



Købmanden som landsbyens omdrejningspunkt

Tanvig, Hanne Wittorff; Herslund, Lise Byskov

Publication date:
2022

Document version
Også kaldet Forlagets PDF

Document license:
[Ikke-specificeret](#)

Citation for published version (APA):
Tanvig, H. W., & Herslund, L. B. (2022). *Købmanden som landsbyens omdrejningspunkt*. Institut for Geovidenskab og Naturforvaltning, Københavns Universitet. IGN Rapport Nr. september 2022



Købmanden som landsbyens omdrejningspunkt

Hanne Wittorff Tanvig og Lise Byskov Herslund

Titel

Købmanden som landsbyens omdrejningspunkt

Forfattere

Hanne Wittorff Tanvig og Lise Byskov Herslund

Bedes citeret

Tanvig, H.W. og Herslund, L.B. (2022): Købmanden som landsbyens omdrejningspunkt. IGN Rapport, september 2022. Institut for Geovidenskab og Naturforvaltning, Københavns Universitet, Frederiksberg. 63 s. ill.

Udgiver

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

Ansvarshavende redaktør

Claus Beier

ISBN

978-87-7903-879-4 (web)

978-87-7903-880-8 (tryk)

Grafisk arbejde

Jette Alsing Larsen

Fotos

Hanne W. Tanvig

Publicering

Rapporten er publiceret på www.ign.ku.dk

Gengivelse er tilladt med tydelig kildeangivelse

Skriftlig tilladelse kræves, hvis man vil bruge instituttets navn og/eller dele af denne rapport i sammenhæng med salg og reklame

Forord

'Købmanden som landsbyens omdrejningspunkt' handler om, hvordan og hvorfor trængte, almindelige købmænd eller Brugsen er blevet omdannet eller genopbygget ved borgeres medejerskab og anden hjælp, så landsbyen fortsat har en dagligvareforretning og et lokalt mødested dér. Den lokale dagligvareforsyning står naturligvis på spil, hvor butikken som regel udgør en central brik i landsbyens udvikling også på andre måder.

Vi er vant til frivilliges store bidrag i forbindelse med løsningen af mange samfundsopgaver. Når man som borger bliver medejer og ofte er involveret i ledelsen af en virksomhed, her en købmandsforretning, er der dog tale om en indsats, som ikke uden videre kan sidestilles med den frivillighed, som begrebet normalt omfatter.

Kært barn har mange navne, idet de omhandlende forretninger i flæng kaldes borgerdrevne butikker, borgerbutikker eller borgerprojekter. Vi kalder dem i stedet for '*nye købmænd*' som en overordnet samlebetegnelse, fordi de ellers anvendte begreber trænger til afklaring. F. eks. tror vi ikke, at mange af dem er 'borgerdrevne' i bogstavelig forstand.

For at kunne belyse feltet har vi sammenfattet teorier og begreber samt umiddelbart tilgængelig viden og på den baggrund foretaget en analyse af atten eksempler på nye købmænd og deres omgivende landsbysamfund i forskellige egne af landet. Vi har besøgt de respektive nye købmænd og deres landsbysamfund og talt med centrale personer fra både forretningen og landsbymiljøet. Det er der kommet et stærkt nuanceret billede ud af, som i øvrigt ikke bare maler feltet lyserødt.

Siden vi tog på besøg hos adskillige købmænd og deres landsbyer i foråret 2022, er der indtruffet mange forandringer rundt om. Nogle butikker er lukningstruede, mange daglige ledere og andet personale er udskiftet, ligesom flere af de ledende personer i øvrigt har valgt at stoppe eller er f.eks. ikke blevet genvalgt til bestyrelser. Selv efter en længere pionertid virker dele af feltet uroligt, hvor man skulle forvente en større robusthed eller stabilitet som følge af gjorte erfaringer og modning. Almindelig krise i samfundet ryster mange forretningers grundvold, som imidlertid ikke er den eneste forklaring.

Vores analyse af de atten eksempler har fokus på generelle forhold og sammenhænge, så resultaterne er fortsat gyldige. Til gengæld fik vi sparsom viden om nye udviklingsplaner rundt om, for dagsordenen for de fleste handlede fuldt og helt om konsolidering og overlevelse. Resultaterne peger samlet set på, at tiden må være kommet til at samle op og bearbejde erfaringer både til brug for landsbysamfundene og hele dagligvarebranchen.

Studiet er støttet igennem en uddeling af KFI Erhvervsdrivende Fond, som vi hermed takker. Vi takker desuden for bistand fra direktør for ejendoms-

udvikling Brian Videbæk og chefkonsulent Noa Jankovic, Dagrofa, der har hjulpet med oplysninger om 'deres' borgerbutikker, samt fra advokat Uffe Bech, der har berigtiget vores fremstilling af lovgivning. Vores kollega, lektor Peter Stubkjær Andersen, har bidraget med fagligt kvalitetscheck og redaktionelle forbedringsforslag, også tak for det. Ikke mindst vil vi takke de mange, som har givet sig tid til at tale med os på vores besøg de atten steder rundt om i landet.

Hanne Tanvig og Lise Herslund
1. september 2022

Indhold

Forord	3
1. Baggrund	7
Udvikling i landdistrikterne på ny kurs?	7
Målestokken	8
Landsbysamfund kæmper imod	8
Fra købmand til 'ny købmand'	9
Udbredelsen af nye købmænd	11
Forskellige typer nye købmænd	13
Landsbysamfund som aktører	13
2. Vores undersøgelse	15
Forståelsesramme, teorier og begreber	15
'Economic man' eller 'social man'?	16
Stedets betydning – landsbyer med særtræk	17
'Frivillighed' og 'borgerdrevet'?	19
Lokal udviklingskapacitet	21
Antagelser og operationalisering af begreber	22
Landsbysamfund	22
Nye købmænd	23
Kædemedlemskab og andre konstruktioner	23
'Economic man' eller 'social man'?	23
Mødestedsfunktionen	24
Lokal udviklingskapacitet	24
Lokal udviklingskapacitet og nye købmænd	26
3. Fremgangsmåde	28
Besøg 18 steder, hvor der findes nye købmænd	28
4. Resultater af undersøgelsen	30
Karakteristiske forhold	30
Udbredelsen af de forskellige kategorier	30
Virksomheds- og organisationsformer	31
Kædemedlemskab og involvering af Dagrofa	31
Alderen	32
Betydningen af volumen	32
Særligt sortiment	34
Særlige funktioner	35
Initiativtagere og de nye købmænd personligt	38
Frivilliges bistand	41
De atten nye købmænd og lokal udviklingskapacitet set på tværs	42
Lokal udviklingskapacitet	43
Forbundne kar	44
Udfordringer og potentialer	45

5. Konklusioner	48
Udbredelsen af nye købmænd og vore eksempler	49
Kendetegn ved de forskellige nye købmænd	49
Fordelingen på kategorier	49
Nye købmænds alder	49
Omsætning og volumen	49
Virksomheds- og organisationsformer	50
Kædemedlemskab	51
Sortiment og funktioner	51
Frivillighed og 'borgerdrevet'	51
Personlige forhold	52
Nuværende vilkår for nye købmænd	52
Kendetegn ved landsbysamfundene og betydning for modeller for nye købmænd	53
Stedets betydning	53
Lokal udviklingskapacitet	54
Overordnede konklusioner	55
6. anbefalinger	57
Behov for opbygning af viden og infrastruktur	57
Forberedelser og kompetencer	57
Kvalificering af ledelsen	58
Udvikling af modeller set i et generationsperspektiv	58
Præcisering af begrebet 'borgerdrevet'	59
7. Litteratur	60
8. Bilag	62
Bilag 1. De nye købmænd i undersøgelsen	62
Bilag 2. Samtalepartnere	62

1. Baggrund

Udvikling i landdistrikterne på ny kurs?

Historisk set har landdistrikterne ændret betydning samfundsmæssigt set. Landbrugssamfundet er svundet ind og udviklingen på landet er langt mere diversificeret og præget af faktorer, der ikke entydigt knytter sig til 'landet'. I den omstillingsproces er befolkningstallet faldet, og mange funktioner er forsvundet, og meget nyt er kommet til.

Tendenser i samfundet har været medvirkende til, at der ikke er sket det som i mange andre lande, nemlig at landdistrikterne er blevet lagt mere eller mindre øde. Grundlæggende kan det forklares med, at vores land trods alt er lille med relativt korte afstande fra sted til sted, motorisering og mulighed for pendling, samt tilstedeværelse af en grundlæggende veluddannet arbejdsstyrke. Det resulterede f.eks. i en overflytning af aktiviteter i industri-erhverv fra de største byer til Vestdanmark i perioden ca. 1960-1990, som kom til at beskæftige mange, der ellers ville være flyttet til de store byer efter teorierne¹.

Udbygningen af den decentrale velfærdsstat med kommunalreformen i 1970 og en række følgereformer har fremmet den omdannelse, fordi der derved sikredes decentrale, offentlige services, en fornøden infrastruktur og en mængde nye, offentlige arbejdspladser med megen beskæftigelse især til kvinder. Mændene fandt i større udstrækning beskæftigelse i produktionssektoren².

Nu blæser atter nye vinde, som giver landsbysamfundene et yderligere udviklingsperspektiv. Overordnet set skal det forklares med globale faktorer såsom digitalisering eller IT, der gør eksistens og udvikling muligt mange flere steder end førhen og løsner bindingen mellem bosted og arbejdssted. En samtidig tendens til modurbanisering, som udtryk for at bylivsformen har fået konkurrence, spiller stærkt ind. Fortsat flere vælger at bo tæt på natur, indrette sig med en mere sammenhængende hverdag og være en del af et socialt miljø, hvilket taler til fordel for at bo på landet.

Især efter ophør af finanskrisen og senere styrket af Corona-krisen har der netop været nettotilflytning (flere flytter til end fra) til mange landsbyer og små øer. Tilsvarende meldes om en betydelig lokal erhvervsudvikling, både i form af etablering af nye typer og vækst i etablerede, så der nu er stor mangel på arbejdskraft mange steder³.

Målestokken

Måden, hvorpå man i statistik beskriver og måler landdistrikter, gør det des-

1 Maskell, 1986.

2 Tanvig, 1995.

3 Se f.eks.: www.dbrs.dk/artikel/virksomheder-mangler-desperat-arbejdskraft

være svært at fange disse tendenser til forandring. Statistikken er som regel aggregeret, hvor kommuneniveauet er det laveste for de fleste oplysninger, samtidigt med at kommuneniveauet udgør gennemsnittet af forskellige typer lokalområder. Selv to lige store landsbyer tæt på hinanden beliggende i samme (land)kommune⁴ kan f.eks. udvikle sig forskelligt. På det laveste analyseniveau, små-, by- eller sogneniveauet, kan man få enkelte oplysninger om befolkningen. Dykker man ned her og vælger stederne ud hver for sig, er det, at man finder ud af, at der finder befolkningsmæssige forskydninger sted f.eks. i form af nettotilflytning⁵.

Forklaringer på den begrænsede statistik kan være usikkerhed om, hvad man forstår ved landdistrikter, og dermed også hvordan man definerer dem. Er det hele landet uden for de største byer, som ofte er i spil i større politiske sammenhænge? Er det det landbrugsarealer eller det åbne land, der knytter an til planlægning og miljø- og naturforhold? Eller er det noget man føler eller ser for sig og ikke har brug for en nærmere definition på?⁶

I statistikken er 'land' generelt opfattet som en modsætning til 'by'. I Danmarks Statistik opgøres landdistrikter således til den del af landet, der er tilbage, når man har opgjort det, der knytter sig til by. Kategoriseringer af landdistrikter findes også eksempler på, hvilke typisk handler om befolkningstæthed og afstande til byer, idet lav befolkningstæthed og stor afstand til by gøres til en indikator for svag eller manglende udvikling.

Hvad der opfattes som en landsby, kan ligeledes være meget forskellig. Nogle vil sætte grænsen lavt andre f.eks. sige, at det kan rumme op til 3.000 indbyggere⁷.

Mange af definitionerne er historisk betingede, og ofte er det situationsbestemte forståelser, som anvendes. Hvem der ser eller bestemmer, og hvorfra man ser på 'landdistrikterne', spiller derfor også ind. Interesserer man sig imidlertid for forhold på lokalsamfundsniveau, er der ingen tvivl om, at der gør sig en mangfoldighed gældende, som nemt overses eller ikke opfattes fra andre positioner.

Landsbysamfund kæmper imod

Landsbysamfundene⁸ har netop ikke lyttet til spådommen om afvikling. Studier har vist, at mange af dem i stedet udviser livskraft og en vilje til

4 Landkommuner defineres som sådan, når 50% eller flere indbyggere i kommunen bor på landet, jf. Danmarks Statistik. Frederikshavn Kommune og Sønderborg Kommune anses f.eks. for at være landkommuner. Primo 2022 rummede de antal indbyggere: hhv. ca. 60.000 kommune/23.000 Frederikshavn by og ca. 73.000 kommune/28.000 Sønderborg by. Dertil kommer et antal mindre byer i de to kommuner.

5 Se f.eks. [Statistikbanken.dk](https://statistikbanken.dk) under Befolkning.

6 I forskning skrives ofte om, at landdistrikter er en konstruktion, og at 'rural idyl' er en mentalt skabt forestilling.

7 Erhvervsministeriet (2018)

8 Lokalsamfund skal opfattes som et analyseniveau, og hvor der ses på fællesskab. Det gælder overalt. Landsbysamfund er lokalsamfund, der udfolder sig i en landsby set som en fysisk ramme. Lokalsamfund eksisterer altså også f.eks. i storbyer.

overlevelse. De peger på tilstedeværelsen af 'social kapital' som en forklaring, hvor foreningslivet, lokalt sammenhold og fælles aktiviteter er blandt ingredienserne⁹.

Man også kan tale om en landsbybevægelse, som igennem mange års indsats har gjort sig gældende, hvad enten det 'bare' har handlet om socialt og kulturelt samvær eller om genskabelse af det tabte, og som har eksisteret på trods af en centraliseringspolitik. For den har det altid handlet om at sikre de basale levevilkår, hvor især skolen og dagligvareforsyningen har været centrale emner.

Nedenstående tabel viser udviklingen i antallet af dagligvarebutikker, hvor det tydeligt fremgår, at de mindste samfund er ramt hårdt, hvad tilbagegang angår¹⁰.

Tabel 1. Udviklingen i antal dagligvarebutikker i de senere år ¹¹

	Samlet antal, hele landet	Mindre byer op til 2000 indbyggere	Mindre byer op til 1000 indbyggere
2010	3106	786	550
2020	2790	562	341

Vi ved, at det påvirker tiltrækningskraften og huspriser i negativ retning, når skolen og dagligvareforsyningen ikke findes længere¹². I den tidligere omtalte nye bølge er sammenholdet og mange lokale, fælles gøremål til gengæld blevet en tiltrækningsfaktor i sig selv.

Det er ikke alene i Danmark, at dette kommer til udtryk og heller ikke at det er nyt, at landbysamfundene selv tager fat på at drive en lokal dagligvarebutik ¹³. I det hele taget forekommer det at være relativt mere almindeligt i andre lande, at lokalsamfund driver erhverv for at understøtte lokalsamfundet selv, idet der er et fast begreb for det, nemlig 'community business'¹⁴.

Fra købmand til 'ny købmand'

Generelt set har det således været almindeligt for landsbysamfund at drage omsorg for den lokale dagligvareforsyning, der især inden for de sidste år er blevet til direkte økonomisk støtte for at sikre forretningernes fortsatte eksistens.

9 F.eks. Svendsen (2004).

10 I tabellen indgår alle dagligvarebutikker, således også dem der sorterer under Dansk Supermarked og Coop. Andelen af de købmænd', som vi har under lup, udgør 28,8% af alle dagligvarebutikker i hele landet i 2020. DSK oplyser desuden, at tendensen til fald i antal butikker i landsbyerne er stoppet siden 2018, hvor de finder en delvis forklaring i det fænomen, vi skal studere her. PSA: hvor hører den reference til og hvem er DSK?

11 Kilde: De Samvirkende Købmænds hjemmeside, 21. feb. 2021 (dsk.dk)

12 home.dk/bolignyt

13 Se f.eks. Calderwood/Davies (2012).

14 wikipedia.org/wiki/Community_business



Børn har udsmykket indgangen til Købmanden i Lundeberg. Foto: Hanne Tanvig

Vores studie handler navnlig om genopbygning af en købmand efter lukning af den oprindelige købmand eller Brugsen. I øvrigt er antallet af Coops butikker i landsbyerne som udgangspunkt langt lavere end købmandsstandens og eksempler på omdannelser i Coop-regi ligeså¹⁵.

I medierne omtales det ofte som 'borgerdrevne købmænd' eller af købmandssektoren, bl.a. engrosvirksomheden Dagrofa, som 'borgerbutikker' eller 'borgerprojekter'. Dagrofa er netop selv trådt ind på scenen som fødsels-hjælper i omdannelsen og videreføring af en butik. Nye støtteordninger er ligeledes med til at anspore landsbysamfundene til at tage ejerskab til deres dagligvareforsyning.

Ellers bruges begrebet 'købmand' jævnligt i forståelsen – en butik med dagligvarer – og købmænd opfattes normalt som personer, der selv ejer og driver en dagligvarebutik. For mange af os er skellet mellem en købmand og Brugsen heller ikke altid tydelig, for vi ser dem bare som dagligvarebutikker, men historisk og organisatorisk har de forskellige rødder¹⁶.

Studiet har fokus på købmænd¹⁷ og deres landsbyer, hvor landsbysamfundene har ydet direkte økonomisk tilskud for at sikre eksistensen af en forretning, altså ud over at være almindelige kunder. Købmanden har derfor ikke

15 Eksempler på at Coop er gået aktivt ind i et samarbejde med landsbysamfund om sikring af deres dagligvareforretning, er f.eks. at finde på Rønæs, hvor en Brugsen er reddet gennem en omorganisering efter et stort lokalt pres og forarbejde, et andet er i Feldballe, hvor dagligvareforsyningen er sikret gennem samarbejde med Coop Mad.

16 Særligt under begrebet 'frie købmænd' ses den ideologiske forskel til den medlemsejede Brugsen f.eks. med en 'brugsuddeler' som personlig pendant.

17 Landsbysamfundenes betydning og bidrag til en omdannet dagligvareforsyning i regi af Coop vil næppe være væsensforskellig, men det kan tænkes, at Coops egen virksomhedsstruktur kan have betydning og gøre en forskel til købmandssektorens.

længere personligt det suveræne ejerskab¹⁸. Vi kalder dem de 'nye købmænd' og f.eks. ikke bare 'borgerdrevne' købmænd, borgerbutikker eller borgerprojekter. Det gør vi for at kunne komme tilstrækkeligt på afstand af begrebet 'borgerdrevne', som næppe kan være tilfældet alle steder, og i øvrigt at kunne nuancere de øvrige.

