



Den lokale dagligvarebutik i fremtidens landsbysamfund?

Borgere på banen

Tanvig, Hanne Wittorff; Herslund, Lise Byskov

Publication date:
2023

Citation for published version (APA):
Tanvig, H. W., & Herslund, L. B. (2023). *Den lokale dagligvarebutik i fremtidens landsbysamfund? Borgere på banen*. Institut for Geovidenskab og Naturforvaltning, Københavns Universitet.



Den lokale dagligvarebutik i fremtidens landsbysamfund?

– Borgere på banen

Hanne Wittorff Tanvig og Lise Byskov Herslund

Om hæftet

Titel

Den lokale dagligvarebutik i fremtidens landsbysamfund?
– Borgere på banen

Forfattere

Hanne Wittorff Tanvig og Lise Byskov Herslund

Udgiver

Københavns Universitet
Institut for Geovidenskab og Naturforvaltning
Rolighedsvej 23
1958 Frederiksberg C
www.ign.ku.dk

ISBN

ISBN 978-87-7903-902-5 (papir)

ISBN 978-87-7903-903-2 (web)

Fotos

Hanne Wittorff Tanvig

Grafisk arbejde

Jette Alsing Larsen

Webversion

Findes på www.ign.ku.dk/publikationer/haefter

Trykkeri

Redhill
Oplag: 100 stk.

Maj 2023

Indhold

Indhold	3
Baggrund	4
Forskellige løsninger	5
De tre modeller	5
Frivillighed	6
Varianter	7
Ubemandet løsning?	8
Fordele ved borgerstøttede købmænd	8
Udfordringer for borgerstøttede købmænd	9
Eksempler på modeller	10
Købmanden i Stauning – kategori A	10
Købmanden i Errindlev – kategori B	12
Købmanden i Lundeborg – kategori C	14
Varianter af kategori C	16
De yngre generationer	17
Pilotundersøgelse	17
Forskellige landsbysamfund	20
Lokal udviklingskapacitet	20
A, B eller C	20
Hvordan skal man tage fat?	22
Opstart af kategori A eller B	22
Opstart af kategori C	22
Når fundamentet ikke er stærkt	22
Politik og støtte	24
Inspiration fra udlandet	25
Noter	26

Baggrund

Dette hæfte handler om muligheder for at sikre den lokale dagligvarebutik i små samfund¹. Lukning af købmandsbutikken gør ondt, men centraliserende mekanismer i samfundet har alligevel fået det sidste ord mange steder. Man kan miste muligheden for at gøre de daglige indkøb og en livsnerve som mødested – og det vil påvirke bosætningen i landsbyerne i negativ retning med selvforstærkende virkning. I de seneste år har en del landsbysamfund valgt at bryde den spiral ved selv at tage ejerskab til forretningerne. Ofte er det foregået i samarbejde med Dagrofa-koncernen, som har oplyst, at de har medvirket i 100 eksempler. I Coop-regi ses ligeledes eksempler på redninger af dagligvareforsyningen gennem et samarbejde med borgerne. Men hertil kommer et ukendt antal løsninger, hvor borgerne uafhængigt af de store koncerner selv tager hånd om deres dagligvarebutik.

Deres overlevelse på længere sigt kan vi ikke vurdere. En lille undersøgelse kan dog give et fingerpeg om styrken af borgernes indsats også i ekstraordinære modgangstider. Vi har undersøgt udviklingen i omsætning hos butikker med borgere som medejere versus butikker uden borgernes medejerskab i årene 2020-2022 med energikrise og inflation. Målt i omsætningstal viser den således en tendens til, at butikker med borgernes medejerskab har stået skærene ligeså godt igennem som de klassisk drevne, der typisk har en langt større økonomi. Borgernes engagement har vist sig i form af deres loyalitet som kunder, og at de er trådt hjælpende til med løsninger til nedbringelse af udgifter til energi².

Hæftet her har især fokus på samspillet mellem landsbysamfundet og den lokale butik og går ellers ikke ind i detaljeret virksomhedsøkonomi.

Forskellige løsninger

I medierne omtales initiativerne som borgerdrevne eller borgerstøttede købmænd og som regel ser de ikke, at der faktisk er tale om forskellige typer af løsninger. Fænomenet er i øvrigt langt mere udbredt i den vestlige end i den østlige del af landet. Vores studie har vist, at der er tale om tre hovedmodeller³.

Kategori A Selvstændig købmand lejer butikslokaler af borgerne	Borgerne har samlet penge sammen for at købe bygning til butikken, som lejes ud til den selvstændige købmand. Frivillig arbejdskraft kan indgå i mindre omfang. Forretningen indgår i en af Dagrofas kæder.
Kategori B Bestyrelse af borgere ansætter købmand	Borgerne har erhvervet bygningen, men har også det overordnede driftsansvar. Der er typisk ansat en daglig leder. Frivillig arbejdskraft indgår i større omfang. Også denne forretning indgår i en af Dagrofas kæder.
Kategori C Borgere ejer og driver butik	Borgerne både ejer og driver selv forretningen på uafhængig basis. Som regel deltager alle på ulønnet, frivillig basis.

De tre modeller

Fælles for de tre modeller er, at borgerne samler penge sammen for at opnå ejerskab til de fysiske rammer for forretningen, og at de i større eller mindre grad giver en hånd med ved forefaldende arbejde på frivillig basis. Til gengæld forestås driften af selve forretningen yderst forskelligt. Her har vi fundet en 'grundlov': Jo mindre det lokale kundegrundlag umiddelbart er, jo mere skal borgerne selv indgå i driften. Netop det forhold bevirker, at

vandene skilles for de mindste samfund, for beliggenheden og de lokale kompetencer og ressourcer vil blive afgørende. I alle tre kategorier har vi dog set udfordringer.

