær, svampe mm. på regelmæssig basis.

Endelig er der 27 % (N=106), der tilegner sig råvarer ved at gå på jagt eller fiske. Ligesom med at samle bær, svampe mm. er det dog langt størstedelen, der kun går på jagt eller fisker nogle gange om året. Således er det kun 4 % (N=16), der jager eller fisker oftere end nogle gange om året.

At samle bær, svampe mm. i naturen og gå på jagt eller fiske, praktiseres i højere grad som enkeltstående begivenheder, mens at dyrke sine egne råvarer praktiseres mere regelmæssigt – om end det ikke aktiverer ligeså mange storbyboere som det at samle bær, svampe mm. i naturen gør. Tabel 15 viser, hvor ofte storbyboere får råvarer ved selv at dyrke, ved at samle bær, svampe mm. i naturen eller ved at gå på jagt eller fiske.

Tabel 15. Hyppighed af tilegnelse af råvarer ved at dyrke selv, ved at samle bær, svampe mm. i naturen eller ved at gå på jagt eller fiske

	Råvarer ved selv at dyrke (BRUa6) N=396	Råvarer ved at samle bær, svampe mm. I naturen (BRUa8) N= 396	Råvarer ved at gå på jagt eller fiske (BRUa9) N= 396
Dagligt eller næsten dagligt	11 (3 %)	1 (0 %)	0
Ugentligt	14 (4 %)	11 (3 %)	5 (1 %)
Månedligt	32 (8 %)	30 (8 %)	11 (3 %)
Nogle gange om året	87 (22 %)	286 (72 %)	90 (23 %)
Aldrig	252 (64 %)	68 (17 %)	290 (73 %)
Ved ikke	0	0	0
Total	396 (100 %)	396 (100 %)	396 (100 %)

6.5.2 STORBYBOERE DER TILEGNER SIG RÅVARER GENNEM PRAKSIS

Profilerne af storbyboere, der handler gennem de tre forskellige former for praksis adskiller sig på nogle væsentlige områder fra hinanden.

Tabel 16. Profilbeskrivelse af storbyboere, der tilegner sig råvarer ved at dyrke selv, ved at samle bær, svampe mm. i naturen eller ved at gå på jagt eller fiske.

	Råvarer ved at dyrke selv N=144	Råvarer ved at samle bær, svampe mm. i naturen N=328	Råvarer ved at gå på jagt eller fiske N=106
Mænd	54 (38 %)	121 (37 %)	68 (64 %)
Kvinder	90 (63 %)	207 (63 %)	38 (36 %)
Børn i husstand	59 (41 %)	122 (37 %) ³	38 (36 %)
Opvokset i landlige omgivelser	67 (47 %)	180 (55 %) ⁴	56 (53 %) ⁵
Stor interesse for mad	118 (82 %)	267 (81 %)	88 (83 %)
Aldersgruppe 18-39 år	60 (42 %)	182 (55 %)	68 (64 %)
Aldersgruppe 40-59 år	60 (42 %)	100 (30 %)	33 (31 %)
Aldersgruppe 60 el. mere	24 (17 %)	45 (14 %)	4 (4 %)
Aldersgruppe ej besvaret		1 (0 %)	1 (1 %)

Der er flest kvinder blandt respondenter, der samler bær, svampe mm. og blandt respondenter, der dyrker selv. Således er 63 % af de storbyboere, der samler bær, svampe

³ 1 respondent ønsker ikke at svare og N er derfor ændret til 327.

⁴ 1 respondent ønsker ikke at svare og N er derfor ændret til 327.

⁵ 1 respondent ønsker ikke at svare og N er derfor ændret til 105.

mm. og dyrker råvarerne selv, kvinder. Omvendt er der 64 % mænd blandt de storbyboere, der går på jagt eller fisker.

Storbyboere, der går på jagt eller fisker, er ligeledes karakteriseret ved at være yngre end de øvrige storbyboere. Således er 64 % mellem 18-39 år, og kun 4 % er over 60 år. Storbyboere, der får råvarer ved at dyrke selv, er omvendt ældre end de øvrige storbyboere; 42 % er mellem 40-59, og 17 % er over 60 år. Der er færre blandt denne gruppe, der selv er opvokset i landlige omgivelser eller bor sammen med nogle der er (47 %) og flere med børn i husstanden (41 %) end blandt de øvrige former for handlen gennem praksis. Tabel 16 beskriver profilen på de storbyboere, der får råvarer ved selv at dyrke, ved at samle bær, svampe mm. i naturen eller ved at gå på jagt eller fiske.

6.5.3 RÅVARERNES BETYDNING OG ØNSKER FOR RÅVARER

For at kunne afdække karakteren af denne madbårne land-by dynamik, handlen gennem praksis, præsenteres her, hvor stor betydning de, der handler gennem praksis, tillægger forskellige kvaliteter ved råvarerne.

At dyrene har haft naturlige opvækst- og levevilkår tillægges størst betydning blandt storbyboere, der handler gennem praksis; både blandt de storbyboere der får råvarer ved at dyrke selv (1,77), de storbyboere der får råvarer ved at samle bær, svampe mm. i naturen (1,75), og de storbyboere der får råvarer ved at gå på jagt eller fiske (1,98). Herefter tillægges det stor betydning, at råvarerne er økologiske og biodynamiske, at råvarerne er avlet i Danmark, og at de er med til at støtte mindre producenter. Dog tillægges det væsentligt større betydning, at råvarerne er økologiske eller biodynamiske blandt de storbyboere, der får råvarer ved at samle bær, svampe mm. i naturen (1,90) end blandt de storbyboere, der får råvarer ved at gå på jagt eller fiske (2,40).

De storbyboere, der får råvarer ved at gå på jagt eller fiske, tillægger det større betydning selv at være med til at producere, samle eller jage end storbyboere, der dyrker råvarer selv eller får råvarer ved at samle bær, svampe mm. i naturen. Dog tillægges dette ikke særlig stor betydning blandt nogle af disse grupper af storbyboere. Tabel 17 viser, hvor stor betydning de storbyboere, der handler gennem praksis, tillægger forskellige kvaliteter ved råvarerne.

Dernæst viser undersøgelsen, at de, der i forvejen er handlende gennem praksis, ikke nødvendigvis ønsker at avle flere råvarer selv eller at samle bær, svampe, fiske eller gå på jagt, end alle aktive respondenter. Mens der er 59 % af alle de aktive respondenter, der erklærer sig enige eller meget enige i at ville avle flere råvarer selv, gælder dette for 44 % af de handlende gennem praksis, som ikke har børn i husstanden og 35 % af de handlende gennem praksis, som har børn i husstanden. Af de handlende gennem praksis er der altså et større ønske om at avle flere råvarer blandt de storbyboere, der ikke har børn, end blandt de storbyboere, der har børn.

Tabel 17. Gennemsnit af betydningsspørgsmål (1-5, hvor 1= meget stor betydning og 5=let ingen betydning) for storbyboere, der tilegner sig råvarer ved at dyrke selv, ved at samle bær, svampe mm, i naturen eller ved at gå på jagt eller fiske.

	Råvarer ved at dyrke selv	Råvarer ved at samle bær, svampe mm. i naturen	Råvarer ved at gå på jagt eller fiske N=106
Stor interesse for mad	118 (82 %)	267 (81 %)	88 (83 %)
Betydning - råvarerne er avlet i Danmark	2,09	2,18	2,34
Betydning - råvarerne er økologiske eller biodynamiske	2,08	1,90	2,47
Betydning - kende produktionssted og kontakt til avler	3,80	3,77	3,87
Betydning - selv være med til at producere, samle, fiske eller jage	3,44	3,82	3,30
Betydning - røre, dufte, smage	2,56	2,64	2,67
Betydning - dyrkningsmåde skaber alsidigt landskab	2,70	2,72	2,93
Betydning - naturlig opvækst og levevilkår for dyrene	1,77	1,75	1,98
Betydning - støtte mindre producenter	2,21	2,27	2,36

På samme måde ville 56 % af alle aktive respondenter i langt højere grad samle bær og svampe, fiske eller gå på jagt, mens dette kun gælder for 45 % af de handlende gennem praksis, som ikke har børn i husstanden og 47 % af de handlende gennem praksis, som har børn i husstanden. Her er der omvendt lidt flere af de handlende gennem praksis med børn, der i langt højere grad ville samle bær og svampe, fiske eller gå på jagt, end blandt de handlende gennem praksis uden børn. Tabel 18 viser, hvor mange der er enige i disse to udsagn blandt handlende gennem praksis med og uden børn samt blandt alle aktive respondenter.

Tabel 18. Ønske om at avle flere råvarer selv og ønske om at samle bær, svampe, fiske eller gå på jagt blandt handlende gennem praksis – med børn i husstanden og ingen børn i husstanden.

		Handlende gennem praksis– med børn N=139	Handlende gennem praksis – ingen børn N=219	Alle aktive respondenter N=541
Ville avle flere råvarer selv	Meget enig	28 (20 %)	68 (27 %)	116 (21 %)
	Enig	21 (15 %)	38 (17 %)	204 (38 %)
	Hverken enig eller uenig	25 (18 %)	36 (16 %)	58 (11 %)
	Uenig	40 (29 %)	93 (42 %)	107 (20 %)
	Meget uenig	18 (16 %)	37 (17 %)	53 (10 %)
	Ved ikke	0	2 (1 %)	3 (1 %)
Ville i langt højere grad samle bær og svampe, fiske eller gå på jagt	Meget enig	11 (10 %)	28 (13 %)	89 (16 %)
	Enig	42 (37 %)	70 (32 %)	218 (40 %)
	Hverken enig eller uenig	21 (19 %)	37 (17 %)	76 (14 %)
	Uenig	25 (22 %)	51 (23 %)	101 (19 %)
	Meget uenig	14 (12 %)	30 (14 %)	55 (10 %)
	Ved ikke	0	3 (1 %)	2 (0 %)

Endelig bidrager den måde hvorpå de handlende gennem praksis regelmæssigt tilegner sig viden (dagligt, ugentlig eller månedligt) til at afdække karakteren af den madbårne land-by dynamik, der kommer til udtryk i denne form for handlen.

Overordnet er der flest af de storbyboere, der handler gennem praksis, der tilegner sig viden om mad og madlavning gennem familie og venner. 76 % af alle handlende gennem praksis tilegner sig viden på denne måde, mens 83 % af de, der får råvarer ved at gå på jagt eller fiske, tilegner sig viden gennem familie og venner. Blandt de, der får råvarer ved at samle bær, svampe mm. i naturen, er der 77 %, der tilegner sig viden gennem familie og venner, og endelig tilegner 73 % af de storbyboere, der dyrker råvarer selv, viden om mad og madlavning gennem familie og venner.

Herefter er der en stor del af de handlende gennem praksis, som tilegner sig viden om mad og madlavning gennem tv-programmer. 61 % af alle handlende gennem praksis, 66 % af de, der går på jagt eller fisker, 61 % af de, der samler bær, svampe mm. i naturen og 64 % af de der får råvarer ved at dyrke selv, tilegner sig viden om mad og madlavning gennem tv-programmer.

Tabel 19. Antal (og procent) af storbyboere, der regelmæssigt (dagligt, ugentligt eller månedligt) får viden om mad og madlavning fra forskellige kanaler, fordelt på storbyboere der får råvarer ved at dyrke selv, ved at samle bær, svampe mm. i naturen eller ved at gå på jagt eller fiske.

	Råvarer ved at dyrke selv N=144	Råvarer ved at samle bær, svampe mm. i naturen N=328	Råvarer ved at gå på jagt eller fiske N= 104	Alle handlende gennem praksis N=396
Viden gennem tv-programmer	92 (64 %)	199 (61 %)	69 (66 %)	240 (61 %)
Viden gennem fødevarerblogs og Facebook-grupper	40 (28 %)	102 (31 %)	37 (36 %)	122 (31 %)
Viden gennem familie og venner	105 (73 %)	253 (77 %)	86 (83 %)	301 (76 %)
Viden gennem avlere og producenter - nyhedsbreve og Facebook	29 (20 %)	55 (17 %)	19 (18 %)	66 (17 %)
Viden gennem fødevarer- eller dyrknings-fællesskab	11 (8 %)	28 (9 %)	10 (10 %)	30 (8 %)
Viden gennem apps på mobiltelefonen	14 (10 %)	32 (10 %)	13 (13 %)	42 (11 %)
Viden gennem snak med avler eller producent	10 (7 %)	21 (6 %)	11 (11 %)	23 (6 %)

Der er generelt, at storbyboere, der går på jagt eller fisker, tilegner sig viden regelmæssigt gennem de syv forskellige måder at tilegne sig viden på, med undtagelse af at få viden gennem avlere og producenters nyhedsbreve og Facebook-sider. Her er der 20 % af de storbyboere, der får råvarer ved at dyrke selv, som regelmæssigt tilegner sig viden på denne måde, mens 18 % af de storbyboere, der får råvarer ved at gå på jagt eller fiske, tilegner sig viden herigennem, og dette gælder for 17 % af de, der får råvarer ved at samle bær, svampe mm. i naturen.