Et nyt fænomen er i øvrigt ved at brede sig, nemlig ubemandede butikker og opstilling af såkaldte containerbutikker, hvor kunder med en kode kan klikke sig ind og købe elementære dagligvarer. Det er en model, som Dagrofa i samarbejde med Retail360 er ved at afprøve. F.eks. får udvalgte købmænd i Dagrofas regi inden for kæden Let-Køb mulighed for at stille en sådan op, f.eks. ved en parkeringsplads, og kan sælge sine varer fra den og derved udvide sin egen forretning. Ordningen drives foreløbigt på forsøgsbasis¹⁹. Efter vores analyses kriterier kan de komme i betragtning, såfremt borgerne er direkte initiativtagere til og medejere af den pågældende ubemandede enhed, jf. definitionen af 'nye købmænd'. Sandsynligheden for det må dog formodes at være begrænset, idet den for dem vigtige funktion som mødested bliver tvivlsom med den løsning, og tilvejebringelsen af dagligvarer vil kunne foregå på andre måder f.eks. gennem vareudbringning.

Udbredelsen af nye købmænd

Flere eksempler kan spores til at have mange år på bagen, kan vi se i litteratur om emnet²⁰. Da Dagrofa siden gik aktivt ind i omdannelse af truede købmænd til at blive borgerbutikker eller -projekter med borgerne som medejere, bredte fænomenet sig fra midten af 00'erne. Dagrofas bidrag har f.eks. været udformning af en drejebog²¹ med tilhørende rådgivning og anden støtte fra Dagrofas side²².

I 2021 afsatte staten endvidere 18 mio. kr. til en treårig støtteordning til 'borgerdrevne dagligvarebutikker', der i skrivende stund er udmøntet i praksis med forskellige kriterier, og hvad der gives støtte til^{23, 24}. Her skal det bemærkes, at ordningen ikke eksklusivt henvender sig til borgerdrevne købmændsbutikker men til alle borgerdrevne dagligvarebutikker. Omtrent samtidigt udstedte Dagrofa desuden et såkaldt samfundsløfte, hvor man mod deltagelse fra landsbysamfundene efter en række kriterier lovede at støtte op fra koncernens side med rådgivning og midler svarende til ovennævnte^{25, 26}.

18 De er dog medlemmer af forskellige købmændskæder, hvilket må sætte grænser for selvstændighed. Mere derom senere.

19 [Nyheder.tv2.dk/lokalt](https://nyheder.tv2.dk/lokalt)

20 Se f.eks. Ditlevsen (2014).

21 Se [Butiksdrejebogen.dk](https://butiksdrejebogen.dk)

22 KFIs Erhvervsdrivende Fond er med til at støtte finansielt.

23 [Livogland.dk/stoettemuligheder/landdistriktpuljen/pulje-til-borgerdrevne-dagligvarebutikker](https://livogland.dk/stoettemuligheder/landdistriktpuljen/pulje-til-borgerdrevne-dagligvarebutikker)

24 Ordningen henvender sig ikke eksklusivt til borgerdrevne købmændsbutikker.

25 [Avisen.dk/dagrofa-vil-genoplive-uddoende-dagligvarebutikker](https://avisen.dk/dagrofa-vil-genoplive-uddoende-dagligvarebutikker)

26 [Haderslev.dk/media/93061/butiksdrejebogen-2021.pdf](https://haderslev.dk/media/93061/butiksdrejebogen-2021.pdf)

Adgang til bistand er betinget af forskellige forhold. For Dagrofas vedkommende er det f.eks. landsbyernes størrelse målt i antal indbyggere – byer med mindst 600 indbyggere²⁷ – og både i medfør af Dagrofas tilbud og den nationale støtteordning desuden betinget af f.eks. butikkens mulige omsætning. Kravet i Landdistriktpuljen er f.eks. er nettoomsætning på 3 mio. kr. pr. år. Begge forudsætter endvidere, at lokalsamfundet er engageret og vil indskyde penge i borgerbutikken. Både Dagrofa og Landdistriktpuljen bidrager til projektets forberedelse og giver mulighed for at støtte med midler f.eks. i forbindelse med lokaler til butikken.

Seneste oplysninger fra Dagrofa er, at antallet af borgerprojekter ligger på ca. 100²⁸ og er i vækst, og at mindst 25 igennem de næste år skal se dagens lys, hvis det står til dem. Gennem indblik i Dagrofas opgørelser pr. 2021 findes langt de fleste borgerbutikker i det vestlige Danmark på måletidspunktet²⁹. Som nævnt tidligere har vi ikke et ligeså oversigtligt kendskab til alle de borgerprojekter på dagligvareområdet, der ikke foregår i et direkte samarbejde med Dagrofa.

Ifølge materialet handler borgernes medvirken især om at eje og udleje bygninger og evt. inventar til købmandsforretningen og dermed løfte en økonomisk byrde. I langt de fleste tilfælde er der fortsat tale om, at en 'selvstændig'³⁰ købmand ejer og driver selve forretningen. Men der ses eksempler på, at lokalsamfund som led i en rekonstruktion desuden har overtaget varrelageret og ansat en købmand, og derved er blevet arbejdsgiver. Desværre rummer materialet ikke registreringer af borgernes bidrag i form af frivillig, ulønnet arbejdskraft, der ikke desto mindre anses for at være betydningsfuld i sammenhængen jf. den megen medieomtale.

Ud over de mindst 100 eksempler inden for købmandssektoren er der alle de andre, som heller ikke er dele af de andre store koncerner. Vi kan her betegne dem som afvigere, som desuden er svære at få overblik over, idet de f.eks. ikke er samlet i en fortegnelse eller lignende. Nogle kan være så anderledes, at man måske ville være i tvivl om, hvorvidt de kan sidestilles med de købmandsforretninger, vi ellers har for vores indre øje³¹.

Fælles for alle dem, vi har medtaget i vores undersøgelse er, at de er et resultat af, at den tidligere, almindelige købmand eller Brugsen lukkede, og at de nu hedder noget med 'købmand' – også selvom de ikke er et af Dagrofas eller Coops borgerprojekter.

27 I ordningen under Landdistriktpuljen er størrelseskriteriet, at området skal kunne betragtes som et landdistrikt. Se kriterierne her: Livogland.dk/Media

28 Fodevarewatch.dk/Detail/

29 Vi har fået adgang til en oversigt over borgerbutikker i Dagrofas regi, som vi ikke kan linke eller henvise direkte til.

30 Så selvstændig man kan være, når butikken er en del af en af Dagrofas butikskæder med de respektive driftsprincipper: På landsbyniveau er det kæderne Min Købmand og Let-Køb, der er særligt relevante, og som betragtes som nærbutikker. Dagrofa driver desuden butikskæderne MENY og Spar.

31 Jf. eksempler i Ditlevsen (op ref.).



Her er vi i Ørsted. Foto: Hanne Tanvig

Forskellige typer nye købmænd

I Dagrofas materiale ser vi to modeller:

- a) Borgere ejer de fysiske rammer og udlejer lokaler og evt. inventar til en selvstændig købmand, der således driver selve forretningen
- b) Borgere ejer/lejer de fysiske rammer og inventar, og driver selve forretningen, idet de ansætter en købmand som daglig leder

Afviserne, eller dem der ikke er en del af Dagrofas system (og heller ikke indgår i Coop-regi) sætter vi i en kategori c altså:

- c) Borgere ejer det hele og driver selv forretningen³²

Ofte er der dannet et ApS til at eje eller drive de nye købmænd i kategori a og b, hvor andre virksomhedsformer også kan være inde i billedet, jf. Dagrofas materiale. I kategori c vil organisationsformen desuden kunne tale for en foreningsdannelse til formålet, fordi det tydeligvist er fællesskabsorienteret.

Landsbysamfund som aktører

Det er ikke nyt som tidligere skrevet, at landsbysamfund arbejder sammen i fællesskab, men det fælles virke har skiftet karakter igennem tiden³³. I andelsbevægelsens storhedsperiode handlede det om at danne foreninger for at overleve og sikre de fælles, basale funktioner, f.eks. adgang til vand og andre livsfornødenheder og om tilvejebringelse af viden og teknologi. I takt med udfoldelsen af velfærdsstaten, som sikrer mange af de fornødenheder der knytter sig til et hverdagsliv, er civilsamfundets fælles aktiviteter i højere

³² Vi kan ikke afvise, at der findes atter andre nye købmændstyper, som ikke er en del af 'systemet'. Det kunne f.eks. være en helt uafhængig, personligt ejet forretning med dagligvarer, som er økonomisk støttet af borgerne. Dog er vi ikke selv stødt på sådanne, som samtidigt var udtryk for en genrejsning af den tidligere købmand eller Brugsen.

³³ Se Tanvig et al. (2016).

grad knyttet til fritidslivet med idræt, sociale og kulturelle gøremål i centrum. Siden 1990'erne har det desuden været almindeligt for 'ildsjæle' eller særligt engagerede frivillige at arbejde med projekter animeret af såkaldt landdistriktspolitik med f.eks. Landdistriktpuljen³⁴, EU's LAG-ordning eller lokale puljer som midler.

I de senere år har øget centralisering desuden motiveret mange lokalsamfund til blive repræsenteret udadtil f.eks. i form af lokalråd³⁴, så de bedre kan blive set og hørt blandt beslutningstagere. I de fleste landsbyer spiller civilsamfundet dermed en stor, gennemgående rolle, og der findes som regel mange gamle typer foreninger dannet til at varetage bestemte formål og funktioner samtidigt med nyere, tværgående foreninger som f.eks. landsbyråd eller de tidligere omtalte lokalråd. Spontant opståede og midlertidige grupperinger ses ligeledes, som 'bare' er dannet for at løse en konkret opgave. Som regel er foreningerne almennyttige, dvs. at de ikke har større formelle og økonomiske forpligtelser, men kan stå for det, man normalt tager op i frivillighedens tegn. I det hele taget beror fællesskabernes samarbejde og organisering på lokale initiativer og frivillighed, for der findes ingen lovgivning eller regler på området, også fordi der ikke tildeles lokalsamfundene myndighed efter sognerådernes opløsning i 1970.

Dog er det også i nyere tid blevet mere almindeligt for landsbysamfundene at organisere sig til at tage forpligtende, økonomiske opgaver på sig, som købmandseksemplerne kan stå på skuldrene af. En mere forpligtende indsats gøres som regel i lokalsamfund, der i forvejen har fået erfaringer med fælles udviklingsarbejde, således tegner der sig her også en selvforstærkende proces. De bygger det typisk op omkring et fletværk af forskellige organiseringer, der koordineres via en tværgående paraplyorganisation, som f.eks. kan hedde landsbyrådet, beboerforeningen, lokalrådet eller udviklingsrådet³⁵.

Porteføljen i de aktive landsbysamfund har historisk set omfattet kampagner for 'at købe lokalt' og at støtte op om dagligvareforretningen ved på frivillig basis at give en ekstra hånd med f.eks. ved afvikling af arrangementer til fordel for købmanden. Når det er blevet oplagt at støtte mere direkte nu, må det anses for ikke bare at være nødvendigt, men også noget kulturelt – at købmanden er en del af os – at de er blevet mobiliseret til at tage og løfte det forpligtende initiativ. Man kan derfor fristes til at tro, at der hvor købmanden lukkede og ikke genopstod på en eller anden måde også er der, hvor landsbyfællesskabet ikke er eller har været kendetegnet ved fællesskabskultur og organisering.

Naturligvis må et nyt forhold mellem købmand og lokalsamfund åbne for spørgsmål ikke alene om købmandskab i gængs forstand men også om lokalsamfunds forudsætninger for at medvirke samt rækkevidden for, hvad de nye købmænd kan udvikle sig til. Det forekommer nærliggende, at jo mere integreret lokalsamfundet er i driften, jo flere funktioner eller roller vil købmanden blive tiltænkt.

34 Som ikke har myndighed og kan være meget forskellige både organisatorisk og rollemæssigt.

35 Tanvig et al. (op ref.).

2. Vores undersøgelse

Formål

Ydre, strukturelle forhold har stor betydning for købmændene og landsbysamfundene, men fortsat eksistens og udvikling afhænger i betydeligt omfang af lokal indsats. Sikringen af købmanden som krumtap i en sådan proces er i fokus i dette studie, hvor landsbysamfunds direkte økonomiske engagement i 'købmanden' – som vi herefter kalder 'den nye købmand' – er under udvikling og må antages at spille en central rolle i landsbyudviklingen. Fra de indledende sonderinger har vi fået indtryk af feltets omfang, art og mangfoldighed og kan finde nogle sammenhænge. For bedre at kunne forstå rækkevidden af nye købmænd og samspillet med deres omgivende lokalsamfund har vi alligevel behov for at grave dybere. Det forudsætter, at vi kommer tættere på, taler med folk og oplever miljøerne.

De hovedspørgsmål, vi vil forsøge at finde svar på, er:

- Hvad kendetegner de forskellige nye købmænd, og hvordan er de forskellige?
- Hvad kendetegner lokalsamfundene og deres forudsætninger, og gør det en forskel på modeller for nye købmænd og deres udvikling?

Studiet henvender sig til fagligt interesserede og i særdeleshed til landsbysamfund og købmandssektoren, der vil etablere, konsolidere og videreudvikle nye købmænd.

Forståelsesramme, teorier og begreber

Købmænd og lokalsamfund i mange landsbyer er drevet af nød til at finde nye veje til sikring af 'købmanden'. Umiddelbart er det for købmanden selv et spørgsmål om økonomi i selve forretningen og for landsbyboerne et spørgsmål om dagligvareforsyning og mødested for mange.

Når landsbyboerne, betragtet som civilsamfund, træder ind som aktør på en arena, der ellers er markedets (købmanden som privat virksomhed) og dermed også overskrider de almindelige landsbyaktiviteter, er det dog en radikal løsning. Det udløser desuden en mere kompleks rollefordeling end den, som afspejles i tidens strømning under begrebet samskabelse. Det anvendes navnlig i forbindelse med løsning af velfærdsopgaver på nonprofit-basis i et samarbejde mellem civilsamfundet og staten, og hvori ulønnet, frivillig arbejde indgår³⁶.

De nye købmænd findes som udgangspunkt i kategori a (borgere ejer/udlejer de fysiske rammer til en selvstændig købmand) og b (borgere ejer/udlejer de fysiske rammer og har ansat en købmand som daglig leder) helt eller delvist indrettet til at begå sig indenfor en markedslogik, hvor afvigerne (ka-

36 [Vidensportal.dk/voksne/civilsamfund/samskabelse](https://vidensportal.dk/voksne/civilsamfund/samskabelse)

tegori c) kan være som de er, fordi de af forskellige årsager ikke kan eller vil fungere på de mere almindelige købmændsvilkår.

For at forstå glidningen og spændingsfeltet – og dermed opsætte en ramme for den efterfølgende analyse – vil vi se nærmere på en række begreber.

‘Economic man’ eller ‘social man’?

Nye købmænd repræsenterer forskellige modeller og har antageligt ikke fundet en endelig form, hvilket forskydninger alene i den korte undersøgelsesperiode tyder på. Derfor vil der næppe været færdigt bud på anvendelige begreber i litteraturen, så vi må være søgende og selv opstille nogle.

Forståelsen af nye købmænd må skulle kombinere en erhvervsmæssig logik med en social/samfundsmæssig logik, som har styret initiativtagerne (entreprenørerne) og ført til de forskellige modeller. Her skal vi se nærmere på motiver for entreprenørskab forstået som etablering af en erhvervsaktivitet, der i forbindelse med nye købmænd både kan være enkeltpersoner og fællesskaber i landsbyer.

Som regel opfattes iværksætteri eller entreprenørskab som et udtryk for, at en eller flere personer vil søsætte og drive en virksomhed for det økonomiske udbyttes skyld³⁷. I købmændsverdenen tales om ’godt købmændskab’, når forretningen er veldrevet som ’en virksomhed’, og at han derfor kan leve af det, hvor et middel handler om en god kundekontakt³⁸. I forbindelse med nye købmænd må de sociale motiver til gengæld veje noget tungere, idet der nu er tale om, at landsbyborgernes behov skal tilgodeses, når de almindelige forretningsvilkår for en købmand ellers har talt imod.

Vi har fundet et anvendeligt begrebspar³⁹, som beskriver, at entreprenørskab kan have to motiver: ’economic man’ og ’social man’, selvom man i erhvervsjargon normalt kun fokuserer på ’economic man’. ’Economic man’ har forretningsmotiver, mens ’social man’ har mere motiver så som personlig udvikling eller f.eks. at kunne tjene sociale formål.

I vores univers vil det svare til, at en klassisk købmand er drevet af motiver fra ’economic man’. Vedkommende kan træde frem som ’social man’ i form af engagement i kundernes og lokale forhold men først og fremmest for forretningens skyld. Hos nye købmænd kan vægten til gengæld være forskudt, så motiver som selve ’social man’ kan være de altovervejende og styrende. Der findes litteratur om ’social enterprise’, der som begreb er udbredt i f.eks. Storbritannien. Det dækker over virksomheder, der har socialpolitiske formål, og som kan være både profit- og nonprofit-baserede⁴⁰. I Danmark har

37 Støtteordninger har f.eks. alene fokus på økonomi, beskæftigelse og vækst og ikke på mere evt. personlige eller sociale værdier, se bl.a. Erhvervsfremmebestyrelsen.dk/Ansøgningsrunder-Iværksætteri

38 Se f.eks. Pov.international/hvad-er-godt-købmændskab/

39 I Bager et al. (2017).

40 Der er lighed mellem ’social enterprise’ og tidligere nævnte ’community business’ og også en forskel, idet ’community business’ eksplicit har lokalsamfundet som målgruppe og ikke primært et socialpolitisk, individorienteret sigte.

vi betegnelsen 'socialøkonomiske virksomheder', som er virksomheder, der er godkendt til at beskæftige særligt udsatte personer. Også selvom vi vil kunne se eksempler på nye købmænd med et socialøkonomisk stempel, er det alligevel ikke den forståelse, vi kan bruge, for de er ikke sat i verden af socialpolitiske årsager.

De nye købmænd skal finde et balancepunkt mellem en erhvervslogik og social/samfundslogik.

Stedets betydning – landsbyer med særtræk

Vi har beskrevet, at nye købmænd er mest udbredt i landsbyer, fordi krav til kundeunderlag er sværere at imødekomme på almindelige vilkår, og at de forekommer dér, hvor man kan løfte i fællesskab. Landsbyers størrelse kan give en fordel, fordi lokalsamfundet er mere overskueligt til forskel fra storbyens, og samarbejdsmulighederne derfor også. Stedets betydning kan dog også spille ind på andre måder.

