

## Oplevelsesøkonomi uden kød på?

*Thessa Jensen, ph.d., lektor ved Aalborg Universitet har i over to år været direkte involveret i diverse projekter, netværk og selve opbygningen og drift af gårdbutikker. Forfatteren har siddet med på begge sider af bordet, når der skulle arbejdes med projekterne. Derudover har arbejdet med en projektbaseret tilgang til udvikling og nytænkning fundet sted inden for så forskellige områder som fødevarer, markedsføring, biblioteker og museer.*

Denne artikel prøver at vise en række problemstillinger, som opstår i forbindelse med den udbredte anvendelse af projektbaserede bevillinger i forbindelse med udvikling af yderområder. Udviklingen i disse områder drives ofte frem af såkaldte ildsjæle. Det vil sige, mennesker, der er villige til at bruge egen arbejdskraft, tid og penge på, at skabe og udvikle noget nyt, fordi de "brænder for det". Denne indsats viser sig typisk i form af oplevelsesøkonomien, som i de sidste år har vundet større og større udbredelse i erhvervslivet og hos de bevilligende myndigheder.

For at kunne give et bud på, hvorfor der opstår problemer, når oplevelsesøkonomi, pro-

jektsamfund og landbrug mødes, anvendes Anders Fogh Jensens *Projektsamfundet* (2009). Her giver Fogh Jensen et bud på, hvordan samfundets institutioner og medlemmer udvikler sig gennem såkaldte styresystemer, der bl.a. kan betegnes som lov-, disciplinerings- og projektstyresystemet.

Det vil være artiklens hypotese, at overgangen eller sammenstødet mellem disciplineringsstyresystemet, som det kendes i landbruget, og projektstyresystemet, som gør sig gældende i oplevelsesøkonomien, er baggrunden for de problemstillinger, der påvises i artiklens case. Samtidig vil der prøves påvist nogle iboende problemer i projektstyresystemet.

Konklusionen på artiklen vil være, at der er stor entusiasme i starten af et givet projekt; ildsjæle findes og bruges som en form for "timeregistreringskvæg"; mens afslutningen og dermed erfaringsindsamlingen af projektet ofte ikke finder sted eller forbigås i tavshed.

## Et par indledende ord om det danske landbrug...

"Landbruget" er i Danmark delt op i tre overordnede former for gårde: de meget store gårde, der udelukkende arbejder med planteavl og/eller svine- eller kvægdrift; de mellemstore gårde, der udover den almindelige drift også kan arbejde med gårdbutikker; de små og meget små brug, som drives af deltids- eller hobbylandmænd. Sidstnævnte har ligeledes ofte en anden form for erhverv ved siden af selve landbrugsdriften. For de meget store gårde findes der yderligere differentiering, idet en del gårde er gået med i biogasanlæg eller andre alternative energiformer. Den enkelte landmand er typisk medlem af en landboforening (eks. LandboNord, Agrinord, Centrovic osv.). Landboforeningerne er medlem af Landbrug og Fødevarer (forhenværende Dansk Landbrug), som er den overordnede organisation for landmænd, mejerier med mere i Danmark. Det er denne organisation, der repræsenterer landbruget i medierne. Den enkelte landmand er bl.a. underlagt gældende EU-lovgivning, miljølovgivningen i Danmark og endelig fødevarekontrollen, hvis der er en gårdbutik på gården. For at kunne overholde de forskellige lovkrav, krydsoverensstemmelse m.m. er det nødvendigt at arbejde tæt sammen med de konsulenter, landboforeningerne har ansat.

Organisationen og lovkravene medfører, at den enkelte landmand, som i det følgende benævnes som "landbruget", kun har en meget begrænset handlefrihed på sin egen gård. Således skal lovkrav om f.eks. tidligste tidspunkt for udbringning af gylle, såning af vinterafgrøder (for at undgå sort jord vinteren over) og mængden af gødning overholdes, fordi en overtrædelse medfører bøder samt nedskæring i EU-støtten. Ligeledes kræver eksempelvis slagterierne, at grise har en bestemt størrelse og alder, da der ellers skæres i afregningsprisen. For at opnå den "perfekte gris" skal foderplaner, udarbejdet af konsulenterne, overholdes. Dyr lægebesøgene er ligeledes et lovkrav, som medfører, at landmanden skal behandle et sygt eller tilskadekommet dyr på en bestemt måde – overtrædelse vil medføre bødestraf.

