

Købmanden som landsbyens omdrejningspunkt

Købmandsbutikken er vigtig for lokalsamfundene og et nyt studie viser, at de helt små, afsides beliggende samfund ikke nødvendigvis skal lades ude af betragtning, selv om de er uden for en klassisk målestok til at have en købmand. De kaldes i flæng f.eks. borgerprojekter, borgerbutikker eller borgerdrevne købmænd, og ordet frivillighed står centralt.

Af lektor Lise Byskov Herslund og seniorrådgiver Hanne Wittorff Tanvig, Københavns Universitet

I de seneste år har mange traditionelt ejede købmandsbutikker i landsbyer fået borgere som medejere og lokale frivillige i den daglige drift. Dette har bevirket, at købmandsbutikken har undgået at dreje nøglen om. Sådanne købmandsbutikker kaldes borgerprojekter, borgerbutikker eller borgerdrevne købmænd. Vi har undersøgt dette fænomen nærmere under betegnelsen 'nye købmænd', hvor vi stiller skarpt på, hvorfor de dannes der, hvor de gør, og hvad der kendetegner dem.

Lokal dagligvareforsyning – nerven i landsbyer

Når dagligvarebutikker forsvinder fra de små samfund, opleves det som en trussel for fremtidens udvikling, fordi skolen sammen med dagligvarebutikken ofte bliver anset for at være den vigtigste faktor for et landsbysamfunds ve og vel. Det handler ikke bare om at kunne købe de daglige fornødenheder, men også om at have et spontant mødested. Når det ikke findes længere, mister lokalsamfundet tiltrækningskraft. Landsbysamfund er kendt for at gøre en masse for at sikre den lokale udvikling bl.a. i regi af frivillige borgerforeninger og lokalråd, og fænomenet 'nye købmænd' ville næppe være blevet udbredt uden den kultur. Det har især engrosfirmaet Dagrofa fået øjnene op for og er gået aktivt ind i at understøtte redningsaktionen

i form af professionel rådgivning og økonomisk bistand til det, de kalder borgerprojekter. I løbet af få år er ca. 100 købmandsbutikker omdannet med deres deltagelse, men dertil kommer et ukendt antal, hvor landsbysamfund har fundet egne løsninger.

De nye købmænd er ikke ens

De fleste nye købmænd findes i det vestlige Danmark, men i studiet af nye købmænd er en lang række steder rundt om i hele landet blevet set efter i sømmene. Alle havde tidligere haft en traditionel købmand eller Brugs. Studiet afslørede nogle karakteristiske mønstre, som kan sammenfattes til, at der er tre typer nye købmænd, se tabel 1.

De to første kategorier i tabel 1 er mere almindelige dagligvarebutikker med daglig ledelse og personale. Her er der fortsat udgifter til løn og drift. Kategori A er kendetegnet ved at have en vis volumen, hvad angår omsætning og 'lokalt' kundeunderlag, mens Kategori B sammen med Kategori C typisk har en mere begrænset volumen. Kategori A og B fungerer begge som spontane mødesteder, hvor kategori C også er mere 'strategiske mødesteder' med adgang til f.eks. cafe, mødefaciliteter, legerum og andre lokale funktioner som bl.a. udstillinger. Kategori C er også anderledes ved et lavt udgiftsniveau og et varesortiment samt funktioner bestemt af borgerne,

som tilfører butikken et mere stedligt og typisk oplevelsesøkonomisk element med øget tiltrækningskraft til følge.

Lokal udviklingskapacitet er nødvendig

Studiet har demonstreret, at de helt små, afsides beliggende samfund ikke nødvendigvis skal lades ude af betragtning, selv om de er uden for en klassisk målestok til at have en købmand. I så fald fordrer det til gengæld tilstedeværelse af lokal udviklingskapacitet. Lokal udviklingskapacitet handler om, hvorvidt de lokale borgere selv kan mobilisere og organisere sig til at skabe nye tiltag af betydning for udvikling – her at sikre en købmandsforretning. De tre forskellige typer af nye købmænd kræver alle elementer af lokal udviklingskapacitet. Kategori A er ikke så krævende, når først ejerskabet til bygningen er klaret. Kategori B afhænger udover lokal medfinansiering i høj grad af de lokales evner til at samarbejde med Dagrofa om at drive et almindeligt dagligvarekoncept inden for branchens rammer. Kategori C er mest krævende, fordi man her står på helt egen grund og skal kunne forestå alle opgaver herunder den strategiske ledelse og fortsatte udvikling. Når det kan lykkes, skyldes det utvivlsomt bosætning af kreative, kompetente borgere og muligheden for at kunne formgive og drive den kombinerede



Der samles penge ind. Foto: Hanne Tanvig

Nye typer af købmænd

Kategori A

Selvstændig købmænd lejer butik af borgerne

Borgerne har samlet penge sammen til at købe bygningen til butikken, som lejes ud til den selvstændige købmænd. Frivillig arbejdskraft kan indgå i mindre omfang. Forretningen indgår i en af Dagrofas kæder.