Ser vi på de overliggende regionale forskelle, kan vi bl.a. tænke på historisk betingede eller lokalt nedarvede livsformer, der helt op til ny tid har haft forklaringsværdi⁴¹. Livsformsbegrebet er hyppigt blevet anvendt efter Højrup introducerede det i 1984, f.eks. til forklaring af forskelle på iværksætteri i Vestjylland og Lolland-Falster⁴². Det har været almindeligt for lokale indbyggere at etablere nye, selvstændige erhverv i det vestlige Danmark, hvor selvstændighedslivsformen har dybe rødder end i egne, hvor lønmodtagerlivsformen har været og fortsat er mere udbredt. De historisk bestemte træk bliver udfordret af samfundsudviklingen, men Højrup argumenterer for, at der fortsat vil være forskelle relativt set, fordi de enkelte livsformer optager det nye men på forskellig måde og forskellene derfor videreføres relativt set.

En meget gammel 'ny købmand'. Foto: Hanne Tanvig



41 Se Højrup (2013).

42 Se også Hjalager (1987).

Spørgsmål et selvfølgelig, om det fortsat vil kunne finde sted i den digitale tidsalder med store grundlæggende forandringer og mobilitet til følge også af regional betydning.

Stedet og entreprenørskab

Stedlige værdier og stedbundne potentialer fremhæves ofte som vigtige forhold at tage udgangspunkt i, når man vil skabe nye udviklingsaktiviteter f.eks. i landsbyer⁴³. Det kan være pga. kulturelt orienterede værdier som grundlag for særlige sammenhold, men det kan også skyldes muligheden for at høste merværdi, når der tænkes i økonomiske baner⁴⁴.

Forskningen påviser, at unikke stedlige værdier kan bruges til at skabe ny økonomi og revitalisere lokalsamfund, der ellers omtrent var uddøde. Sådanne værdier har typisk en særlig biofysisk dimension så som stor natur og herlighed med historisk tilknyttet kultur og viden. Det nye er, at dette unikke, stedlige indgår i produkter, som markedsføres som sådan. Vi kender det alle som særlige, lokale produkter med stednavne, f.eks. Fur Bryghus. Nye købmænd som i vores forbindelse kan således have fordel af at være beliggende på særlige steder, såfremt de også eksplicit bruger det særligt stedlige i forbindelse med forretningen.

Nærhed og mulighed for at stedbrande en ny købmand ud fra stedbundne værdier må alt andet lige kunne have betydning. Det være sig, fordi der kan sendes fysiske signaler f.eks. ved bygningens udtryk⁴⁵, eller at der er tale om turistområder baseret på herlighedsværdier og dermed mulighed for strøgkunder⁴⁶ i et betydeligt omfang. Når der kan forhandles særligt tiltrækkende lokale, produkter, må det antages at øge effekten af ovenstående og evt. give mulighed for en anden type dagligvareforretning.

Et forhold som de fleste teorier sjældent tager i betragtning er, at det sted, hvor analyseobjektet befinder sig, kan have betydning. Vi har tidligere skrevet om betydningen af stedet i det hele taget, men stedet kan også være en fælles, kulturel platform eller en lokal mødeplatform for aktører med ellers forskellige logikker. Flere forskningsbidrag har ledt os på dette spor⁴⁷. De gør det således tydeligt, at nye entreprenører i ellers afmattede lokalsamfund forudsætter gensidig forståelse, lokal opbakning og forankring af deres tiltag i lokalsamfundet, hvis de skal få succes. Det er ikke givet, at lokalsamfundet umiddelbart er indstillet på at støtte op om 'det nye'. Samme iagttagelse er gjort, når forskning har fundet, at succes med borgerbutikker i landsbysamfund er betinget af, at borgerne bakker op, er stærkt involveret i butikkens drift og desuden forstår af inddrage nødvendig viden⁴⁸.

43 Se f.eks. Realdania.dk/saadan-stoetter-vi/filantropiskemaal/stedbundnepotentialer

44 Se f.eks. Anderson (2000).

45 Nogle af de nye købmænd har f.eks. restaurerede, gamle mejerier af kulturhistorisk betydning som ramme for deres butik.

46 Folk der kommer forbi og ikke er faste bosiddende.

47 F.eks. Anderson/Gaddefors (2016); Gaddefors/Anderson (2018) samt Johnstone/Lionais (2004).

48 Calderwood/Davies (2013).

Faktorer som fælles (steds)identitet, lokal kultur og sammenhængskraft må derfor være en nøgle til at bygge broer og skabe nye samarbejdsflader mellem 'economic man' og 'social man'.

'Frivillighed' og 'borgerdrevet'?

Frivillighed som udtryk for at almindelige borgere hjælper med løsning af samfundsmæssige opgaver på frivillig, ulønnet basis, spiller en stor rolle i dagens Danmark. Ved etableringen og driften af nye købmænd indgår f.eks. også en betydelig indsats fra frivillige borgere, som nogle oversætter til 'borgerdrevet', jf. tidligere.

Frivillighed?

Frivilliges bidrag knytter sig til varetagelse af opgaver, der praktiseres for eller sammen med andre på nonprofit vilkår. For nylig er det vist, at 40% af alle voksne deltager i frivilligt arbejde i en eller anden forbindelse. Omfanget har været relativt stabilt i mange år, men under Corona-krisen er det faldet lidt, og det frivillige har ændret sig til at foregå mere virtuelt end tidligere⁴⁹. Den frivillige indsats finder fortrinsvis sted i fritids- og kulturlivet men også i politisk arbejde⁵⁰. Den enkelte frivillige kan have forskellige motiver for at være frivillig, dog handler det primært om noget personligt, herunder at opnå personlig tilfredsstillelse. Kilderne har desuden fundet, mange frivillige er kendetegnet ved at være veluddannede, politisk engagerede og – i øvrigt – at bo på landet⁵¹.

Bevæger vi os over i købmandssfæren kan en frivillig, ulønnet indsats synes helt oplagt for landsbysamfundene. Men i givet fald er det på en anden arena, hvor profitvilkår og lønnet arbejde normalt er dirigerende, hvilket giver anledning til en række spørgsmål af formel art, for hvad må og kan frivillighed være i den verden?

Frivillig, ulønnet arbejde befinder sig umiddelbart i en gråzone, hvad lovgivning angår. Dog går der en ret klar skillelinje mellem frivilligt arbejde organiseret i foreningsregi, herunder i samarbejde med den offentlige sektor, frivilligt arbejde i virksomhedsregi. Det meste af litteraturen om formalia og lovgivning på området handler om den første slags. Her synes der at være vide rammer for, hvad frivillighed kan indebære både i omfang og typer af opgaver.

Begrænsningerne for frivilligt arbejde synes især at opstå i forbindelse med omfanget af ulønnet arbejde varetaget af folk på offentlig ydelse, omend der sker løbende ændringer i regelsættene⁵². Det er f.eks. heller ikke muligt at involvere særligt udsatte grupper herunder f.eks. flygtninge som frivillige, med mindre der er overenskomstansat personale. Sidstnævnte må således indebære begrænsninger for frivilliges? deltagelse på den front.

49 Se: [Vive.dk/da/udgivelser/frivillighedsundersogelsen-2020](https://vive.dk/da/udgivelser/frivillighedsundersogelsen-2020)

50 Jf. Koch-Nielsen et al. (2005).

51 Som tidligere anført er det netop udpræget for landsbyboere at give en hånd med til fordel for lokalsamfundet.

52 Se f.eks. [Frivillighed.dk/guides/regler-for-frivillige-paa-dagpenge-og-efterloen](https://frivillighed.dk/guides/regler-for-frivillige-paa-dagpenge-og-efterloen)

I virksomhedsregi synes det logiske og dirigerende princip at være, at frivillig, ulønnet arbejdskraft ikke må erstatte lønnet arbejdskraft og skal betragtes som et supplement. Det er heller ikke sådan, at en selvstændig eller ansat købmand selv må 'ansætte' frivillige og spille en formel rolle som arbejdsgiver. Mobilisering og organisering af frivilliges bistand i de nye købmænd skal altså ske på anden vis f.eks. gennem en forening. Disse grundlæggende principper sætter dermed også grænser for 'borgerdrevne butikker', hvor gradbøjninger kan komme til udtryk i de forskellige modeller.

'Borgerdrevet'?

At være borgerdrevet må efter vores opfattelse gælde, når borgerne har den afgørende indflydelse på driften af forretningen, hvilket så ikke automatisk er identisk med en stor indsats fra frivillige, jf. ovenstående.

Indflydelsen skal formelt være sikret, men den kan folde sig ud på to niveauer ift. driftsprincippet: a. borgerne har den afgørende indflydelse på driften afspejlet ved sammensætning og valg til de besluttende organer (en repræsentativ form), b. borgerne deltager desuden aktivt i den daglige ledelse og drift.

Desværre har vi i efter sonderinger i cvr-registret og i samråd med en juridisk ekspert konstateret, at det er begrænset, hvad vi uden videre har adgang til af oplysninger, som kan afgøre de formelle forhold vedrørende borgeres indflydelse i de enkelte tilfælde. Skulle vi videre ad den vej, ville det indebære etablering af en dyberegående viden om de enkeltes formelle baggrund og tilladelser fra f.eks. CVR-registret, Skat og Danmarks Statistik. Den indsats er vi afskåret fra her, hvorfor vi må nøjes med at se på, hvordan praksis tegner sig i vores eksempler.

Grænser for roller

'Frivillighed' er defineret i forhold til den klassiske opdeling af vores samfund i civilsamfund, marked og stat, idet det svarer til, at civilsamfundet

Købmandsbutikken i Velling. Foto: Hanne Tanvig



varetager opgaver som et supplement til opgaver, der ellers er markedets eller statens og bestemt af deres regelsæt. Når noget faktisk er 'borgerdrevet' i forbindelse med de nye købmænd, er det ikke et supplement eller en residual til lønnet arbejde men et nyt aktørfelt mellem civilsamfundet og markedet. Det atypiske kan så være årsagen til, at der ikke findes megen tilgængelig viden om det felt og klart beskrevet formalia⁵³.

For nye købmænd inden for vores kategori a og b, der formelt set er private virksomheder, er der umiddelbart sat grænser for frivillig bistand i det hele taget, og de kan ikke være 'borgerdrevne' efter vores forståelse. Til gengæld kan en relativt omfattende, frivillig indsats til styrkelse af forretningen foregå 'lovligt', såfremt den er organiseret i foreningsregi og ikke erstatter lønnet arbejde. I kategori b er en omfattende frivillig bistand særligt nærliggende, idet købmanden her er lokalt ledet typisk via bestyrelsen i et ApS, om end den formelle grænse for frivilliges bistand fortsat gør sig gældende.

Landsbyfællesskaber kan imidlertid stå for alle funktionerne i forbindelse med driften af en forretning som f.eks. blandt udbrydere som i kategori c. Det vil være formelt muligt i foreningsregi, hvor de til gengæld møder grænser, såfremt de måtte ønske at tilknytte frivillig bistand fra udsatte grupper, med mindre en ordinært ansat står for ledelsen (og at forretningen derfor har en tilstrækkelig økonomisk volumen).

Lokal udviklingskapacitet

Vores grundantagelse er, at tilstedeværelse og arten af nye købmænd hænger sammen med lokal udviklingskapacitet.

Når lokale borgere skal agere i krydsfeltet forretning og lokalsamfund, skal de være i besiddelse af flere slags kompetencer, eller det vi forstår ved lokal udviklingskapacitet⁵⁴.

Grundlæggende består lokal udviklingskapacitet af fire komponenter:

1. Human kapital (viden)
2. Social kapital (relationer mellem mennesker)
3. Politisk kapital (organisering, mobilisering)
4. Rumlige relationer (lokale-ekstralokale)

Komponenterne spiller sammen og kan falde ud i tre prototyper, 1. lokalsamfund vigende (de røde). 2. lokalsamfund levende, almindelige (de gule), 3. lokalsamfund levende, strategiske og med et særligt drive (de grønne)⁵⁵. De er vel at mærke bevægelige, idet lokalsamfundene gennem deres eget virke kan bringe sig fra en type til en anden.

⁵³ De formelle grænser vil sandsynligvis komme under yderligere pres, når succes med konkrete tiltag med nedbrydning af grænser mellem civilsamfund og marked som i tilfælde af rigtigt borgerdrevne nye købmænd bliver tydelig.

⁵⁴ Se Tanvig/Herslund (2020) for uddybning.

⁵⁵ Oprindelige benævnt hhv. de exogene, de endogene og de neoendogene samfund (Tanvig/Herslund, op ref.)

Tabel 2. Kendetegn ved lokal udviklingskapacitet i forskellige positioner.

	Vigende	Levende, almindelig	Levende, strategisk
	(rødlig kapacitet)	(gul kapacitet)	(grønlig kapacitet)
Human kapital	Svag	Stærk	Stærk
Social kapital	Svag	Stærk, lokal	Stærk, med eksterne relationer
Politisk kapital	Manglende	Stærk, lokal	Stærk, med eksterne relationer

De fleste aktive landsbysamfund er gule, men de kan blive grønne gennem deres egen indsats⁵⁶. Det er sværere for de rødlige lokale samfund at komme ud af deres position uden en ekstra indsats udefra, men mange gule har været dér tidligere som et tegn på, at det kan lade sig gøre.

Den forskellige lokale udviklingskapacitet tilsiger, at der er forskellige indbyggede drivkræfter og potentialer for etablering og udvikling af nye købmænd og dermed mulige modeller.

Antagelser og operationalisering af begreber

Vores undersøgelser foretages blandt eksisterende nye købmænd og deres omgivende lokalsamfund, hvor der tidligere har været en almindelig købmændsbutik eller Brugsen, som har måttet dreje nøglen om.

Det er baggrunden for de nye købmænds opståen, karakter og udvikling set i sammenhæng med landsbysamfundet, vi sætter i centrum⁵⁷.

Landsbysamfund

Som tidligere skrevet er der ikke en fast definition på, hvad der er en landsby. Med begrebet landsbysamfund har vi blik for menneskene i landsbyen. Vi anser de lokale samfund – hvem de er og hvordan de gør – for den centrale brik til forklaring af 'de nye købmænd' og deres fremtræden fremfor alene at betragte dem som antal indbyggere og mulige kunder. Et kundeunderlag vil i øvrigt kunne omfatte mange andre.

I statistisk sammenhæng er vi nødt til at afgrænse 'landsby' ud fra befolkningstal og har valgt at afgrænse det til mellem 200 og 2000 indbyggere. I Danmarks Statistik kan vi finde visse befolkningsoplysninger på landsbyniveau (sammenhængende bebyggelse med 200 indbyggere og derover) og lidt flere på sogneniveau⁵⁸.

⁵⁶ Alle tre farver vil have nuancer. Et fuldstændigt grønt samfund vil for resten næppe kunne eksistere i vores velfærdsstatslige system.

⁵⁷ En undersøgelse af landsbysamfund uden dagligvareforsyning og dermed ikke en ny købmand heller kunne i øvrigt underbygge vores forestillinger om sammenhænge. Vi tror, de ville tilhøre den rødlige kategori, jf. ovenstående skema.

⁵⁸ Vi vil således ikke som Dagrofa sætte en nedre grænse ved 600 indbyggere som forudsætning for at komme i betragtning til støtte fra deres side, jf. tidligere. Hvordan de helt små landsbysamfund tackler situationen har også stor interesse ud fra vores perspektiv.

Nye købmænd

Vi forstår nye købmænd som omdannede, almindelige købmænd (eller Brugsen), hvor lokalsamfundet indgår som hel eller delvis ejer.

Normalt opfattes købmænd som stationære, fysiske forretninger. De udgør utvivlsomt også majoriteten blandt de nye købmænd, fordi der er tale om omdannelse af en tidligere almindelig købmand. Imidlertid ved vi, at der er mellemformer, hvor f.eks. e-handel, andre distributionsformer og tilkobling af andre varekategorier og funktioner spiller ind.

Vi er interesseret i mangfoldigheden og udviklingsretningen, og den eneste afgrænsning vi indledningsvist foretager er, at vi ikke går ind i Coops nye tiltag på området af ressourcemæssige årsager. Os bekendt er der ikke andre koncerner på banen i landsbyerne, altså ud over Dagrofa og Coop.

Kædemedlemskab og andre konstruktioner

I landsbysammenhæng er der særligt kæderne Min Købmand og Let-Køb, som de nye købmænd i kategori a eller b er dele af. Medlemskabet har på forskellig måde betydning for varesortiment, priser og markedsføring. I forhold til Dagrofas MENY-kæde er Spar og Min Købmand samt Let-Køb mere lokalt afstemte. Min Købmand står for købmænd af en vis volumen og har særlige tilbudsordninger, mens Let-Køb har mulighed for primært at have de varer på hylderne, som umiddelbart efterspørges lokalt. Det kan give sig udslag i forskellige prisniveauer.

Det er i øvrigt Let- Køb-forretninger, der skal stå for drift af evt. ubemandede butikker (containere) i nabolaget⁵⁹.

I c-kategorien vil varesortiment og hele profilen i øvrigt være sammensat af de lokale aktører. Her kan der indgå varer fra Dagrofa ved siden af andre leverandørers, f.eks. lokale producenter og egne importerede specialvarer eller f.eks. fra Coop Mad.

'Economic man' eller 'social man'?

For at komme bag om begrebet 'borgerdrevet', altså hvor borgerdrevet, de hver især kan være, vil vi se nærmere på motiverne og drivkræfterne i de forskellige kategorier. De vil alle have elementer fra både 'economic man' og 'social man', men vægten må ligge forskelligt.

Vi kan etablere en skala, hvor man i den ene ende finder 'economic man', som her er ny købmand, der driver en almindelig dagligvareforretning (for fortjenestens skyld), og som desuden kan være 'social man' for at styrke forretningen. I den anden ende findes 'social man', hvor det er lokalsamfundet, som driver forretningen for lokalsamfundets skyld, og 'economic man' alene skal sikre den nye købmands fortsatte eksistens. Vi finder umiddelbart mulighed for tre grundlæggende kombinationer som vist i tabel 3.

⁵⁹ Fodevarewatch.dk/Detail/article13800620.ecc

Tabel 3. 'Economic man' eller 'social man'?

	'Economic man'	'Economic man/' social man'	'Social man'
Kategori a	Selvstændig købmand		
Kategori b		Ansæt købmand Let-Køb	
Kategori c			Mange personer Drevet af lokalt fælles- skab

Mødestedsfunktionen

Et bindeled mellem forretning og lokalsamfund er den ofte omtalte funktion som mødested. Dens karakter må både kunne være som en fysisk ramme for et ellers spontant møde og en funktion, borgerne ikke alene kan mødes i spontant men mødes om som led i udvikling af fællesskabet og dermed får særlig strategisk betydning. I forlængelse af ovenstående vil det tegne sig som i tabel 4.