De storbyboere, der får råvarer ved at gå på jagt eller fiske, tilegner sig til gengæld i højere grad viden gennem fødevarerblogs og Facebook-grupper (36 %) og gennem en

snak med en avler (11 %) end de øvrige former for praksis. Tabel 19 viser, hvordan de storbyboere, der handler gennem praksis tilegner sig regelmæssig viden.

6.6. OPSUMMERING AF RESULTATER FRA TELEFONSPØRGEUNDERSØGELSEN

Kapitlet har afdækket karakteren af tre typer madbårne land-by dynamikker med udgangspunkt i variable: tilegnelse af viden, visioner for engagement og værditildeling. Derudover indgår hyppighed, familieforhold, alder og køn. Afdækningen viser, at der er store sammenfald mellem de tre dynamikker, og at forskellene skal findes i detaljer.

Den første type dynamik er handlen gennem indkøb på torv/marked, abonnementsordninger eller gårdbutikker. Indkøb land-by dynamikken er karakteriseret ved: at ny viden primært opnås gennem familie og venner og tv-programmer samt ved indkøb i gårdbutikker; at der er et ønske om oftere at tage på landet og købe ind i gårdbutikker; at det betyder meget, at dyrene har naturlige opvækst og levevilkår, at råvarerne er økologiske og biodynamiske og avlet i Danmark. Inden for indkøb land-by dynamikken adskiller de storbyboere sig, der køber ind gennem abonnementsordninger eller direkte på internettet; det er i højere grad børnefamilier, der ikke viser så stor interesse for mad og tillægger det så stor betydning at kunne røre ved, dufte til og smage på råvarerne inden køb.

Den anden type dynamik er handlen gennem sociale netværk ved at få råvarer gennem enten venner og familie, Københavns Fødevarerfællesskab eller dyrkningsfællesskaber. Social netværk land-by dynamikken er karakteriseret ved: at ny viden primært opnås gennem familie og venner og tv-programmer samt gennem formelle netværk som fødevarer- eller dyrkningsfællesskab; at der er et ønske hos børnefamilier om at være mere aktive i forhold til dyrkningsfællesskaber på landet; at det betyder meget, at dyrene har naturligt opvækst og levevilkår; at råvarerne er økologiske og biodynamiske og avlet i Danmark; inden for de formelle sociale netværk er det største engagement blandt kvinder, der er en større interesse for mad, flere er opvokset i landlige omgivelser og de forskellige kvaliteter ved råvarerne tillægges generelt større betydning end de, der får råvarer gennem familie og venner.

Den tredje type dynamik er handlen gennem praksis ved at få råvarer gennem enten at gå på jagt eller fiske, samle bær og svampe eller ved at dyrke selv. Praksis land-by dynamikken er karakteriseret ved: at ny viden primært opnås gennem familie og venner og tv-programmer, og at der inden for jagt eller fiskeri generelt opsøges viden fra flere forskellige kanaler; at familier uden børn ønsker at være mere aktive i forhold til at dyrke råvarer selv; at det betyder meget, at dyrene har naturlige opvækst og levevilkår, at råvarerne er økologiske og biodynamiske og avlet i Danmark. Inden for praksisdynamikken adskiller storbyboere sig, der går på jagt eller fisker – der er flere mænd iblandt, og de er yngre.

7. VISIONER OG INITIATIVER FOR FREMTIDIGE PRAKSIS



7.1. INTRODUKTION TIL KAPITLET

Dette kapitel fokuserer på den del af forskningsspørgsmålet, der vedrører på hvilke måder de nye 'madbårne' land-by dynamikker samt de aktiviteter, der er knyttet til hertil, kan være med til at skabe øget erhvervsudvikling og bosætning. Kapitlet bygger på data fra aktionsforskningen, og kapitlet er struktureret ud fra workshopdeltagernes konkrete forslag til tiltag. Desuden forholder det sig til, om tiltagene skal udføres på landet eller i storbyen. Indledningsvist forklares aktionsforskningsprocessen og deltagerne introduceres.

7.2. AKTIONSFORSKNINGSPROCESSEN

På baggrund af den indledende kvalitative undersøgelse blev der fastlagt et forløb med tre workshops. Analysen af de kvalitative data viste, at der var en tendens til, at henholdsvis storbyboeres og landaktørers madbårne initiativer kunne have brug for at have større indsigt i hinandens hverdagsvilkår. Særligt synes der blandt storbyboere at mangle viden om hverdagslivet på landet. Processen blev derfor planlagt med to workshops i København og en workshop på landet.

7.2.1 WORKSHOP 1

Den første workshop blev afviklet den 10.11 2014 fra kl. 17-20 i København. Workshopen blev indledt med et oplæg om undersøgelsens formål og design, resultater fra spørgeskemaundersøgelsen og eksempler fra USA omkring typer af alternative fødevarerinitiativer og deres udbredelse og sammenfald og problemstillinger mellem storbyboeres og producenters forventninger til nye madbårne initiativer afdækket i den indledende undersøgelse. Oplægget, som varede ca. 45 minutter, havde til formål både at afgrænse feltet for problemstillinger og inspirere til inddragelsen af relevante udfordringer i forhold til at se sammenhænge mellem nye madbårne initiativer og landdistriktsudvikling. De relevante udfordringer var afdækket i den indledende kvalitative undersøgelse.

Workshop 1 deltagerne blev herefter orienteret om, at Workshop 2 ville være en ekskursion til Stevns Kommune, og at et af formålene med Workshop 1 var, at deltagerne skulle være med til at planlægge indholdet i ekskursionen. Udgangspunktet for planlægningen skulle være oplægget og deres egne erfaringer. Deltagerne skulle i fællesskab nå frem til, hvilke centrale elementer der skulle indgå på workshopen for at de på tilstrækkeligt grundlag kunne komme med anbefalinger til, på hvilke måder de madbårne land-by relationer kunne skabe bosætning og erhvervsudvikling på landet.

Herefter bragte deltagerne forskellige tematikker/problemstillinger vedrørende nye madbårne initiativer op til diskussion. Igennem den debat blev det i fællesskab afklaret, hvilken viden og indsigt deltagerne mente de havde brug for at indhente på workshop 2.

7.2.2 WORKSHOP 2





Workshop 2 blev afviklet som en heldags ekskursion med bus fra Nørrebro i København til forskellige destinationer i Stevn Kommune samt to aktører i Faxe Kommune. Ekskursionen foregik lørdag den 22.11 2014 kl. 9.30-17.00.

Workshoppen blev indledt med et oplæg i bussen på ca. 30 minutter. Oplægget var inspireret af resultaterne fra den indledende kvalitative undersøgelse. Herefter blev deltagerne orienteret om programmet og om deres opgaver. Opgaverne var genereret på baggrund af den indledende kvalitative undersøgelse og resultaterne fra Workshop 1. Opgaverne bestod i at være særligt opmærksomme på:

1. Sammenhængen mellem alternative fødevarerinitiativer og bosætning
2. Sammenhænge mellem landbrugsproduktion og skabelse af landskab
3. Vilkår for småskalaproduktion
4. Betingelser i lokalsamfundet for alternative madbårne erhvervsinitiativer
5. Foreningslivets engagement i alternative madbårne initiativer
6. Vilkår for afsætning af lokale produkter for småskalaproduktioner
7. Storbyboeres engagement i udviklingen på landet.

Der var arrangeret fem besøg på busturen. 'Værterne' var lokal ildsjæl og forsamlingshusbestyrer Fie Mathiesen, bestyrelsesformand for Landbrugslauget 'Brinkholm' Inge Lis Olsen, lokal småskalaiværksætter af syltede produkter, Dorthe Kreutzfeldt, Dan-

marks største producent af økologiske hvidløg 'Hvidløg og Vin', Lotte Ravn Lei, borgmesteren i Stevns Kommune Mogens Haugaard Nielsen, lokal borger opvokset i Stevns Kommune Anni Cassias, to medlemmer af LAG Stevns Ellen Manelius Knudsen og Line Krogh Lay, lokal småskalaproducent, tilflytter og medarbejder ved Stevns Madmarked Pia Frøslev Frederiksen, 'Engvang' gårdbutiksejer, og producent af frugt, småskalaproducent af urteprodukter Anni Cassias. Ved de enkelte besøg holdt 'værten' et kort oplæg omkring deres erfaringer og visioner for nye madbårne initiativer og lokalsamfundsudvikling. Derefter var der afsat tid til spørgsmål.

Programmet for turen blev udarbejdet i samarbejde med workshopdeltager og kulturkonsulent hos Stevns Kommune, Bjørn Rasmussen Johansen. Programmet kan ses i bilag 3.

Deltagerne blev på turen tilbage til København bedt om hver især at skrive mindst ½ side om deres vigtigste erfaringer/oplevelser fra turen. Beretningen skulle de strukturere i forhold til de stillede opgaver samt i forhold til, hvilke henholdsvis storbyboer, landdistriktsaktør og land-by samarbejdsinitiativer der er brug for, hvis nye madbårne initiativet skal være med til at skabe bosætning og erhvervsudvikling på landet. Beretningerne skulle sendes til forskningsholdet senest efter 2 dage.

7.2.3 WORKSHOP 3

Workshop 3 blev afholdt i København den 25.11 2014 kl. 17-20. Deltagerne blev indledningsvist præsenteret for et oplæg på ca. 20 minutter om modeller for udviklingen af idéer til innovation. Modellerne er udviklet på baggrund af litteratur om entrepreneurskab og brugerdreven innovation. Oplægget satte fokus på:

- Idéer skal kortlægges i forhold til, om de er bærende for udviklingen af et konkret initiativ, eller de støtter op omkring en anden idé.
- Initiativer eller tiltag skal kortlægges i forhold til, hvordan de forholder sig til allerede iværksatte tiltag.
- Initiativer og tiltag skal kortlægges i forhold til målgruppen for tiltaget. I dette tilfælde i hvilket omfang tiltaget er rettet mod børn, unge, voksne og ældre henholdsvis i byerne eller på landet.
- Initiativer og tiltag skal kortlægges i forhold til, hvem der skal gennemføre tiltaget i praksis. I dette tilfælde i hvilket omfang tiltaget skal gennemføres af myndigheder, frivillige aktører og erhvervslivet i byerne eller på landet.

Herefter blev deltagerne bedt om at læse uddrag af de afsnit af indsendte beretninger fra deltagerne i workshop 2, som vedrørte refleksioner over, hvad storbyboere kan gøre for at styrke erhvervsudvikling og bosætning på landet gennem de madbårne initiativer. På baggrund af det læste arbejdede workshopdeltagerne med en udviklingsmodel for derigennem at kortlægge konkrete forslag til tiltag. Processen med gennemlæsning af

uddrag af beretninger og arbejdet med udviklingsmodel blev gentaget for refleksioner over, hvad landdistriktsaktører og samarbejdende institutioner kan gøre.

7.2.4 UDVÆLGELSE AF DELTAGERE TIL AKTIONSFORSKNING

Det har været centralt for hele undersøgelsen, at respondenter og informanter skulle være aktive i nye madbårne initiativer på den ene eller anden måde. Dette gælder også for deltagerne i aktionsforskningen.

Den indledende kvalitative undersøgelse viste, at der var stor interesse for undersøgelsen og tilkendegivelser af, at dette var en interessant og vigtig undersøgelse. Det viste sig imidlertid også, at det var vanskeligt at rekruttere et tilstrækkeligt antal deltagere, som kunne deltage i alle tre workshops. Ligeledes var det indtrykket, at der var brug for mere bredde i rekrutteringen således, at der kom flest mulige perspektiver og konkrete forslag til, hvordan den land-by dynamik, der vokser ud af de nye madbårne initiativer, kan bidrage til landdistriktsudviklingen. Som en konsekvens af dette er deltagerne til aktionsforskningen rekrutteret ad flere omgange. Først er respondenter fra de kvalitative interviews og de uformelle samtaler på markeder inviteret. Dernæst er aktører i landdistrikts case-området inviteret, og til sidst er inviteret både bredt og specifikt via Facebook og en blog (<http://bylanddynamik.blogspot.dk/>).

Tabel 20: Workshopdeltagere ved de tre workshops.

