

FÆLLESSKABS- ØKONOMIER I LANDDISTRIKTERNE

- Markedsføringsstrategier**
- Inspiration & erfaringer til fællesskabsøkonomier**



INDHOLD

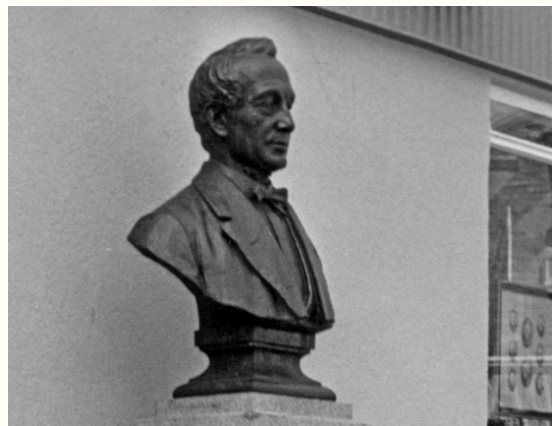
- s. 3 INTRODUKTION
FÆLLESSKABSØKONOMIER OG DERES
BETYDNING FOR MARKEDSFØRINGEN
AF LOKALOMRÅDER**
- s. 4 FÆLLESSKABSØKONOMIER
I LANDDISTRIKTERNE
DE FEM FÆLLESSKABSØKONOMIER:
Agersø Købmand ApS**
- s. 5 Farendløse Mosteri**
- s. 6 Samsø Økojord A/S –Jordbrugsfonden
SamsØkologisk**
- s. 7 Vestervig Byfornyelse ApS**
- s. 8 Ørsted Kro**
- s. 9 ERFARINGER, VIDEN OG INSPIRATION:
Betydning af fællesskabsøkonomier
i et lokalområde**
- s. 10 Markedsføringsstrategier**
- s. 11 Markedsføringseffekter
Idéer og forslag til markedsføring**
- s. 13 OPSUMMERING**

Samtaler og interviews er gennemført forår og sommer 2018.
Bearbejdelse, tekst og foto: Kirsten Malling Olsen. Grafik og
lay-out: Anne-Louise Hansen. Forsidefoto: Suzanne Andre.
Projektet er finansieret af Landdistriktpuljens Informations-
midler, Erhvervsstyrelsen. For yderligere information kontakt:

Kirsten Malling Olsen – Malling O
tlf. 25 47 65 62 eller mail kirsten@malingo.dk

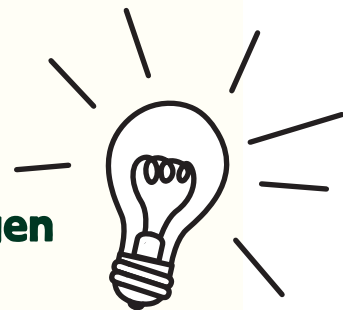
INTRODUKTION

Igennem de senere år er flere og flere mennesker gået sammen i økonomisk forpligtende fællesskaber for at etablere erhverv og udviklingsaktiviteter i landdistrikterne. Der er fokus på selve udviklingsprocessen, men også i høj grad på betydningen af organiseringsformen. Det er sidstnævnte, der er i centrum her - De nye fællesskabsøkonomier og deres mulige betydning for opmærksomhed på deres lokalområder. Er fællesskabsøkonomierne – ud over at bidrage til områdets økonomiske udvikling – også med til at bidrage til markedsføringen af lokalområderne? Har fællesskabsøkonomi som organiseringsform en markedsføringseffekt?



Pastor Sonne og Thisted Arbejderforening var i 1866 initiativtagere til stiftelsen af den første andelsejede brugsforening i Danmark, som lå i Thisted.

Fællesskabsøkonomierne og deres betydning for markedsføringen af lokalområder



Formålet med denne pjece er at bidrage til viden om etablerede fællesskabsøkonomier i landdistrikterne og deres mulige betydning for markedsføring af de lokalområder, hvor de er hjemmehørende. Indholdet kan give inspiration til etablering af nye fællesskabsøkonomier med særlig vægt på markedsføringsstrategier.