Tabel 4. Forskellige mødestedsfunktioner

	'Economic man'	'Economic man/' social man'	'Social man'
Kategori a	Spontant mødested	Spontant mødested	
Kategori b	Spontant mødested	Spontant mødested/ strategisk mødested	
Kategori c			Strategisk mødested

Lokal udviklingskapacitet

Vi anser karakteren af den lokale udviklingskapacitet for at have stor indflydelse på, om der etableres en ny købmand, typen af kategori og en mulig udviklingsretning. 'Lokal udviklingskapacitet' er et abstrakt begreb for de fleste, som heller ikke er enkelt at omsætte og måle i praksis. Den kan også være dynamisk og ændre sig over tid: enten automatisk som følge af ydre omstændigheder, der typisk vil føre til udtynding, eller ved at lokalsamfundene selv er med til at vedligeholde og opbygge den.

Udviklingskapaciteten vil følgelig kunne videreudvikles i arbejdet med en ny købmand og vice versa. Til trods for dynamikkerne må vi fryse billedet af udviklingskapaciteten, når vi skal undersøge den. Indikatorer på forskellig lokal udviklingskapacitet er vist i nedenstående skema.

Der vil næppe forekomme eksempler på nye købmænd i landsbyer med en rødlig kapacitet, og skulle det være tilfældet, vil de sandsynligvis have særligt vanskeligt med at klare sig, fordi den lokale opbakning er begrænset. Derfor er søjlen visuelt nedtonet i skemaet.

Tabel 5. Indikatorer på udviklingskapacitet i landsbysamfund i forskellige positioner⁶⁰.

	Lokalsamfund, vigende	Lokalsamfund, levende, almindelig	Lokalsamfund Levende,
	(rødlig kapacitet)	(gul kapacitet)	(grønlig kapacitet)
Generelle, strukturelle indikatorer	Faldende befolkningstal Aldrende befolkning Faldende boligpriser Usælgelige boliger	Vigende, stabilt, eller voksende befolkningstal Tendens til foryngelse af befolkning Faldende, stabile eller voksende boligpriser Salg af boliger finder sted/evt. mangel på boligtyper	Som gul
Human kapital	Relativt mange uden uddannelse Ingen fælles aktivitet til fremme af human kapital	Befolkning med varierende uddannelsesbaggrund Fælles, informativ videns- og kommunikationsplatform, f.eks. veludbygget hjemmeside eller Facebook-side	Som gul, men flere har videregående uddannelser Som gul, foruden aktiv indsats for tiltrækning af ny viden/personer
Social kapital	Ingen eller få sporadiske fælles aktiviteter ⁶¹	Mange fælles gøremål i landsbysamfundets tegn og et rigt (fritids-) foreningsliv	Som gul, foruden udvikling af eksterne relationer
Politisk kapital	Ingen fælles organisering eller tiltag af betydning for mobilisering til lokal udvikling	Fælles organisering til at skabe lokal udvikling, f.eks. et aktivt landsbyråd	Som gul, foruden fælles erhvervsagtige tiltag og organisering, større tiltag, betydelige eksterne relationer

Ovenstående skema er forenklet, men til trods for det, kan det blive omfattende at udfylde det. Der indgår mange typer information og viden, der ikke uden videre er tilgængelig. For at skyde genvej og opnå et umiddelbart indtryk af kapaciteten kan følgende variabler indikere en position⁶²:

- Viden om demografi så som udvikling i befolkningstal, nettofraflytning, fødselsoverskud og uddannelse (findes i Statistikbanken.dk, nogle på landsby- og andre på sogneniveau).
- Søgninger på nettet for at finde lokale hjemmesider eller Facebook-sider. Her er det centralt, hvordan de præsenterer deres lokalsamfund både som kilde til viden og i særdeleshed som udtryk for deres opfattelse af sig selv set som lokalsamfund. Her vil spørgsmål om fælles gøremål og typer af fællesskabsorganisering desuden skulle opsøges. Findes de ikke, siger det noget i sig selv.

Et rødtligt lokalsamfund vil være i befolkningsmæssig tilbagegang og være sparsomt beskrevet på nettet. Et gult lokalsamfund vil i henseende til befolkningsmæssig udvikling være mere blandet, men dets hjemmeside og/eller Facebook-side er opdateret og vidner entydigt om et aktivt fællesskab omkring mange (små) gøremål og projekter samt et klassisk foreningsliv.

⁶⁰ En mere udførlig redegørelse for måling af udviklingskapacitet findes i Tanvig/Herslund (2020).

⁶¹ Der kan være eksempler på kirkelig aktivitet her, om end den næppe har landsbysamfundets egen udvikling som det primære fokus. Formålet med projektet 'Kirken på landet' har dog taget skridt i den retning, se fkuv.dk/kirken-paa-landet

⁶² I vores nærmere undersøgelse har vi lagt os midt imellem, altså først fundet indikatorerne og siden ved de enkelte besøg tilstræbt at få dem suppleret eller justeret.



Ofte bringer frivillige varer ud til kunderne. Foto: Hanne Tanvig

Et grønligt lokalsamfund har tendens til befolkningsudvikling med nettotilflytning foruden at have relativt mange bosiddende med videregående uddannelser. Det har alt det, som det gule repræsenterer, men i forhold til dets omfang desuden flere større tiltag og organiseringer af økonomisk, forpligtende art (ud over 'den nye købmand').

Lokal udviklingskapacitet og nye købmænd

Selvfølgelig vil faktorer så som lokalt kundegrundlag, økonomisk formåen, indkøbsmønstre og konkurrence spille ind også på en ny købmænds forretning. Er der automatisk et tilstrækkeligt marked for den enkelte købmand, må betydningen af lokal udviklingskapacitet for dens eksistens være relativt mindre. Sandsynligheden for at lokal udviklingskapacitet bliver afgørende for dannelsen af nye købmænd må være størst i små samfund eller samfund med et begrænset kundeunderlag. Lokal udviklingskapacitet er ikke mindst med til at betinge balancen mellem 'economic man' og 'social man' og dermed hvilken kategori ny købmand, der er mest sandsynlig. Se princippet nedenfor.

Princip

Kundeunderlag + lokal udviklingskapacitet = kategori ny købmand

I vores analyse finder vi et mønster med følgende karakteristika:

- De nye købmænd findes i landsbysamfund med gul eller grønlig udviklingskapacitet, fordi lokalsamfundet skal være aktivt og fællesskabet mobiliseret for at kunne tage del i en sådan opgave.
- Succes med nye købmænd med lokalsamfundet involveret i selve driften (inden for kategori b og c) opnås i landsbysamfund med grønlig kapacitet. Det er fordi, de involverede, der er 'social man', skal kunne forstå og benytte principper fra 'economic man' for at klare sig økonomisk, og derfor være i besiddelse af særlige kompetencer og viden, som ikke plejer at kendetegne fællesskaber i landsbyer og relativt uforpligtende aktiviteter.

- Helt små samfund med en ny købmand har en grønlig udviklingskapacitet, for ellers ville de ikke kunne kompensere for mangel på volumen.
- Arbejdet med de nye købmænd kan styrke den lokale udviklingskapacitet, såfremt fællesskabet i betydelig grad kan lære af dets medvirken, hvorfor omfanget, arten og ansvar er vigtig. Det taler særligt for kategori c.

Umiddelbare indikatorer på ovenstående sammenhænge må uvægerligt komme til udtryk i landsbysamfundenes formidling af deres nye købmænd f.eks. hjemmesider og Facebook-sider.

Tre forskellige nye købmænd og deres landsbysamfund er udfoldet senere, bl.a. for at illustrere, hvordan nedenstående kan anvendes (se tabel 6).

Tabel 6. Landsbysamfunds præsentation og signalering af 'den nye købmand' i deres fællesskab.

	Lokalsamfund, vigende	Lokalsamfund, levende, almindelig	Lokalsamfund Levende,
	(rødlig kapacitet)	(gul kapacitet)	(grønlig kapacitet)
Kategori a		Købmand har egen Facebook-side ⁶³ , ingen gensidig information	
Kategori b		Købmand har egen Facebook-side, borgerbutik omtalt på lokal hjemmeside o.l.	Som "gul kapacitet"
Kategori c			'Købmand' er et hovedemne på lokal hjemmeside o.l.

Lokalt engagement og mange tillægssfunktioner. Foto: Hanne Tanvig



63 Dagrofa har opbygget en standard, som de enkelte butikker benytter.

3. Fremgangsmåde

For at få mere viden og komme ind på livet af nye købmænd og deres lokalsamfund, har vi været rundt i landet og besøge dem. Vi har brugt principper fra en såkaldt eksplorativ metode, idet vi startede med at opsøge indlysende eksempler på nye købmænd og i forlængelse heraf at opsøge andre eksempler i deres nærhed afhængig af vores praktiske eller tidsmæssige muligheder. Med en sådan metode slutter opsøgningen af empiri, når der ikke dukker væsentlig, ny viden op, og det har også været tilfældet her. Indkredsningen af de første eksempler er foregået ud fra Dagrofas materiale, hvor vi har valgt at opsøge områder med iøjnefaldende forskelle.

Besøg 18 steder, hvor der findes nye købmænd

Vi har været på ture til Lolland-Falster, Fyn, i Øst-Midtjylland samt i Vestjylland, hvor vi samlet har været på besøg i atten lokalsamfund. Besøgene fandt sted i perioden januar – maj 2022.

- Lolland-Falster (evt. inkl. Sydsjælland): Errindlev, Kettinge, Horbelev (samt Lyderslev på Stevns)
- Fyn: Gudme, Ørsted, Lundeberg, Troense
- Øst-Midtjylland: Hylke, Vråds, Alken
- Vestjylland: Ramme, Thorsminde, Astrup, Velling, Stauning, Ådum, Fjaltring

I de fire områder har vi som udgangspunkt identificeret nye købmænd i kategori a og b. Inden for en passende radius i forhold til dem har vi desuden besøgt flere inden for kategori c. Dem har vi fundet via andre undersøgelser, nettet eller personlige kontakter. I femten ud af de atten eksempler havde den nye købmand i øvrigt afløst en tidligere, almindelig købmand. Der har tidligere været en Brugsen i tre af eksemplerne, og i to øvrige er den nye købmand dannet, hvor en tidligere købmand og en Brugs hver for sig ikke kunne klare sig og i praksis er blevet slået sammen og flyttet ind i større, borgerejede lokaler.

Inden besøgene havde vi truffet aftaler, og som regel fik vi mulighed for at tale med købmanden personligt eller de mest toneangivende i forretningen. I mange tilfælde talte vi desuden med formænd for ejerkredsen, som både kunne være ejere af fysiske rammer og af hele forretningen. Når det var oplagt talte vi desuden med repræsentanter fra lokalsamfundet, der i øvrigt typisk var involveret i ejerkredsen og en af dens bestyrelsesmedlemmer. Forinden havde vi søgt viden om 'de nye købmænd' og de pågældende landsbysamfund via internettet, være sig hjemmesider, Facebooksider eller avisomtaler.

Et besøg varede 2-3 timer og kunne omfatte flere samtaler. Vi startede så vidt muligt med at være i selve butikken og tale med de ledende personer,

hvor vi fik indtryk af den, herunder varerne og miljøet, og de kunder, som var til stede. Vi talte desuden kort med flere kunder, når det var muligt. Flere samtaler med initiativtagere og repræsentanter fra ejerkredsen foregik af og til andetsteds og uden for lukketid, enten i folks private hjem eller på deres arbejde.

For hvert besøgssted har vi sammenskrevet og analyseret de oplysninger, vi havde fundet op til besøget og modtog under samtalerne, hvor der også var plads til fortrolig og følsom viden. Som følge af databeskyttelsesforordningen (GDPR) er gengivelsen af viden om de enkelte besøgssteder ikke publiceret af hensyn til kildebeskyttelse og af diskretionshensyn. Man vil derfor heller ikke direkte kunne spore de enkelte steder i analysen. For at vise karakteren af vores sammenskrivninger om hvert besøgssted viser vi imidlertid essensen af dem i form af tre eksempler, se senere. Samtalepartnerne har godkendt dem.

I bilag 1 findes en liste i alfabetisk orden over de pågældende købmandsforretninger, vi har besøgt, og i bilag 2 en liste over de mange personer, som vi talte med.

Hvert besøgssted fremgår som et nummer fra nu, og numrene svarer ikke til rækkefølgen i bilag 1.

Der samles penge ind. Foto: Hanne Tanvig



4. Resultater af undersøgelsen

Vi er kommet i besiddelse af en masse viden, som vi præsenterer og analyserer i det efterfølgende. Først viser vi nogle karakteristiske faktorer ved de nye købmænd og deres omgivende landsbysamfund i de atten eksempler. Dernæst trækker vi tråde på tværs, hvor vi især forfølger vores antagelse om sammenhæng mellem forskellige modeller for nye købmænd og arten af lokal udviklingskapacitet.

Karakteristiske forhold

Udbredelsen af de forskellige kategorier

Vores fremgangsmåde indebærer, at vi ikke på forhånd havde valgt antallet og fordelingen på nye købmænd til vores nærmere undersøgelse. Det var et delformål at opspore dem på vores vej forskellige steder i Danmark.

Den største kategori, vi stødte på, var kategori b – altså at borgerne via deres købmandsorganisering selv har ansat en købmand – hvilket var tilfældet i ni ud af de atten eksempler. En af dem fungerede dog i praksis nærmere som en selvstændig købmand (kategori a) i forståelse med dens ledelse og animeret af en bonusordning.

Ellers fandt vi fire eksempler inden for kategori a, hvor købmanden selv ejer og driver forretningen, mens lokalsamfundet ejer bygninger mv. Et af de dem er ikke fuldt ud en ny købmand men nærmere en almindelig købmand efter vores egen definition. Når eksemplet alligevel er taget med, skyldes det, at købmanden personligt har spillet en central rolle i udviklingen af det omgivende lokalsamfund, og ad den vej er det lykkedes at sikre flere kunder til butikken og redde en ellers skrantende forretning.

I kategori c fandt vi fem eksempler – dem der ikke indgår i Dagrofa-relaterede købmænd eller er en del af Coop og i øvrigt bryder mange af normerne. Et af dem har i øvrigt lighed med kategori b, fordi man her har ansat en daglig leder på deltid.

Tabel 7. Repræsentationen af de forskellige kategorier nye købmænd.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Kategori a			*			*						*	*	*		*		
Kategori b	*			*	*		*	*			*							*
Kategori c		*							*	*					*		*	

Vi kan ikke fuldt ud generalisere fra vores eksempler pga. vores fremgangsmåde, men vi så nogle typiske mønstre, hvilke uddybes senere.

Dagrofas materiale kan give os et geografisk billede af fordelingen af kategori a og b, hvor Vestdanmark er en højborg som tidligere omtalt. At der relativt set er sneget sig temmelig mange eksempler ind i fra kategori c, altså uaf-

hængigt af Dagrofas oversigt, må tilskrives vores metode, idet vi bevidst har op søgt dem på vores vej. Her kan det være tankevækkende, at det var nemmest at finde eksempler, når vi ikke var i Vestjylland og på Lolland-Falster.

Virksomheds- og organisationsformer

Forskellige virksomhedsformer er taget i brug, om end ApS- formen er dominerende både i forbindelse med ejendomsselskaber (kategori a) og i ledelse af driften (kategori b). I flere af eksemplerne indgår både et ejendomsselskab og et driftsselskab typisk med personlige overlap i bestyrelserne.

I et enkelt tilfælde har vi fundet en a.m.b.a.-konstruktion kombineret med et ApS og i et andet en foreningskonstruktion begge i kategori b. Foreningskonstruktionen er især repræsenteret i kategori c.

Som førnævnt har vi måttet afstå fra en nærmere undersøgelse af det juridisk gældende, formelle grundlag for borgerindflydelsen. For os er det særligt relevant i forbindelse med mulighed for indflydelse på selve driften af forretningen, således i tilfælde af kategori b og c. Ud fra samtalerne og vores iagttagelser i øvrigt har vi imidlertid fået indtryk af, at borgerindflydelsen via det repræsentative princip kan være relativt stor i kategori b, men at der ikke er belæg for, at alle kan kalde sig 'borgerdrevne'. Borgerindflydelsen er mere udtalt i kategori c, som altså forlods er tættest på at kunne kaldes 'borgerdrevne' med rette.

Kædemedlemskab og involvering af Dagrofa

Det er alene i kategori a og b, at kædemedlemskab (under Dagrofa) kan være relevant. I mange tilfælde var samarbejdet mellem den enkelte nye købmand, kæden og Dagrofa i det hele taget særdeles tæt og omfatter f.eks. løbende administration.

Generelt vælger og foretager de lokale aktører i kategori c selv deres sortiment og indkøb og går selektivt til værks i forhold til lokal interesse, de frivilliges egne præferencer⁶⁴ og en særlig profilering. Her fandt vi to eksempler på forretninger, der aftager visse varer fra Dagrofa.

Tabel 8. Kædemedlemskab.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Kategori	b	c	a	b	b	a	b	b	c	c	b	a	a	a	c	a	c	b
Min Købmand	*			*	*		*	*			*							*
Let-Køb		*							*	*					*		*	

Blandt de tretten a og b – eksempler er kæden Min Købmand den mest almindelige, mens to af dem hører under Let- Køb. Hertil skal føjes at en af dem for nylig blev omdannet fra Let- Køb til Min Købmand. Min Købmand er repræsenteret i både kategori a og b, mens Let- Køb alene er repræsenteret i kategori b.

⁶⁴ I flere af eksemplerne er varerne på hylderne individuelt bestemt, anskaffet, hentet og opstillet af den pågældende.

Ikke alle inden for Min Købmand-kæden havde stor volumen set i forhold omsætning og indbyggertal som indikatorer. Forventninger om vækst er bristet og i to af tilfældene var man officielt ved at smide håndklædet i ringen, da vi besøgte dem. Dette uddybes senere.

Både fra kategori a- og b-eksempler i Min Købmand-kæden hørte vi kommentarer om, at kædemedlemskabet kunne virke begrænsende, fordi man ikke kunne leve op til de krav, der fandtes f.eks. til afsætning af bestemte produkter. I et tilfælde med Let-Køb som model, hørte vi desuden om, at den til trods for større fleksibilitet måske heller ikke var den rigtige løsning i det lille samfund.

Nogle fremførte med stolthed, at de kunne gå imod Dagrofa og f.eks. sælge varer til lavere priser end Dagrofas udstukne listepreiser. Det var især blandt kategori a's købmænd, at man åbenbart kunne matche Dagrofa, hvilket evt. kan forklares med, at de også var oplært i Dagrofa.

En udtalelse fra et sted, hvor man manglede lidt for at være på samme bølgelængde med Dagrofa-systemet, lød til illustration: "Vi har en landsbytilgang, og Dagrofa har en købmåndstilgang".

Alderen

Efter medieomtalen skulle man tro, at vore nye købmænd er nyetablerede. Tabellen viser, at det gælder i en del af eksemplerne, men flere har også en del år på bagen. Her skal vi huske, at de desuden er dannet 'på soklen' af en nedlukket, mangeårig, klassisk købmåndsforretning.