I det følgende vil der kun gives eksempler på gårdbutikker, der hovedsagligt arbejder med mejeriprodukter og grøntsager. Det ville have været ønskeligt med et eksempel på en gårdbutik, der sælger kød fra egen slagtning. Dette er med foreliggende krav fra fødevarekontrollen næsten blevet umuligt i Danmark. Reglerne omkring slagtning og partering af kød er så omfangsrige – og fortolkes forskelligt fra kontrollant til kontrollant – at de fleste gårdbutikker kun sælger frosset kød, der er slagtet og pakket hos en autoriseret slagter. Gårdbutikker kan gennemføre såkaldt gårdørssalg af grøntsager og æg (kølet) i et vist omfang uden hygiejnebevis og egenkontrol.

Ovenstående skal give et meget kort og langt fra fyldestgørende indblik i, hvorfor der i det følgende tales om, at landbruget, her forstået som den enkelte landmand, er underlagt disciplineringsystemet.

## Projektsamfundet, oplevelsesøkonomien og landbruget

I de sidste år er der udkommet en del bøger om oplevelser og deres betydning for især erhvervslivet (f.eks. Prahalad og Krishnan, 2008; Lund, 2007; Mossberg, 2003). Specielt i forhold til udkantsområder som Nord- og Vestjylland, synes svaret på problemerne med fraflytning og nedgang i omsætning at være, at oplevelser vil kunne tiltrække turister og dermed mulighed for udvikling i disse områder. Begrebet "oplevelser" i forbindelse med erhverv kan spores tilbage til Pine og Gilmores *Experience Economy* fra 1999. Allerede i 1992 havde den tyske sociolog Gerhard Schulze skrevet afhandlingen *Die Erlebnisgesellschaft*, hvor han påviser betydningen af oplevelser for samfundet og den enkelte. Schulzes omdrejningspunkt er ikke erhvervslivet, men den enkeltes søgen efter oplevelser for at skabe en identitet, samtidig med at oplevelserne i sig selv ses som en måde at glemme "jag'et" med alle dets problemer og utilstrækkeligheder.

Sættes disse overvejelser sammen med Fogh Jensens idé om projektstyringssystemet som determinerende for samfundet i disse år, begynder der sig at tegne interessante perspektiver. Fogh Jensen tager udgangspunkt i Foucaults tanker om magtstrukturer og hvordan disse afspejler sig i samfundets institutioner, hos Foucault især fængslet med dets panoptikonopbygning. Fængslet bliver for Foucault indbegrebet af disciplineringsstyresystemet. Selve opbygningen og indretningen har til formål at overvåge – eller give muligheden for overvågning – af den indsatte, som dermed disciplineres til en bestemt og ønsket adfærd.

Foucaults tanker om disciplineringsstyresystemet kan ses andre steder i samfundet – også

det danske samfund. Selvom Danmark og de danske institutioner på mange måder er overgået til projektstyringssystemet, med de problemer og muligheder dette indebærer for det enkelte menneske, så findes der områder, hvor disciplineringsstyresystemet stadig er fremherskende. Landbruget er et eksempel på dette: gennem brug af bl.a. støtteordninger, overvågning via satellit, krydsoverensstemmelse og uanmeldte gårdbesøg, har politikerne gennem hele sidste århundrede disciplineret landbruget til at producere præcis de afgrøder, som samfundet og politikerne mente, der var behov for. Disciplineringen foregik og -går på den ene side via fratagelse af EU-støtten, hvis landmanden valgte en ikke-ønsket afgrøde eller ikke overholdt diverse lovkrav. På den anden side var landmanden sikret afsætningen af produktionen til en fastsat pris, der kunne dække produktionsomkostningerne. "Var sikret", idet der igennem de seneste 5 år er sket en afvikling af EU-støtten fra afgrøde-støtte til hektar-støtte. Hermed får landmanden en større frihed til at vælge afgrøder, samtidig udsættes vedkommendes produktion for en større påvirkning af markedskræfterne. Landmanden er således ikke længere sikret en minimumspris for produktionen, hvilket sammen med reduktionen af EU-støtten har været med til at understøtte den finansielle krise, som landbruget som helhed befinder sig i.