Navn	Deltager på hvilke møder	Rekrutteret gennem
Mette Nielsen	2, 3	Gennem respondent
Jens Frederik Skovsgaard Kragholm <i>Torupgaard Får og Lam</i>	1	Respondent
Lise Lotte	1	Uformel samtale
Marie Hertz <i>Københavns Fødevarerfællesskab</i>	1	Facebook/blog
Bjørn Rasmussen Johansen <i>Kultur- og Fritidskonsulent, Stevns Kommune</i>	1, 2, 3	Uformel samtale
Mogens Bisgaard <i>Madkultur.dk</i>	1, 2	Uformel samtale
Andreas Lloyd <i>Københavns Fødevarerfællesskab</i>	2	Facebook/blog
Christina Bennetzen	2	Facebook/blog
Joan Larsen	2	Gennem respondent
Maja Larsen	2, 3	Respondent
Nikolaj Bybæk	2	Facebook/blog
Pernille Larsen	2	Facebook/blog
Sarah Kristine Rasmussen Johansen	2	Facebook/blog
Vibeke Østergaard	2	Facebook/blog
Kristian Skaarup <i>ØsterGRO</i>	2	Facebook/blog
Livia Urban Swart Haala <i>ØsterGRO</i>	2	Facebook/blog
Pia Frøslev Frederiksen <i>Urtopia frilandsurter</i>	2	Respondent
Annelise Nielsen	2	Gennem respondent
Dorthe Kreutzfeldt <i>Oggi_slow</i>	2, 3	Uformel samtale

Via Facebook blev Københavns Fødevarerfællesskab, Byhøst, de inviterede deltagere og producenter opfordret til at sprede invitationen i deres netværk.

Deltagerne fra respondentgruppen udgør fem personer, hvoraf tre er respondenter fra de kvalitative interviews og to fra de uformelle samtaler.

Ni deltagere er inviteret via Facebook og bloggen.

Tabel 20 viser antal deltagere til de enkelte workshops, i hvilket omfang deltagerne deltog, og hvordan deltagerne var rekrutteret.

7.3. ANALYSER OG RESULTATER FRA AKTIONSFORSKNINGEN

7.3.1 ANALYSEMETODE

Data fra de tre workshops kodes i forhold til de tematikker deltagerne valgte at arbejde ud fra og følger udviklingen fra workshop 1 til workshop 3. Analysen fokuserer på udviklingen i forhold til, hvilke aktører der er tænkt ind som målgruppe for og som udfører af de konkrete forslag til tiltag.

7.3.2 FÆLLESSKABET OG ALTERNATIVE MADBÅRNE INITIATIVER



Lokalsamfundet på landet er et af omdrejningspunkterne i alle tre workshops om, hvordan madbårne initiativer kan være med til at skabe landdistriktsudvikling. Fokus var både på det lokale foreningsliv og på de enkelte landboere i forhold til deres opbakning til lokale producenter. På Workshop 1 handlede debatten blandt andet om, 'hvordan fødevarerfællesskabstanken' kan spredes til landdistrikterne fra byerne, sådan at landboere i højere grad benyttede sig af de lokale producenter. Der var dog spredte holdninger til, om dette vil være realistisk. I feltnoter fra Workshop 1 er det noteret:

Der er en udbredt opfattelse blandt deltagerne af, at befolkningen på landet ikke interesserer sig for lokal produceret mad og slet ikke for økologi. Der er en forestilling om, at byboere, der flytter på landet, skal 'træde' varsomt i forhold til at involvere lokale i nye madbårne initiativer (Feltnoter fra den 10.11 2014).

På baggrund af denne forestilling om landboere besluttede workshopdeltagerne, at der som eksterne eksperter i Workshop 2 skulle inddrages lokale foreningslivsaktører samt både ny-tilflyttede landboere og landboere, der var opvokset i en landkommune. Af programmet til Workshop 2 fremgår det, at busekskursionen til Stevns Kommune stoppede ved Hellested Forsamlingshus, hvor Fie Mathiesen, som er lokal ildsjæl og forvalter af forsamlingshuset, en ny-tilflyttet stevnsboer Pia Frøslev Frederiksen og en lokal opvokset stevnsboer Rasmus Visby, vil holde et oplæg for byboerne.

Workshop 2-deltagernes indsendte beretninger viste, at deltagerne stadig var af den opfattelse, at det var vanskeligt at få lokalsamfundsaktører til at understøtte de lokale madbårne initiativer. En respondent skriver, at det er nødvendigt at:

arbejde på en holdningsændring blandt de lokale butikker, cafeer, restauranter og lignende om at bestræbe sig på at bruge lokalt producerede produkter.

En anden deltager reflekterer over at den manglende opbakning til lokale madbårne initiativer også synes at handle om mangel på viden lokalt om disse initiativer og mangel på lokalt samarbejde:

Det mest interessante for mig var at få så samme konkrete nedslag i et lokalområde. Det var tankevækkende at se og høre, hvor lidt de forskellige initiativer kender til hinanden, og hvor lidt de arbejder sammen. At Engvang ikke sælger deres ting i Brugsen i Hellested. At Brinkholm ikke kender til Engvang. At Hellested ikke kan arbejde sammen med de andre landsbyer om fælles problemstillinger, fordi der så let "går børnehaven i den.

At workshopdeltagerne hæfter sig ved det manglende kendskab eller manglende samarbejde lokalt, betyder ikke, at de er blinde overfor, at der på landet kan være stærke sociale fællesskaber. Fællesskaberne kan være med til at bære nye lokale madbårne initiativer frem. Denne tilbagemelding er fra en workshopdeltager:

Jeg synes der var rigtig meget inspiration at hente både set fra byen og fra landet. Jeg var især positivt overrasket over besøget i Hellested Forsamlingshus. Det var virkelig imponerende at møde et lokalsamfund, som formår at samle travle hverdagsliv om hyggelige madaftræk med det sociale i fokus. Det kunne vi lære meget af i min ejerforening på Nørrebro. Jeg går faktisk og overvejer, om jeg skulle foreslå en fælles råvareordning på næste generalforsamling. Jeg talte med en af deltagerne, som havde en lignende ordning i deres andelsforening, og det tror jeg, ville være en nem og overkommelig måde at komme tættere på råvarerne for vores beboere. Jeg kunne jo skyde det i gang med et åbent køkken, hvor alle kan komme og smage på mine forslag til retter a la onsdagscafeen i forsamlingshuset.

En form for fællesskab har også etableret sig imellem nogle af de lokale producenter. Her er workshopdeltagernes opmærksomhed ikke så meget rettet mod det sociale

fællesskab, men mod nødvendigheden af at gå sammen for at lette arbejdsbyrden ved opstart af nye madbårne initiativer. En workshopdeltager beskriver dette således:

Det er en stor udfordring for små madinitiativer at starte op, (uanset) om man bor på landet eller i byen. Efter besøget hos Engvang synes jeg, det stod lysende klart, at man har enormt store fordele ved at gå sammen i lokalområderne og hjælpe hinanden på vej både med faciliteter og en hjælpende hånd.

En workshopdeltager påpeger vigtigheden af samarbejde mellem lokale producenter på denne måde:

Eksempelvis slå sig sammen, som de allerede gør flere af dem, som Engvang, hvor en havde taget investeringen i et af veterinærstyrelsen godkendt køkken, og så kunne andre købe sig ind til en rimelig pris. Ligeså med transport af fødevarer til omegnen og Kbh, her kan man også benytte sig af fælles transport, det bliver altid billigere, hvis man slår sig sammen frem for at stå alene med udgifterne.

Mens en anden workshopdeltager formulerer det på denne måde:

Man kan, som småproducenter gør i Stevns, skabe fødevarenetværk småproducenter imellem, hvor man bakker op om hinanden og dermed står stærkere rustet mod de udfordringer, der er forbundet med at være "de små", der pådattes samme krav og regler som de store og politisk dagsordensættende konventionelle og industrielle landbrug.

Ved arbejdet med at udvikle konkrete forslag til aktiviteter i tilknytning til nye madbårne initiativer, som kan skabe erhvervsudvikling og bosætning på landet, når deltagerne i Workshop 3 frem til følgende forslag vedrørende lokalsamfund og fællesskaber på landet:

Landet skal lære af storbyboernes måde at organisere sig omkring lokale bæredygtige fødevarer, og dette f.eks. kan ske i regi af grundejerforeninger eller andre lokalt forankrede foreninger. Det kan være i form af indkøbsforeninger, lokale madhuse og fødevarefællesskaber. Disse forslag skal ifølge workshopdeltagerne imidlertid initieres af politiske beslutninger om, at de kommunale institutioner går forrest ved at udvikle en fælles strategi for indkøb af lokalt producerede økologiske produkter for at understøtte etableringen af foreningsaktiviteter, som involverer lokale madbårne initiativer (bilag 4).

Forslaget forudsætter en holdningsændring hos lokale butikker, caféer, foreninger og landboere, som er betinget af, at der træffes nogle politiske og planlægningsmæssige valg.

7.3.3 RAMMEBETINGELSE FOR NYE MADBÅRNE INITIATIVER



Selvom der på Workshop 1 havde været en debat om, under hvilke forhold nye madbårne initiativer kan udvikle sig lokalt, så kom rammebetingelserne på landet for nye madbårne initiativer først som tema i Workshop 2. Det var især oplæggene på Landbrugslauget Brinkholm, Hvidløg og Vin og Engvang, som inspirerede workshopdeltagerne til at bringe rammevilkår som for eksempel forarbejdning af råvarer op som tema. Anni Cassias fortalte blandt andet om udfordringerne og omkostningerne ved at få bygget og godkendt et køkken, således at hun kunne få tilladelse til at sælge sine produkter gennem butikker. Hun havde taget et større banklån og for dette etableret et godkendt køkken i sit hjem. Hun betaler omkring 6000 kr. om året for at få køkkenet kontrolleret af Fødevarestyrelsen. Lokale småproducenter kan leje sig ind i køkkenet. Flere af workshopdeltagerne bringer denne nye viden med ind i deres tilbagemeldinger fra workshop 2. De peger de på, at kommunerne kan bidrage til at forbedre rammebetingelserne for de små lokale producenter. En skriver:

Måske ville der være endnu mere fornuft i, at man som kommune hjælp til med at skaffe et godkendt køkken eller andre faciliteter, som kan hjælpe små nystartede projekter på vej. Drømmen om at flyttet på landet eller starte en lille virksomhed bliver jo ofte stoppet af økonomi, som måske ikke behøver være så stor en udfordring, hvis man kan løfte udgiften i flok.

En anden workshopdeltager peger på, at der er køkkener egnet til produktion i flere foreningsejede eller bortforpagtede foreningsbygninger, og at disse kunne tænkes ind i en kommunal strategi for bedre rammevilkår for småproducenter:

At kommunerne opmuntrer og støtter små producenter fx ved at have mindst ét sted i kommunen, hvor producenterne kan få adgang til godkendte køkkenfaciliteter til forarbejdning af fødevarer evt. mod betaling. Det kunne være et forsamlingshus, en idrætshal eller lignende.

En anden workshopdeltager kommer med dette forslag:

Samtidig kunne man se forsamlingshuskøkkenerne - som ikke er godkendt - stå ubrugte i dagtimerne. Ville det måske være en mulighed at lade en fødevareproducent have det overordnede ansvar for forsamlingshuskøkkenerne, som så, for et passende beløb, kunne lejes ud til småproducenter og entreprenører på de dage, de ikke bliver brugt? Beløbet skulle selvfølgelig dække udgifterne til godkendelse og til en lille "håndpenge" til den, der har ansvaret.

Det er ikke kun godkendte køkkener som rammebetingelse, som workshopdeltagerne bringer op. Det kræver også overskud og kompetence til at sætte sig ind i de mange regulativer, som er forbundet med forarbejdning og salg af fødevarer. Nogle oplægsholdere pegede på, at når man først er kommet igennem alt materialet om regler og forskrifter første gang, så er det måske overskueligt fremover. Mens andre anførte, at det netop er dette med at komme igennem det første gang, som er uoverskueligt.. En workshopdeltager skriver om dette:

Politisk handler det vel også om at kende til iværksætternes hurdler, og så arbejde på at gøre det lettere at starte op som iværksætter, at man ikke skal læse 300 sider igennem, men at tingene bliver lettere tilgængeligt og mere gennemsigtigt, love og regler inden for hele feltet.

Ved arbejdet med at udvikle konkrete forslag til aktiviteter i tilknytning til nye madbårne initiativer, som kan skabe erhvervsudvikling og bosætning på landet, når deltagerne i Workshop 3 frem til følgende forslag til forbedring af rammebetingelser for madbåren entrepreneurskab:

Land- og yderkommunerne bør kortlægge de eksisterende lokale faciliteter for forarbejdning af råvarer. Som en del af kortlægningen afklares behovet for investeringer for at reetablere egnede produktionsbygninger og lokaler. Forarbejdningsfaciliteter inkluderer private, foreningsbårne og offentlige frysehuse, mejerier, slagterier og forarbejdningsskøkkener. Kommunerne bør støtte op om genetablering og godkendelse af sådanne faciliteter. De bør initiere iværksætteruddannelse inden for småskalamadproduktion, som også berører godkendelsesprocedurer. Fødevarestyrelsen og andre godkendelsesinstitutioner opfordres til at udarbejde informationsmateriale målrettet småskalaproducenter (Bilag 4).

Forslaget viser, at workshopdeltagerne mener, at en forbedring af rammebetingelserne og vidensdeling mellem offentlige godkendelsesinstitutioner og småskalaproducenter er i kommunens interesse, da det formodes, at sådanne initiativer vil skabe yderligere entrepreneurskab samt forbedre overlevelsesraten hos allerede iværksatte madbårne initiativer.