Fem forskellige fællesskabsøkonomier og deres omgivelser er blevet besøgt. Bestyrelsesmedlemmer, ejere, borgmestre, turist- og erhvervschefer, beboer- og borgerforeninger, lokale butikker, forpagtere, landdistriktskonsulenter, overfartsledere, m. fl. har meget venligt brugt tid på at informere om den lokale fællesskabsøkonomi, og hvilken betydning denne har lokalt.

FÆLLESSKABS- ØKONOMIER I LANDDISTRIKTER

Den nyere andelsorganisering, kooperativer, anpartsselskaber, folkeaktier, folkeejet.....Kært barn har mange navne.

Her bruges betegnelsen fællesskabsøkonomi for at favne alle: Dagligvarebutikker, kroer, fødevarefællesskaber, kunsthåndværkerfællesskaber, byfornyelsesselskaber, produktionsvirksomheder, landbrug. Fælles for dem alle er andelsformen på forskellig vis.

Hvad er en fællesskabsøkonomi? Fællesskabsøkonomierne er selvstændige sammenslutninger af personer, der frivilligt er gået sammen for at fremme deres fælles økonomiske, sociale og kulturelle behov og interesser igennem en fælles ejet og demokratisk styret enhed.

Fællesskabsøkonomierne er organiserede med andels/anpartskapital, et sæt vedtægter, der bestemmer den demokratiske styreform og ikke mindst formålet. Formålene er erhvervs- og udviklingsrettede. De er organiseret således, at eventuelle overskud kanaliseres tilbage til udvikling af eget formål eller gives til/lånes ud til andre lokale udviklingsformål.

Fællesskabsøkonomier er ikke startet og drevet med økonomisk gevinst for øje. I mange tilfælde forventer anparts/andelshavere ikke at se deres penge igen – og heller ikke at opnå synderlig forrentning af deres penge. Det er sagen og formålet, der er i centrum, men der skal selvfølgelig tjenes penge.

DE FEM FÆLLES- SKABSØKONOMIER – KORT FORTALT

Agersø Købmand ApS

Agersø ligger i Slagelse Kommune. Færgen afgår fra Stignæs Havn med en overfartstid på 15 minutter.

Agersø Købmand blev stiftet som ApS i 2008. Købmandsbygningerne blev købt på tvangsauktion af øens foreninger. Derefter blev der solgt anparter for 400.000 kr. Anpartskapitalen er nu på 624.000 kr. efter yderligere tegning af anparter. 90 % af øens fastboende og fritidshusejere er anpartshavere. Agersø Beboerforening er den største anpartshaver med 77.000 kr.

Stemmeretten er knyttet til anparterne. Bestyrelsen for Agersø Købmand ApS har øget opmærksomhed på, at den fællesejede købmand kan brande Agersø.



Agersø Købmand ApS annoncerer i Omø og Agersø turismepjece 2018 med opfordring til at handle hos købmanden – der fortæller, at Agersø købmand ApS er ejet af Agersø's beboere og sommerhusejere.

”Selskabets formål er, som ikkekommercielt anpartsselskab, at samle øens beboere i et fællesskab omkring bevarelse af en dagligvare- og servicebutik på Agersø, idet der ikke lægges vægt på, at selskabet skal være overskudsgivende.”

Anpartsselskabet, som bliver drevet af en frivillig bestyrelse, har ansvaret for bygningernes vedligehold og større inventar i butikken og for den tilbygning, der skal bygges i 2018, og som bestyrelsen har skaffet midler til fra Landdistriktspuljens støtte til projekter på de små øer.

Butikken bliver drevet af en forpagter, der i 2017 har forlænget for yderligere 5 år. Butikken har et godt ry både blandt de fastboende og sommerhusfolket. Den bliver drevet professionelt og giver et fornuftigt afkast til forpagteren.

Der er 174 fastboende og 80 sommerhuse på Agersø. Skolen er lukket og fungerer nu på foreningsbasis som Naturcenter. Der har været en lille stigning i beboerantal.

www.agersoe.nu / www.engodtur.dk

Farendløse Mosteri

Mosteriet ligger i Farendløse i Ringsted Kommune

Farendløse Mosteri blev købt i forbindelse med en tvangsauktion i 2015 af en gruppe unge med forskellige faglige baggrunde. Stedet blev købt for 1.4 mio. kr. Visionen var fra starten at overdrage ejerskabet til en fond. Denne omorganisering er nu i gang efter et par års erfaringer. Stedet vil overgå til en fondsejet kooperativ virksomhed med forskellige aktive erhvervslejere (grøntsagsdyrkning, bevaringsarbejde og produktion af mælk, cider, frø, æg og honning samt et snedkeri). Selve mosteriet og plantagen er omdrejningspunktet for gården og drives af de tre fastboende driftsledere.