Kategori A

Kategori A ligner den gode, gamle købmændsbutik med en selvstændig købmand. Her er der som regel tale om en lidt større landsby med en beliggenhed, som bevirker, at der kan tiltrækkes strøgkunder til butikken. Her er den primære udfordring

at finde en 'rigtig' købmand, som ser en personlig tilfredsstillelse ved at gøre noget ekstra for landsbysamfundets skyld. Erfaringerne viser ellers, at de relativt få købmands-uddannede foretrækker at drive forretning i et egentligt vækstområde.

Kategori B

Kategori B-modellen findes især, hvor kundeunderlaget umiddelbart er mindre og beliggenheden ikke er optimal for tiltrækning af kunder udefra. Her viser det sig oftere endnu vanskeligere at rekruttere en 'rigtig' købmand, som vil tage ansvaret, eje og drive forretningen som selvstændig. Derfor skal landsbysamfundet selv påtage sig det overordnede ansvar for driften og mønstre en kompetent bestyrelse, kunne finde og være arbejdsgiver for en daglig leder. Udskiftning af de daglige ledere som følge af kompetencer og usikre vilkår er almindeligt, ligesom bestyrelsens medlemmer ofte må tage del i den daglige dont.

Kategori C

Kategori C-butikker er deres egne og altså ikke forbundet med Dagrofa (eller Coop). Her er det lokale kundeunderlag yderligere begrænset, men ofte er der tale om en attraktiv beliggenhed f.eks. i naturskønne omgivelser og besøgsål for mange folk bosiddende uden for området. Butikkens eksistens beror ikke mindst på lokale kræfter, der med fælles interesse kan drive en butik med sit eget præg.

Engagementet og det sociale udbytte for lokalsamfundet er så stort, at det 'bærer lønnen i sig selv' og kompenserer for lønudgifter til ansat personale. Når humlebien flyver, skyldes det desuden, at der dannes et attraktivt mødested forbundet med salg af varer med oplevelsesøkonomiske dimensioner som f.eks. særlige stedlige produkter og værdier. Det forudsætter imidlertid et stærkt lokalsamfund, som også vil bruge mange ressourcer på funktionen.

Frivillighed

Frivillig, ulønnet arbejdsindsats indgår ikke på samme måde i de tre kategorier. I kategori A har vi f.eks. set, at frivillig arbejdskraft i den daglige drift er forholdsvis beskedne og mere omfattende i kategori B. I kategori C er den alfa og omega. De forskelle skyldes de lokale muligheder men også, hvad frivillige overhovedet må byde ind med på arbejdsmarkedet. Når der er tale om en privat virksomhed, som i kategorierne A og B, må frivillig, ulønnet arbejdskraft f.eks. ikke erstatte lønnet arbejdskraft og de funktioner, som den normalt varetager. Det skal være ekstraordinære, midlertidige opgaver, samtidigt med at en række andre forholdsregler gør sig gældende. Da kategori C som regel er helt afhængig af frivillig deltagelse i driften, også fordi der som regel ikke er økon-



omisk luft til at aflønne fast leder og personale, har det ofte den betydning, at forretningen må organiseres som foreningsdrevet aktivitet. Derved stilles frivilliges bistand friere, men det indebærer også begrænsninger. F.eks. har man ikke samme adgang til finansieringsmuligheder, og man må f.eks. ikke tilknytte særligt udsatte grupper, med mindre der er ansat en daglig leder. Ordet 'borgerdrevet' i bogstavlig forstand synes mest relevant i forbindelse med kategori C og forekommer os at være en tilsnigelse at anvende i forbindelse med drift af butikker i kategori A og B.

Se eksempler på de tre kategorier:

Kategori A: Købmanden i Stauning (side 10).

Kategori B: Købmanden i Errindlev (side 12).

Kategori C: Købmanden i Lundeborg (side 14).

Varianter

Til hver af ovenstående kategorier har vi fundet afvigere, som trækker elementer ind fra en af de andre kategorier. F.eks. har vi fundet et eksempel i kategori B, der lige såvel kunne tilhøre kategori A som følge af volumen, således Købmanden i Astrup. Her har personlige og lokalhistoriske forhold med bund i andelsbevægelsen gjort en forskel. Blandt eksempler, der mest ligner kategori C, har vi f.eks. fundet Købmanden i Fjaltring,

som har en ansat, daglig leder men uden Dagrofa i baggrunden. Tilmed har vi fundet helt små butikker drevet af selvstændige købmænd, f.eks. på Avernakø og Lyø, altså nærmest som kategori A dog uafhængige af Dagrofa. Sommerturismen betyder meget her, men det kan lade sig gøre at drive dem på helårsbasis som følge af særligt favorable private vilkår for forpagterne tilbudt fra lokalsamfundenes side.

Ubemandet løsning?

Vores opmærksomhed har været rettet mod købmænd, der eksisterer som følge af borgeres økonomiske medvirken. I skrivende stund dukker flere og flere eksempler op på ubemandet dagligvareforsyning i landsbyer. Det kan f.eks. være i form af lokaler eller af containere med basale dagligvarer, som borgere kan få elektronisk adgang til, og som betjenes og drives af en købmand et andet sted. Herved får vedkommende styrket sit eget forretningsgrundlag, og umiddelbart er det en nem løsning for borgerne.