7.3.4 KOBLE LANDDISTRIKTSUDVIKLING OG DE NYE MADBÅRNE INITIATIVER



I forbindelse med Workshop 1 blev deltagerne orienteret om, at Workshop 2 ville inkludere en heldagsekskursion til Stevns Kommune. Det var tydeligt, at workshopdeltagerne ikke havde kendskab til Stevns, og ikke havde taget stilling til, hvordan Stevns Kommune kunne være interessant som case for nye madbårne initiativer.

I løbet af Workshop 2 ekskursionen blev det tydeligt for deltagerne, at der var sat gang i mange små og større nye former for madbårne produktioner i Stevns. I feltnoterne står der:

Det er tydeligt, at deltagerne er overraskede over, at der er så mange iværksættere inden for alternative fødevarerproduktioner inden for et relativt lille område (feltnote 22.11. 2014).

At det kan være ganske vanskeligt at finde gårdsalg og producenter, der ønsker at levere deres produkter direkte til slutbrugeren viser denne respondentefaring:

Det slog mig, hvor mange fantastiske initiativer, der er i gang på Stevns. Initiativer, som jeg ikke havde nogen anelse om eksisterede. Jeg har ofte tidligere forsøgt at finde frem til økologiske gårde, hvor det ville være muligt at købe basisvarer som grøntsager, kød, mælk, mel mm. Men når jeg har søgt på nettet, har det virket som fuldstændigt lukket land.

Flere af deltagerne diskuterede undervejs manglen på synlighed, og der var enighed om, at landdistrikterne ikke er gode nok til at vise denne tæthed af alternative produktioner med gårdsalg og rundvisninger. Deltagerne mente, at det kunne være en fordel både for

kommunen og for producenterne at etablere en form for fælles markedsføring af kommunen i forhold til madbårne initiativer. En respondent skriver sådan:

Landet skal være bedre til at komme ud med PR for deres produkter, måske en fælles hjemmeside for landdistrikternes produkter, kød, grønt, frugt, syltede råvarer, hvidløg, vin. Der var allerede godt gang i mange progressive tanker, LAG arbejder også godt med flere ideer samarbejde, oplysning og udbredelse.

En anden respondent kobler markedsføringen af alternative madbårne initiativer til naturoplevelser og hæfter sig samtidig ved den store viden om livet på landet både i forhold til bosætning og erhvervsudviklingspotentiale, som workshopdeltagerne havde opnået på busturen:

De mange landdistriktskommuner bør medvirke til tiltag som besøgsturen i lørdags. Hvis hvert enkelt kommune/område begynder at tage udgangspunkt i sine styrker inden for det naturmæssige, kan de hurtigt målrette en masse spændende tiltag til større eller mindre grupper af byfolk. Kommuner skal også sammen med LAG og erhvervsråd støtte op om de lokale tiltag, som kan give turisme, bosætning og handel.

Ved arbejdet med at udvikle konkrete forslag til aktiviteter i tilknytning til nye madbårne initiativer, som kan skabe erhvervsudvikling og bosætning på landet, når deltagerne i Workshop 3 frem til følgende forslag omkring markedsføring:

Lokale producenter, kommuner, de lokale aktionsgrupper og det lokale erhvervsudviklingsråd går sammen om at udvikle markedsføringsstrategier til fælles glæde. Strategierne kan med fordel indarbejde for eksempel busture. Der bør etableres samarbejde med de større byer om at sprede markedsføringen, så den når til byboere (Bilag 4).

7.3.5 SAMARBEJDE OM ADGANG TIL LANDSKABET



Allerede i forbindelse med telefonspørgeundersøgelsen og den dybdegående kvalitative undersøgelse var det tydeligt, at storbyboere stort set ikke kobledes udviklingen og udformningen af landskabet med landbrugsproduktionen. På Workshop 1 blev dette resultat præsenteret for deltagerne. De havde heller ikke overvejet denne sammenhæng. Derfor blev det en opgave for Workshop 2-deltagerne, at de blandt andet skulle have fokus på sammenhænge mellem landbrugsproduktionsformer og landskab. I det indledende oplæg på Workshop 2 blev deltagerne desuden præsenteret for resultater vedrørende forklaringer på bosætning på landet, og at den vigtigste forklaring er nærhed til natur.

Dette førte til en del spørgsmål til de forskellige oplægsholdere om nærhed til natur, og om hvordan naturen blev brugt. Svarene varierede. For eksempel fortalte Inge Lis Olsen fra landbrugslauget Brinkholm, at det var en vigtig del af hendes produktionsplanlægning, at der samtidig blev skabt adgang til gåture langs åen og markskel. Rasmus Visby, som var født og opvokset i Stevns Kommune, fortalte, at han brugte naturen rigtig meget, men at han ikke tænkte så meget over, at han gjorde det. Han sammenlignede det med, at når man bor i storbyen, tænker man heller ikke så meget over, i hvilket omfang man gør brug af f.eks. kulturtilbud. To af producenterne fortalte, at de oprindeligt havde en forestilling om, at de ville kunne komme ud i naturen. De opdagede så, da de var flyttet ud på en gård, at det ikke rigtig var muligt at passere marker, og at de derfor ofte skulle køre i bil, før de fandt et tilgængeligt naturområde (fra Workshop 3 feltnoter, 22.11 2014).

Flere workshopdeltagere havde opdaget, at de netop ikke var bevidste om produktionsmådens påvirkning at landskabet og adgangen til dette. En deltager fortalte om sine oplevelser:

Det var også en øjenåbner, hvordan produktionen påvirker landskabet. Jeg havde ikke tænkt på, at de forskellige afgrøder selvfølgelig former landskabet på forskellige måder. Hos Hvidløg og Vin gjorde det stort indtryk på mig, at der kun kan dyrkes hvidløg på en mark hvert 6-7 år. Min overraskelse viser noget om, hvor afkoblet produktionen, jeg er som bybo.

Der var bred enighed om, at byboere mangler viden om landbrugsproduktion, natur og landskab, og et det var vigtigt at få delt denne viden til storbyboere. For eksempel skriver en deltager, at det er nødvendigt at:

Etablere en forståelse af, at typen af fødevarerproducenter (små, store), som byboerne køber varer fra, har en betydning for, hvilken naturoplevelser, det er muligt at få for beboerne i landområderne og for byboerne, når de vil "ud i naturen".

Naturen er et tiltrækningsparameter både for turister og for bosætning, og derfor mente en workshopdeltager, at det er en politisk beslutning at:

Være med til at gøre lokalområdet attraktivt, ved at stille krav om en tilgængelig natur og en lokalpolitisk investering i dét, som lokalområdet kan - og trænger til.

En anden workshopdeltager nævner, at landkommuner med fordel kunne støtte op om initiativer som for eksempel landbrugslauget Brinkholm:

Her er Brinkholm fx et godt eksempel; hvis pågældende kommune medvirkede eller støttede (økonomisk) til formidlingen, kunne stedet blive en endnu vigtigere faktor for området gennem flere besøgende, samarbejde med andre små producenter, naturpleje, landskabsudvikling osv.

På workshop 3, hvor der blev arbejdet med udviklingen af konkrete forslag på baggrund af erfaringer fra Workshop 2, blev landskabet og naturen debatteret en del. Der blev skabt flere forslag til, hvad landdistrikterne kunne gøre i forhold til at tydeliggøre sammenhænge mellem bæredygtig produktion og landskab. Forslagene er:

Tydeliggør over for storbyboere, at forskellige landbrugsproduktioner skaber forskellige landskaber. Forskelligheder giver mulighed både for flere oplevelser og for øget biodiversitet. Gør brug af interesseorganisationer, som fokuserer på en bæredygtig og diversificeret natur. For eksempel Danmarks Naturfredningsforening, Danmarks Sportsfiskerforbund, Danmarks Jagtforbund til at hjælpe med spredningen af denne viden.

Arbejd sammen med landmænd om at skabe diversificerede landskaber, og kommuniker, hvilke typer af landskaber der skal kendetegne kommunen eller sognet.

Skab platforme for samarbejde mellem producenter, myndigheder og interesseorganisationer om forskellige adgangsmuligheder til naturen (Bilag 4).

Workshopdeltagerne har ikke målrettet forslagene til at blive iværksat af specifikke aktører, men lægger op til at der skabes samarbejdsplatforme. De Lokale Aktions Grupper kunne spille en central rolle i dannelsen af sådanne platforme.

7.4. STORBYAKTØRER FOR LANDDISTRIKTSUDVIKLING

Hvor afsnit 6.1 handlede om, hvilke konkrete initiativer der ifølge workshopdeltagerne kan sættes i værk på landet, så handler dette afsnit om, hvad storbyaktører kan gøre for at bidrage til erhvervsudvikling og bosætning på landet.

7.4.1 FORENINGER OG NYE TALERØR I BYERNE SKAL BYGGE BRO TIL LANDET



Der var både blandt storby- og blandt landbo-/producentworkshopdeltagere generelt stort fokus på distributionen og salg af råvarer og lokalt forarbejdede varer i storbyen. En enkel distribution for landmanden og en nem adgang til lokalt produceret mad for storbyboere blev hurtigt omdrejningspunktet for debatten på den første workshop. I løbet af Workshop 2 løftede debatten sig somme tider til også at se sammenhængen mellem land og by og mad. En Workshop 2-deltager skriver:

Vi skal i byerne først og fremmest nå til en erkendelse af, at vi er dybt afhængige af landområderne, og dernæst, at de krav vi som forbrugere stiller til mere produktion af lokale fødevarer, kun kan imødekommes, hvis landområderne bliver gjort attraktive som bosteder. Ellers vil der i fremtiden ikke være nogle, der vil bosætte sig der og kunne imødekomme efterspørgslen.

For at storbyboere kan bidrage til erhvervsudviklingen på landet, mener workshopdeltagerne, at der bør skabes et talerør for de mindre lokale producenter og for nye madbårne initiativer. Nogle workshopdeltagere peger på, at boligforeninger i byerne kan etablere netværk til producenter, som ønsker at levere direkte til slutbrugeren. En workshopdeltager forklarer her, at det også kan være en læring omkring, hvor råvarerne kommer fra, og under hvilke forhold de avles:

Vores samarbejde med en økologisk gård på Sjælland betyder, at vi får grøntsager af en høj kvalitet og til en pris, der gør, at de fleste kan være med, fordi vi undgår mellemlid og handler direkte med producenten. Det giver også et stærkere bånd mellem forbruger og producent, fordi vi løbende er i dialog om kvalitet og om efterspørgsel. Vi har fx været i dialog omkring indholdet i poserne og har på den måde fået en bedre forståelse for sæson, hvad grøntsager koster at producere mm. Jeg har oplevet en stor lydhørhed fra gården og mærker selv at have fået en bedre forståelse af produktionen.

Udover at der kan etableres netværk mellem lokale producenter og for eksempel boligforeninger, så peger workshopdeltagerne på behovet for et fælles talerør for nye madbårne initiativer. Der er en oplevelse af, at landbrugets organisationer ikke arbejder for disse initiativer, og at der blandt natur- og miljøbevægelser ikke er skabt et fælles talerør. To workshopdeltagere skriver om det på denne måde:

.....Det er vigtigt, at der bliver skabt talerør i byerne for lokale fødevarerproducenter således, at de kan gøre opmærksom på de barrierer, de oplever både som småproducenter og som økologiske fødevarerproducenter – samt mulighed for at formidle deres varer.

Det jeg tænker, der bør gøres, er at "høste" på de forbrugere, der ønsker at ændre fødevarer systemet, simpelthen ved at spise sig ud af det - at stemme ved sit madvalg. Der bør opstartes nogle platforme, hvor der kan diskuteres og oplyses, enten fysisk eller digitalt.

Et medlem af Københavns Fødevarerfællesskab, som deltog ved workshop 2 fortalte, at de i fødevarerfællesskabet havde tanker om at styrke deres rolle som platform i storbyer for land-by samarbejde:

Og helt konkret i fødevarer netværk lader der til at være et stort potentiale for at skabe et fælles samlingspunkt, som kan danne grundlag for netværk mellem fødevarerproducenter på landet og forbrugere i byen. Det er i høj grad det, som KBHFFs ØkoHub-projekt handler om. Projektets anbefalinger går bl.a. på at lave et månedligt madmarked, hvor KBHFFs medlemmer hjælper producenterne med at sælge deres varer. Det kan ikke alene synliggøre landet i byen, men også skabe stærkere netværk på tværs mellem avlerne..... Det vil være en platform, som man kan bygge videre på og starte nye tiltag ud fra. Tiltag, som på sigt måske også vil kunne være mere eksplicit politiske med henblik på at forandre det samlede fødevarer system.