Formålet og ideen bag Mosteriet og fællesejet er at skabe et samlingssted for alle med interesse for at skabe konkrete modeller for bæredygtigt landbrug. Der lægges stor vægt på lokalt samarbejde.

Farendløse Mosteri og plantage har været drevet siden 1938, men havde ligget stille i næsten 10 år, da de nye fællesskabsejere købte det. Der produceres most og cider fra æbleplantagens 600 gamle træer. Der mostes for andre, som kommer med egne æbler.



Farendløse Mosteri ejes og drives af 4 unge. 3 bor på gården og én driver den fællesskabsbaserede restaurant Blå Congo i Brønshøj. Her serveres frugt og grønt fra Mosteriets produktion.



Farendløse Mosteri bidrager til udvikling af lokalt erhverv og arbejdspladser.

Mosteriet markedsføres som et LOKALT sted med lokale kontakter og samarbejdspartnere. Det er bevidst ikke økologisk certificeret pga. de mange forskellige produktioner og samarbejder. Stedet brandes som en fællesskabsøkonomi – en måde hvor unge kan eje og drive landbrug på. Ejerne har været initiativtagere til Jyderup Højskoles kursus ”Det lille landbrug” for unge med lyst til landlivet. Der tilbydes praktik ophold på Mosteriet. Farendløse Mosteri drives med klare holdninger til bæredygtighed og måden at drive landbrug på – som også indebærer livsstilen.

www.farendloesemosteri.dk

Samsø Økojord A/S – Jordbrugsfonden SamsØkologisk

Samsø Økojord A/S har kontor i Alstrup i Samsø Kommune.

Jordbrugsfonden SamsØkologisk har datterselskabet Samsø Økojord A/S: ”Selskabets formål er at virke for økologisk jordbrug på Samsø. Gennem opkøb af jorde og gårde, herunder maskinpark til bortforpagtning, skal selskabet medvirke til at flere unge landmænd kan komme i gang med at dyrke jorden, så der skabes mere økologisk drift på Samsø, og at livet på landet bibeholdes.” Der udbydes aktier, hvor pengene anvendes til køb af økologiske gårde.

Der er indtil videre købt 2 gårde, der begge er forpagtet ud til unge økologer, som dermed også har valgt at bosætte sig på Samsø. Den første gård – Yduns have – blev købt i 2016 og i 2018 erhvervedes Søkjærgård. En aktieandel er på mindst 10.400 kr. og 80 personer/virksomheder har ind-



Samsø Økojord A/S og Jordbrugsfonden SamsØkologisk indgår i Samsøs tradition for fællesskaber – her er kontoret beliggende ved Yduns Have.



På Samsø fremmes økologi og bosætning igennem fællesskabsøkonomien.

til videre købt aktier. De er dermed som medlem medejer af Samsø Økojord A/S. På arealerne ved Yduns Have er der forskellige arrangementer for aktionærerne og medlemmerne af foreningen Økologisk Samsø, inkl. fællesspisning nogle gange om året.

Intentionen er at udvide det økologiske areal, den økologiske produktionsforædling, afsætning, skabe arbejdspladser og bosætning. Samsø Økojord A/S bliver drevet som fællesskabsøkonomi af en bestyrelse, der med professionel indsigt og frivilligt arbejde og støttet af lidt betalt administration og kommunikation, har det daglige ansvar. Fonden har bidraget til etablering af det andelsejede Slagtehus på Samsø, som startede i 2017. I øjeblikket arbejdes der med en mulig etablering af et økologisk andelsmejeri.

Der bor godt 3700 mennesker på Samsø – hertil kommer et stort antal fritidssamsinger. En del af disse har købt aktier. Omkring 7 % af al landbrugsjord på Samsø er økologisk dyrket.

www.samsoe-oekojord.dk

Vestervig Byfornyelse ApS

Vestervig ligger i Thisted Kommune.