Andre steder er vareudbringning løsningen, evt. arrangeret digitalt, eller måske at en købmand henter og bringer kunderne fra hjem til butik. Også fælles organiseret indkøb og udbringning ses som eksempler. Fælles for dem er imidlertid, at

de næppe kan erstatte den rolle, som den borgerstøttede butik spiller, nemlig som det centrale, fysiske mødested og et fælles anliggende for alle i lokalsamfundet.

Kreativiteten kan blive afgørende, når der ikke er basis for en klassisk dagligvarebutik på almindelige forretningsvilkår.

Fordele ved borgerstøttede købmænd

Det er oplagt, at adgang til dagligvarer i nabolaget er en fordel og især for folk, som ikke bare kan købe ind andre steder, hente apotekervarer, pakker eller hvad den lokale butik også måtte byde på. Men en række andre fordele fremgår desuden tydeligt.

For alle kategorier:

- Her er der et uformelt og spontant mødested fælles for alle, på tværs af generationer og også et sted hvor f.eks. tilflyttere kan møde de 'gamle' bosiddende
- Som frivillig er man med til at styrke butikken og sammenholdet i landsbyen. Mange undgår ensomhed og oplever desuden en personlig tilfredsstillelse

Desuden for kategori C:

- Mødestedet er indrettet til og virker som en 'dagligstue' for alle også for folk udefra som potentielle tilflyttere og blandt yngre generationer
- Det særlige sortiment og andre funktioner som f.eks. salg af lokale varer og kunst kan brande landsbyen
- Civilsamfundet må generelt varetage flere funktioner, da forretningen normalt ikke drives som privatøkonomisk virksomhed. At drive forretningerne forudsætter og indebærer fortsat styrkelse af lokal viden og tværgående samarbejde, således den lokale udviklingskapacitet

Udfordringer for borgerstøttede købmænd

Uanset hvilken model man arbejder med findes nogle faktorer, der kan true butikkens succes i det lange løb, hvis man ikke tager højde for dem i tide. Her tænker vi f.eks. på:

Fælles for de tre kategorier:

- Nyhedsværdien ved at etablere butikken slipper op på et tidspunkt, og kunder kan falde fra med mindre, der fortsat gøres noget ekstra

- Den daglige ledelse skal kunne investere mere end almindelig arbejdstid, sætte sin sjæl ind og ikke mindst nyde lokalsamfundets respekt
- Frivillig arbejdskraft kan slides op og folk kan føle sig misbrugt
- Yngre generationer er ikke automatisk loyale og foretrækker ofte et andet sortiment
- Yngre generationer træder heller ikke uden videre i fodsporene på de ældre som frivillig arbejdskraft
- Lokalsamfundets fællesskab og det moralske underlag for butikken kan blive svækket
- Energikrise og andre store samfundsmæssige udfordringer kan ramme hårdt, især hvis ovenstående faktorer gør sig gældende

Især for kategori C:

- Man er ikke sidestillet med andre virksomheder f.eks. i finansieringssystemer og i erhvervspolitik
- Da det sjældent er muligt at foretage ansættelser, forhindrer lovgivning, at der kan tilknyttes særligt udsatte persongrupper, herunder f.eks. flygtninge eller opnåelse af betegnelse socialøkonomisk virksomhed, hvilket de lokale samfund dér typisk ville finde godt
- Miljøet skal være ekstra innovativt men kan så også fastholde og tiltrække nye kunder og brugere, bl.a. fra de yngre generationer

Eksempler på modeller

Købmanden i Stauning – kategori A



Man kan se købmanden på vejen forbi

Min Købmand Stauning

Del af 'Min Købmand'-kæden.

Ny købmand siden 2019.

Omsætning 13 mio. i 2022.

Almindelige købmandsvarer, en del økologiske produkter, visse lokalt producerede varer f.eks. whisky og honning.

Gængse funktioner som f.eks. forhandling af Tips/Lotto, udlevering fra Apotek og pakker. Desuden nøgleudlevering til sommerhuse.

Lokale kunder og en omfattende strøghandel, mange turister. Vareudbringning.

Se [www.facebook.com/Min købmand, Stauning](https://www.facebook.com/Min_købmand_Stauning)

Som en af de drivende kræfter bekrivende har udtrykt det: "Det er vigtigt, at vi har en lokal dagligvareforretning, men vi skal ikke blandes ind i selve driften, for det har vi ikke forstand på".

Historie

En tidligere Brugsen, der havde lokaler i det tidligere mejeri midt i landsbyen, gik konkurs i 2018. Det førte en kreds af lokale folk til at samle penge ind i form af anparter, de fleste á 5.000 kr. og enkelte á et noget større beløb, og de modtog desuden midler fra LAG-ordningen. På det grundlag kunne det nydannede Stauning Mejeri ApS købe bygningen og inventaret og foretage en omfattende renovering, så bygningen nu fremstår markant i bybilledet.

I et samarbejde med Dagrofa fandt de en købmand, som ville flytte ind på gode lejevilkår i en stor del af den renoverede bygning. Ovenpå er der indrettet et antal lejligheder, som bidrager til selskabets økonomi.

Folkene i forretningen

Købmanden ser det som en livsform at være købmand og få en forretning til at blomstre. 60-70 timers ugentlig arbejde bliver det nemt til.

Foruden købmanden selv var der 17 på lønningslisten i 2022 svarende til 5-6 årsværk. Dertil bidrager et antal frivillige med forskellige supplerende aktiviteter som f.eks. udpakning og udbringning af varer. Købmanden finder den frivillige indsats af stor betydning, fordi den styrker båndene til de lokale kunder. Mange af de frivillige 'vil bare gerne', fordi det giver mening i deres dagligdag.