Ved Workshop 3 udviklede debatten sig omkring storbyboeres forventning til, at det skal være nemt at handle ind, men det skal også handle om børn. Hvis man organiserer salget eller formidlingen af råvarerne og lokalprodukterne, så det også er hyggeligt at handle lokale råvarer og produkter på markeder vil man i højere grad tage sine børn

med. Så ville kravet til, at alt skulle være hurtigt og nemt måske blive lidt mindre (feltnoter 25.11 2014).

Ved arbejdet med at udvikle konkrete forslag til aktiviteter i tilknytning til nye madbårne initiativer, som kan skabe erhvervsudvikling og bosætning på landet, foreslår deltagerne i Workshop 3, at storbyen skal:

Arbejde for at der etableres pop-up butikker og madmarkeder med lokale råvarer og produkter i storbyerne. Det kan eventuelt være det samme sortiment, som rykker rundt i byen. For at aflaste producenterne skal storbyen etablere en landby ambassade, hvor frivillige kan melde sig til at være ambassadører for en producent eller avler. En ambassadør skal stå på torvet eller madmarkedet i stedet for avleren selv. Københavns Fødevarefællesskab kan eventuelt også formidle ambassadører. Storbyen skal sikre rammer, for at det bliver hyggeligt og børnevenligt at handle lokale råvarer og lokale produkter (Bilag 4).

7.4.2 SUPERMARKEDER BØR INVITERE LANDDISTRIKTSKVALITETER INDENFOR



Der er gennem hele undersøgelsen lagt vægt på nye madbårne initiativer uden at involvere supermarkeder. Workshopdeltagerne bragte imidlertid supermarkedernes rolle som en vigtig medspiller for småskalaproducenter. Der var blandt deltagerne en udbredt kritik af supermarkeders vilje til at bidrage til landdistriktsudvikling i Danmark gennem deres varesortiment. Kritikken af supermarkeders vilje til at satse på sortiment af danske småskalaproducerede varer skal ses på baggrund af, at det generelt er vanskeligt at finde

disse produkter i byerne. En workshopdeltager skriver om produkter fra danske småskalaproducenter og økologiske produkter:

Der er langt fra nok synlighed af danske varer fra landet, i byen. De få steder, man kan købe dem, er hippe dyre butikker og torve, hvor varerne drukner mellem hinanden. Prisen er klart en barriere, men manglende kendskab til produkterne og producenterne er lige så store. Når danske økologiske varer endelig bliver solgt i en alm. dagligvarebutik, bliver de ofte stillet sammen med de udenlandske varer til 1/3 af prisen. En stor del af de danske specialvarer skal sælges med en historie. Så supermarkeder skal blive bedre til dette.

Flere gange kom debatten op omkring tilgængeligheden af de nye madbårne initiativer, og hvem brugerne af disse er. Der blev talt om, at det særligt var unge og lidt ældre som var aktive i Fødevarerfællesskaber og indkøbsforeninger. Der var også en diskussion blandt deltagerne om, hvorvidt det særligt var den bedre stillede del af storbyboerne, der gjorde brug af de forskellige madbårne initiativer. Der var dog en bred enighed om, at supermarkeder kan være med til at sikre, at så stor en del befolkningen som muligt kan få adgang til produkterne, og at supermarkederne ikke lever op til dette. En workshopdeltager skriver:

Det er svært at finde lokalt producerede fødevarer i byerne. Et dilemma er dog, at lokalt producerede fødevarer ofte bliver nichevarer, som kommer til at henvende sig til et meget lille publikum..... Jeg forstår dem, for de skal kunne leve af det, og det er måske umuligt at holde produktionsomkostningerne nede på et niveau, hvor fødevarerne bliver tilgængelige for alle. Hertil kommer, som de krav de store supermarkeds kæder stiller til levering, produktionsstabilitet mm. Ikke desto mindre mener jeg, at det vigtigt at have fokus på, så alle får gavn af den gode kvalitet.

På workshop 3 kom debatten til at handle om, hvilke initiativer supermarkeder kunne iværksætte for at sikre, at flere storbyboere får adgang til danske lokale produkter fra småskalaproducenter og avlere og for at støtte erhvervsudviklingen på landet. Der kom følgende forslag til supermarkederne:

Supermarkeder i storbyer kan indføre 'lokale uger', hvor der sættes fokus på produkter fra lokale småskalaproducenter. Sådanne uger kan med fordel være årligt tilbagevendende. Supermarkeder kan introducere sæsonprodukter ved at invitere avlere eller avleres by-ambassadører til at uddele smagsprøver og informationsmateriale om produkterne og de landdistrikter, som de er produceret eller avlet i (Bilag 4).

7.4.3 MYNDIGHEDER OG INTERESSEORGANISATIONER I BYERNE KAN ARBEJDE SAMMEN OM AT SKABE BÆREDYGTIG LAND-BY DYNAMIK

Det blev i afsnit 3.2.3 foreslået, at landkommuner i fællesskab med lokale aktører inden for lokalproduceret mad skal udvikle en fælles markedsføringsstrategi. Ved Workshop 2 talte deltagerne om initiativer, der kan tages i byerne. Flere workshopdeltagere pegede på, at interesseorganisationer og videninstitutioner spiller en vigtig rolle for spredningen af viden om land-by relationer og landdistriktsudvikling i tilknytning til de nye madbårne initiativer. En workshopdeltager, som er medlem af taghaven ØsterGro, fortæller:

for ØsterGRO som jeg er en del af, arbejder vi med at formidle de fødevarer som bliver produceret uden for København. Vi vil så gerne have mere lokal mad, og vi oplever, at borgerne i byen faktisk også gerne vil betale prisen for den lokale mad med historien.

Workshopdeltagerne er enige om, at der er en manglende deling af viden i storbyen omkring nye madbårne initiativer, og der savnes indsigt i, hvordan de kan bringes ind i en debat om landdistriktsudvikling. Dette kan føre til, at gode initiativer ikke kan overleve. Det giver en workshopdeltager udtryk for på denne måde:

Jeg tror at man skal tænke stort for at skabe samarbejde mellem by og land. Lokal mad skal formidles på en anden måde, end den bliver i dag. Brinkholm er et fantastisk initiativ, men hvis ikke deres idéer spredt sig som ringe i vandet, så er deres arbejde desværre spildt.

En del af debatten om viden handlede om vidensinstitutioner og deres måde at kommunikere om sammenhænge mellem landbrug og landdistriktsudvikling. Workshopdeltagerne talte om, hvor lidt de som byboere havde overvejet, at landdistriktsudvikling og landdistriktspolitik kunne være relevant for dem at forholde sig til (Feltnote 22.11 2014). Den manglende forståelse for at landdistriktspolitik også er for byboere kunne skyldes, at der sjældent kommer viden frem til den brede befolkning om land-by dynamikker. En workshopdeltager skriver i tilbagemeldingen fra Workshop 2 om vidensinstitutionernes rolle:

Byerne har universiteterne og uddannelserne, hvilket gør dem til videnscentre. Hvis flere af disse begynder at tænke i koblingen mellem by og land, kan der komme initiativer som dette.

Tilgængeligheden af lokale produkter og viden om lokale forhold for produktion kan øges ved, at storbymyndigheder giver mulighed for sæsonbestemte madbårne initiativer og madmarkeder forskellige steder i byen. En deltager nævnte æbleinitiativet i Nyhavn som et eksempel:

Byerne her skal det gøres lettere og billigt at få en bod rundt omkring, at kunne lægge til i kanalerne ligesom Fejø æbleproduktionen i Nyhavn. Det handler om politisk at bløde op og imødekomme det behov.

På workshop 3 udviklede debatten omkring storbymyndighedernes muligheder for at bidrage til udviklingen af den land-by dynamik, som er knyttet til de nye madbårne

initiativer. Fokus blev også rettet mod forskellige måder at sprede og dele viden på, for eksempel gennem mobil-apps. Der kom følgende forslag til konkrete aktiviteter:

Der skal skabes et fælles forum for deling af viden om nye madbårne initiativer i storbyen og disses tilknytning til landdistrikter. Det fælles forum skal så vidt muligt være brugerdrevet. Forum skal anvende apps og hjemmesider. Den skal indeholde overskuelige kort, der viser, hvor de madbårne initiativer kan findes i byen, samtidig med at det vises geografisk, hvor de enkelte initiativer har deres rødder. Det skal indeholde madbårne cykelruter for eksempel en grønsagsrute. Forum skal formidle landkommuners, storbyforeningers og interesseorganisationers madbårne arrangementer, for eksempel busture til landkommuner (bilag 4).

Workshopdeltagerne kom ikke med forslag til, hvilke aktører der skal iværksætte et sådant forum.

7.5. OPSAMLING

Gennem aktionsforskningens tre workshops blev der skabt en række forslag til aktiviteter og politiske tiltag. De er alle udviklet med henblik på, at den land-by dynamik, som er indlejret i de nye madbårne initiativer, også skal bruges til at bidrage til positiv landdistriktsudvikling. Forslagene er udarbejdet af eksperter inden for forskellige former for nye madbårne initiativer.

Det er kendetegnende for forslagene, at de er mest konkrete, når det gælder, hvilke aktører der skal aktiveres på landet. Her er forslagene rettet til især de lokale myndigheder. Det skyldes ikke mindst, at der er en udbredt opfattelse blandt workshopdeltagerne, at der skal finde en holdningsbearbejdning sted på landet, og at den må initieres fra politisk side.

Forslagene til, hvad der kan gøres i storbyerne for at bidrage til en positiv landdistriktsudvikling, er visionære og ambitiøse. Det er dog kendetegnende, at en del forslag ikke er målrettet specifikke aktører. Det kan skyldes, at der mangler en fælles platform for koordinering af storby-madbårne initiativer; en platform som det da også bliver foreslået etableret.

8. DISKUSSION AF UNDERSØGELSENS RESULTATER



Litteraturstudiet viser, at der især er efterspørgsel efter fødevarer/råvarer af en høj kvalitet og efter en mere direkte relation til producenterne og herigennem til produkterne. Således beror vurderingen af kvalitet i høj grad på denne interaktion og relation til producenterne. Kvaliteten af produkterne er særligt forbundet med smag og friskhed, at de er lokale, økologisk dyrket og i forbindelse med animalske produkter stammer fra fritgående dyr. Den kvantitative undersøgelse understøtter dette ønske om lokale, økologisk dyrkede råvarer fra fritgående dyr. Dog tyder det på, at dette i højere grad relaterer sig til etiske aspekter ved kvaliteten, da respondenterne ikke tillægger det ligeså stor betydning at kunne dufte til, røre ved og smage på råvarerne inden køb.

Samtidig finder der ikke den store interaktion og videnstilegnelse sted blandt de, der handler på markeder i København. Kun 8 % af disse får regelmæssigt viden om mad gennem en snak med avlere og producenter. Da indkøb på torvet eller et marked samtidig er den form for indkøb, som aktiverer flest storbyboere, og som flest deltager i på regelmæssig basis, er der altså her et uudnyttet potentiale i form af at skabe større forståelse for småskalaproducenters vilkår. Dette underbygges af pointer fra aktionsforskningen, der peger på en manglende kobling af udviklingen i landdistrikterne til de madbårne initiativer og en manglende erkendelse af storbyboeres afhængighed af landdistrikterne. Omvendt finder der en større interaktion og tilegnelse af viden sted

blandt de storbyboere, der tager på landet og køber ind ved gårdbutikker. Den gruppe af storbyboere, der regelmæssigt køber ind på denne måde, har også det største ønske om at købe mere ind på den måde, hvilket dog kan være svært af praktiske årsager. Dette viser, at indkøbsformen og interaktionen værdsættes af disse storbyboere og tyder på, at de, ligesom det påpeges i litteraturen, ser denne form for indkøbsoplevelse som en mere social og hyggelig oplevelse end indkøb i supermarkedet.

Litteraturen viser også en generel skepsis over for kvaliteten af produkter i supermarkederne, hvilket ikke på samme måde kommer til udtryk i aktionsforskningen. Her bliver supermarkedet tværtimod set som en væsentlig mulighed for at udbrede kvalitetsprodukter fra småskalaproducenter til gavn for alle. At der ikke er flere markeder med lokale råvarer af høj kvalitet fra småskalaproducenter kan være medvirkende til, at supermarkeder ses som den (eneste) måde at gøre disse varer tilgængelige for et bredere publikum. Undersøgelsen peger på, at supermarkederne skal blive bedre til at fortælle 'historien' om råvarerne ved at skabe mulighed for interaktion med producenterne. En ensidig formidling kan ses som udtryk for en fastholdelse af storbyboeren i en passiv forbrugerrolle, der får fortalt en historie og ikke selv opsøger og indgår i en direkte interaktion og relation med producenterne.