Vestervig ApS blev dannet i 2006. "Formålet er at udvikle Vestervig og omegn, så det bliver mere attraktivt at flytte hertil, men også at fremme turismen. Det kan bl.a. ske ved køb og efterfølgende renovering af ejendomme, som herefter sælges eller udlejes, men selskabet kan gå ind i alle former for aktiviteter, der kan fremme den ønskede udvikling".

Selskabet startede ud med 130 anparter købt af lokale med en samlet kapital på 200.000 kr. En anpart lyder på 500 kr. Den valgte bestyrelse består meget bevidst af mennesker, der har en professionel viden og indsigt i ejendomsmarkedet og finansieringsmuligheder. De arbejder alle på frivillig basis. Bestyrelsen har retten til at drive selskabet. Vestervig Håndværker & Borgerforening var med i opstarten af Byfornyelsen – men der var stor enighed om, at der skulle et andet økonomisk set-up til at drive byfornyelse end en traditionel forening.

Stemmeretten er knyttet til anparten. Den samme person kan eje flere anparter. Videresalg af anparter kan kun



Byfornyelsen har skabt plads og rum til nye lokaler indendørs og til udeservering for Thinghuskroen i Vestervig. Et af LåsbySvendens faldefærdige huse lå tidligere lige ved siden af kroens gavl.



Huset i hovedgaden er det seneste i rækken af opkøbte huse af Vestervig Byfornyelse ApS med henblik på nedrivning.

ske med bestyrelsens mellemkomst. Indtil videre har der altid været konsensus på generalforsamlingerne.

Selskabet har et overskud, som bruges/lånes ud til gode lokale formål – herunder til et nyt tag hos købmanden. Selskabet tjente i opstartsperioden gode penge på at købe en patriciervilla, sætte den i stand med frivillig arbejdskraft og så sælge den.

Der er 628 beboere i Vestervig, hvoraf godt 20 % er meget aktive - ikke kun i Byfornyelsen, men i byens mange øvrige aktiviteter. Huspriser og beboerantal er stabile.

www.vestervig-by.dk

Ørsted Kro

Ørsted Kro ligger i Ørsted i Norddjurs Kommune.

Byens Kro blev i 2013 overtaget af 475 beboere fra Ørsted og omegn. De havde alle købt folkeaktier i Ørsted Kro A/S. Den blev sat til salg inden en truende tvangsauktion. Baggrunden for at købe kroen på folkeaktier var dels at bevare en kro og dermed et mødested i Ørsted og samtidigt sikre, at bygningen ikke overgik til formål, byen ville være ked af at lægge navn til.

”Ørsted Kro A/S’s formål er at erhverve fast ejendom i Ørsted By med henblik på fortsat drift af kroen samt anden hermed beslægtet virksomhed. Målet er endvidere at sikre et lokalt samlingssted for områdets borgere og foreninger, bl.a. til møder, folkelige fester og sammenkomster samt forskellige kulturelle aktiviteter”. Foreningen Ørsted Kros Venner blev også stiftet i 2013 og har ansvaret for kulturelle arrangementer på kroen.

De mange aktionærer renoverede kroen på frivillig basis. De møder stadig talstærkt op, når noget skal renoveres eller udbygges.

Kroen er forpagtet ud til en professionel kok, som driver kroens restaurant og værelser. Der er således skabt arbejdspladser i Ørsted.



Folkeaktierne skaber ejerskab – forankring og fælles ansvar for kroen og for hele Ørsted by.



Opslagstavlen ved Ørsted Kro.

Der er nu omkring 600 aktionærer, hvoraf de omkring 40 er kommet til ved den seneste aktietegning. En aktie er på mindst 1000 kr. – der er 7 aktionærer, der ejer aktier for mere end 50.000 kr. Stemmeretten følger aktien. Aktiekapitalen var fra starten på 1.4 mio. kr. Kroen blev købt for dette beløb.

Der er 1450 indbyggere i Ørsted. Antal beboere og huspriser er stabile.

www.oerstedkro.dk

ERFARINGER, VIDEN OG INSPIRATION FRA DE 5 FÆLLESSKABSØKONOMIER OG FRA DERES LOKALE OMGIVELSER

1. Betydning af fællesskabsøkonomier i et lokalområde

Fællesskabsøkonomien har afgørende betydning for, at tiltagene/aktiviteterne overhovedet eksisterer og gennemføres. Det er kendetegnende for de 5 fællesskabsøkonomier, at der er en afsmittende effekt til det øvrige lokalområde af deres virke og placering – andre tiltag bliver igangsat. Fællesskabsøkonomien skaber mere fællesskab.