Købmanden deltager selv aktivt i lokale arrangementer som f.eks. Stauning Jazzfestival, spiller fodbold og er blevet et kendt ansigt i miljøet.

Beliggenhed

Stauning ligger ud til Ringkøbing Fjord og har en lille havn. Beliggenheden tiltrækker mange – både nye bosiddende, turister og strøgkunder.

Indbyggere

Landsbyen er i vækst og har nettotilflytning. I 2022 boede 364 i landsbyen og i sognet 717. Mange er pendlere. Stauning har været et landbrugssamfund indtil for få år siden.

Organisering

Landsbyfællesskaber er på tværs repræsenteret ved en sogneforening. Initiativet omkring købmanden er taget af det selvstændige Stauning Mejeri ApS.

Købmanden i Errindlev – kategori B



De frivillige har nok at lave

Errindlev Købmandshandel

Del af 'Min Købmand'-kæden.

Etableret som borgerstøttet købmand i 2010.

Omsætning ca. 7 mio. i 2022.

Almindelige købmandsvarer, enkelte lokalt producerede varer (kød, honning og bagerbrød).

Gængse funktioner som f.eks. forhandling af Tips/Lotto, udlevering fra Apotek og pakker.

Lokale kunder.

Se www.facebook.com/Errindlev

I Errindlev er der af flere omgange kæmpet for at bevare købmanden.

Historie

Den tidligere Brugsen blev nedlagt, og i stedet startede en købmand. Efter tre år gav han op, hvilket fik borgerne til samle penge sammen til at kunne købe varelageret, overtage forretningen og selv ansætte en købmand. De dannede et ApS til formålet. Bygningerne ejes fortsat af den tidligere købmand.

I mange år har forretningen været et aktiv for landsbysamfundet, både som kilde til dagligvareforsyning og som samlingspunkt i hverdagen.

I 2022 var forretningen igen lukningstruet pga. underskud, hvor forklaringen lød, at de lokale ikke købte tilstrækkeligt ind i butikken længere.

De historisk tætte bånd mellem købmandsforretningen og landsbysamfundet har vist sig bl.a. i form af en betydelig frivillig, ulønnet indsats især fra seniorers side. Den økonomiske situation og det forhold, at de frivillige også var ved at være trætte, bevirkede, at den oprindelige kreds omkring forretningen inviterede de lokale borgere med på råd. Udgangen blev, at nye og yngre kræfter sluttede sig til og er med til at sikre en fortsat drift.

Folkene i forretningen

Forretningen har reduceret antallet af ansatte, så der nu er en fuldtids- og en deltidsansat foruden ung-arbejdere. En kreds af frivillige tager imod varer og sætter på plads.

Beliggenhed

Errindlev var centrum i et landbrugsområde i det sydlige Lolland og dermed en landsby med mange funktioner. Nu er den fortrinsvis et bosted.

Indbyggere

Indbyggertallet er faldende bl.a. som følge af fraflytning. I 2021 boede 263 i landsbyen og 479 i sognet.

Organisering

I landsbyen har man haft tradition for at gå sammen om at løse forskellige fælles udfordringer, og der findes fortsat flere foreninger.

Købmanden i Lundeborg – kategori C



Også udenfor er der indrettet mødested

Købmanden i Lundeborg

Ny købmand siden 2019.

Omsætning 4,2 mio. kr. i 2021 (gældfri i 2024).

Almindelige dagligvarer og specialvarer af høj kvalitet, en række lokalt producerede varer, friskbagt brød o.l. Dagrofa leverer basisvarer, medlemmerne køber selv andre varer ind.

En del af butiksarealet er 'hyldemetre', hvor lokale producenter/kunsthåndværkere kan leje plads til udstilling af deres varer. Købmanden forestår salget og får en andel heraf.

Café inde i butikken, legefaciliteter til børn inde og ude, borde/bænke på et nyrenoveret torv udenfor.

Åbent få timer først på dagen og få timer sidst på dagen. Om sommeren åbent hele dagen.

Lokale kunder og mange turister især om sommeren.

Hjemmeside: www.koebmandenilundeborg.com

En foregangsperson sagde: "Sommergæsterne er med til at finansiere, at butikken og mødestedet kan have åbent hele året, men det er lavet for os selv".

Historie

Borgerne i Lundeborg manglede en købmand og et samlingssted efter lukning af den tidligere købmand. I 2018 dannede de en forening med 185 medlemmer og rejste ved hjælp af engangskontingenter å 500 kr., støtte fra andre foreninger på mellem 3.000 og 10.000 kr. og 'borgerlån' i øvrigt en startkapital på 400.000 kr.. Mange var involveret i renovering af lokalerne, indretningen og stillingtagen til sortiment, leverandører osv. Man lejer sig ind hos ejeren, der selv driver forretning andetsteds i bygningen. Lundeborg Havn støtter huslejen.

De lokale initiativtagere betragter købmanden som en 'social' funktion, der skal styrke helårsbeboelse og udviklingen i lokalsamfundet.

Folkene i forretningen

55 frivillige (i 2022) står for alle opgaverne ved driften, og de frivillige står i kø. Om sommeren er der tilknyttet lønnet arbejdskraft, så der er sikkerhed for lang åbningstid.

Ledelsen forestås af bestyrelsen for foreningen. Den er sammensat af fagligt relevante personer. Formanden er f.eks. en tidligere bankmand, som har ansvar for økonomi.