Et andet tema bragt frem i litteraturstudiet er kritikken af den ensidige forståelse af det lokale som det gode og det globale som et onde. Den kvantitative del af undersøgelsen viste, at storbyboere har en forkærlighed for lokalt producerede varer, uanset hvilken af de tre former for handlen de udøver i tilegnelsen af råvarer. Der er også blandt deltagerne i workshops en udpræget forståelse af, at 'det lokalt' producerede er det gode. Men snarere end at betragte det lokale som det 'gode' i modsætning til det 'onde' globale sådan som argumenteret af Holloway og Kneafsey (2000), viser undersøgelsen, at det 'lokale' i nogle tilfælde bliver set som en modsætning til det store 'onde' konventionelle landbrug. Der kan naturligvis argumenteres for, at det konventionelle landbrug betragtes som et udtryk for globalisering, men det er ikke udtrykt direkte af hverken deltagerne i workshops eller respondenter i kvalitative interviews. Når der blandt deltagere, respondenter og producenter er en forkærlighed for det lokale, skyldes det imidlertid, at det lokale tilbyder oplevelsen af en form for fællesskab. Dette kan bringes ind i argumentet fra Dupuis og Goodman (2005) om, at der er tale om en forståelse af det lokale som et gode, fordi det repræsenterer et magtfrit fællesskab. Undersøgelsen peger på, at der blandt storbyboerne er en opfattelse af, at de 'københavnske' fællesskaber kan bruges som forbilleder over for landlige fællesskaber. De landlige fællesskaber kommunikerer af landboere som relativt lukkede og som karakteriseret ved et manglende kendskab til hinanden eller manglende evne til at samarbejde. Når storbyboere mener, at storbyfællesskaber kan bruges som forbillede, kan det betragtes som et udtryk for, at disse fællesskaber har fundet måder at håndtere magt, så den ikke bliver en begrænsende faktor. Undersøgelsen viser således, at deltagerne i de nye madbårne initiativer ikke nødvendigvis er blinde over for de magtudøvelser og magtrelationer, som naturligt opstår i et fællesskab omkring 'lokale' produkter, og at de i et vist omfang har udviklet redskaber til at håndtere magt inden for fællesskabet.

Selvom undersøgelsen peger på, at det lokale i et eller omfang opfattes som værende i modsætningsforhold til det store konventionelle landbrug og 'billige' udenlandske produkter, så er der ikke tale om, at det konventionelle landbrug generelt kommunikerer

af deltagere og producenter som en form for legitimering af de nye madbårne initiativer. Der er snarere en kritik af, at samfundets institutioner og strukturer tilgodeser og understøtter en industrialiseret konventionel produktionsform og dermed udhuler betingelserne for andre fødevarerens etablering og overlevelse. Dette kommer for eksempel til udtryk i forbindelse med debatten om godkendelse af forarbejdningslokaler. Det kan siges, at undersøgelsen viser, at snarere end at deltagerne i de nye madbårne initiativer bruger energien på at placere sig i modsætning til det konventionelle fødevarerens system, så bruges energien på at opbygge et parallelt fødevarerens system bygget på de værdier, som deltagerne finder centrale, i den forbindelse at de også stiller spørgsmålstejn ved graden af lighed i betingelserne for forskellige fødevarerens systemer.

Litteraturstudiet viste, at de nye madbårne initiativer ofte opfattes som 'alternative rum', der er i stand til at omgå de mere 'traditionelle forbrugsrum' og dermed afspejler en anden type (for)bruger, som i højere grad handler på baggrund af en fællesskabs- og omsorgsetik og ønsker at samarbejde med producenten og belønne denne for at skabe lokale kvalitetsprodukter. Opbygningen af nye fødevarerens systemer kommer på denne måde også til at handle om social bæredygtighed. Den kvantitative undersøgelse viser ligeledes, at storbyboere, der får råvarer gennem formelle sociale netværk, generelt tillægger de forskellige kvaliteter ved råvarerne større betydning. Særligt tillægges det stor betydning at være med til at støtte mindre producenter, hvilket for denne gruppe har større betydning, end at råvarerne er avlet lokalt. Dette kan altså forklares ved, at der her er skabt et 'alternativt rum', hvor fællesskab og omsorg (for producenten) er vigtigere end pris, kvalitet etc. Samtidig er der flere af børnefamilierne, der handler gennem sociale netværk, som ønsker at indgå i dyrknings- og produktionsfællesskaber på landet og i byen, og medlemmer af formelle sociale netværk får også ofte viden om mad og madlavning gennem disse netværk. Dette indikerer, at aktiviteten er anderledes end det traditionelle indkøb i supermarkedet, og det kan endda ses som en forholdsvis børnevenlig aktivitet.

I aktionsforskningen peges ligeledes på dette behov for og ønske om at skabe 'rum', der adskiller sig fra traditionelt supermarkedsindkøb. Der peges ligeledes på, at disse 'rum' eller oplevelser skal være børnevenlige. Aktionsforskningen peger også på et behov for at samarbejde oftere og tættere med aktører i landdistrikterne, men afslører samtidig nogle forskelle i forståelsen af fællesskab. Opfattelsen blandt storbyaktørerne lader til at være, at byerne skal lære landdistrikterne at skabe 'praktiske' fællesskaber, mens byerne til gengæld kan lære af landdistrikternes mere sociale og lokalsamfunds-fællesskab. Ikke desto mindre er det et klart ønske om at skabe samarbejder og læring mellem land og by og dermed også bidrage til at genskabe forbindelsen mellem land og by. Som det også påpeges i aktionsforskningen, er landdistrikterne blevet mere og mere afkoblet byen, og de nye madbårne initiativer har endnu ikke i tilstrækkelig grad formået at ændre på dette.

I litteraturen fremhæves innovation som en væsentlig bevæggrund for producenter for at deltage i alternative fødevarerinitiativer, og denne innovation stammer i høj grad fra interaktionen med kunder og andre producenter. Det er især gennem udviklingen af nye produkter eller genopdagelsen af gamle produkter og nye kreative måder at promovere disse på, at innovationen finder sted. Den kvantitative undersøgelse peger dog på, at det

primært er blandt de storbyboere, der i forvejen regelmæssigt deltager i handlen gennem indkøb, at der finder sådanne interaktioner sted. En forholdsvis stor del af de storbyboere, der regelmæssigt tager på landet og køber ind ved gårdbutikker får regelmæssigt viden fra producenter i ansigt-til-ansigt interaktionen, mens de, der regelmæssigt tager på markedet, ofte får viden fra avlere og producenters nyhedsbreve og Facebook-sider, men sjældent gennem snak med en avler eller producent. Dette kan dels forklares ved, at der på disse markeder ikke er blevet skabt et 'alternativt rum' for en mere lige og gensidig interaktion og relation, og at de storbyboere, der køber ind på disse markeder forbliver i en forbrugersrolle. Samtidig kan det være udtryk for, at markederne ikke er synlige og regelmæssige nok til at skabe denne form for interaktion i byen. Samtidig viser den kvantitative undersøgelse, at tv-mediet stadig spiller en afgørende rolle i forbindelse med tilegnelsen af viden, hvilket muligvis er med til at hindre en vidensdeling omkring madbårne land-by initiativer, da mediet ikke giver mulighed for interaktion og sjældent beskæftiger sig med disse problematikker. Aktionsforskningen peger i højere grad på en anden form for innovation end udviklingen og promoveringen af nye produkter. Her er i stedet fokus på innovation i form af nye måder at samarbejde med andre landdistriktsaktører, herunder forsamlingshuse, restauranter, myndigheder mm.

Denne form for innovation fremhæves særlig tydeligt i litteraturen. På det punkt træder aktionsforskningen i dette projekt nye veje og åbner nye erkendelser, idet den havde et mere mangfoldigt blik på landdistriktsudviklingen og forbindelsen mellem denne og den madbårne land-by dynamik. Den internationale litteratur fokuserer i højere grad på samarbejde og netværk mellem enten producenter og forbrugere eller producenter og andre producenter og er mindre tilbøjelig til at inddrage sådanne aktører, der i første omgang ikke virker relevante. Men som aktionsforskningen her viser, kan disse aktører i høj grad være relevante for nye måder at samarbejde på og for at skabe innovation. I den forbindelse kan den utraditionelle metode og proces i workshop 2 i høj grad ses som en måde at skabe innovation gennem interaktion mellem forskellige aktører fra landet og byen. Endelig er der i aktionsforskningen også stort fokus på at skabe samarbejde mellem land og by. Det blev blandt andet konkretiseret i anbefalinger om at skabe nye platforme i byen, hvorfra der kan skabes større synlighed. Man kan formode, at en sådan platform vil føre til flere møder og dermed også føre til den form for innovation, der peges på i litteraturen; nye produkter, genopdagelse af gamle produkter og promoveringen af disse.

Af litteraturstudiet argumenterer Kirwan (2004) for, at pris er en vigtig bevæggrund for, at producenterne sælger deres produkter gennem mere direkte handel. Undersøgelsen fokuserer ikke direkte på producenternes personlige forretningsmæssige bevæggrunde, men i højere grad på de måder, hvorpå de ser sig selv som en del af en ny land-by dynamik. Der er dog elementer i undersøgelsen, der peger på, at producenterne prioriterer at drive en sund forretning af den størrelse, de ønsker, og derfor søger de afsætningskanaler gennem specialbutikker, fødevarerfestivaler og Bondens Markeder. Samarbejdet mellem lokale producenter vidner om forsøg på at holde udgifter til forarbejdning, transport og distribution nede. Samtidig viser undersøgelsen, at der hos storbyboerne er forståelse for, at producenterne af lokale produkter driver en forretning, som ofte kun lige kan løbe rundt. For at oppebære muligheden for at være en del af madbårne fællesskaber anerkender storbyboerne derfor både at måtte betale producenter en ordent-

lig pris og at bidrage til både at reducere producenternes omkostninger og arbejdsbyrde. Fødevarerfællesskaberne har dette som omdrejningspunkt i deres forening.

Et andet økonomisk perspektiv handler om, at alle storbyboere, herunder også mindre-bemidlede, har adgang til de nye madbårne initiativer. Litteraturen peger på, at f.eks. Bondens Markeder i USA har haft begrænset succes med at udbrede initiativerne til borgere med lav indkomst. Undersøgelsen peger på en udbredt bekymring for, hvordan det kan sikres, at alle storbyboere får adgang til de lokalt producerede varer. Anstrelserne for at eliminere mellemlid og via frivilligt engagement at reducere producenterne udgifter handler her ikke kun om at hjælpe producenterne, men også at sikre en lettere adgang til de lokalt producerede varer.

Undersøgelsen viste med forslagene om en kombination af storbyambassadører på den ene side og pop-up butikker og etablering af bruger-drevne madmarkeder samt opfordringen til, at storbykommuner understøtter sæsonbestemte madbårne initiativer og Bondens Markeder på den anden side, at de nye madbårne initiativer er drevet af andet end økonomiske incitamenter. Det er de uden at være blinde overfor, at økonomien spiller en rolle for producenten samtidig med, at adgangen til produkterne skal være enkel for flest mulige storbyboere. Dette er i tråd med argumenter fremført af Lamine (2005), som peger på, at der i nye madbårne initiativer som CSA indgår en etisk-moralsk forpligtelse til at bidrage til udviklingen og opretholdelsen af et nyt fødevarer-system. Undersøgelsen peger imidlertid også på, at det er en udbredt opfattelse blandt storbyrespondenter og deltagere, at det også er et politisk anliggende at sikre adgang til friske lokale råvarer til alle. I den forbindelse viser aktionsforskningen et behov for overordnede politiske beslutninger, der sikrer en større ligestilling mellem forskellige fødevarer-systemer for dermed også at sikre, at storbyboere har et reelt valg i forhold, hvordan de kan tilegne sig friske råvarer.

Resultatet peger på, at forestillingen om den såkaldte 'politiske' forbruger ikke kan trækkes ned over de nye madbårne initiativer. Deltagerne viser et engagement for at være en del af et fællesskab, og dette er en vigtig motivation af selve det nye madbårne fødevarer-system. Dette indebærer, at traditionelle modeller og incitamenter som for eksempel mærknings- og særskilte støtteordninger ikke kan betragtes som et understøttende politisk indgreb. I stedet synes der at være brug for indgreb, som i højere grad sammentænker land-by dynamikker, landskabs- og naturværdier og nye madbårne initiativer.

Det blev i opsummering af litteraturstudiet påpeget, at der mangler studier, der kobler de nye madbårne initiativer til land-by dynamikker og landdistriktsudviklingspolitik. Der blev ligeledes skitseret to overordnede perspektiver, nemlig det nordamerikanske som fokuserede på fødevarerbevægelserne som fødevarer-systemsomstyrtende eller det europæiske mere pragmatiske perspektiv omkring, hvordan de nye madbårne initiativer kunne skabe forbedring af det eksisterende fødevarer-system. Undersøgelsens landdistriktsudviklingsorienterede perspektiv, som er afspejlet i forskningsspørgsmålet og i undersøgelsens design viser, at et perspektiv, som også blandt storbyrespondenter og deltagere i nye madbårne initiativer, snarere går i retning af et helt tredje perspektiv.