Hvis fællesskabsøkonomien ikke eksisterede, ville aktiviteten/produktet ikke findes.

At være lokal andels/anpartshaver har stor betydning for den lokale forankring. Langt mere end et årligt kontingent til de lokale foreninger.

Ejerskabsformen er meget tydelig og betydningsfuldt for ejerne – men andre har ikke nødvendigvis opdaget det!

Fællesejet forpligtiger og giver øget fællesskabsfølelse til lokalområdet.

Vedtægterne giver bestyrelsen et klart mandat til at handle på fællesskabets vegne – især økonomisk.

Fællesskabsøkonomierne indgår i områdets fællesskabshistorie – bygger videre på fortællingen om området og de gamle andelstanker.

Fællesskabsøkonomier har afsmittende effekt på udvikling og gennemførelse af andre af lokalområdets aktiviteter.

Overskydende penge/midler i fællesskabsøkonomien bruges til andre lokale udviklingsaktiviteter.

Fællesskabsøkonomien samarbejder med andre erhverv og foreningsliv.

Fællesskabsøkonomiens succes bidrager til den lokale økonomi.

Fællesskabsøkonomierne bidrager til udvikling af lokalt erhverv og arbejdspladser.



2. Markedsføringsstrategier

Det er typisk for fællesskabsøkonomierne, at der ikke er en bevidst og udarbejdet markedsføringsstrategi. Hvis en strategi er udarbejdet, er det typisk aktiviteten/produktet/indholdet, der markedsføres og ikke fællesejet. Fællesskabsøkonomien som organiseringsform har kun i mindre omfang skabt kendskab til lokalområderne.

Det er kendetegnende, at der ikke er planlagt markedsføring af fællesskabsøkonomien.

Hvis markedsføringsstrategi er udarbejdet, er det typisk aktiviteten og produktet, der er blevet markedsført i første omgang.

Ting er sket "af sig selv" – på initiativ af andre, fx besøg af journalister.

Fællesskabsøkonomiens fortælling indgår i hele områdets fælles historie.

De lokale penges betydning er anderkendt.

Stoltheden over at gøre noget er stor – dette formidles bevidst i Den gode fortælling.

Det har i flere tilfælde været en bevidst strategi at få omtale i pressen ved alle arrangementer.

Også bevidst strategi at få presseomtale ved nytegning af andele/anparter.

Beslutningen om at have én presseansvarlig som har mandat til at udtale sig, fungerer godt.

Andelshaverne er ambassadører for fællesskabsøkonomien og området – personlige relationer udnyttes til omtale.

Måden at arbejde på er en bevidst del af fortællingen – Hvordan gør vi og hvad vil vi?

3. Markedsførings effekter

Et resultat af markedsføringen er – at aktiviteten er blevet kendt! Så på trods af ikke særligt bevidste og planlagte strategier, bliver fællesskabsøkonomierne alligevel kendte på deres tiltag. Vestervig Byfornyelse ApS er blevet kendt som Vestervigmodellen – og her er det både aktiviteterne og organiseringsformen, som er kendt og kopieres andre steder.

Området bliver kendt for sin aktivitet/produkt – ikke i særlig høj grad som fællesskabsøkonomi.

Lokalområdet bliver kendt som stedet, hvor borgerne på frivillig basis engagerer sig i fællesskab om et fælles formål.

Lokale mennesker får færdigheder og erfaringer med branding/markedsføring.

Der opstår lokale erfaringer og kendskab til at håndtere pressen.

Der opnås lokale erfaringer med selv definerede og egenfinansierede erhvervsrettede udviklingsaktiviteter.



Det har typisk ikke givet flere turister.

Det har i visse tilfælde givet besøgende med særlig interesse i emnet.

Det har typisk ikke givet større bosætning, men bidraget til stabile beboertal og huspriser.