Beliggenhed

Lundeborg ligger på Østfyn og er bl.a. kendt for sin lille havn, musik og miljøet omkring den. Landskabeligt ligger Lundeborg helt for sig selv omkranset af bakker, hvilket også præger butikkens lokale kundepotentiale.

Indbyggere

Der er en mindre tilvækst til landsbyen, som i 2021 havde 436 indbyggere. Fra at være et lille fiskersamfund, er det i højere grad blevet et sted for folk med kreative interesser og udfoldelsesmuligheder og med en betydelig deltidsbosætning.

Organisering

Der arbejdes på at mobilisere lokalsamfundet på tværs, mens der findes flere forskellige foreninger o.l. Købmanden har f.eks. sin egen.

Varianter af kategori C

- Købmanden i Fjaltring, hvor lokalsamfundet har ansat en daglig leder, men som ikke er en del af Dagrofa (og dermed kunne have været en kategori B).
- Købmændene på Avernakø og Lyø, som er drevet af forpagtere (og derved kunne ligne kategori A's selvstændige købmænd), men hvor forretningens eksistens hænger nøje sammen med gunstige opholdsvilkår for forpagterne.

Købmanden i Fjaltring – en variant

Fjaltring-Trans er kendt for sin storslåede natur og markante beliggenhed ud til Vesterhavet, med udsigt til Trans Kirke og Bovbjerg Fyr, og har tiltrukket mange turister men særligt kunstnere og kreative sjæle som helårsboere igennem tiderne.

Til trods for et lavt indbyggertal er der opbygget et stærkt lokalsamfund ressourcemæssigt set, som har taget initiativ til en række store fælles funktioner. Miljøet bevirker, at mange børnefamilier nu slår sig ned.

Et af initiativerne er Fjaltring Købmandshandel, der har særlige varer på hylderne, byder på oplevelser som en del af en palette af lokale tilbud. Navnlig er den kendt for handling af mange typer kvalitetsoste, også via nettet, og startede f.eks. for år tilbage med Thises berømte Vesterhavssost, der er lagret på Bovbjerg. Lokalt vil man have sin



Købmanden i Fjaltring er noget særligt

egen butik, hvor en kreds af kompetente lokale kræfter står bag ledelsen. Til den daglige drift er der tilknyttet en lønnet 'købmand'.

De yngre generationer

I vores forudgående undersøgelse bemærkede vi, at redningen af de truede købmænd var en dagsorden særligt for borgere i den modne alder. Det var også dem, som var de mest loyale kunder og oftest deltog som frivillig arbejdskraft. Mange af de interviewede gav dog samtidigt udtryk for, at de kunne ønske sig flere yngre frivillige, og at de yngre generationer i det hele taget støttede deres butik noget mere. Derfor er det et godt spørgsmål, hvordan fremtiden for lokal dagligvareforsyning vil tegne sig, når dagens modne befolkning ikke kan udgøre fundamentet længere.

Vi har kigget i krystalkuglen ved at se på de yngre generationers adfærd af betydning for temaet. Hertil trækker vi på nyere undersøgelser og statistik samt en lille pilotundersøgelse⁴.

Heldigvis peger tendenserne i nyere undersøgelser og statistik på, at de yngre generationer vil være at finde i fremtidens landsbyer, hvad nogen måske ellers kunne starte med at betvivle jf. den generelle fortælling om afvandring fra landdistrikterne. Livsstile med ønsker om nærhed til natur, adgang til jord og fysiske udfoldelsesmuligheder samt en mindre presset økonomi garneret med det digitaliserede samfunds muligheder for at arbejde hvor som helst trækker i den retning. I flere år er det slået igennem som nettotilflytning til mange af de små samfund også ofte med lang afstand til

de største byer, vel at mærke ofte af folk med en relativt høj uddannelse.

I vores egen, tidligere undersøgelse blandt forskellige landsbysamfund var det også tilfældet. Nogle af de yngre bosiddende var 'lokale', men andre kom langvejs fra, tiltrukket af herlighedsværdier og et særligt attraktivt miljø. Der, hvor vi særligt fandt de yngre generationer, som også var særligt involveret i den lokale dagligvarebutik både som kunder og frivillige, var dog primært i forbindelse med eksistensen af en kategori C-butik. Børnefamilier stimlede f.eks. sammen hos købmændene i Alken og i Lundeborg, hvor miljøet og indretningen appellerer til det. Her findes f.eks. en cafe med nybagt brød foruden møde-, sidde-, læse- og legemuligheder.

Pilotundersøgelse

Vi fik lidt mere at vide om, hvordan de yngre tænker om temaet og deres egen adfærd i pilotundersøgelsen. Den omfattede dels en gruppe af unge, uddannelsessøgende nu bosiddende i byer men med opvækst på landet og dels en mindre gruppe unge familier bosiddende i landsbyer.

Skal vi tage bestik af deres synspunkter samlet set, tyder det på, at fremtiden for lokal dagligvare-

forsyning i landsbyerne vil afhænge af, hvordan den tilbydes. Indkøb vil blive foretaget, hvor de finder de varer, de særligt ønsker – enten pga. priser eller sortiment – og ikke af loyalitet til den lokale butik.