Dette tredje perspektiv understøttes ved, at både storbyboere og landaktører havde en udpræget tendens til at fokusere snævert på forholdet mellem de to parter, herunder hvordan de kan støtte hinandens nye tiltag. Det viste både den kvantitative og den kvalitative del af undersøgelsen. Det var en gentagen italesættelse af sammenhænge mellem de madbårne initiativer, land-by dynamikker og landdistriktsudvikling. En enkelt bustur på 7,5 timer var den store 'øjenåbner' for storbyboerne og landaktører. For landaktørerne var der en udpræget stor begejstring ved, at de fik mulighed for at vise bosætnings- og erhvervsudviklingspotentialer på landet som en integreret del af de nye madbårne initiativer. Storbyboerne fik indblik i sammenhænge mellem produktionsformer, landskabskvaliteter, lokale fællesskaber, bosætning, erhvervsudvikling og levevilkår på landet. På den måde blev landdistriktspolitik gjort nærværende også for storbyboere.

Alene de resultater som kom frem via den kortvarige interaktion mellem land og by omkring potentialer for landdistrikterne peger på, at der er omfattende mangel på forskning i land-by dynamikker knyttet til de nye madbårne initiativer, som antager et landdistriktsudviklingsperspektiv. Der kan argumenteres for, at undersøgelsen med sit design og resultater er gået uden om de mere mikro- og mesoorienterede retninger inden for forskning i alternative fødevarerinitiativer, som Tregear (2011) pegede på. Undersøgelsen kan – omformuleret til akademisk litteratur - derfor i sig selv betragtes som et vigtigt bidrag til litteraturen.

9. KONKLUSION OG ANBEFALINGER

9.1. KONKLUSION

Baggrunden for rapporten og den bagvedliggende undersøgelse er, at stadig flere nye madbårne initiativer spirer frem i stadig flere landdistrikter. Initiativerne lægger grunden til en ny land-by dynamik, som rummer uudnyttede potentialer for erhvervsudvikling og bosætning på landet. Forskningsspørgsmålet er: 'Hvad karakteriserer den nye madbårne land-by dynamik, og på hvilke måder kan denne nye 'madbårne' land-by dynamik og tilknyttede aktiviteter være med til at skabe øget erhvervsudvikling og bosætning på landet?'

Undersøgellesdesignet, som inkluderer fire typer af dataindsamling, tilgodeser på forskellig måde afklaringen af de to elementer, som forskningsspørgsmålet rummer. Den kvantitative undersøgelse fokuserede på at afdække karakteren af de nye land-by dynamikker. Telefonspørgeundersøgelsens design byggede på indledende deltagerobservationer, uformelle samtaler og et indgående litteraturstudie. Aktionsforskningen fokuserede på at afdække, på hvilke måder den nye dynamik kan skabe erhvervsudvikling og bosætning på landet. Den kvalitative undersøgelse inkluderede aktionsforskning. Aktionsforskningsproces og tematikker blev udviklet på baggrund af deltagerobservationer, uformelle samtaler, semi-strukturerede interviews og foreløbige resultater fra telefonspørgeundersøgelsen. Der indgår således et omfattende studie med gensidigt understøttende dataindsamlingsmetoder for hermed at kunne besvare forskningsspørgsmålet.

Undersøgelsen har som præmis, at de mest aktive storbyboere og landaktører er interessante for at undersøge den land-by dynamik, som følger af de nye madbårne initiativer. Det blev antaget, at ved at vælge København og Sjælland som caseområde var der stor tæthed af aktive inden for madbårne initiativer. Telefonspørgeundersøgelsen bygger på respondentbesvarelser fra boligkarréer på henholdsvis Nørrebro og Østerbro. De specifikke boligkarréer blev valgt for at sikre sandsynligheden for et stort antal aktive respondenter inden for nye madbårne initiativer. 541 ud af 601 interviewede respondenter viste sig at være aktive i forhold til de nye madbårne initiativer mindst en gang om året. 32 respondenter til kvalitative interviews og deltagerne til aktionsforskningsworkshops er udvalgt og inviteret, fordi de har udtrykt en særlig interesse i nye madbårne initiativer. Undersøgelsens resultater bygger altså på en særlig intensiv case for på den måde at kunne afdække dynamikker, der muligvis vil være vanskeligere at afdække ved mindre tæthed af aktive inden for madbårne initiativer. Selve karakteren af land-by dynamikker ved de nye madbårne initiativer må formodes at være de samme uanset tætheden af initiativer og aktive. Konklusionerne vedrørende karakteren af de nye land-by dynamikker og potentialerne for landdistriktsudvikling ved disse betragtes således som dækkende for alle land-by dynamikker afledt af de nye madbårne initiativer. Det skal pointeres,

at konklusionen ikke forholder sig til, i hvilket omfang intensiteten har indflydelse på potentialet.

Analysen af telefonspørgeundersøgelsens data tog afsæt i at afdække tre overordnede land-by dynamikker ved at undersøge, hvordan storbyboere tilegner sig viden om råvarer, hvilke holdninger til råvarer de har, og hvilke ønsker de har til måden at anskaffe sig råvarer på. De tre typer land-by dynamikker var defineret i forhold til, hvordan storbyboerne tilegner sig råvarer, som frugt, bær, grøntsager, fisk og kød; gennem køb på torve, markeder, abonnement og gårdbutikker; gennem sociale netværk ved at få fra familie og venner, ved medlemskab af fødevarerfællesskab og ved medlemskab af dyrkningsfællesskab eller gennem praksis ved selv at dyrke råvarer, ved at fiske og gå på jagt og ved at samle bær og svampe. Afdækningen viste også, at der ikke var den store forskel på de tre dynamikker. Derfor er der ikke i en overordnet forståelse af land-by dynamik ved de nye madbårne dynamikker belæg for at skelne mellem de nye madbårne initiativer. Inden for de tre overordnede typer af handlen er der dog forskelle på både hyppigheden af aktivitet inden for det konkrete madbårne initiativ, på familieprofil, alder, køn samt ønsker til måder at tilegne sig råvarer. Disse nuancer kan have mere eller mindre indflydelse på karakteren land-by dynamikken afhængigt af, hvilke kombinationer af aktive inden for forskellige typer handlen der viser sig i andre geografiske områder.

Det kan ud fra telefonspørgeundersøgelsens resultater konkluderes, at dynamikken i de nye madbårne initiativer er karakteriseret ved, at storbyboere i høj grad opnår viden om råvarer gennem på den ene side nære relationer (venner og familie) og på den anden side TV programmer. Sociale medier, hjemmesider og apps udviklet til at skabe en relation mellem deltagerne i de nye madbårne initiativer spiller en mindre rolle. De aktive storbyboere inden for nye madbårne initiativer ønsker at skabe relationer til landaktører, meget gerne ved at de selv kommer mere ud på landet for at købe ind i gårdbutikker, samle bær og svampe, fiske og gå på jagt, og indgå i produktionsfællesskaber. De økologiske og biodynamiske produktionsmetoder, herunder at dyr er opvokset under naturlige forhold, sammen med de personlige relationer er bærende elementer i de nye madbårne aktiviteter. Potentialet for landdistrikterne er således knyttet til det uforløste ønske hos storbyboere om at skabe en tættere relation til de aktive inden for madbårne initiativer på landet. Og lidt hårdt trukket op kan det siges, at der er en forventning om, at disse landaktive konkurrerer med TV-programmer om nye madbårne initiativer.

Aktionsforskningen bragte dette potentiale ind som omdrejningspunkt for tre workshops, både i tilrettelæggelsen af indhold og processen og i udvælgelses- og invitationsmetoder til at deltage. Deltagere fra København og Stevns og nærmeste omegn blev gennem en tilrettelagt proces guidet gennem en udarbejdelse af konkrete forslag til, hvad henholdsvis storbyen og landdistrikterne kan gøre for, at den land-by dynamik inden for nye madbårne initiativer kan føre til erhvervsudvikling og bosætning på landet. Disse forslag er kendetegnet ved, at de på en række områder kræver en overordnet politisk indsats for at øge ligheden for produktions-, distributions- og afsætningsvilkår mellem stor konventionel produktion og småskala økologisk/biodynamisk produktion. Forslagene opfordrer til større samarbejde mellem aktører på landet for at lette arbejdsbyrden, skabe nye former for fællesskaber og øge synligheden af landets kvalite-

ter. Det understreges, at de kræver en koordinerende platform i storbyen, som både er orienteret om at synlig- og tilgængeliggøre de nye madbårne initiativer og mod at øge interaktionen mellem by- og landaktive.

Undersøgelsen var designet således, at netop de involverede parter skulle komme med svar på, på hvilke måder den nye land-by dynamik kan være med til at skabe erhvervsudvikling og bosætning på landet. Derfor kan forslagene fra aktionsforskningen også betragtes som en konklusion på den del af forskningsspørgsmålet, som fokuserer på realiseringen af landdistriktsudviklingspotentialet ved de nye madbårne initiativer. Samtidig skal det påpeges, at der udelukkende kunne nås til en sådan konklusion, fordi der blev igangsat en proces, der flyttede aktørernes fokus fra udelukkende at fokusere på de konkrete madbårne initiativer til at løfte blikket til et overordnet landdistriktsudviklingsperspektiv. Det må derfor indgå i konklusionen, at en måde at skabe erhvervsudvikling og bosætning på landet består i at benytte de nye madbårne initiativer til at gøre landdistriktspolitik vedrørende erhvervsudvikling, levevilkår, natur og landskab nærværende også for storbyboere.

9.2. ANBEFALINGER

Undersøgelsens målsætning var at udvikle konkrete værktøjer til policy og planlægning på lokalt, kommunalt og landsplan, værktøjer sigtet mod at styrke lokal erhvervsudvikling og bosætning på landet foranlediget af de nye madbårne initiativer. På baggrund af undersøgelsens resultater og konklusion kan der opstilles følgende anbefalinger:

- Der bør udvikles en fælles platform og talerør for nye madbårne initiativer. Platformen skal betjene og forbinde madbårne initiativer i byen og på landet, f.eks. fødevarerfællesskaber, madmarkeder, Bondens Markeder, Landbrugslaug og producenter af lokale produkter og netværk mellem disse for eksempel Slow-Food. Disse initiativer er langt hen ad vejen båret af frivillige, som derfor naturligt har fokus på det konkrete madbårne initiativ og derfor ikke magter også at skulle koordinere initiativer og agere talerør for alle. Vigtige arbejdsområder for sådan en platform er at
 - synlig- og tilgængeliggøre madbårne initiativer for flest mulige storbyboere,
 - facilitere kontakter mellem by- og landaktører,
 - skabe samarbejde med natur- og landskabsinteresseorganisationer om sammentænkning af de nye madbårne initiativer og landdistriktsudvikling,
 - arbejde for en ligestilling af vilkårene for fødevarerproduktion og kommunikere de nye landbårne initiativer som et vigtigt element i erhvervsudvikling og bosætning på landet.
- Landkommuner bør bakke op om lokale småskalamadproducenter, da disse i høj grad er med til at få storbyboere til at opsøge kvaliteter på landet. Centrale elementer i denne opbakning kommer, ved at:
 - kommunale institutioner går forrest i holdningsbearbejdningen i landlige lokalsamfund,
 - prioritere lokalt producerede økologiske produkter,

- udvikle bedre rammebetingelser for småskalaproduktion f.eks. ved at bidrage til godkendelsen af forarbejdningsfaciliteter,
 - udbyde målrettede kurser til madentrepreneurer,
 - igangsætte fælles markedsføringsstrategier for området,
 - koble adgang til natur og landskab med nye madbårne initiativer.
- Det er kendetegnende, at det er vanskeligt at målrette anbefalinger til bestemte aktører. Denne undersøgelse skaber fundament for, at det på et overordnet politisk niveau fremadrettet bliver muligt at adressere anbefalinger vedrørende koblingen mellem erhvervsudvikling og bosætning på landet og nye madbårne initiativer. Der kan med fordel iværksættes en proces for skabelse af en fælles platform og en tværministeriel og tværsektoriel tænketank. Kommissoriet for denne bør være at udvikle forslag til tilpasning af institutionelle rammebetingelser, så de også kan rumme de nye madbårne initiativer samt at iværksætte pilotprojekter, som sætter fokus på koblingen mellem erhvervsudvikling og bosætning på landet og de nye madbårne initiativer. Aktuelle tematikker er tilpasning af procedurer og målrette kommunikationsmateriale inden for fødevarerkontrol og certificering; erhvervspolitiske initiativer for småskalaproducenter, der fokuserer på kvalitet og nærhed; en højere grad af sammentænkning mellem politiske tiltag målrettet 1. økologisk produktion, 2. landdistriktsudvikling, 3. natur og landskab og 4. den nære infrastruktur. Disse tematikker er yderligere udfoldet i et særskilt idekatalog målrettet forskellige madaktører, offentlige institutioner og lokale aktionsgrupper.