Tabel 9. Alderen på den nye købmånd.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Kategori	b	c	a	b	b	a	b	b	c	c	b	a	a	a	c	a	c	b
0-5 år	*		*			*						*			*	*		*
6-10 år				*	*		*	*									*	
+ 10 år		*							*	*	*		*	*				

Der er en svag tendens til, at flere af de nye forretninger er at finde i kategori a og b, mens de ældste som regel repræsenterer kategori c. Det kan have betydning, at mediedækningen og Dagrofa på det seneste har påvirket dannelsen af borgerbutikker, som i Dagrofa-regi fører til kategori a og b.

Kategori c-eksemplernes relativt høje alder kan vise noget om, at de pågældende har været pionerer, og at de har evnet at overleve på egne platforme.

Betydningen af volumen

Naturligvis spiller kundeunderlaget en basal rolle for eksistensen af købmånden. Vores opfattelse er, at jo mindre det er, jo mere må lokalsamfundet skulle træde i karakter, for at den kan eksistere, også selvom strøgekunder kan bidrage til omsætningen. Det afspejles netop i nedenstående sammentælling.

Tabel 10. Antal nye købmænd i forskellige størrelser landsbyer*

Indbyggertal	0-300	301-500	501-700	700+
Kategori a		3	2	1
Kategori b	5	2	0	0
Kategori c	3	1	0	1

*) Antal indbyggere i landsbyen 1. januar 2021, Statistikbanken.

I det eksempel fra kategori c, hvor landsbyen er på flere end 700 indbyggere, har forretningen fået en betydelig konkurrence fra to nyetablerede lavprisbutikker tæt ved og derved mistet det meste af salget af ordinære dagligvarer. En springende forudsætning i spørgsmålet om lokalt kundeunderlag er pendlernes indkøbsadfærd. Vi hørte i flere tilfælde om, at deres indkøbsadfærd falder ud til fordel for andre forretninger på deres rute til og fra arbejde, og at især voksne i børnefamilier foretager deres primære indkøb andesteds. De mest loyale lokale kunder, er således de ældre. Men det kom også frem, at omlægning fra den klassiske købmand til en ny købmand, der måtte ændre meget på sortiment o.l., har tiltrukket nye kunder men mødt stor modstand blandt de ældre, som ikke vil handle i butikken længere.

Kundegrundlaget øges selvfølgelig væsentligt, når 'stedet' betyder noget i form af beliggenheden. Det kan aflede strøgkunder som f.eks. i turistområder og ved særlige besøgsmaal. Ca. halvdelen af de nye købmænd er begunstiget af et sådant ekstra kundeunderlag, som for kategori c's vedkommende har ekstra betydning og kommer til udtryk ved stedbrandende varer i butikken. Hertil kommer e-handel med sådanne stedbrandende varer, hvilket sker i en af forretningerne. Det gælder desuden for flere af kategori c-købmændene, at turister i 'deres' område er tilbagevendende, og at den nye købmand også for dem spiller en social og kulturel rolle.

KFI's Erhvervsdrivende Fond kan støtte videreudvikling i butikker med en omsætning på mere end 15 mio. kr. om året og et butiksareal på mere end 400 m², jf. fundatsen. I andre dele af branchen omtales en årlig omsætning på f.eks. 10 mio. kr. også som god. I vores eksempler er det et fåtal, som ligger på det niveau, og nogle ligger tilmed på under 5 mio. kr.

Tabel 11. Omsætning i 2021.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Kategori	b	c	a	b	b	a	b	b	c	c	b	a	a	a	c	a	c	b
U.5 mio.		(*)							*	*					*		*	
5-10 mio.	*				*		*	*			*	*						?
+ 10 år			(*)	*		*							*	(*)		*		

(*) = På grænsen. ? = Ny/forventet i 2022

Dem med den højeste omsætning tilhører kategori a. Mange af købmændene i kategori b og c har således en relativt lav omsætning, hvor det i kategori b med store og faste udgifter til ansatte er en voksende udfordring at kunne finde dækning og nogle har underskud. To af dem var så kritiske, at en lukning officielt meddelt kunne være forestående.

Corona-krisen medførte ganske vist øget lokal handel, som bragte omsætningen i vejret, men den nyeste udvikling som følge af energikrisen giver nu dybe rynker i panden hørte vi mange steder.

Et modsvar på presset finder de i kategori c, hvor de i tre ud af de fem eksempler ikke har udgifter til personale. De fire af dem har desuden en begrænset åbningstid, som er afstemt med døgnrytmen i landsbyen. Fuld åbningstid har man dog et sted hele året, og her er der tale om en deltidsansættelse, mens man et andet sted har fuldtidsåbent om sommeren, hvilket midlertidigt ansatte er med til at sikre.

Reguleringen af lønudgifter gennem nedsat åbningstid kunne man ikke forestille sig muligt i de øvrige kategorier, for som en samtalepartner udtrykte: det vil skabe usikkerhed om butikken og skræmme kunder væk, når de måtte møde en lukket dør i en 'normal åbningstid'. Vi hørte desuden om problemer med at fastholde de ansatte i givet fald.

Særligt sortiment

Ud over handel med dagligvarer er det almindeligt for købmændene inden for kategori a og b at have et ekstra sortiment så som blomster, slagtervarer, brød, Tips/Lotto og udlevering af medicin, pakker etc. Nogle har desuden et tankanlæg med salg af brændstof til køretøjer, som de enten selv står for eller ligger opad. En bevægelse hen imod salg af forarbejdede og ofte tematiserede fødevarer er blevet omfattende, men vi så også eksempler på forhandling af varme, færdigtilberedte fødevarer til strøgkunder, f.eks. til frokost. Sidstnævnte forudsætter dog en betragtelig investering i inventar m.v., så det er ikke de mindste a- og b-forretninger forundt.

Det er blevet almindeligt at sælge økologiske produkter og visse lokale produkter og mange andre specialvarer, selvom det ikke var lige udbredt blandt vore besøgsmaal. Vi hørte f.eks. et par steder, at de lokale kunder var forbeholdne overfor at købe den slags, og at f.eks. specialøl, som man var forpligtet til aftage fra Dagrofa, kunne være svære at sælge i modsætning til billigere øl.

Neden for viser vi 'særligt sortiment' som udtryk for særligt udvalgte varer bestemt lokalt, og at det er det, der profilerer og bærer forretningen. Ved siden af forhandles fortsat almindelige dagligvarer. Tabel 12. Særligt sortiment og særlige funktioner

Tabel 12. Særligt sortiment.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Kategori	b	c	a	b	b	a	b	b	c	c	b	a	a	a	c	a	c	b
Særligt sortiment		*							*	*					*		*	

Det kan ikke undre, at forhandling af et særligt sortiment kendetegner c-kategorien, som tilfældet er. De finder jo deres egne veje. Deres sortiment er ofte præget af 'stedet' omsat til lokale specialiteter, og hvad der kan tilbyde stedbundne oplevelser og tiltrække kunder langvejs fra. I flæng kan vi nævne særlige oste, helsekost, lokalt produceret øl og andre drikkevarer evt.

i særlige lokale emballager, brød og kager bagt i tilknytning til butikken, lokale grønsager, kød, speciel is osv. Flere steder formidlede de desuden lokale produkter, dvs. at butikken samtidigt med almindeligt salg fungerede som showroom, og de forhandlede desuden produkterne på en kommissionsordning.

Særlige funktioner

Dagligvarebutikker i landsbyer fungerer i vid udstrækning som daglige mødesteder, hvor man spontant kan mødes og få en snak. Det er også tilfældet i alle vore eksempler. Ligeledes er det almindeligt for forretningen at tage del i fælles arrangementer som f.eks. lokale festivals, julehygge og sommerfester ved f.eks. at være til stede, sælge, sponsorere eller donere varer.

De særlige funktioner, vi har lagt vægt på og som har givet udslag i skemaet nedenfor, er nogle, der (endnu) ikke er almindeligt forekommende og bærende for forretningen.

Tabel 13. Særlige funktioner.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Kategori	b	c	a	b	b	a	b	b	c	c	b	a	a	a	c	a	c	b
Særlige funktioner		*							*	*		(*)	(*)		*		*	

Midt i eller i hjørner af butikkerne og lige uden for findes som regel byens mest centrale borde, hvor man kan sætte sig og blive en del af fællesskabet for en stund. Nogle steder afholdes diverse lokale møder ligeledes her. Man kan typisk købe eller få kaffe og indtage friskbagt brød, is m.v. Hvad enten det er inden- eller udenfor, virker de derfor som landsbyens torve, hvor også udefrakommende kan være til stede.

Sammenhænge mellem sortiment og funktioner

Vi finder sammenhænge mellem forekomsten af særligt sortiment og særlige funktioner. Enten er der ikke tale om nogle af dem (tomme felter), og den nye købmand er derfor 'bare' en dagligvarebutik. Eller også er der tale om sammenfald, således at den nye købmand er mere end en dagligvarebutik.

I flere af interviewene i a- og b-forretningerne forlød det, at for meget af det ekstra fjerner fokus fra driften af selve forretningen. I et tilfælde havde en købmand f.eks. haft salg af en særlig is, som man kunne indtage ved et bord udenfor, hvor man også kunne indtage kaffe o.l. Men han fandt, at kræfterne var bedre anvendt i selve butikken. Alligevel tænker også de mere ordinære købmænd i etablering af særlige funktioner, når de kan tiltrække nye kunder. I a-gruppen oplevede vi således to eksempler på noget, som ikke forekommer os at være helt almindeligt, nemlig indretning af en spillehal i tilknytning til butikken.

Eksempel: Stauning – købmand og landsbysamfund



Min Købmand Stauning

Del af 'Min Købmand'-kæden.

Ny købmand siden 2019.

Omsætning 13,5 mio. i 2021, omsætning stigende.

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 nogleudlevering til sommerhuse.

Lokale kunder og en omfattende strøghandel, mange turister. Vareudbringning

Se Facebook.com/Min-købmand-Stauning

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 kr. 5.000 og enkelte á et noget større beløb, og 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.

Købmanden og aktørerne i forretningen

Købmanden er en dynamisk person, for hvem det er en livsform at være købmand og få en forretning til at blomstre. Det vidner megen avisomtale om⁶⁵. 60-70 timers ugentlig arbejde bliver det nemt til, også fordi han er involveret i drift af en købmandsforretning andetsteds.

Ud over købmanden selv er der 17 ansatte svarende til 5-6 årsværk. Desuden bidrager et antal frivillige med forskellige supplerende aktiviteter, f.eks. udpakning af varer men især med udbringning af varer. For købmanden betyder det meget, at der gives en hånd med fra borgernes side, fordi det styrker båndene til de lokale kunder. Mange af de frivillige 'vil bare gerne', fordi det giver mening for dem selv.

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

Stauning som landsbysamfund

Stauning var tidligere et udpræget landbrugssamfund kombineret med fiskeri på fjorden, hvor turismen i høj grad gør sig gældende nu. Indbyggertallet ligger ved indgangen til 2022 på 364 og er vokset på det seneste, og den har ikke været ramt af samme fald i befolkningstallet som andre landsbysamfund. I sognet med ca. dobbelt så mange indbyggere har der været en jævn tilbagegang.

⁶⁵ Se f.eks. [Ugeavisen.dk/ugepostenskjern/artikel/min-købmand-i-stauning-har-været-en-succes-fra-dag-1](https://www.ugeavisen.dk/ugepostenskjern/artikel/min-købmand-i-stauning-har-været-en-succes-fra-dag-1)

I landsbyen findes en række institutioner, f.eks. børnehave, skole og et friplejehjem, der sammen med Ringkøbing Fjord i baghaven, miljøet på den lille havn samt brandet Stauning Whisky utvivlsomt er centrale for hverdagslivet i landsbyen og virker tiltrækkende udadtil.

Som i de fleste landsbysamfund findes mange foreninger. I Stauning er Sogneforeningen særligt central i denne sammenhæng, idet den danner paraply over en række initiativer. For nylig har det f.eks. været indretning af fællesarealer i landsbyen som et led i større byfornyelsesindsats. Ellers handler livet i landsbyfællesskabet f.eks. om fritidsaktiviteter, ældreaktiviteter og Stauning Jazzfestival.

Landsbyen blev af Region Midt kåret som Årets Landsby i 2020, hvor borgernes etablering af købmanden var en væsentlig faktor. Se www.stauning.dk.

Data om Stauning

Befolkningstal (Statistikbanken)

By: 2015 (334), 2020 (387), 2021 (356), 2022 (364)

Sogn: 2015 (731) 2020 (776), 2022 (717)

Nettotilflytning, sogn (Statistikbanken): 2015 (12), 2020 (-30), 2021 (34)

Mellem/videregående uddannelser, sogn, 2021 (Statistikbanken): i alt 103 personer = 14%

Organisering af fællesskabet: En almindelig forening, Sogneforeningen, danner paraply over en række initiativer. Stauning Mejeri ApS er uafhængig heraf.

Præsentation af lokalsamfund: Byen har en relativt informativ hjemmeside og en lukket Facebookside

Præsentation af købmanden som en del af landsbysamfundets aktivitet: Købmanden er ikke beskrevet som en aktiv brik.

Vores analyse

Købmandsforretningen i Stauning svarer til kategori a. 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'.

Stauning set som lokalsamfund har den gule farve, hvilket vi begrundes med en relativt positiv befolkningsudvikling, et almindeligt organiseret fællesskab omkring almindelige aktiviteter samt en relativt informativ hjemmeside. På den præsenteres købmanden ikke som en central brik i fællesskabet. Desuden eksisterer en lukket Facebook-side, hvor der muligvis findes relevant viden for interne brugere.

Initiativtagere og de nye købmænd personligt

Fra avisomtaler og hjemmesider m.v. var vi inden undersøgelsen blevet klar over, at det havde været vanskeligt at tiltrække og fastholde en kompetent købmand i flere af lokalsamfundene med de nye købmænd.

Under besøgene fik vi at vide, at flere af kategori b-eksemplerne var nødløsninger, fordi man i lokalsamfundet oprindeligt havde foretrukket en selvstændig købmand. Lokalsamfundet måtte altså selv gå ind i driften og dermed påtage sig en noget større opgave end ellers. Det kan ikke afvises, at man i samfund med c-modellen helt oprindeligt havde ønsket sig en almindelig købmand, men at det også dengang var urealistisk. Vi hørte dog ikke om det.

Flere steder havde man løbende vanskeligheder eller usikkerheder med først at tiltrække og dernæst fastholde en ansat købmand af forskellige årsager. Vi hørte f.eks., at folk med ambitioner om at være købmand ønskede at blive selvstændige og selv stå for al driften og i større forretninger. Desuden hørte vi om manglende viden og erfaring samt om uenighed om den daglige drift mellem den ansatte købmand og den øvrige ledelse af forretningen. De generelle økonomiske udfordringer gjorde i det hele taget, at man skulle være en robust person og have en særlig tilgang til jobbet, og ikke være købmand der som led i en større karriere.

Vi fandt det tankevækkende, at mange var kvinder på de særligt udsatte poster. Ud af de i alt fjorten købmænd i kategori a og b samt den ene fra kategori c med lønnet personale var de syv kvinder og de fleste nyansatte, men på nær en var de alle tilknyttet kategori b. Inden for de seneste to år (efter etablering af forretningen) var der foretaget udskiftning af den daglige leder (i et par tilfælde flere gange), og i alle tilfælde var der nu kvinder på den post som daglig leder. De øvrige syv nye købmænd er altså ledet af mænd, hvor alle inden for kategori a har mænd som 'købmænd'. I fire inden for kategori c kunne vi ikke registrere, om der var overvægt af et af kønnene i forbindelse med driften af forretningen.

Desuden blev vi opmærksomme på, at der var en sammenhæng mellem, hvem der havde været de oprindelige initiativtagere og dermed repræsenterede landsbysamfundet, og hvilke kategorier nye købmænd, der blev etableret. Når vi havde med kategori a at gøre, var det helt typisk erhvervsfolk eller særligt toneangivende personer i området, som i øvrigt efter opstart har trukket sig tilbage og alene forholder sig til udlejningen af lokalerne. "Købmanden skal selv have hånden på kogepladen", forlød det f.eks. to af stederne. I kategori b var de oprindelige initiativtagere mere blandede, herunder var der repræsentanter fra almennyttige foreninger. Her var det så mere almindeligt, at de efterfølgende er fortsat som repræsentanter i bestyrelsen for 'den nye købmand'. Når det kommer til kategori c, har det overvejende været særlige kulturpersoner eller –miljøer, som stod bag og stadig er med i det hele, idet lokalsamfund, ledelse og drift er smeltet sammen. De forskelle på lokalsamfundenes deltagelse fra starten og efterfølgende har uvægerligt virket ind på de forskellige profileringer af forretningerne, som vist ovenfor, men må desuden have tilbagevirkende kraft og give aftryk på lokalsamfundenes yderligere udvikling.

Eksempel: Errindlev – købmand og landsbysamfund



Errindlev Købmandshandel

Del af 'Min Købmand'-kæden.

Ny købmand siden 2010/12.

Omsætning oplyst ca. 6 mio. i 2021 (underskud).

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 [Facebook.com/Errindlev](https://www.facebook.com/Errindlev)

Historie

For 15 år siden blev en tidligere Brugsen nedlagt og omlagt til en købmand. Købmanden fra dengang opgav imidlertid efter tre år, hvilket førte borgerne i Errindlev 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 byens liv. Det har været landsbysamfundets stolthed, og Errindlev har været landsdækkende kendt for sin borgerbutik, for den var blandt pionererne. Nu er forretningen lukningstruet pga. underskud, hvor forklaringen lyder, at de lokale ikke køber tilstrækkeligt ind i butikken længere. Sidste år foretog man ellers en relativt omfattende renovering for at gøre butikken mere attraktiv for både kunderne og personalet. Kredsen omkring den borgerstøttede købmand har inviteret de lokale borgere med på rådslagning, og der har været en del medieomtale om vanskelighederne for nylig⁶⁶.

Købmanden og aktørerne i forretningen

Forretningen har to fuldtidsansatte, der fungerer som købmænd i det daglige, samt to ungarbejdere til at gøre rent. Ledelsesmæssigt assisterer ApS'ets direktør de daglige købmænd på frivillig basis. Fordi der var usikkerhed om fremtiden for forretningen, har den ene af de daglige købmænd for nyligt valgt at opsige sit job, men der er fundet en lokal afløser.

De historisk tætte bånd mellem købmandsforretningen og landsbysamfundet viser sig bl.a. i form af en betydelig frivillig, ulønnet indsats navnlig fra de ældre borgere i landsbyen. Nu medvirker et stort antal frivillige på skift med at udføre mange typer opgaver i forretningen, alt fra at pakke ud, sætte på hylder og at betjene kassen. De arrangerer selv deres vagter.

Motiverne for den store frivillige indsat er dels at ville hjælpe forretningen, så den kan eksistere, og dels at det for mange giver indhold og adspredelse i hverdagen. Man mødes med de andre, og midt i forretningen findes et lille bord, hvor de kan sætte sig i pauserne og få en kop kaffe. Til gengæld kom det til udtryk, at arbejdsmængden samler sig omkring nogle få, og at de synes, den er blevet for stor. Typisk er de samtidigt primus motorer i andre lokale sammenhænge.