- Vi er en generation, der tænker mere på convenience. Vi skal nok få fødevarer, til gengæld er fællesskaberne en mangelvare
- Nej, jeg vil gerne kunne sige ja, men vi valgte landsbyen pga. skolen. Købmanden er en frisættende mulighed, og jeg vil virkelig kæmpe for den, men nej, den er ikke vigtig
- Vi bruger købmanden, fordi den er der. Hvis den ikke var her, ville vi nok hurtigt finde på noget andet og ikke tænke på det mere. Vi har en lille købmand 2 km væk til de hurtige løsninger. Mælk, rundstykker og pakker. Men jeg handler mest andre steder og kan lide friheden til selv at vælge

Når de unge umiddelbart hørte ordet 'købmand', så de for sig en ret kedelig butik med kedelige, almindelige dagligvarer. Til gengæld lagde de vægt på tilstedeværelse af mødesteder og oplevelser forbundet med livet i landsbyerne, hvis de skulle tiltrækkes.



Ubemandet butik – men noget anderledes

- Hvis der er en dagligvarehandel, så tror jeg det bliver på en ny måde, hvis det overhovedet ville være der. Det kan være med en app eller nøgle og tillidsbaseret
- Jeg handler hver dag i Dagli'brugsen, hvor jeg skal have den daglige sludder. Vi siger i landsbyen, at det ikke tager 5 minutter at handle i brugsen, det tager 1,5 time, og det er folk indstillet på.

Samtidigt understregede de, at bedre adgang i landsbyerne til f.eks. lokale produkter og varer eller funktioner, der i det hele taget har oplevelsesværdi og udgør et miljø og et socialt samlingspunkt, ville have en fremtid. Dem fra familierne praktiserede allerede det brugsmønster.

Krystalkuglen fortæller altså, at landsbyer også i fremtiden kan være attraktive som bosætningssteder, men at den almindelige dagligvarebutik, som vi bedst kender den, kan være en truet race. I givet fald tyder det på, at kategori C eller noget helt andet kommer i spil.

Købmanden i Alken – her kommer de unge

Alken er attraktiv for mange yngre at bosætte sig i, på bekvem afstand af Århus og midt i en stor natur. Men det særlige miljø i lokalsamfundet er også en vigtig tiltrækningsfaktor, og her spiller samarbejdet om købmandsbutikken – typisk kategori C – en væsentlig rolle.

Mange er involveret i driften og har direkte indflydelse på, hvad der står på hylderne. Senest har borgere etableret en lille bagervirksomhed i tilknytning til butikken, så et særligt trækplaster er friskbagt brød og dagens kage.

Butikken er således også et centralt mødested, som har åbent om eftermiddagen, hvor man kommer både for at købe ind og mødes med de andre i landsbyen. I den ene ende af butikken findes en cafe, siddemiljø og mulighed for leg og selvfølkelig indtagelse af bagværk.



I dag har borgerne bagt citronkonfektkage

Forskellige landsbysamfund

Lokal udviklingskapacitet

De forskellige typer landsbysamfund har forskellige muligheder. Når man som borgere vil igangsætte eller udvikle en lokal dagligvareforsyning, bør man tage bestik af sine kræfter og kompetencer: hvor meget af ledelse og drift kan og vil vi selv kunne bidrage med? Det kalder vi lokal udviklingskapacitet⁵.

Omfang af kundeunderlag + type af lokal udviklingskapacitet = velegnet løsning

A, B eller C

Stort lokalt kundeunderlag

Ved et relativt stort, lokalt kundeunderlag og evt. med mulighed for strøgkunder i 2022 f.eks. 1000 indbyggere og derover) kan man forestille sig alle tre kategorier i spil.

Hvis man dog foretrækker og kan tiltrække en selvstændig købmand til at stå for driften, peger det på kategori A (jf. Stauning). Ellers er det mest nærliggende at vælge kategori B, forudsat at man

samtidigt har ressourcer til at varetage ledelsen af forretningen, og at der kan ansættes en daglig leder (jf. Astrup). Både A og B forudsætter, at Dagrofa deltager, hvor butikken så bliver en af deres kædebutikker (Min Købmand eller Let Køb). Vælges kategori C udfordres det af paradokset, at den ikke må drives på forretningsvilkår, selvom kundeunderlaget måske er tilstrækkeligt.

Beskedent lokalt kundeunderlag

Ved et mere beskedent, lokalt kundeunderlag er kravet til den lokale medvirken i og ansvar for driften større. Her vil man umiddelbart have kategori B og C som muligheder.

Hælder man til den mere klassiske købmandsbutik og et samarbejde med Dagrofa, og kan man stå for den overordnede ledelse og tiltrække en daglig leder som ansættes, må det handle om B-løsningen (jf. Errindlev).

Er man mere indstillet på kategori C, skal man til gengæld kunne demonstrere noget ekstra i sortiment og funktion f.eks. muligheden for en oplevelsesøkonomisk dimension, som kan tiltrække kunder langvejs fra. C-løsningen er især mulig, når beliggenheden kan byde på stedlige attraktioner som f.eks. natur og kultur. Her skal landsbysamfundet ikke mindst ville og selv kunne stå for alt og ikke for at have et lønnet arbejde. Andre motiver



end adgang til almindelige dagligvarer lokalt skal i høj grad gøre sig gældende, som f.eks. at butikken bliver fællesskabets centralnerve (jf. Lundeborg og Alken).

Svagt lokalt fællesskab

Der findes steder, hvor det lokale fællesskab er for svagt som grobund for umiddelbart at etablere en borgerstøttet butik. Som regel er det i tyndt befolkede områder med spredt bosætning, men der er også eksempler på lidt større landsbyer, hvor man aldrig har haft, eller har mistet købmanden for år tilbage.