## Landbruget som case: stordrift eller oplevelsesøkonomi?

Ovenstående skal vise, hvorfor mange landmænd på grund af de ændrede markedsvilkår ser sig nødt til at overveje nye former for indtjeningsmuligheder. Konsulenterne i landbo-

foreningerne har som udgangspunkt anbefalet udvidelser af driften, når et givet landbrug havde økonomiske problemer. Denne anbefaling gælder den dag i dag (år 2010), idet der henvises til "nødvendige strukturforandringer", samt konkurrence fra udlandet som begrundelse for planlægningen af større og større landbrug. Et eksempel herpå er projektet "Mælk med mening", et forprojekt til undersøgelse af muligheden for at skabe et kæmpe landbrug med op til 4000 køer i Nordjylland. Projektet begrundes netop med konkurrencehensyn og strukturudviklingen (Landbrugsavisen, 2010). Samtidig viser en undersøgelse af Altinget.dk ifølge landbrugsavisen.dk, at 52% af danskerne ikke mener, at loftet over antal dyr pr. landbrug skal fjernes (Landbrugsavisen, 2009). Direktøren for Landbrug & Fødevarer, landbrugets paraplyorganisation, er i samme artikel straks klar med en forklaring om, at svarene skyldes, at danskerne ikke ved nok om emnet. Artiklen afsluttes med et citat fra Danmarks Naturfredningsforening om, at landbruget selv er skyld i, at danskerne har den forkerte opfattelse af landbruget i dag: "Godd hjulpet på vej af landbrugets reklamer, så tror danskerne, at landbruget stadig ser ud som for 40 – 50 år siden – og det vil de gerne bevare." Der er altså en vis form for enighed om, at danskerne ikke ved nok om det moderne landbrug. Samtidig viser artiklen, at landbrugets organisationer ikke er klar over, hvordan de skal takle denne uvidenhed. Den verden, den systemforståelse, som landbrugets medlemmer lever og arbejder indenfor er grundlæggende forskellig fra det system, som den almindelige dansker befinder sig i. Spørgsmålet om stordrift kan kun opstå i disciplineringsystemet, fordi denne form for drift forudsætter

erfaring, gentagelse og lange tidshorisonter. Den Morten Korch'ske opfattelse af landbruget passer derimod meget bedre ind i projektstyresystemet, idet de små landbrug – alt andet lige – har en bedre mulighed for at arbejde med mindre projekter og tilpasse sig nye strømninger. Selvom dette, som det skal vise sig nedenfor, også giver problemer.

Præcis denne problemstilling om stordrift eller ej stod landmandsparret bag gården Sønderhaven overfor: udvidelse eller opgivelsen af driften, idet strukturforandringen krævede en større produktion for at kunne klare de øgede udgifter. De valgte en tredje mulighed: opbygningen af et gårdmejeri ved hjælp af egne midler og en medfinansiering gennem landdistriktsstøtte (Sønderhaven, 2009). Sønderhaven Gårdmejeri satsede fra starten på, at skabe den gode historie og "autentiske" produkter (Sønderhaven hjemmeside, forside og vision). Etikken, værdibasing og en vision om velsmagende kvalitetsprodukter er baggrunden for oprettelsen af mejeriet, fremgår det af hjemmesiden (Sønderhaven hjemmeside, etik og formålsparagraf). Desuden er det på gårdmejeriet muligt at se de køer, der leverer mælken, samt se de afgrøder, som køerne fodres med (TV2Nord, 2008).

Preben Ørum, den ene ejer af Sønderhaven, giver i en artikel i Landbrugsavisen (Sønderhaven, 2009) udtryk for, at han havde en klar forventning om, at produkterne kunne afsættes til bl.a. Coop på grund af det potentiale ("noget anderledes"), der lå i deres produkter: "Han [informationschef Jens Juul Nielsen] sagde, at hvis landmænd gjorde noget, der var anderledes, var de [Coop] parate til at tage deres varer ind, men hvis de bare tonsede løs som de plejede, skulle man ikke forvente, at man

gjorde noget for dem." Samtidig gør Preben Ørum opmærksom på en af de helt store problemstillinger, der gør sig gældende indenfor oplevelsesøkonomien: den manglende loyalitet og gentagelse af adfærd. Således siger han: "Hvis alle dem, der har vist interesse for det, havde været herude og handle hos os, så havde vi sgu' scoret kassen, du" (TV2Nord, 2008).