66 Se f.eks. [Tv2east.dk/guldborgsund/succesfuld-koebmandshandel-truet-paa-sin-eksistens-vi-mangler-kunder](https://www.tv2east.dk/guldborgsund/succesfuld-koebmandshandel-truet-paa-sin-eksistens-vi-mangler-kunder)

Errindlev som lokalsamfund

Errindlev ligger lidt afsides på Lolland, og antageligt derfor er der heller ikke mange strøgkunder i købmandsforretningen.

Umiddelbart fremstår landsbyen som en klassisk landsby i et landbrugssamfund og bærer ikke umiddelbart et præg af tilbagegang, som beliggenheden og demografien måske kunne antyde at den ville. Selv om mange af de omfattende aktiviteter ifm. anlæg af det store Femern Bælt-projekt ligger få kilometer væk, kan de ikke spores i Errindlev.

Landsbyens omdannelse fra at være centrum i et landbrugssamfund til primært at være et sted for bosætning, at de erhvervsaktive fortrinsvis er pendlere, og at der bor mange ældre, kan iagttages på flere måder. F.eks. findes der ikke længere en skole og mange andre af de funktioner, som en landsby rummede tidligere. Nu er der en kirke, en idrætshal og et forsamlingshus samt et museum.

Landsbysamfundet har ellers været aktivt i mange år og har taget fat om mange store opgaver, som borgerne også ofte selv fandt pengene til ligesom til købmanden. Her kan de fleste pege på en særligt central initiativtager og samlingsfigur, der nu er blevet ældre og har trukket sig tilbage.

Bortset fra sikringen af købmanden var et af flagskibene at omdanne et tidligere mejeri i en fredet bygning til et museum med udstilling af remedier fra tidligere mejeridrift samt en historisk samling af danske stole. Desuden udstilles malerier, og der findes et loppemarked, ligesom møbler og malerier sælges for at sikre økonomien. Det er organiseret som en selvejende institution, hvor en forening står for den daglige drift.

Landsbyen rummer stadig et aktivt idrætsliv, og flere foreninger findes fortsat, herunder en beboerforening med fokus på landsbyens fysiske forhold. Foreningslivet er generelt præget af afmatning, og at der er færre til at trække læsset. Mange medlemmer er blevet ældre, og de yngre mennesker i byen har andre interesser. Alligevel er det lykkedes en kreds omkring forsamlingshuset at tiltrække alle med fællesspisning på programmet, hvor også de yngre generationer deltager.

Der findes en hjemmeside, som ikke er opdateret, og måske i det daglige er erstattet af en Facebookside, som annoncerer arrangementer for Errindlev og omegn: [Facebook.com/groups/errindlev](https://www.facebook.com/groups/errindlev)

Data om Errindlev

Befolkningstal (Statistikbanken)

By: 2015 (280), 2020 (274), 2021 (263)

Sogn: 2015 (511), 2020 (498), 2021 (479)

Nettotilflytning, sogn (Statistikbanken): 2015 (-5), 2020 (-7), 2021 (-1)

Mellem/videregående uddannelser, sogn, 2021 (Statistikbanken): 57 personer = 11%

Organisering af fællesskabet: Beboerforeningen kan være tværgående, men virker ikke til (længere) i praksis at danne paraply over de forskellige øvrige foreninger med hvert sit formål

Præsentation af lokalsamfund: Errindlevs hjemmeside er ikke opdateret, en Facebookside rummer annoncering af aktiviteter o.l. (for de lokale)

Præsentation af købmanden i lokalområdet: Købmanden omtales kun sporadisk i andre sammenhænge end på egen Facebook-side.

Vores analyse

I Errindlev har vi et eksempel på en ældre, borgerstøttet købmandsforretning inden for kategori b. Nu har den økonomiske vanskeligheder som følge af, at de lokale ikke køber tilstrækkeligt ind her. Især de yngre generationer har ikke den samme loyalitet, som man havde tidligere. Det påvirker også livet som frivillig i butikken, idet den er afhængig af et betydeligt bidrag fra de frivillige, hvor nogle må lægge mange kræfter i butikken og nedprioritere andre gøremål.

Landsbysamfundet har fortsat den gule valør, når vi ser på den lokale udviklingskapacitet, men den virker falmet i forhold til tidligere tider, hvor der forekom et større fælles fodslag om større opgaver af forpligtende karakter.

Frivilliges bistand

I de fleste af de atten eksempler deltager lokale borgere på frivillig basis i arbejdet med forretningen på en eller anden måde. Generelt hjælper de med at bringe varer ud til kunder, pakke varer ud og sætte dem på hylder. Det foregår typisk ved, at de frivillige selv fordeler sig på 'vagter', som er få timer ad gangen. En kreds af frivillige kunne spænde fra et par håndfulde til at være mange flere, og i løbet af en dag kunne der være flere til stede ad gangen både til at klare de løse og hjælpe med de mere faste opgaver.

For nogle af forretningerne forløb det, at de ikke var afhængige af de frivilliges bistand, men at den kan være med til at sikre sammenhængskraft mellem købmanden og lokalsamfundet og dermed kundeloyalitet. I andre tilfælde, typisk i b- og c-kategorierne, spillede den frivillige bistand en større rolle for selve forretningen. Når vi ser bort fra det ene tilfælde med en ansat købmand, var c-kategorien ellers fuldstændig baseret på ulønnet indsats, hvor det deraf forpligtende samarbejde mellem borgerne er et motiv i sig selv. I kategori b spillede de frivillige ligeledes en central rolle, som i flere tilfælde blev beskrevet som uundværlig, når der skulle være fuldt åbent alle dage, og forretningen kunne løbe rundt – og til forskel fra i kategori c at kunne aflønne al personalet.

I eksempler fra kategori b oplevede vi desuden, at medlemmer af forretningernes bestyrelse havde omfattende opgaver med at bistå den daglige ledelse og ofte selv arbejdede i butikken.

Tabel 13. Betydningen af frivillig, ulønnet arbejdskrafts indsats i den daglige drift*.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Kategori	b	c	a	b	b	a	b	b	c	c	b	a	a	a	c	a	c	b
Supplement	*	*	*	*		*								*		*		
Nødvendig					*		*	*	*	*	*	-	-		*		*	*

*) I to eksempler var der kun sporadisk deltagelse af frivillige i den daglige drift.

Vi spurgte til, hvad der driver de frivillige. For mange af dem handler det om sikring af den købmand i landsbyen, som de har kæmpet for. Mange var således ældre borgere, der havde været med fra starten, og som nu også fandt mening og socialt indhold i dagligdagen ved at være med i forretningen. Til gengæld kniber det med et generationsskifte blandt frivillige, fik vi at

vide under mange af besøgene. De yngre generationer føler ikke samme grad af forpligtelse og lægger i øvrigt også ofte deres handel andetsteds, f.eks. når de pendler til og fra arbejde. Flere steder udtalte frivillige ligefrem, at de trængte til aflastning og syntes, at de arbejdede for mange timer i forretningen.

Her var der undtagelser i c-kategorien, for her var det ikke så ualmindeligt for unge familier at give et nap med eller være til stede i miljøet. Vi hørte om, at man direkte ansporede nye tilflyttere til at tage del, for at de hurtigt kunne lære lokalsamfundet at kende på den måde og sikre landsbyen som helårssamfund ved at støtte 'den nye købmand'.

De atten nye købmænd og lokal udviklingskapacitet set på tværs

De nye købmænd i vores undersøgelse findes, hvor den klassiske købmand eller Brugsen ikke kunne klare sig længere. De fleste af landsbyerne er små, mange har under 300 indbyggere, og selvom der kan være tale om strøgkunder, giver kundeunderlaget isoleret set skrøbelige vilkår for forretningen.

Dagrofas materiale har vist, at der er en større hyppighed i det vestlige frem for østlige Danmark (kategori a og b), og i vores undersøgelse har vi mødt samme tendens. Vores metode bevirker, at vi ikke klart kan konkludere i tilfældet af kategori c, men vi har fundet det lettere at finde eksempler i Midt/Østjylland og på Fyn end i de to andre områder. Alligevel kan vi ikke konkludere, at man ud fra rene, geografisk betingede forhold og ovenfra kan forklare forekomsten og udbredelsen⁶⁷. Dertil er variationerne store selv inden for de samme typer geografiske områder.

Der er samlet penge ind til renovering. Foto: Hanne Tanvig



⁶⁷ Metoden kan skabe usikkerhed, jf. tidligere, der findes eksempler på lignende andre steder, feltet er fortsat i bevægelse, og Dagrofas bistand kan influere.

Til gengæld, når vi kommer på det helt lokale niveau, kan vi få et nøjere indblik i mekanismerne og bedre blive i stand til at aflæse lokalsamfundenes særlige kræfter. Det er netop også fra lokalt niveau eller 'nedefra', man har støbt de første kugler til initiativet, og ikke en planlagt aktion udefra. Det er på microniveau, vi finder viden om sådanne dynamikker. Selvom de er meget forskellige kan vi alligevel også se nogle gennemgående mønstre.

Lokal udviklingskapacitet

Den for os udslagsgivende faktor på tilstedeværelsen og arten af nye købmænd er lokal udviklingskapacitet. Lokal udviklingskapacitet har vi opdelt i tre hovedtyper: rødlig, gul og grønlig, jf. tidligere. På forhånd anså vi det for usandsynligt, at nye købmænd var at finde i rødlige landsbysamfund⁶⁸, men at der skulle et gult eller grønligt samfund til, fordi landsbysamfundet skulle være mobiliseret til og have evner til at løfte etableringen og evt. driften af en ny købmand.

Tabel 15. Arten af lokal udviklingskapacitet og kategorier af nye købmænd.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Kategori a			*			*						*	*	*		*		
Kategori b	*			*	*		*	*			*							*
Kategori c		*							*	*					*		*	

Ifølge vores analyse har de fleste af de besøgte landsbysamfund den gule værlør, og deres nye købmænd falder typisk ud som hhv. kategori a eller b – hvor 'economic man' er styrende og af købmanden selv eller, hvor landsbysamfundet både skal varetage 'economic man' og 'social man'. De særlige, kategori c, er drevet af 'social man' selv og gør det for 'social man's skyld og kun sekundært ageres der som 'economic man'. De har overlevet som sådan, og de udgør et grønligt landsbysamfund svarende til tidligere antagelser om, at der skulle 'ekstra' kompetencer til for at kunne drive en sådan.

Vi må ikke tillægge boglige uddannelser for megen vægt i denne sammenhæng. Når et landsbysamfund er grønligt og evt. selv vil drive en ny købmand, forudsættes at man som borger skal være innovativ og selv stille, løse eller finde svar på mange af de spørgsmål og udfordringer, der opstår undervejs. Meget i det virke vil forudsætte typer af kvalifikationer, som man ikke får uden boglig uddannelse på et vist niveau. Tendensen i nedenstående tabel bekræfter da også dette. Forekomsten af folk med større boglige uddannelser er mest udpræget til stede i eksempler, hvor der er en grønlig kapacitet og en kategori c-model.

Tabel 16. Andel med mellemlang/lang videregående uddannelse på sogneniveau i 2021*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Under 15%			a	b		a	b				b		a	a	(c)	a		
16-30%	b				b			b	c			(a)		a				b
Over 30%		c								c							c	

*) (a) = På grænsen nedad, (c) = I det pågældende landsbymiljø bor relativt mange flere med lang uddannelse end i resten af sognet.

68 Vi har dog ikke foretaget en undersøgelse, der endegyldigt kunne bekræfte det.

Den lokale udviklingskapacitet spiller klart ind på spørgsmålet, om den nye købmand har rollen med dagligvareforsyning som det primære og spontant mødested som det sekundære, eller om rollen er blevet en anden, nemlig at være en multifunktionel enhed og et strategisk mødested. Hvis den er gul, er forretningens hovedaktører enten købmanden selv eller en aktiv bestyrelse, hvis den er grønlig er det særligt kompetente frivillige, som er hovedaktører i forretningen som vist i tabel 17.

Forbundne kar

I kategori a, hvor der i driften er armslængde til landsbysamfundet, har vi set, hvorledes særligt dynamiske, yngre købmænd folder sig ud, mens frivillige kan medvirke i relativt beskedent omfang og efter udtalelser fra købmændene for at fastholde loyalitet. Den nye købmand handler her om dagligvareforsyning og sekundært om at være et spontant mødested, hvor landsbysamfundet ellers er almindelige kunder. I praksis vil landsbysamfundet ikke kunne deltage i læring og dermed opbygning af nye kompetencer i forbindelse med forretningen.

Tabel 17. Nye købmænds roller og deres hovedaktører i de forskellige typer samfund.

	Hovedfunktion	Hovedaktør
Vigende (rødlig kapacitet)	Eksisterer en ny købmand?	
Levende, almindelig (gul kapacitet)	Dagligvareforsyning Spontant mødested	Dynamisk købmand (a) Ansæt købmand/aktiv bestyrelse/frivillige (b)
Levende, strategisk (grøn kapacitet)	Strategisk mødested Dagligvareforsyning m.m.	Særligt kompetente frivillige, fælles organiseret (c)

I kategori b er landsbysamfundet meget mere involveret, og mange frivillige varetager mange mindre opgaver, hvor det er svært at forestille sig, at det kunne lade sig gøre med lønnet arbejdskraft. Adspurgt fik vi at vide, at de gør det for det sociale livs og fællesskabets skyld, men mange syntes også, at det var blevet en byrde. Ledelsen og udviklingen forestås af en bestyrelse og en ansat købmand. I mange tilfælde er posten som ansat købmand i øvrigt relativt ustabil, som tidligere beskrevet. Landsbysamfundet får i denne model erfaring med mange af de rutinemæssige arbejdsopgaver i en forretning.

I kategori c er landsbysamfundet på kryds og tværs involveret i alle aspekter ved drift og udvikling af den nye købmand, og her oplever vi desuden, at den nye købmand er blevet en integreret brik og uadskillelig fra andre tiltag til fordel for landsbymiljøets videre udvikling.

Der er altså tale om forbundne kar, og udviklingen for den nye købmand vil være stærkt påvirket heraf også i henseende til videre udviklingsmulighed. I kategori a er det oplagt, at markedsvilkår og den pågældende købmand som person skal kunne klare skærene. Det er ligeså oplagt, at kategori c som følge af kompetencer i de grønne lokalsamfund og mulighed for at drive forretningen uden faste lønudgifter, har bedre mulighed for at klare sig økonomisk. De har selv lært det hele i fællesskab, 'social man' er uadskillelig fra 'economic man', og er i stand til at justere profilen i takt med udfordringer og potentialer.

Udfordringer og potentialer

Udfordringerne for de nye købmænd i vore eksempler er navnlig konstateret i små samfund præget af gul kapacitet og i særdeleshed inden for nye købmænd i kategori b.

At drive en ny købmand har i alle vore atten eksempler mødt større eller mindre forhindringer. For nogle synes forhindringerne at være særligt store, fordi der var selvforstærkende processer i gang. Vi har i otte eksempler oplevet sådant inden for kategori b i små, gule samfund.

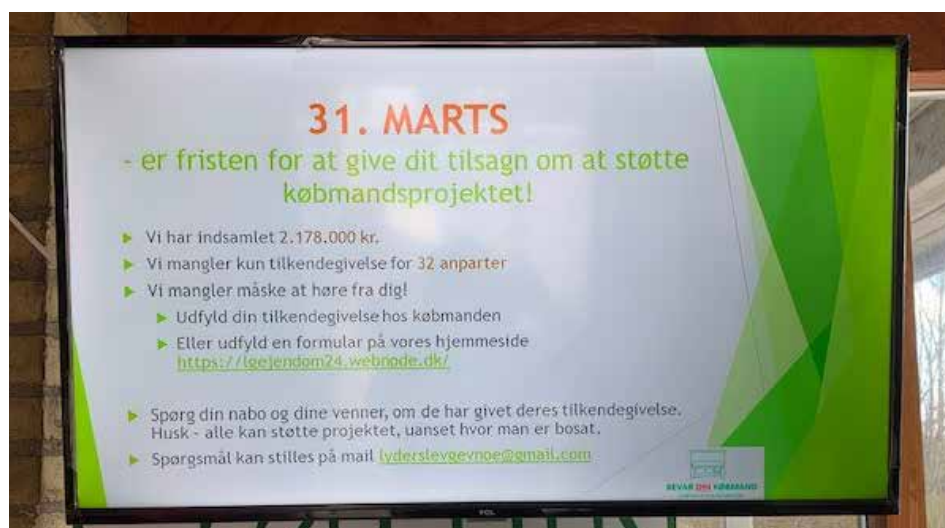
Udfordringerne på tværs af dem handler f.eks. om:

- Konstant at skulle sikre en økonomisk bundlinje uden røde tal og ikke kunne skabe nyt
- Svært at finde og fastholde købmænd (set som personer)
- Grænser for tiltrækning af frivillige, og frivillige bliver trætte
- Yngre borgere lægger deres primære indkøb andetsteds
- Der er ikke råd til fornyelse og nedslidning smelter af på kundernes interesse
- Uenighed om prioriteringer mellem sikring af løbende drift og investeringer i udvikling

De nye købmænds indlejring i de omgivende lokalsamfund betyder til gengæld også her, at købmanden ikke bare lukker hen over natten, og efterlader et handlingslammet lokalsamfund, og at der er flere muligheder at ty til og skuldre til at bære. I de to eksempler på lukningstruede forretninger på undersøgelsestidspunktet, er den ene f.eks. reddet ved, at endnu flere i lokalsamfundet har forpligtet sig til at bidrage som kunder, som frivillige og med direkte økonomisk støtte.

De selvforstærkende kræfter kommer frem i andre af vore eksempler. Her har man formået at sikre og videreudvikle den nye købmand til et enzym og et særligt aktiv i hverdagslivet i lokalsamfundet. Der er skabt en x-faktor, som har givet et positivt omdømme udadtil og er blevet en tiltrækningsfaktor i forbindelse med bosætning.

Indsamling til ny købmand. Foto. Hanne Tavnig



Eksempel: Lundeborg – købmand og landsbysamfund



Købmanden i Lundeborg

Ny købmand siden 2019.

Omsætning 4,2 mio. 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: Købmandenilundeborg.com

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 á kr. 500, støtte fra andre foreninger på mellem 3.000 og 10.000 kr. og 'borgerlån' i øvrigt en startkapital på kr. 400.000. Mange var som frivillig arbejdskraft 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.

På den baggrund kunne landsbysamfundet i 2019 åbne for den nye butik, der siden har været en stor succes, også fordi miljøet er et samlingssted med arrangementer for både faste beboere og de mange besøgende.

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

Købmanden og aktørerne i forretningen

55 frivillige står for alle opgaverne ved driften. Om sommeren har de dog to ansatte (et dansk par der bor i Spanien og gerne vil hjem) samt nogle ungarbejdere.