Kategori B

Bestyrelse af borgere ansætter købmænd

Borgerne har erhvervet bygningen, men har også det overordnede driftsansvar. Der er typisk ansat en daglig leder. Frivillig arbejdskraft indgår i større omfang. Også denne forretning indgår i en af Dagrofas kæder.

Kategori C

Borgere ejer og driver butik

Borgerne både ejer og driver selv forretningen på uafhængig basis. Alle deltager på ulønnet, frivillig basis.

dagligvareforsyning med andre funktioner, som fremmer et særligt ejerskab. Dagligvarebutikken er blevet en integreret del af borgernes hverdagsliv.

Men også udfordringer

Studiet erfarede, at der løbende opstår udfordringer for at sikre den fortsatte eksistens. For de mere almindelige forretninger viste det sig, at der ikke er mange 'rigtige' købmænd, som vil være 'nye købmænd', så der er ikke så mange til at drive eller blive ansat i kategori A og B. Herudover er viden blandt borgere, som skal drive de nye købmænd ikke opbygget eller tilgængelig, frivillig arbejdskraft brænder ud, og de yngre generationer afløser ikke automatisk de ældre, hverken som kunder eller frivillige. Når nyhedsværdien forsvinder, opstår også risiko for, at lokal stolthed og opmærksomhed blegner. Flere af de udfordringer var ikke kendetegnende for kategori C, hvor flere af eksemplerne netop havde mange år på bagen. Men de er ikke rigtige dagligvarebutikker og betragtes ikke som fuldgældige forretninger.

Paradoks og begreber

De mindste og mest afsides beliggende landsbyer har umiddelbart størst behov for selv at kunne etablere en ny købmænd under de givne markedsvilkår. Den støtte, som kan fås udefra via branchen eller støttemidler, kommer hovedsageligt de 'almindelige' nye købmænd til gode, hvor det lokale marked har en vis volumen. Studiet peger på, at kategori C svarer til 'borgerdrevne' dagligvareforsyning i ordets egentlige forstand. De andre begreber som 'borgerprojekter' og 'borgerbutikker' med frivillig bistand kan bruges til at beskrive lokal dagligvareforsyning, der får lettet et udgiftspres, men ellers drives som en konventionel dagligvarebutik. Det borgerdrevne forudsætter, at lokalsamfundet i fællesskab selv kan skabe og udvikle selve konceptet og finde veje til overlevelse – hvilket utvivlsomt også er en motiverende faktor for de lokale kræfter. Men det forudsætter en udviklingskapacitet, som kan være fraværende i udsatte lokalsamfund.

Vi har fundet, at brugen af begrebet 'borgerdrevne' er overdrevet eller misbragt, men kunne i samme åndedrag sige, at det også gælder borgerinvolvement i planlægning. Der går systemiske grænser for, hvad civilsamfundet kan ekspanderes til i forhold til markedet (nye købmænd) og staten (co-samskabelse og borgerinddragelse) typisk markeret via lovgivning og forvaltning. Arbejdsmarkedslovgivning og jura spænder f.eks. ben for, at frivillige kan drive økonomisk aktivitet på lige fod med ikke-frivillige. Når der er tale om samskabelse og borgerinddragelse, bevæger det sig altid inden for kommunalt afstukne rammer, men ikke overgivelse af styring og forvaltning til borgerne. Kategori C flyver alligevel som humlebien.

Mere findes i rapporten **Købmænd som landsbyens omdrejningspunkt**. Vores næste udgivelse om emnet handler bl.a. overlevelsesstrategier med særligt fokus på de yngre generationers adfærd.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Kategori A			■			■						■	■	■		■		
Kategori B	■			■	■		■	■			■							■
Kategori C		■							■	■					■		■	

Samlet er atten lokalsamfund besøgt på Lolland-Falster, Fyn, i Øst-Midtjylland samt i Vestjylland. Besøgene fandt sted i perioden januar-maj 2022. Tabellen viser repræsentationen af de forskellige kategorier nye købmænd, der har indgået i studiet.