Preben Ørum sætter her ord på, at forbrugeren i oplevelsesøkonomien er på jagt efter nyheder, nye oplevelser, nye autentiske historier – hele tiden. Har forbrugeren købt osten på Sønderhaven Gårdmejeri én gang, så skal den samme forbruger ud og finde et nyt sted at købe ost næste gang – eller Gårdmejeriet skal tilbyde en ny og anderledes oplevelse næste gang, forbrugeren kommer. Dette er et af de grundlæggende problemer inden for oplevelsesøkonomien: nyheds- eller oplevelses-spiralen, som kræver konstant forandring og nyskabelse, for at fastholde en given forbruger. Denne problematik blev beskrevet første gang hos Gerhard Schulze (Schulze, 2004). I modsætning til Pine & Gilmore (1999) fokuserer Schulze på forbrugeren eller borgeren i oplevelsesøkonomien, mens Pine & Gilmore ser på virksomheden. Som sagt, ser Schulze forbrugers jagt på oplevelser som en mulighed for at glemme jeg'et. Dermed bliver nyheden, det ukendte, en vigtig ingrediens i oplevelsesøkonomien. Dette betyder igen, at en virksomhed, som henvender sig til forbrugeren i oplevelsesøkonomien, skal kunne tilbyde nyheder – hele tiden.

Denne jagt efter nyheder hænger godt sammen med projektstyresystemets måde at fungere på: projekterne er af kortere varighed, der skiftes mellem deltagerne, og et projekt skal have nyhedens interesse for at kunne hente

eventuelle bevillinger hjem. Alt dette kan ses som modsætning til disciplinstyresystemet – og dermed til den måde, landbrugets aktører gennem de sidste mange år er blevet "opdraget på" gennem love, reguleringer og EU-støtteordninger. Og det er her, at sammenstødet, for et sådant er der tale om, mellem disciplinstyresystemet og projektstyresystemet for alvor kommer til udtryk.

## Disciplin eller projekt: Sammenstødet mellem landbrug og forbruger

Landmanden er opdraget indenfor disciplinstyresystemet: når vedkommende producerer mælk, så kan denne sælges til en given aftager. Hver gang. Året rundt. Når samme landmand åbner en gårdbutik og henvender sig direkte til kunden, for at skabe en ny indtjeningsmulighed, samtidig med at vedkommende giver udefrakommende et indblik i landbrugets produktionsmetoder og dermed skulle være med til at skabe et mere positivt syn på erhvervet, så får denne landmand positive tilkendegivelser både fra kommende kunder, landbruget som sådan, diverse konsulenter og mulige aftagere (som i eksemplet Coop). Henvendelser, som landmanden opfatter som bindende tilsagn, hvilket de ville have været i et disciplineret system, men som kun er afgivet som hensigtserklæringer i bedste projektstyresystemstil.

Landbruget er bundet til disciplinstyresystemet bl.a. grundet i den tvungne gentagelse, der ligger i bearbejdningen af jorden. Modsat projektsystemet kan landmanden ikke fra den ene til den anden dag ændre afgrøder eller produktion. Dette kommer bl.a. til udtryk, når et specialslagteri som Danish Meat Company i Vrå går



konkurs (Danish Meat, 2009). De tilknyttede landmænd kunne ikke umiddelbart sælge deres grise til andre slagterier, fordi grisene var for store i forhold til dem, de andre slagterier arbejdede med (samtale med anpartshaver).

Derfor kan det være svært for en landmand at starte en gårdbutik op: produktionstiden (typisk fra flere måneder til op til et år) og behovet for gentagelsen (for at skabe en optimal produktion) står i modsætningen til forbrugerens ønske om nyheder.

Forbrugeren kan på den anden side ikke se, hvorfor landmanden ikke gør mere ud af de oplevelsesmuligheder, der ligger i produktionen og gården som sådan. Projektsamfundet opfordrer til, at nyheder skabes og igangsættes: "Gensidighedens modsatrettede vektorer [som de kommer til udtryk i disciplinsystemets kontrakter], der sikrede udveksling og muliggjorde konflikt, bøjes fremad i udvikling og fremdrift" (Fogh Jensen, 2009: 45). Citatet viser følgende problemstilling i forhold til landmandens deltagelse i eksempelvis et markedsføringsprojekt: Landmanden ser sin opgave som producent. Han eller hun deltager i den tro, at projektets leder, konsulenten, hjælper aktivt med markedsføringen af produktet. Landmanden ser sig kun forpligtet til at levere produktet, som konsulenten så skal finde aftagere til. Dette er den vante arbejdsfordeling i forhold til enhver anden form for landbrugsproduktion.