Som frivillig melder man sig selv til at tage forskellige vagter via en app. Man gør i øvrigt en del for at involvere tilflyttere og børnefamilier, og der er ingen vanskeligheder med at rekruttere frivillige.

Ledelsen forestås af bestyrelsen for foreningen. Den er sammensat af kompetente personer, som kan varetage forskellige, ansvarsfulde opgaver. Formanden er f.eks. en tidligere bankmand og kan forestå den økonomiske administration.

Om landsbysamfundet Lundeborg

Lundeborg er ikke stor, hvis man måler i helårsbeboere. Til gengæld er der mange sommerhusejere og tilsejlende turister i miljøet. Havnen, den omgivende natur og det lokale miljø har gennem alle tider trukket mange til. Det lille samfund har altid skilt sig ud fra det omgivende samfund, hvilket i øvrigt ses ved, at Lundeborg by vokser (som følge af tilflytning, jf. samtale), men det gør sognet under et ikke.

På og omkring havnen findes en række besøgsmaal, musik, kunsthåndværkere, spisesteder og ikke mindst Aktivhuset som er et andet, centralt samlingssted.

I lokalsamfundet findes en række foreninger, herunder en borgerforening (der varetager sociale arrangementer), en sejlkлуб og en forening omkring Aktivhuset. Hidtil har man i den tværgående forening koncentreret sig om lokale gøremål, men for at få bedre adgang til økonomiske midler og indflydelse udadtil, er man ved at styrke sig organisatorisk.

Lundeborg præsenterer sig på en hjemmeside, hvor man ikke er i tvivl om, at købmanden spiller en vigtig rolle i lokalmiljøet, se Lundeborginfo.dk. Desuden findes Facebook-gruppe for folk med særlig tilknytning til Lundeborg.

Data om Lundeborg

Befolkningstal (Statistikbanken)

By: 2015 (280), 2020 (274), 2021 (263)

Sogn: 2021 (1271) 2020 (1293) 2015 (1328)

Nettotilflytning, sogn (Statistikbanken): 2015 (-36), 2020 (-23), 2021 (-10)

Mellem/videregående uddannelser, sogn, 2021 (Statistikbanken): 154 personer = 12%

Organisering af fællesskabet: Der er flere store, aktive foreninger, og der arbejdes på at etablere enparaplyorganisering.

Præsentation af lokalsamfund: Byen har en aktiv, informativ og deltaljeret hjemmeside samt en lukket Facebookside.

Præsentation af købmanden i lokalområdet: Man er ikke i tvivl om, at købmanden har stor betydning, når man ser byens hjemmeside

Vores analyse

Købmanden i Lundeborg tilhører kategorien c og spiller en central rolle i udviklingen af landsbysamfundet, både ved at man kan handle der og ikke mindst kan mødes og have noget at være fælles om. Den præsenterer sig fysisk og er en del af landsbyens liv på torvet.

Lokalsamfundet har et grønligt skær, når man ser på dets befolkningsforhold, fælles aktiviteter og deltagelse og præsentation af sig selv, hvilket også kan aflæses i præsentationen af købmandens rolle.

5. Konklusioner

Studiet er inspireret af den megen medieomtale af såkaldte borgerdrevne dagligvarebutikker, borgerbutikker, borgerprojekter, og hvad de nu kaldes. At deres tilblivelse blev understøttet af købmandssektoren (og Coop i et noget mindre antal) og en nylig introduktion af en national støtteordning til animation af samme var desuden med til at fange vores interesse.

I medierne blev vi præsenteret for en række eksempler på landsbysamfund, som havde genetableret en købmand (eller i færre tilfælde af et Coop-initiativ) ved at skyde penge ind i forretningen og bidrage som frivillig arbejdskraft. Landsbysamfund er kendt for at være fælles om mange, uforpligtende aktiviteter, men at blive medejer og –leder af en virksomhed (købmanden), som det at være 'borgerdrevet' må indebære, har ikke været normalt nærmest siden andelsbevægelsens storhedstid. Det er altså vidtrækkende tiltag i vores nutidige samfund, som vi måtte forsøge at blive klogere på.

Vi sonderede og anvendte forskellige kilder, herunder fik vi adgang til Dagrofas registreringer af 'deres' borgerbutikker og lavede et begrebsapparat for et nærmere studie. I de indledende forberedelser fandt vi bl.a., at de pågældende butikker kunne være meget forskellige, og at forskellene bl.a. handlede om graden og arten af borgerinvolvering.

I nogle tilfælde fandt vi, at involveringen handlede om, at man lokalt havde bidraget økonomisk og dannet f.eks. et ejendomsselskab i form af et ApS til at købe og evt. renovere lokaler og udleje dem til købmanden, der ellers var selvstændig (kategori a). I andre tilfælde var borgerne mere involveret, idet de også havde det overordnede ansvar for driften af forretningen og ansatte en købmand som daglig leder (kategori b). Hertil kom et ukendt antal nye købmænd, som ikke var i samarbejde med Dagrofa (eller en del af Coops nye forsøg), men som dukkede op ved relativt tilfældige søgninger eller gennem personligt kendskab. De var etableret og drevet af landsbysamfundene selv og forekom os ganske anderledes end den første slags (kategori c).

Modeller

- a. Borgere ejer og udlejer de fysiske rammer til en 'selvstændig' købmand
- b. Borgere ejer de fysiske rammer, står for den overordnede drift/ansætter en købmand som daglig leder
- c. Borgere ejer og driver forretningen i fællesskab

Vi stillede to overordnede spørgsmål til en start:

- Hvad kendetegner de forskellige nye købmænd, og hvordan er de forskellige ved et nærmere blik?
- Hvad kendetegner lokalsamfundene og deres forudsætninger, og gør det en forskel på modeller for nye købmænd og deres udvikling?

Udbredelsen af nye købmænd og vore eksempler

Udbredelsen af nye købmænd (med relationer til Dagrofa) er større i Vest-end Østdanmark, vidste vi på forhånd, og vi kunne se forskellige mulige årsager, som ikke alene handlede om afstande og befolkningstæthed/kundeunderlag. Også i Vestjylland var der f.eks. forskel på udbredelsen fra egn til egn. Vi var sikre på, at nye købmænd ikke ville eksistere med mindre, de lokale samfund selv havde taget et initiativ, hvorfor forklaringskraften bag forekomsten og arten af nye købmænd måtte have med de lokale samfund at gøre og dermed forskellig lokal udviklingskapacitet.

Vi tilstræbte ikke at opnå et repræsentativt billede af nye købmænd over hele landet, men lagde vægt på at få et tilstrækkeligt nuanceret billede af forskellige repræsentanter i forskellige landsbysamfund. Inden for de tidsmæssige muligheder besøgte vi et antal nye købmænd og deres landsbysamfund i flere forskellige egne i landet for at indsnuse den lokale puls og få mere faktuel viden. Det var i fire områder: på Lolland-Falster og Fyn samt i Øst-Midtjylland og Vestjylland. Vi tog udgangspunkt i kendte borgerbutikker fra Dagrofas liste og opsøgte andre nye købmænd på egnen inden for en overkommelig radius. Vores metode ligner sneboldmetoden, hvor man stopper med opsøgning af kilder, når man ikke får afgørende ny viden.

Kendetegn ved de forskellige nye købmænd

Fordelingen på kategorier

Samlet set kan vi kategorisere de 18 nye købmænd således, at 6 tilhører kategori a, 7 tilhører kategori b og 5 tilhører kategori c.

Vi finder en sammenhæng mellem kategori og kundeunderlagets størrelse, således at kategori a er mest repræsenteret i større landsbysamfund (der dog er små relativt set i den store sammenhæng), b i de mindre og c i de mindste. Men betydningen af stedlige faktorer, herunder muligheden for at tiltrække strøgkunder inkl. turister, spiller ind flere steder og er givetvis med til at sikre forretningen. Beliggenhedsfaktoren rummer dog også en x-faktor, vi vender tilbage til.

Nye købmænds alder

Den særligt store opmærksomhed overfor borgerdrevne butikker de sidste par år kunne tale for, at det er et nyt fænomen. Vi bemærker, at det ikke fuldt ud er tilfældet, idet ca. halvdelen af vore eksempler er ældre end fem år og flere tilmed ældre end 10 år – efter omdannelse fra en almindelig dagligvarebutik. I øvrigt har flere af kategori c-eksemplerne mange år på bagen. Denne aldersfaktor peger på, at dybe rødder i landsbykulturen stikker under.

Omsætning og volumen

En omsætning på under 5 mio. kr. i 2021 finder vi flere eksempler på, nogle endda lavere end 3 mio.⁶⁹, nogle ligger på mellem 5 og 10 mio. kr. og en-

⁶⁹ Nævnes her fordi 3 mio. er sat som nedre grænse i landdistriktspuljens ordning til støtte af borgerdrevne dagligvarebutikker.

kelte over 10 mio. kr. Set fra købmandssektorens perspektiv har de fleste en lav omsætning.

Der kan ses en proportional sammenhæng mellem kundeunderlaget og omsætning. Men helt små landsbysamfund viser sig også at kunne være med. I vore eksempler er det tydeligt, at de benytter sig af en beliggenhed i et område med herlighedsværdi, som tiltrækker folk udefra, og hvor de markedsfører stedlige produkter sammen med mere basale varer.

Vi har ikke oplysninger om dækningsbidragene, men det er indlysende, at forretninger uden f.eks. store lønomkostninger har nemmere ved at overleve med en relativt lav omsætning.

Virksomheds- og organisationsformer

I altovervejende grad er der tale om ApS-konstruktioner, når vi har at gøre med kategori a (i givet fald ejendomsselskaber alene) og b (både ejendomsselskaber og driftsselskaber). Når det er kategori c kommer foreningskonstruktioner ind i billedet. Et enkelt a.m.b.a. så vi, ligesom vi også ser en foreningskonstruktion bag en købmand i kategori b.

Et stort træklaster er et lokalt bageri og café inde i butikken. Foto: Hanne Tanvig



Vi kunne desværre ikke finde viden i cvr-registeret om borgernes formelle mulighed for direkte indflydelse på driften af forretningerne, f.eks. gennem valg til og sammensætning af de kompetente organer. Ellers kunne det medvirke til en indledende afklaring af, hvor 'borgerdrevet', det overhovedet kan være.

Kædemedlemskab

Blandt de tretten, der kan være medlem af en kæde under Dagrofa, tilhører de fleste kæden Min Købmand og resten Let- Køb-kæden. Min Købmand anses for at have større volumen på baggrund af et større kundeunderlag end Let-Køb, der til gengæld har større mulighed for fleksibel tilpasning. Til trods for at de fleste landsbysamfund i undersøgelsen må betegnes som temmelig små, hvad indbyggertal angår, var det ikke desto mindre Min Købmand, som prægede billedet, også i et par tilfælde hvor mange strøgkunder ikke kunne være forklaringen.

Sortiment og funktioner

Både kategori a og b svarer til det, man normalt opfatter som en købmand, hvad sortiment og funktioner angår. Det er almindelige dagligvarer og visse specialvarer overvejende leveret af Dagrofa. Som regel forhandler forretningen også Tips/Lotto, brød, blomster og andre varer leveret af nærliggende virksomhed, ligesom de er uddelingssted for f.eks. Apoteket og pakkepost. En benzintanken lå som regel også lige op til indgangspartiet. Funktionen som uformelt mødested og købmandens personlige engagement er desuden tydelige ingredienser. Hos et par af de nye købmænd i kategori a er der imidlertid også installeret nye funktioner og mere nyt er på vej dér i forhold til det almindelige.

I kategori c forholder det sig anderledes, idet sortimentet er individuelt sammensat, omfattende mange specialvarer herunder lokale produkter, hjemmebag og varer, som særligt kan give oplevelser og i øvrigt tiltrække strøgkunder. Igennem deres fysiske indretning både indenfor og udenfor kan man sætte sig og indtage f.eks. kaffe og kager, og de bliver benyttet som landsbyens mødested.

Frivillighed og 'borgerdrevet'

Frivillig, ulønnet arbejdskraft er indgået i de fleste eksempler i forbindelse med istandsættelse og vedligeholdelse af lokalerne. Det gør den også fortsat i forskellig udstrækning i den daglige drift i langt de fleste tilfælde. I de fleste landsbysamfund er der således dannet et korps af frivillige, som skiftes til at tage vagter.

I kategori a viser frivillig bistand sig ikke at være så omfattende som i de to andre. Den handler i givet fald om vareudbringning, udpakning af varer og at sætte varer på hylder. I kategori b indgår frivillig, ulønnet arbejdskraft altså i et større omfang og i forlængelse af ovenstående desuden om opgaver, der f.eks. omfatter assistance ved kassen og administration. Her finder vi også typisk, at bestyrelsesmedlemmer deltager i den daglige drift. For kategori c er frivillighed alfa og omega, og bortset fra et tilfælde, gælder det varetagelse af alle opgaver i forbindelse med den nye købmand, såvel ledelse, administration som den daglige drift.

Vi har dermed fundet, at kategori c grundlæggende repræsenterer 'borgerdrevne' koncepter.

De frivilliges motiver i alle tilfælde spænder fra at ville sikre købmandens overlevelse og at være et socialt indslag i hverdagen i alle tre kategorier til at være en del af hele fællesskabets grundvold som i kategori c.

Frivillighedsbegrebet kan følgelig også diskuteres. Sædvanligvis modstilles det til lønnede funktioner og er et supplement, men i kategori b og især i kategori c forekommer det os at være mere end det. Faktisk finder vi, at jo mere borgerdrevet i oprigtig betydning, jo mere giver det anledning til at nuancere frivillighedsbegrebet og muligvis søge erstatning for det.

Personlige forhold

Fortsat er det muligt at tiltrække uddannede købmænd, når udsigten til vækst og udvikling er til stede. Det ser vi eksempler på i kategori a. Når vi er i kategori b må en anden situation gøre sig gældende, for her er det udtalt, at stillingen som daglig leder bestrides af folk med en anden baggrund end den klassiske købmands. Her synes rekruttering til jobbet og fastholdelse af den daglige leder at være en udfordring i det hele taget. Vi hørte flere steder om udskiftning som følge af mismatch mellem personlige kvalifikationer og det, som posten, ledelsen og omgivelserne i øvrigt kræver.

Man kan gisne om, at de vilkår som præger kategori a ('economic man') tiltrækker de få mænd, som gerne vil være købmand⁷⁰, mens kategori b's stilling som ansat købmand må række videre ud til folk, som 'bare brænder for' det og tanken om 'social man'. Som i flere af vore eksempler er det folk, som ikke havde købmandserfaring forinden men evt. erfaring fra en anden butik. Mange af dem er kvinder, som altså er de 'risikovillige' ved at besætte de tilsyneladende udsatte poster.

Nuværende vilkår for nye købmænd

Generelt læste og hørte vi om glæde ved eksistensen af den nye købmand i landsbyen, især når etableringen var af relativt ny dato og nyhedsværdien fortsat var intakt. Blandt eksemplerne er der således nye købmænd med et svigtende kundeunderlag dér, hvor forretningen var af ældre oprindelse og ikke havde ændret sig væsentligt siden opstart.

For de fleste er det i øvrigt svært at tiltrække de yngre generationer og opnå deres loyalitet svarende til, hvordan det forholdt sig tidligere. Følgelig er det ligeledes svært at rekruttere nye frivillige. Det rammer naturligvis særligt dér, hvor der ikke kan kompenseres med mange strøgekunder, eller man er i stand til at skabe en anden profil, jf. tidligere omtale af lukningstruede forretninger blandt de besøgte.

Vi har set en tendens til, at tiltrækningen af yngre folk både som kunder og direkte involverede i driften hos den nye købmand er mindst hos købmænd med et relativt ordinært sortiment og profil i øvrigt, hvor de mere alternative

⁷⁰ Branchen leder selv efter købmænd, der vil lade sig uddanne og uddanner også selv sine købmænd [Fødevarerwatch.dk/Fodevarer/article7696233.ece](http://foedevarewatch.dk/Fodevarer/article7696233.ece)

eksempler har større tiltrækningskraft, måske fordi de dér ser sig som mere end almindelige kunder. Vores materiale er ikke stort, men holder den antagelse, må det i sig selv give stof til overvejelser om koncepter for nye købmænd i fremtiden.

Alle er mærket af, at Corona-krisens opsving i den lokale handel først gav optimisme men ikke automatisk varede ved, og nu den omfattende energikrise, der rammer særligt hårdt hos dem, hvis inventar er forældet. Forandringer er på de flestes ønskeliste, hvad enten for at klare skærene (mest kategori b), eller at vokse (mest kategori a), eller fordi det findes interessant på anden måde i landsbyudviklingen (mest kategori c).

Groft forenklet kan vi ved at lægge alle brikkerne op over for hinanden lave følgende delkonklusion:

- Eksisterer der umiddelbart et stort, lokalt kundeunderlag, er tiltrækningen af en dynamisk, kompetent købmænd en kardinal faktor (kategori a)
- Hvis der ikke er tale om et stort, lokalt kundeunderlag, indebærer det andre og evt. vanskeligere krav til driften, fordi der i højere grad skal findes en balance mellem 'economic man' og 'social man'. Der er to modeller:
1. landsbysamfundet bidrager til driften, ansætter en købmænd og bidrager med megen ulønnet arbejdskraft (kategori b) – med et fortsat økonomisk pres – eller 2. det gør sig selv til en ny, unik købmænd og magter at drive og fortsat at udvikle en sådan gennem egen, som regel ulønnet indsats (kategori c).

Om det ene eller andet kan lade sig gøre, handler naturligvis om, hvad landsbysamfundene kan byde ind med.

Kendetegn ved landsbysamfundene og betydning for modeller for nye købmænd

Vi har valgt ikke alene at gå efter de klassiske principper, så som at indbyggertal eller kundeunderlag og afstande til større byer kan forklare tilstedeværelsen af dagligvarebutikker, eller når det handler om borgerstøttede butikker, hvordan den lokale finansieringsevne måtte se ud. Et stort element af tilfældighed har skullet spille ind ved indsamlingen af eksempler på nye købmænd, som de praktiske muligheder for at komme på besøg.

Som tidligere nævnt viser der sig så også forskelle på omfanget og karakteren af nye købmænd og de omgivende landsbysamfund både regionalt og i særdeleshed, når vi bevæger os på lokalsamfundsniveau.

Stedets betydning

Det er tydeligt, at en beliggenhed, som indebærer mange, mulige strøgkunder herunder turister, er med til at understøtte den nye købmænd. Det gælder når der er herlighedsværdi at finde i området, og når det fysiske udtryk over butikken eller miljøet omkring også er særligt tiltrækkende. Her er eksempler på smagfuldt renoverede, gamle mejeribygninger og regulære tor-

vemiljøer. I forbindelse med turistområder er det ekstra tydeligt, at den nye købmand desuden kan drage fordel af at kunne byde på noget ekstra fra stedet som f.eks. lokale produkter og varer med oplevelsesmulighed.