Som regel er fællesskabet ikke vedligeholdt, og der er ikke et aktivt lokalråd eller lignende til at

tage stafetten. Alligevel kan folk hver for sig ønske sig en lokal butik, men der er måske længere til naboer og ligesindede, og man har ikke for vane at løfte sådanne større opgaver i fællesskab. Her vil en borgerstøttet løsning næppe kunne etableres og drives i fællesskab, før der er opbygget et socialt og kulturelt fundament.

Om det kunne blive en B- eller C-løsning må tiden vise. En start kunne være, at nogle få personer allierede sig og f.eks. dannede en lokal indkøbsforening, organiserede salg af lokale produkter, samarbejdede med eksisterende butikker om noget fælles eller noget andet i den retning. Det sociale og kulturelle 'mødested' kunne netop opbygges omkring den opgave.

Hvordan skal man tage fat?

Alle de borgerstøttede butikker, vi har besøgt, eksisterer på baggrund af et aktivt foreningsliv og velfungerende fællesskaber i det hele taget. Mobilisering af lokalsamfundet må altså betragtes som en forudsætning.

Opstart af kategori A eller B

Ved dannelse af kategori A og B med Dagrofa i ryggen⁶, er der en række givne vilkår og en slags opskrift på, hvordan man kan komme i gang. Her lægges vægt på tilstedeværelsen af en aktiv forening, indsamling af midler som startkapital og dannelse af f.eks. et ApS med en bestyrelse. Det kan betegnes som et ejendomsselskab, der står for borgernes økonomiske del af løsningen gennem ejerskab til og udlejning af bygning og evt. inventar til forretningen. I kategori B skal en sådan organisering desuden eje inventaret og stå for selve driften. Normalt i kategori B dannes der en enhed til det fysiske og en til selve driften, for at holde de forskellige typer økonomier adskilt.

Nogle steder synes man, at det er bedst, at forholdsvis få og pengestærke folk bliver tilskudsgivere, fordi det virker mest effektivt for initiativtagerne. Andre steder lægger man mere vægt på, at den brede befolkning også får økonomisk med-

ansvar f.eks. ved, at der kan tegnes mange små anparter ved siden af større indskud og dermed give mulighed for at få indflydelse gennem valg til bestyrelse. Vi har bemærket, at det først særligt er tilfældet ved en kategori A-løsning og den anden ved kategori B.

Opstart af kategori C

Bag kategori C forudsættes et velfungerende, kreativt og erfarent fællesskab, som umiddelbart kan tage et sådant nyt initiativ og skrue en succesfuld løsning sammen. Her vil medejerskabet skulle være omfattende og bredt i særdeleshed for at forankre og sikre dækning for alle de nødvendige kompetencer og kapacitet i driften. Man skal erhverve de fysiske rammer på en eller anden måde, men sædvanligvis handler det særligt om at etablere en forening med velegnede principper for fordeling og varetagelse af de mange funktioner og opgaver for borgerne.

Når fundamentet ikke er stærkt

Her er der uden tvivl behov for en håndsrækning udefra, om end det næppe forekommer nærværende for branchen selv, med mindre der er et

forretningsperspektiv. Frivillige organisationer eller offentlige instanser er mere oplagte medspillere.

Det kan handle om at så frø i form af inspiration, samle folk og skabe incitamenter f.eks. til at skabe en lokal indkøbsforening eller en anden af

ovenstående forslag. Måske skal det startes som et møde mellem enkeltpersoner, som vil engagere sig som de første, og repræsentanter fra f.eks. kommunen eller anden part, som vil tilbyde deres opbakning og være med til planlægge de næste skridt?

Find allierede og slut jer sammen

Er der interesse og tilstrækkelig basis?

- Hvis nej, så start med at opbygge og mobilisere et større fællesskab f.eks. omkring fælles indkøb og med at mødes f.eks. om mad
- Hvis ja: Kan eller skal det være A, B eller C? Hvis A eller B – invovering af Dagrofa eller anden ekspertise

Trin 1:

Danne forening eller lignende, rejse midler til at komme i gang

Trin 2:

Erhverve og indrette ejendom med eller uden inventar, danne et ApS el. lignende, der kan være udlejer

Trin 3:

Finde selvstændig købmand (A)? Selv stå for driften, danne et ApS til at forestå overordnet drift og ansætte en købmand (B)? Eller selv afklare roller og stå for det hele i foreningsregi (C)? Eller evt. en blandingsform med særlige forpagtningsvilkår (C-variant)?

Politik og støtte

En lokal dagligvareforretning (som kan omfatte meget mere end forsyning med dagligvarer) i landsbyer har to roller:

- en erhvervsmæssig – er til for at drive forretning og
- en social – er til for at dække landsbysamfundets behov

Den første er stærkt truet og kan mange steder slet ikke praktiseres, med mindre den anden rolle også får særlig opmærksomhed. Nogle steder kan man finde en balance, men andre steder er end ikke det en mulighed. På den baggrund kan man spørge, hvordan samfundets politik og tilbud er indrettet og virker ind.

I det klassiske offentlige system for erhvervsfremme opfattes landsbyudvikling ikke som et relevant arbejdsområde i det hele taget⁷. Det vil også opfatte dagligvareforsyning som et privat, erhvervsmæssigt anliggende, som sorterer under branchens egne interesseorganisationer som f.eks. De Samvirkende Købmænd (DSK), der dog i en årække har kæmpet imod dannelse af de store, bynære indkøbscentre. Heller ikke landdistriktspolitik i almindelighed og kommunal eller anden offentlig forvaltning gør meget eller har etablerede håndtag til at støtte op. Reelt er det alene f.eks. Dagrofa og

Coop, som er økonomiske interessenter, foruden en relativt beskeden og midlertidig pulje (en del af Landdistriktpuljen), som hidtil har ydet en eksplicit støtte til dagligvareforsyning i landsbyer. Deres støtte gives dog på en række betingelser, og mange kan ikke leve op til dem.