Projektstyresystemet pålægger derimod landmanden en helt anden rolle i forhold til deltagelsen: det er landmandens opgave at lægge indhold i projektet. Konsulenten skaber kun rammerne for markedsføringen: netværk, eventuel hjemmeside, dyrskuer og messer. Projektets form giver samtidig ikke landmanden no-

gen mulighed for at starte en diskussion af forudsætningerne: det er op til ham at tage imod tilbuddet om "udvikling og fremdrift". Hvis han ikke kan se mulighederne, så er det hans egen skyld, ikke konsulentens. Konfliktdimensionen, som findes i disciplinstyresystemet, hvor der er en klar opgavefordeling, som dermed giver mulighed for at diskutere, hvor godt eller dårligt opgaverne blev løst, findes ikke på samme måde i projektstyresystemet. Landmanden kan ikke diskutere, hvor god eller dårlig konsulenten er til at markedsføre produkterne, fordi dette i bund og grund er landmandens opgave. En opgave, som han skal påtage sig gennem sin deltagelse i projektet.

Projektet giver forventninger, som ses som forandringer. Projektet bliver en lovning på noget mere, noget nyt og spændende, der kommer i morgen. Og dette "i morgen" skal landmanden gang på gang skabe indenfor de rammer, som projektet udstikker. Denne fundamentale forskel fra landmandens "normale" arbejde, som med udgangspunkt af "i dag" ser på et muligt "i morgen", som med udgangspunkt i mange års erfaringer og erfaringsopsamling ser på "i dag" i forhold til "i går", for at se på fremskridtene og mulige forandringer – denne forskel kan på mange måder gøre det vanskeligt, at forklare, hvordan arbejdet i projektstyresystemet skal foregå.

Et eksempel på et tilsyneladende vellykket projekt af ovenstående slags er "Den grønne vogn" i Lønstrup. "Den grønne vogn" arbejder med stalddørssalg af grøntsager i sommersæsonen. Dette projekt er opstået som en lille én-mands virksomhed, der langsomt og gennem tid har opbygget et fast kundegrundlag i de turister, der kommer til Vendsyssel hver

sommer. Der blev brugt mellem 10 og 12 år på at vokse sig så stor, at den i dag skaber en indtægt, der kan ses som løn for en til to personer på årsbasis.

Forskellen mellem "Den grønne vogn" og Sønderhaven Gårdmejeri er, at "Den grønne vogn" har kørt som hobby til at starte med. Opbygningen af forretningen har givet indehaveren en idé om, hvad det var og er, kunderne efterspørger. Således gør "Den grønne vogn" meget ud af, at der hvert år er nye grøntsager i udbuddet. Eksempelvis lilla blomkål og tigerstribede tomater i 2009. Derudover sørges der for, at der i sommerperioden ligger friske grøntsager i et varieret udbud i vognen. Dette betyder, at forbrugeren hver dag oplever noget nyt, når vedkommende kommer kørende forbi. Dette ved forbrugeren, som i løbet af sine to til tre ugers ferie kigger forbi stedet flere gange om ugen. Samtidig bruges stedet som opslagstavle for diverse arrangementer, ligesom indehaveren selv sørger for, at der arrangeres en til to ture om året, hvor gården og dens omgivelser vises frem. Turene sluttet typisk af med en lille frokost i klitterne ved Rubjerg fyr.

Den afgørende forskel på disse to typer af direkte forbrugerkontakt er størrelsen og dermed muligheden for tilpasning og lydhørhed overfor forbrugeren. Ligeledes er der en afgørende forskel i kundekontakten: Sønderhaven Gårdmejeri har ansat en butiksleder, mens Den grønne vogn kun har en medhjælper i marken, så indehaveren selv møder forbrugerne. Autenticiteten af produkterne understøttes på denne måde med den direkte kontakt, som yderligere er med til at skabe loyalitet.

Den direkte kontakt til forbrugeren er ikke nødvendigt i det disciplinstyresystem, som

landbruget ellers er bygget op på. Dermed mangler landmanden følingen med slutforbrugeren.