Nye købmænd baseret på almindelig dagligvareforsyning med et relativt begrænset kundeunderlag og uden et særligt tiltrækkende fysisk udtryk eller funktion virker generelt til at være mere udfordrede. Her spiller andre faktorer desuden med.

Lokal udviklingskapacitet

Udviklingskapacitet knytter sig til spørgsmål om kompetencer i form af viden og mobilisering, og hvordan landsbysamfundet bygger sig selv op til at overleve og udvikle sig. Fra teorier og tidligere undersøgelser har vi udviklet en metode til at belyse lokalsamfunds udviklingskapacitet og hvordan den kan videreudvikles ⁷¹.

Vi ser tre positioner:

- vigende (rødlig) – når landsbysamfundet er afmattet
- levende, almindelig (gul) – når landsbysamfundet er aktivt og mobiliseret, først og fremmest til fælles aktiviteter i fritiden
- levende, ekstra drive (grønlig) – når landsbysamfundet er aktivt og mobiliseret og arbejder strategisk med udvikling

De fleste landsbyer kan vi tildele den gule valør⁷², nemlig tretten ud af de atten, og det er her, vi finder de nye købmænd tilhørende kategori a og b. De øvrige fem landsbysamfund kan vi karakterisere som grønne. Karakteristisk for de grønne er, at de er så små, at de umuligt kan drive en ny købmand alene på baggrund af almindelig købmandskab. Vi kan dog ikke slutte, at de ikke ville have valgt en kategori b, hvis de havde haft et større kundeunderlag som udgangspunkt.

Vore eksempler viser sammenhænge mellem a. umiddelbare kvantitative faktorer så som kundeunderlag, b. arten af den nye købmand og c. lokal udviklingskapacitet. Når kundeunderlaget er stort, er der typisk tale om kategori a-købmand, et landsbysamfund som ikke er forpligtende involveret i selve driften (klassisk frivillighed) og en lokal udviklingskapacitet af den gule type.

Når landsbysamfundet og et fast kundeunderlag er mere begrænset, er landsbysamfundet både i omfang og art mere forpligtende involveret i selve driften, hvilket især afhænger af den lokale udviklingskapacitet. De sammenhænge knytter sig til de fleste kategori b- og alle c-modellerne.

I c-modellerne med det umiddelbart mest beskedne kundeunderlag ser vi så, at man har kapacitet til at kunne trække på og omsætte stedlige værdier i forretningen – gøre det til en oplevelse – og dermed tiltrække mange andre kunder end de lokale.

⁷¹ Det kunne være i forbindelse med læreprocesser ved drift af en ny købmand.

⁷² Det var samme iagttagelse i Tanvig/Herslund (2020).

Forskellen på dem er, at kategori b er blevet svaret i landsbysamfund med gul udviklingskapacitet, mens kategori c eksisterer i landsbysamfund med grønlig kapacitet.

Sammenhænge

Relativt stort kundeunderlag + gul udviklingskapacitet = Kategori a

Relativt mindre kundeunderlag + gul udviklingskapacitet = Kategori b

Relativt mindre kundeunderlag + grønlig udviklingskapacitet = Kategori c

Hermed kan vi dog ikke vise, at grønlige lokalsamfund under alle omstændigheder ville etablere en c-løsning også hvis kundeunderlaget var stort⁷³. Vore samtaler har imidlertid overbevist os om, at de pågældende landsbysamfunds bevæggrunde i forbindelse med c-modellen handler om meget mere end at drive en forretning og at sikre dagligvareforsyning.

Et af eksemplerne på kategori c var desuden at finde i en relativt stor landsby, hvor der nu eksisterer andre almindelige dagligvareforretninger, som har udgrænset deres kundeunderlag. Alligevel fortsætter de med c-modellen og har i stedet tilpasset deres sortiment og gjort endnu mere ved mødestedsfunktionen.

Man kan diskutere kausalitet, og om hønen eller ægget kommer først i sådanne processer. Lokal udviklingskapacitet er ikke stationær men kommer til udtryk og skal bl.a. måles på, hvor meget, og hvad det lokale samfund gør for den lokale udvikling. Men hvor er så startpunktet? Nogle har utvivlsomt været rødlige miljøer og ville ikke være kommet med i dette studium, hvis vi så tilbage i tiden. Fordi særligt initiativrige mennesker så er flyttet til og har formået at skabe ny dynamik, har det senere afstedkommet etableringen af de nye købmænd. Hvor man selv har evnet at erstatte en gammel købmand med en ny købmand og derved fået flere lokale kompetencer, dér forekommer det mere oplagt at tage det næste skridt til sikringen af overlevelse og udvikling.

Overordnede konklusioner

Nye købmænd har sikret dagligvareforsyning mange steder, og nogle steder handler det om mere end det til fordel for landsbysamfundenes udvikling. Men feltet er broget og famlende, og mange virker usikre på fremtiden især i de mindste landsbysamfund.

I større, almindeligt fungerende landsbysamfund er nye købmænd 'blot' almindelige købmænd, der har fået adgang til lejemål i borgerejede lokaler (kategori a), men den model vil næppe kunne overføres med økonomisk succes i mindre samfund.

Nye købmænd i mindre landsbysamfund kan umiddelbart klare sig, når de har et andet twist end de traditionelle. Det stiller dog krav til den lokale udviklingskapacitet. Er det en almindelig landsby bliver svaret typisk en kate-

⁷³ Og Dagrofa kunne se et forretningspotentiale som følge heraf.



Forvandling af det gamle mejeri. Foto: Hanne Tanvig

gori b-løsning, er der tilstedeværelse af særlige lokale kompetencer, er svaret en kategori c-løsning. Meget tyder på, at b-løsningen er særligt vanskelig at drive og fremtidssikre i de mindre samfund.

De yngre generationer træder ikke automatisk i sporene efter de ældre, når det handler om indkøb og kundeloyalitet og om frivillige bidrag til forretningen.

I de helt små landsbysamfund kan en ny købmand drives på andre vilkår end de rent forretningsmæssige. Det er en fordel at opbygge en grønlig udviklingskapacitet forinden eller sammen med etableringen af en ny købmand. Det er også en fordel, at nye købmand drives som en funktion i direkte sammenhæng med andre funktioner i og af landsbysamfundet.

6. anbefalinger

Vores undersøgelse peger på mange faktorer, som kunne gøres til genstand for øget opmærksomhed og indarbejdes i den videre indsats på området. Dem vi tager op i det følgende, er imidlertid primært set fra et landsbyerspektiv med et særligt behov og potentiale og i sammenhænge, hvor almindelige markedsvilkår er stærkt udfordrende. Det er samtidigt dem, som støtteforanstaltninger møntet på dagligvareerhverv ikke normalt er beregnet på.

Boldene er givet op uden at adresse til bestemte aktører, men det er nærliggende at etablere en platform med medvirken fra flere sider: dagligvarebranchen, erhvervsfremmesystemet og landdistriktsekspertise.

Anbefalingerne beror udelukkende på vore egne indtryk efter besøgene og analysen af de atten eksempler.

Behov for opbygning af viden og infrastruktur

De mange landsbysamfund med deres nye købmænd har hver især skullet tage de allerførste skridt, nemlig at beslutte at sikre en købmand gennem en økonomisk indsats og mange steder også mere end det – og Dagrofa har kunnet støtte op i en række tilfælde. Købmandssektorens incitamenter vil naturligt trække de lokale i retning af en a- eller evt. en b-model.

Vi har imidlertid fået indtryk af, at mange af de små landsbysamfund og deres nye købmænd alligevel er overladt til sig selv at finde en vej frem, når de kun delvist eller slet ikke matcher Dagrofas tilbud. At kunne selv har også ofte været en drivkraft, skabt stolthed og sammenhold i mange landsbysamfund, se f.eks. Tanvig et al. (op ref.), Det betyder imidlertid, at de hver især også selv fortsat skal kunne få ideer og finde viden om og løsninger på alle udfordringerne, hvoraf mange ikke er helt simple. For nogle er det muligt, fordi der lokalt findes sådanne kompetencer, og de flyver som humlebie, men for andre er det livstruende på længere sigt. Erkendelsen af behov og formåen i tide kan i sig selv svigte.

Vi foreslår, at der etableres netværk og rådgivning særligt til fordel for mindre landsbysamfund, der står overfor at ville etablere en ny købmand eller allerede har en, som bør udvikles.

Forberedelser og kompetencer⁷⁴

Det har afgørende betydning for valget af model for og succes med en ny købmand, hvordan de særlige stedlige forhold og landsbysamfundets ud-

⁷⁴ Fremtidens dagligvarebutik i landsbysamfund forekommer at skulle handle om meget mere end handel med dagligvarer.

viklingskapacitet er og gerne vil være fremover. Måske er det nærliggende at vælge a-modellen – hvis man er stor – og b-modellen – hvis man er lille, fordi de er mest kendt, og umiddelbart forekommer nemmest at kopiere. Men er man lille, kunne det måske tænkes at være bedre, om man hældte til c-modellen af hensyn til den lokale kapacitet og styrkelse af denne⁷⁵. Tilmed kunne man lægge ud med ikke fra dag et at etablere en ny købmand i fuld skala men f.eks. en indkøbsforening og have mødested i et fælles lokale – for at mobilisere og lære- og derfra bygge op om en fælles, større opgave i form af en ny købmand.

Inden landsbysamfund starter med dannelse af en ny købmand (med eller uden et samarbejde med Dagrofa), kunne man i fællesskabet se nøjere på forskellige modeller og den lokale kapacitet: Hvilke muligheder er der? Hvad fungerer andre steder? Hvordan tegner fremtidige løsninger sig? Hvad kan og vil vi? Hvordan skal vi nå dertil? Hvordan skal vi sikre fortsat samarbejde, udvikling og drift osv.?

Det kunne tilbydes som en slags kurser med tilknyttet, professionel coaching. For ydermere at fremtidssikre løsningerne, bør de yngre generationer involveres og tages bestik af deres præferencer.

Kvalificering af ledelsen

Mange af dem, vi har mødt, er sprunget ud i job og ledelse uden på forhånd at være fagligt klædt på til det. Især har vi iagttaget det i forbindelse med kategori b i små, gule samfund. I de grønne samfund er vilkårene ikke så kritiske, idet der er større 'økonomisk' luft til forsøg, og folk generelt har bedre forudsætninger for at drive deres forretning. Også her vil der dog givetvis kunne undgås mange begynderfejl.

Når det lykkes at klare skærene i de gule samfund, kan vi se, at de er stolte over det men næste skær kaster allerede skygger. Mangel på forudgående kvalifikationer må anses for at være den grundlæggende årsag til den høje grad af ustabilitet. Her tænkes særligt på kvalifikationer i tilknytning til det at drive en bæredygtig forretning i samspil med landsbysamfundet.

Vi ser et behov for kursusaktivitet og andre støttefunktioner, der kan tilføre viden om, inspiration til og erfaring i, hvordan man kan drive en god forretning enten mellem 'economic man' og 'social man' eller som selve 'social man'.

Udvikling af modeller set i et generationsperspektiv

Tendenser i tiden taler for mere udvikling i landsbysamfund. Vores studie viser, at når det kommer til betydningen af nye købmænd, er det dog ikke givet at yngre generationer vil træde i sporene efter de ældre. Det gælder

75 Dette fandt vi mest udtalt i kategori b-modellen.

både som kunder og som deltagere i øvrigt. Vi har konstateret en generationsudfordring især hos nye købmænd, der primært fungerer som almindelig dagligvareforsyning. Blandt de yngre virker interessen for mere alternative, nye købmænd til gengæld til at være større.

Det forekommer derfor oplagt at foretage uddybende studier af modellerne set fra de yngre generationers side og især perspektiver ved udvikling af c-modellen.

Præcisering af begrebet 'borgerdrevet'

Fra starten var vi skeptiske overfor begrebet 'borgerdrevet', hvilket vi undervejs også har fundet belæg for at være.

Der findes masser af forskning om borgerinddragelse, frivillighed, samskabelse, andelsbevægelse historisk set, lokalt demokrati og mange andre tilstødende begreber, som anvendes i flæng og ofte sidestilles med 'borgerdrevet'.

Vi foreslår, at der ses nærmere på dette felt ud fra en forståelse af, at civilsamfundet bliver hovedaktør og ikke som i de fleste tilfælde, at civilsamfundet perifert samarbejder med eller højst er sideordnet enten markedet eller staten.

Den position er unaturlig for vores forfatning og samfundslogik, og derfor er der f.eks. ikke en afklaret juridisk virksomheds- eller organisationsform, jf. vores besvær med at finde oplysninger i cvr-registeret til måling af borgers faktiske mulighed for indflydelse på driften af 'den nye købmand'.

At kunne tanke brændstof trækker også kunder til butikken. Foto: Hanne Tanvig



7. Litteratur

Dette omfatter almindeligt tilgængelig litteratur. I rapporten trækkes på mange elektronisk formidlede kilder, der alene fremgår som fodnoter undervejs i rapporten.

Anderson, A. R. (2000):

Paradox in the periphery: An entrepreneurial reconstruction? *Entrepreneurship & Regional Development*, 12(2), pp. 91–109

Anderson, A.R.; Gaddefors, J. (2016):

Entrepreneurship as a community phenomenon; reconnecting meanings and place. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 8 (4), pp. 504-518

Bager, T.; Nielsen, S. L.; Klyver, K.; Evald, M. (2017):

Erhvernsørskab i teori og praksis – Paradokser i spil. Syddansk Universitetsforlag

Calderwood, E.; Davies, K. (2012):

The trading profiles of community retail enterprises. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 40 No. 8, 2012. pp. 592-606

Calderwood, E.; Davies, K. (2013):

Localism and the community Shop. *Local Economy*, Vol. 28 No. 3. pp. 339–349

Ditlevsen, S.E. (2014):

Købmand og lokalsamfund. Aktivt medborgerskab på markedsvilkår. LAG Ringkøbing-Skjern (www.livogland.dk)

Erhvervsministeriet (2018):

Udvalget for levedygtige landsbyer – afrapportering til regeringen. Erhvervsministeriet

Gaddefors, J.; Anderson, A. (2018):

Context matters; entrepreneurial energy in the revival of place. In Higgins, D., Jones, P. and McGowan, P. (eds.): *Creating entrepreneurial space: talking through multi-voices, reflections on emerging debates. Contemporary issues in entrepreneurship research*, 9A. Bingley: Emerald, pp. 63-78.

Hjalager, AM. (1987):

Livsformer på Lolland: et forprojekt om dagligliv, arbejdsløshedsstrategier og erhvervsfremme. Planstyrelsen, Miljøministeriet

Højrup, T. (2013):

Det glemte folk. Livsformer og centraldirigering. 3. udgave. Museum Tusulanums Forlag

Johnstone, H.; Lionais, D. (2004):

Depleted communities and community business entrepreneurship: revaluing space through place, *Entrepreneurship & Regional Development*, 16 (3), pp. 217-233

Koch-Nielsen, I.; Henriksen, L.S.; Fridberg, T.; Rosdahl, D. (2005):

Frivilligt arbejde. Den frivillige indsats i Danmark. Socialforskningsinstituttet

Maskell, P. (1986):

Industriens flugt fra storbyen: årsager og konsekvenser. Jurist- og Økonomforlaget.

Svendsen, G.L.H.S. (2004):

Vi hilser da på hinanden... – social kapital i en dansk udkantskommune. *Dansk Sociologi*. 3/15 årg. 2004.

Tanvig, H.W. (1995):

Lokal industriel udvikling – lokal erhvervspolitik. Fire vestjyske eksempler. Sydjysk Universitetsforlag.

Tanvig, H.W.; Andersen, I.N.; Bech, U. (2016):

Organisering af lokalsamfunds udviklingsarbejde : Lokal strategisk kapacitet i landdistrikter. Institut for Geovidenskab og Naturforvaltning, Københavns Universitet, 2016. 93 s. (IGN Rapport).

Tanvig, H. W.; Herslund, L. B. (2020):

Levedygtige landsbyer 2.0 – lokal udviklingskapacitet. IGN Rapport, november. Institut for Geovidenskab og Naturforvaltning, Københavns Universitet.

8. Bilag

Bilag 1. De nye købmænd i undersøgelsen

Rækkefølgen er ikke identisk med nummereringen i ovenstående analyse.

Aadum Købmand
Købmanden i Alken
Min Købmand Astrup
Min Købmand Errindlev
Fjaltring Købmandsgård
Min Købmand Gudme
Min Købmand Horbelev
Min Købmand Hylke
Min Købmand Kettinge
Købmanden i Lundeborg
Min Købmand Lyderslev
Min Købmand Ramme Lomborg
Min Købmand Stauning
Min Købmand ved Vandkanten, Thorsminde
Storms Hjørne, Troense
Min Købmand Velling
Vrads Købmandshandel
Ørsted Købmand

Bilag 2. Samtalepartnere

Rækkefølgen er ikke identisk med nummereringen i ovenstående analyse.

Aadum

Bjarne Bundgaard, bestyrelse (afgået)
Marianne Kristensen, købmand

Alken

Ingvar Kristiansen, bestyrelse
M.fl.

Astrup

Hanne Christensen, souschef
Hans Ovesen, bestyrelse

Errindlev

Leif Eriksen, direktør
Kirsten Bengtsson, bestyrelse
M.fl.

Fjaltring

Søren Mylund Pedersen, købmand (afgået)
Henning Strøm Olsen, bestyrelse
Anders Bune, landsbyorganisation

Gudme

Martin Pellegård, købmand

Horbelev

Joachim Cyrill Johansen, købmand

Hylke

Irma Kristensen, frivillig (tidligere købmand)
M.fl.

Kettinge

Troels Jørgensen, bestyrelse
Morten Olsen, købmand

Lundeborg

Kenneth Arndrup, bestyrelse

Lyderslev

Karl Erik Hansen, købmand

Ramme

Bent Wolder Mortensen, landsbyorganisation (tidligere i bestyrelse)
Jette Marcussen, købmand

Stauning

Brian Pedersen, købmand
Harry Jensen, bestyrelse

Thorsminde

Marie Kjærgaard, købmand (afgået)
John Sahl, bestyrelse

Troense

Lise Dengsøe, bestyrelse
Erik Andersen, bestyrelse

Velling

Ingelise Kristensen, frivillig (tidligere købmand)

Vrads

Hans Holm, frivillig
Lars Korshøj, landsbyorganisation
M.fl.

Ørsted

Michelle Hummel Pedersen, landsbyorganisation
M.fl.

De navngivne har givet tilladelse til at blive nævnt. Mange af dem spiller flere roller i relationen mellem forretning og landsbysamfund, hvor den heri nævnte er den mest relevante i forbindelse med samtalen.

KØBENHAVNS UNIVERSITET

INSTITUT FOR GEOVIDENSKAB
OG NATURFORVALTNING

ROLIGHEDSVEJ 23
1958 FREDERIKSBERG

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