10. REFERENCER

- Charmaz, Kathy. (2001). Grounded theory: Methodology and theory construction. *International encyclopedia of the social and behavioral sciences*, 6396-6399.
- Danmarks Statistik. (2014). Jordbruget i Danmark *Temapublikationer fra Danmarks Statistik*. København: Danmarks Statistik.
- DeLind, Laura B. (1999). Close encounters with a CSA: The reflections of a bruised and somewhat wiser anthropologist. *Agriculture and Human Values*, 16, 3-9. doi: 10.1023/A:1007575521309
- Dubuisson-Quellier, S., Lamine, C. , & Le Velly, R. (2011). Citizenship and Consumption: Mobilisation in Alternative Food Systems in France. *Sociologia Ruralis*, 51(3), 304-323. doi: 10.1111/j.1467-9523.2011.00540.x
- DuPuis, E. Melanie, & Goodman, David. (2005). Should we go “home” to eat?: toward a reflexive politics of localism. *Journal of Rural Studies*, 21(3), 359-371. doi: 10.1016/j.jrurstud.2005.05.011
- Fonte, Maria. (2008). Knowledge, Food and Place. A Way of Producing, a Way of Knowing. *Sociologia Ruralis*, 48(3), 200-222. doi: 10.1111/j.1467-9523.2008.00462.x
- Goodman, David. (2003). The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. *Journal of Rural Studies*, 19, 1-7.
- Guthman, Julie, Morris, Amy W., & Allen, Patricia. (2006). Squaring Farm Security and Food Security in Two Types of Alternative Food Institutions*. *Rural Sociology*, 71, 662–684.
- Hertz, Marie, & Blauert, Emil. (2014). ØKOHUB. Stærkere forbindelser mellem land og by. København: Københavns Fødevarerfællesskab.
- Hinrichs, C. Clare, Gillespie, Gilbert W., & Feenstra, Gail W. (2004). Social Learning and Innovation at Retail Farmers' Markets. *Rural Sociology*, 69(1), 31-58.
- Holloway, Lewis, & Kneafsey, Moya. (2000). Reading the Space of the Farmers' Market: A Preliminary Investigation from the UK. *Sociologia Ruralis*, 40(3), 285-299.
- Holloway, Lewis, Kneafsey, Moya, Venn, Laura, Cox, Rosie, Dowler, Elizabeth, & Tuomainen, Helena. (2007). Possible Food Economies: a Methodological Framework for Exploring Food Production-Consumption Relationships. *Sociologia Ruralis*, 47(1), 1-19.
- Jaffee, Daniel, Kloppenburg, Jack R., & Monroy, Mario B. (2004). Bringing the 'Moral Charge' Home: Fair Trade within the North and within the South. *Rural Sociology*, 69(2), 169-196.
- Jaroszy, Lucy. (2008). The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas. *Journal of Rural Studies*, 24(3), 231-244. doi: 10.1016/j.jrurstud.2007.10.002
- Kirwan, James. (2004). Alternative Strategies in the UK Agro-Food System: Interrogating the Alterity of Farmers' Markets. *Sociologia Ruralis*, 44(4), 395-415.
- Kjeldsen, Chris, & Ingemann, Jan Holm. (2009). From the Social to the Economic and Beyond? A Relational Approach to the Historical Development of Danish Organic Food Networks. *Sociologia Ruralis*, 49(2), 151-171. doi: 10.1111/j.1467-9523.2009.00487.x
- Københavns Fødevarerfællesskab. (2014). FoodNet – et open source IT-medlemssystem for økologiske fødevarerfællesskaber. Ansøgning om tilskud i 2015. Grøn pulje for lokal afsætning af fødevarer.
- Lacy, William B. (2000). Empowering Communities Through Public Work, Science, and Local Food Systems: Revisiting Democracy and Globalization. *Rural Sociology*, 65(1), 3-26.
- Lamine, Claire. (2005). Settling shared uncertainties: local partnerships between producers and consumers. *Sociologia Ruralis*, 45(4), 324-345.
- Lyson, Helena C. (2014). Social Structural Location and Vocabularies of Participation: Fostering a Collective Identity in Urban Agriculture Activism. *Rural Sociology*, 79(3), 310-335. doi: 10.1111/ruso.12041
- Marsden, Terry, Banks, Jo, & Bristow, Gillian. (2000). Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40(4), 424-438.
- Noy, Chaim. (2008). Sampling Knowledge: The Hermeneutics of Snowball Sampling in Qualitative Research. *International Journal of Social Research Methodology*, 11(4), 327-344. doi: 10.1080/13645570701401305

- Pedersen, Kirsten Bransholm, & Kjærgård, Bente. (2004). Do We Have Room for Shining Eyes and Cows as Comrades? Gender Perspectives on Organic Farming in Denmark. *Sociologia Ruralis*, 44(4), 373-394.
- Rudbeck, Jørgen. (2014, 10.06.2014). Aarstiderne når økonomisk højdepunkt, *FødevareWatch*. Retrieved from <http://fodevarewatch.dk/Fodevarer/article6792419.ece>
- Starr, A. (2010). Local Food: A Social Movement? *Cultural Studies <=> Critical Methodologies*, 10, 479-490. doi: 10.1177/1532708610372769
- Tregear, Angela. (2011). Progressing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda. *Journal of Rural Studies*, 27(4), 419-430. doi: 10.1016/j.jrurstud.2011.06.003

11. BILAG

Bilag 1. Den kvalitative undersøgelses respondenter
Byboere

Mikkel	23/10	36 år. Bor på Nørrebro med sin kæreste.	Vokset op i byen. Arbejder med design af byrum med fokus på natur og sundhed.
Astrid	24/10	33 år. Bor på Østerbro med sin kæreste og to børn på hhv. 3 år og 5 måneder	Vokset op i villa i provinsby i Himmerland. Tager på ture til gårdbutikker i weekender eller i forbindelse med ferier og familiebe-søg. Handler i Torvehallerne i København
Titte	24/10	42 år. Bor på Nørrebro med sit barn på et år	Vokset op på landet, Østjylland Skolelærer, underviser i hjemkundskab.
Karina	29/10	37 år, bor med samlever og et barn på 2 på Østerbro	Vokset op på fritidslandbrug på Sjælland. Køber danske råvarer, abonnerer på aarstiderne, besøger gårdbutikker på Bornholm
Claes	29/10	53 år, bor alene på Østerbro	Opvokset i udkanten af provinsby på Fyn. Har altid gået meget op i mad, en familie ting så længe han kan huske. Går efter den gode smag, sætter en ære i ikke at smide mad ud.
Maja	29/10	57 år. Bor med sin mand på Nørrebro. Har to børn, der er flyttet hjemmefra	Vokset op på landet. Har tidligere været medlem af Københavns Fødevarerfælles-skab, men har nu kolonihave i stedet, hvor hun dyrker sine egne grønsager. Bruger Torvehallerne i København
Andreas	31/10	26 år, bor med sin kæreste på Nørrebro	Vokset op i villa i provinsby på Fyn. Medlem af Københavns Fødevarerfælles-skab. Flytter snart til Jylland.

Producenter

Anders Lindgård Kysøko	27/10	68 år. Æbler o.a. frugt	Leverer til Københavns Fødevarerfælleskab, Pilotprojekt med distribution af lokalefødevarer (LAG Slagelse) Sorø Farmer's market, Stakladen i Ringsted, Madmarked, Gårdsalg
Dan Christensen Engvang Frugt og Specialiteter	30/10	40 år. Frugt, grønt, fri- landsgrise (i lille skala)	Gårdbutik, Torvet i Køge, lidt til Superbrug-sen Bondens Marked Gisselfeld, Østsjællands Museum
Jens Frederik Skovs- gaard Kragholm Torupgaard Får og Lam	30/10	Lammekød, uld, skind	Restaurations-, Bondens Marked København/Gisselfeld, Gårdbutik/netværk
Jesper Hansen	31/10	Grønt, æg	Egen gårdbutik, salg i andre gårdbutikker,

Kildemarksgården			forsøg med storkøkkener, Bondens Marked Gisselfeld
William Perch-Nielsen Klippingegård	31/10	Grønt, Jordbær, Æg	Gårdbutik, Torvet st. Heddinge
Pia Urtopia frilandsurter	04/11	Urter, friland Chili, drivhus	Madmarked, Torvet i Store Heddinge, Restaurationer. Leverer småplanter til andre producenter i Stevns Fødevarerenetværk, Bondens Marked Gisselfeld

Andre aktører

Karin Larsen	30/10	60 år, bor med kæreste og hund	Foreningsarbejde i Danmarks Jægerforbund Oplyser på Bondens Marked og andre steder om jagt, tilberedning af vildt, og naturpleje. Opvokset på Frederiksberg Jager ikke selv, tager med til formidlingsarrangementer.
Ole Jervin	30/10	64 år, bor i Sydhavnen med hustru og kat	Foreningsarbejde og undervisning i Danmarks Jægerforbund og diabetesforeningen. Opvokset i Herlev. Spejder og i forsvaret gennem mange år. Oplyser på Bondens Marked og andre steder om jagt, tilberedning af vildt, og naturpleje
Martin "Guf" Rasmussen og Line Udby	04/11	Lokal Kærlighed	Har startet restaurant på Rødvig Havn i 2014, der laver mad baseret på lokale fødevarer

Bilag 2. Spørgeguide til kvalitative interviews

Vil du sige til båndet, hvad du hedder, hvor gammel du er, og om der er børn i husstanden?

Vil du også lige sige, om vi må citere med mit navn?

Er du eller andre i hustanden opvokset på landet?

Kan du sige noget om, hvordan du er engageret omkring det med lokale råvarer?

Hvem samarbejder du med omkring udveksling af fødevarer?

Hvilke relationer har du til dem, du samarbejder med?

Hvordan samarbejder I?

Hvad betyder samarbejdet for dig?

Hvordan kom du i gang med samarbejdet?

– og hvordan har det udviklet siden du startede?

Hvad synes du landlige omgivelser har at byde på?

Hvordan synes du at potentialerne bliver udnyttet?
(Hvorfor, hvorfor ikke,?)

Er det nyt for dig at have en så direkte relation omkring fødevarer?

Hvad har det betydet for din oplevelse af landlivet/bylivet?

Hvilken betydning tror du nye relationer har for dine eller andres overvejelser om at flytte på landet?

Kan du komme i tanke om andre, du tror vi kunne synes var spændende at snakke med?

(Her tænker jeg særligt på producenter – ved byboer/lokale foreninger, forsamlingshuse – ved landboer)

Vi afholder 3 workshops i november, 10/11 i København, 22/11 på Stevns (transport arrangeres) og 25/11 i København. Har du lyst til at deltage?

Bilag 3: Program for workshop 2 på Stevns

Program

Afgang kl. 9.30, Guldbergsgade ved Empire Bio, 2200 København N.

Undervejs til Stevns holder Pia et kort oplæg om baggrunden for mødet, og I vil få udleveret spørgsmål til 'bus' debat.

Der er bestilt smurte rundstykker og kaffe/te fra 'Det rene brød'.

Ankomst 11.00 / Afgang 11.20: Drosselvej 3, 4652 Hårlev.

Hellested Forsamlingshus Forpagter Fie Mathiesen fortæller om Forsamlingshusets funktioner.

Ankomst 11.40 / Afgang 12.40, Kulagervej 23, 4653 Karise: Landbrugslauget Brinkholm og Oggi:SLOW.

Landbrugslaug bestyrer Ingelise fortæller om landbrugslauget og viser rundt på gården. Dorthe fortæller om hendes erfaringer med SLOW lokalproduktion.

Ankomst 13.05 / afgang 13.45, Skuderupvej 9, 4640 Faxe: Bonderød (Hvidløg & Vin)

Lotte Ravn Rei fortæller om udfordringer og glæder ved opstart af økologisk specialproduktion og det lokale samarbejde.

Pia Frøslev Frederiksen fortæller i bussen om Stevns Marked og om at være tilflytter og iværksætter i Stevns

Ankomst 14.00 / Afgang 15.00, Algade 11, 4660 St. Heddinge: Frokost, Stevns Madmarked

Under frokosten fortæller Borgmester Mogens Haugaard Nielsen om Stevns Kommunes initiativer og visioner for lokal fødevareproduktion som dynamo for bosætning og erhvervsudvikling på landet.

Udviklingskonsulent og Rasmus Visby fortæller om, hvordan det er at bo i Stevns Kommune og tanker om udviklingsretninger.

Og så er der tid til uformel snak.

Ankomst 15.15 / Afgang 15.40, Varpelevvej 2, 4671 Strøby: Engvang gårdbutik og Stevns Urter:

Anni Cassias fortæller om at være økologisk producent og leverandør af urter til lokal forarbejdede råvarer. Dan Christensen fortæller om at dyrke frugt og have gårdbutik.

Der kan købes ind i Gårdbutikken.

Ankomst KBH: 17.00 Guldbergsgade, 2200 København N

På busturen på vej tilbage deler vi dagens oplevelser.

Bilag 4. Workshop 3 resultater på post-its.