Løsningen på disse problemer synes at være større åbenhed og mere direkte kontakt til forbrugerne gennem f.eks. gårdbutikker og andre alternative anvendelser af tomme gårdbygninger. I det følgende skal det vises, at der også her vil være og er problemer, som grunder sig i projektstyresystemet selv og mindre i det sammenstød, der sker mellem disciplin- og projektstyresystem.

## Projekter: i morgen, i morgen – men hvad med i dag?

Indenfor landbruget og dets organisationer er der stor opmærksomhed omkring ansøgninger til projekter gennem forskellige støtteordninger. Landbrugsforeningerne bruger mange kræfter på, at søge midler hjem, så der kan igangsættes projekter af enhver art. Typisk dog med den idé, at der skal skabes en større forståelse for landbruget som erhverv.

Ligeledes arbejdes der i forskellige netværk, som skal hjælpe med markedsføring og opstart af nye projekter. Eksempler på disse er: Smagen af Nordjylland ([www.smagen.dk](http://www.smagen.dk))<sup>1</sup>, Nordjysk fødevarenetværk ([www.nordjyskfood.dk](http://www.nordjyskfood.dk))<sup>2</sup>, Qvinder i LandboNord ([www.landbo-nord.dk](http://www.landbo-nord.dk))<sup>3</sup>, LandkøbNord ([www.landkoeb-nord.dk](http://www.landkoeb-nord.dk))<sup>4</sup>. Fælles for disse er, at de er projekt-baserede og afhængige af bevillinger til disse projekter.

I det følgende gives der en kort oversigt over, hvordan et sådant projektforsløb typisk kan se ud med det forbehold, at der vil være afvigelser alt efter hvilken bevillingshaver, en given ansøgning sendes til.

Et projekt startes typisk af en konsulent eller en konsulentvirksomhed, der har fået en god idé. Denne idé kan være skabt i samarbejde med aktørerne, men dette vil være en sjældenhed, da der ikke er penge i denne del af projektet, som jo endnu ikke er startet op.

Forudsat at ansøgningen godkendes, startes projektet op. Indenfor landbrugets institutioner og organisationer betyder dette ofte, at der skal findes en række aktører eller "ildsjæle". Jagten på ildsjæle er så vigtig, at der faktisk er afholdt kurser for at skabe flere ildsjæle (Ildsjæl, 2008). Selvfølgelig som et projekt, støttet af forskellige midler, der skal sikre udviklingen i landdistrikterne.

Vigtigheden af ildsjælene understreges af, at deres arbejdskraft bruges som betaling for deltagelsen i projektet. Det vil sige, at ildsjælene skal registrere hver time, de bruger på det givne projekt. Disse timer danner grundlaget for udbetalingen af de bevillinger, der er givet til projekt. Disse bevillinger bruges til konsulentløn og diverse arrangementer. Selve deltagelsen i arrangementerne er ofte, ikke altid, gratis for deltagerne, som skal huske at registrere deres deltagelse, da denne også tæller med i regnskabet over arbejdskraft og udbetaling af bevillingen. Ildsjælene bliver på denne måde "timeregistreringskvæg"<sup>5</sup>. Deres arbejdskraft omsættes til konsulentlønninger og betaling for middag, mens resultaterne skal skabes af ildsjælene selv.

Når projektet nærmer sig sin afslutning spørges deltagerne om mulige fortsættelser af projektet, som der så sendes yderligere ansøgninger ud til. Med andre ord kunne afslutningen være en opstart på et nyt projekt, forudsat at ansøgningen om en ny bevilling går igennem.

Det er så også her, at der opstår problemer: deltagerne er på ingen måde sikret en fortsættelse af projekterne. Ligeledes mangler der typisk en form for erfaringsopsamling, som skal give en idé om, hvad projektets konklusion er. Ansøgningerne til projekterne omhandler opstarten, men mangler typisk drift og afslutningen, da der altid ligger en fremtidighed i projektet. Se også citatet ovenfor af Fogh Jensen.

Hvem gavner sådanne projekter? I første omgang konsulenterne og konsulentvirksomhederne. I anden omgang forbrugerne, som kan se frem til projekterne, der er med til at skabe nyheder på producentmarkedet. Dog kan det være svært at finde disse projekter. Bl.a. kritiseres hjemmesiden [www.landkoeb.dk](http://www.landkoeb.dk), som i flere år har eksisteret som en mulighed for at producent og forbruger kan mødes, som værende den "usynlige hjemmeside". Forbrugeren kan støde på hjemmesiden ved et tilfælde, der er ikke afsat penge til markedsføring og konsulenterne undlader at bruge oplagte markedsføringsmuligheder i forbindelse med dyrskuer og messer.