Hvis der ikke umiddelbart er en tilstrækkelig forretningsmæssig volumen, betyder det, at mange landsbysamfund skal finde deres egne veje eller undvære en lokal dagligvarebutik. For nogle er det en spændende udfordring selv at etablere en butik, som så typisk resulterer i en kategori C-løsning. For andre er det fatalt pga. mangel på viden og andre ressourcer til selv at kunne stille noget op. Bliver der alligevel noget ud af det i de lidt svagere samfund, resulterer det typisk i kategori B-løsningen, som ikke altid har været en hensigtsmæssig løsning jf. vore erfaringer.

Et tegn på, at systemet har et blindt øje, er også, at langt de fleste af de små, borgerstøttede købmænd, som vi besøgte, følte sig overladt til sig selv, havde et stort behov for erfaringsudveksling men vidste ikke, hvor de skulle gå hen. Tilmed troede mange, at der ikke var andre i lignende situationer. Man kendte ellers alene til branchens økonomiske interessenter.

Inspiration fra udlandet

Community shops og støtte

I udlandet som f.eks. i Storbritannien har såkaldte community shops været almindelige i mange år. De er ejet og drevet af landsbysamfundene og drives efter demokratiske principper. Ganske vist skal de kunne løbe rundt økonomisk, men deres primære formål er mere socialt og at imødekomme de lokale borgeres behov for daglige fornødenheder. Derved ligner de 'vores' kategori C. De kan være drevet udelukkende på frivillig, ulønnet basis men kan også have lønnet personale. Fordi de er så udbredt lærer de automatisk om hinanden, men der findes desuden professionelle, uvildige organisationer, som kan understøtte dem og træde hjælpende til både før og efter etablering⁸.

De organisationer hjælper med formidling af mange typer viden og services, herunder facilitering af netværk og udveksling af erfaringer mellem landsbysamfund. De assisterer desuden i

forhold til forhandlinger med f.eks. finansiseringsinstitutter og myndigheder – og fungerer som regel på gratis vilkår, fordi de selv er fondsdrivne. Samlet set betyder det, at community shops fremstår som et anerkendt felt og svar på landsbybutikker, som ikke ellers ville eksistere på almindelige markedsvilkår.

Ud fra inspiration fra Storbritannien og med en relativt beskednen indsats i Danmark kunne man hjælpe mange landsbysamfund med at sikre dagligvareforsyning og den forbundne sociale og kulturelle funktion langt mere end hidtil. Det vil supplere den eksisterende indsats og støtte og være til gavn for alle landsbysamfund med ønsker om at have en lokal butik i fremtiden. Ikke mindst de landsbysamfund, som må drive den anderledes end den konventionelle for at kunne eksistere, skulle ikke længere være ladet alene om at finde en god løsning.

Noter

- ¹ Hæftet bygger på en større undersøgelse udgivet i rapporten: Hanne Wittorff Tanvig og Lise Byskov Herslund (2022): Købmanden som landsbyens omdrejningspunkt. IGN rapport. Københavns Universitet. I den undersøgelse valgte vi at se bort fra Coops eksempler af ressourcemæssige årsager. Mange af vore eksempler var til gengæld tidligere Brugser, som var blevet omdannet til købmænd.
- ² Markedsanalytiker Helene Clement Andersen, Dagrofa, har hjulpet os med tilvejebringelse af data.
- ³ Vi er bekendt med, at Coop også i enkelte tilfælde har samarbejdet med landsbysamfund om levering af udvalgte varer, i nogle tilfælde i forbindelse med kategori C-butikker som f.eks. i Alken.
- ⁴ Se f.eks. i Tanvig/Herslund (op ref.), hvori også er henvist til relevant statistik. Pilotundersøgelsen er gennemført af fremtidsforsker Tyge Mortensen, Landsbyhøjskolen, i samarbejde med os. Den er ikke publiceret.
- ⁵ Nedenfor ser vi på steder, hvor der ikke findes anden dagligvareforsyning.
- ⁶ Dagrofa har udarbejdet en manual (www.butiksdregebogen.dk), deltager som rådgiver i processen og kan tilbyde en vis økonomisk bistand.
- ⁷ Det blev bl.a. demonstreret i et udviklingsstudie, som er gengivet i: Hanne Wittorff Tanvig (2020): Den moderne landsby i ny rolle: udvikling af nye erhverv. IGN Rapport, Københavns Universitet
- ⁸ Se f.eks. Plunkett Foundation (www.plunkett.co.uk) der tilbyder en lang række services, hvoraf de fleste er gratis. Herimellem er hjælp til forretningsmodel og organisering og til kommunikation med myndigheder. De faciliterer desuden netværk, overvåger og formidler viden om alle de mange, de har som medlemmer. Derved bliver community shops gjort professionelle og de trækkes dem frem i samfundets lys som en gangbar løsning.



•KØBMAND•

VRÅD
TUDRØD
KØBMANDSLOKALE

POST

Premier's

KØBENHAVNS UNIVERSITET

INSTITUT FOR GEOVIDENSKAB
OG NATURFORVALTNING

ROLIGHEDSVEJ 23
1958 FREDERIKSBERG C

TLF. 35 33 15 00
WWW.IGN.KU.DK