Landkøb og Smagen af Nordjylland bygger i høj grad på aktørernes, ildsjælernes, indholdsskabelse. Hvis der ikke findes producenter, som vil investere deres tid i opbygningen af hjemmesiden ved at tage billeder, skrive gårdbeskrivelser og lave fødevareroversigter, ville [www.landkoeb.dk](http://www.landkoeb.dk) ikke eksistere. Alligevel koster deltagelsen på hjemmesiden mellem 500 og 1000 kr. om året. Uden at aktørerne kan være sikker på, at de sælger et eneste stykke kød på denne måde! Ligeledes arbejder Smagen af Nordjylland for at skabe opmærksomhed omkring de lokale fødevarerproducenter i Nordjylland. Projekterne, som Smagen af Nordjylland er bygget op af, skabes gennem aktø-



terne, som skal deltage i dyrskuer, messer med mere, for at markedsføre sig selv. Messerne bliver bl.a. finansieret gennem projektpenge, men her er problemerne typisk, at der kun kan søges til det samme projekt én gang. Det betyder, at der ikke kan finde gentagelser sted uden at søge penge til arrangementet et andet sted. Og her vil ansøgningen have det problem, at den ikke kan slå på nyhedens interesse, men skal finde en anden vinkel for at skabe et tilsvarende arrangement. Igen er problemet for aktørerne, at deltagelsen i netværket og i de forskellige arrangementer koster penge og tid (et dyrskue eller en messe løber typisk over to dage, hvilket betyder mindst to tabte arbejdsdage på gården). Igen uden at der er en garanti for salg eller skabelse af kundegrundlag.

Opsummerende skulle ovenstående vise, at projekter er med til at starte nye arrangementer, nye hjemmesider, nye produkter. Samtidig understøtter projekterne på ingen måde kontinuitet, erfaringsopsamling, gentagelse og langsom opbygning af regulær viden. Tankerne er for konsulenternes vedkommende altid allerede på det næste projekt, på "i morgen", mens i dag allerede er uinteressant.

Dette viser endnu en gang den helt grundlæggende – og måske uovervindelige? – forskel i verdensbillede mellem landbrugets disciplineringsstyresystem og projektstyresystemet, som resten af samfundet er på vej over i. Landmanden mener, at hans arbejde og opgave består i at producere fødevarer; konsulenten mener derimod, at opgaven består i at fylde indhold på diverse hjemmesider og i diverse arrangementer. Dette giver to verdensbilleder, der helt konkret braser ind i hinanden og som på mange måder ikke kan forstå hinanden. Og dette leder til det afsluttende spørgsmål:

## Kød på oplevelsesøkonomien?

Perspektivet er afgørende: for konsulenten er der kød på oplevelsesøkonomien, idet vedkommende kan skabe sin løn gennem opfindsomme projekter, der gang på gang kan hive bevillingerne hjem. Der skal ikke kun kunne skrives gode ansøgninger, netværket ud til aktørerne skal også være velfungerende, for at kunne skabe det timeregistreringsgrundlag, der skal til for at hive bevillingen hjem.

Ses der derimod på fødevarerproducenten, er svaret straks et andet. Det er vedkommende, der bærer risikoen for deltagelsen i projektet. Risikoen ligger hos producenten, som også ofte skal investere i projektet eller i en ny form for produkt, for at kunne deltage i projektet. Nystartede producenter vil typisk være ildsjæle, der er villige til at bruge tid og penge på at hjælpe et projekt i gang – uden at vide, hvor lidt det i sidste ende kaster af sig. Producenten får ikke et sikkert salg eller et stort kundegrundlag gennem sin deltagelse i projekterne. Dette er endnu ikke set som bevillingsgrundlag eller succeskriterium for et givet projekt. Projektet giver gennem sin fremtidighed heller ikke mulighed for, at producenten kan diskutere grundlaget eller manglende hjælp. Det er op til producenten at skabe noget ud af projektet. Konsulenten skal kun hjælpe med organisering af netværk, arrangementer og eventuelt oprettelsen af en hjemmeside. Derefter er det op til producenten, til ildsjælen, at gøre brug af redskaberne – og håbe på, at der vil være support på en given hjemmeside flere år fremefter.

Så konklusionen må blive, at det ikke er sikkert, at landmanden og projektkonsulenten nogensinde ommer til at forstå hinanden – og dermed for det maksimale udbytte af et

givet projekt for især landmanden. Hans insisteren på, at produktionen i sig selv må være nok, er modsat projektkonsulentens ønske om indholdsskabelse via deltagelse i projektet. Landmandens måde at arbejde på, som det kommer til udtryk i jordens gentagne bearbejdelse, erfaringsopsamlingen, sammenligning af før og nu, ligger langt fra projektsystemets nyhedshungrende og bevillingsstyrede grundlag. Så spørgsmålet er, om der virkelig er kød på oplevelsesøkonomien?

## Noter

- 1 Smagen af Nordjylland er et delprojekt under Rådet for Agroindustri ([www.agroraadet.dk](http://www.agroraadet.dk)), som består af forskellige projekter rundt om landbruget. Smagen af Nordjylland er baseret på et netværk af fødevareproducenter, der selv sælger og markedsfører deres produkter (bl.a. Sønderhaven Gårdmejeri, Aalborg Chokoladen, Bondegårds Hyben).
- 2 Projekt i sig selv med forskellige aktører indenfor landbrug og erhverv.
- 3 Gruppe under LandboNord. Gruppen består af frivillige medlemmer i foreningen. Gruppens opgave er planlægning og gennemførelse af forskellige landbrugsrelaterede arrangementer. Gruppens arbejde er afhængig af projektbevillinger.
- 4 Hjemmeside, der blev udviklet under Dansk Landbrug. Siden er ramme for fødevareproducenter, der gennem gård- og varebeskrivelser giver siden indhold. Producenterne har dermed i princippet en markedsføringskanal ud til forbrugerne. Siden og dens vedligeholdelse er afhængig af projektbevillinger og af det arbejde, som deltagere i netværket lægger i opdateringen og vedligeholdelsen af deres egne under-sider.
- 5 Tak til Henrik Sand, Aalborg Universitet, for udtrykket.

## Litteratur

- Danish Meat**, 2009, <http://www.landbrugsavisen.dk/Nyheder/Netnyheder/2009/1/26/Slagteri%20konkurs%20men%20stadig%20haab.htm>, sidst tilgået 28. februar 2010.
- Fogh Jensen, Anders**, *Projektsamfundet*, Aarhus Universitetsforlag: Århus, 2009.
- Ildsjæl, 2008, <http://www.landbrugsavisen.dk/LandbrugsAvisen/2008/3/7/Kursus%20for%20ildsjaele.htm>, sidst tilgået 28. februar 2010.
- Landbrugs, 2009: <http://www.landbrugsavisen.dk/Nyheder/Netnyheder/2009/11/3/Danskerneerimodstorlandbrug.htm>, sidst tilgået 10. marts 2010.
- Landbrugsavisen, 2010: <http://www.landbrugsavisen.dk/Nyheder/Netnyheder/2010/2/15/KaempelandbrugtilNordjylland.htm>, sidst tilgået 10. marts 2010.
- Lund, Jacob M.**, *Følelsesfabrikken*, Børsens Forlag: København, 2007.
- Mossberg, Lena**, *Att skapa upplevelser*, Studentlitteratur AB: Lund, 2003.
- Pine II, B. Joseph**, og James H. Gilmore, *The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage*, Harvard Business School Press: Boston, Massachusetts, 1999.
- Prahalad, C. K. & M. S. Krishnan**, *Innovations nye tidsalder. Brugerdreven værdi*

*gennem globale netværk*, Børsens Forlag:  
København, 2008.

**Schulze, Gerhard**, *Die Erlebnisgesellschaft.*  
*Kultursoziologi der Gegenwart*, Campus  
Verlag: Frankfurt/New York, 2. udgave,  
2005.

Sønderhaven, 2009, <http://www.landbrugsavisen.dk/Landbrugsavisen/2009/10/2/Aabnedegaardmejeriistedetforatudvide->

[besaetningen.htm](#), Landbrugsavisen på  
internettet, sidst tilgået 28. februar 2010.

Sønderhaven hjemmeside, <http://www.soenderhaven-gaardmejeri.dk/>, sidst tilgået 28. februar 2010.

TV2Nord, 2008, <http://tv2nord.dk/default.asp?PageID=4&ProgrammeDate=18-01-2008>, sidst tilgået 28. februar 2010.