4. Idéer og forslag til markedsføring

Inspirationen til yderligere markedsføring og branding kommer fra samtaler med fællesskabsøkonomierne og deres lokale omgivelser. Det er ret tydeligt, at samfundstendensen imod at dele og være fælles om aktiviteter gør at professionelle markedsføringsfolk anbefaler at benytte sig langt mere af at koble fællesskabsøkonomiernes organiseringsform med aktiviteten og produktet. Der er interesse i by og land for mere fællesskab og for at se og opleve økonomiske fællesskaber.

Når fællesskabsøkonomien etableres udarbejdes der samtidigt en markedsføringsstrategi, så bestyrelsen er enige om budskab og fortælling.

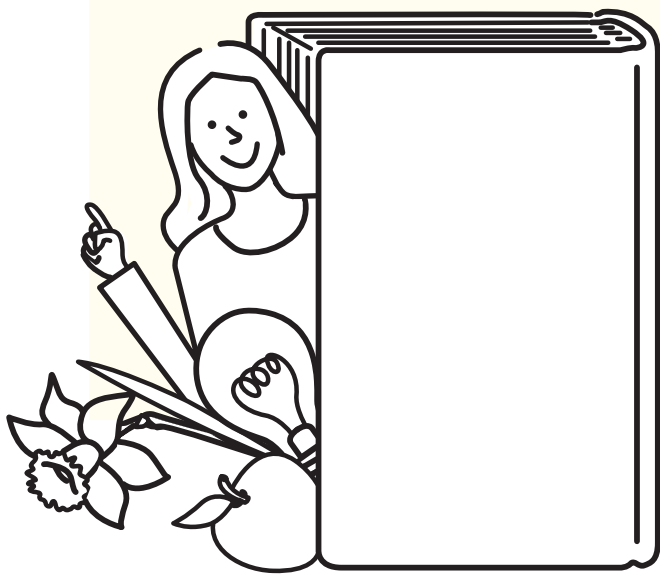
Alle andelshavere skal have kendskab til markedsføringsstrategien og den hovedfortælling, der skal fortælles.

Den enkelte fællesskabsøkonomi tænkes ind i hele områdets DNA - Samsø er kendt for sine ældre og nyere fællesskaber.

Ifølge flere turistchefer/turismeerhvervet kan fællesskabsøkonomier bruges i en aktiv markedsføring. Der bliver flere og flere mennesker, som synes, at det er interessant. Det kræver, at fællesskabsøkonomien er meget aktiv omkring information og modtagelse af de interesserede turister/besøgende.

De skæve historier er interessante for turister og dermed for turismeerhvervet. Samarbejdet kunne udbygges mellem fællesskabsøkonomien og turismeerhvervet.

Fællesskabsøkonomien og området kan indgå i en fortælling om det større område, hvor fællesskabsøkonomien er beliggende – Vestervig i Thy, Økofonden på Samsø, Købmanden på Agersø,



Ørsted Kro i Norddjurs, Farendløse i Ringsted Kommune.

Der kan udbydes busture til området inkl. fortælling og mad.

Den lokale stolthed over fællesskabsøkonomien kan formidles.

Fortællinger om produktet og aktiviteten kan kobles med fællesskabsøkonomien.

Navnet på fællesskabsøkonomien kunne indeholde ordet "fælles".

Fortællingen og markedsføringen kan kobles på den generelle positive interesse for fællesskaber/fælleseje.

Kommunerne er erhvervs- og turismemæssigt interesserede i fællesskabsøkonomierne – derfor godt at indlede samarbejde med erhvervs- og turisme afdelinger. Det politiske niveau kan også involveres.

Samarbejdet med områdets ejendomsmæglere kan udbygges.

Samarbejde imellem fællesskabsøkonomier kan øge interessen – både lokalt og i en større geografisk sammenhæng.

OPSUMMERING

Den generelle tendens blandt fællesskabsøkonomierne er, at lokalområdet oftest er kendt på grund af fællesskabsøkonomiens aktiviteter - fremfor på grund af fælles-ejeformen.

Markedsføringen af de 5 fællesskabsøkonomier er i nogle tilfælde bundet op på en bevidst strategi – i de fleste er det sket mere af sig selv. Andelshavernes positive omtale af fællesskabsøkonomien til venner, familie og omgangskreds er af stor betydning.

Relationer imellem andels/anpartshavere og netværk til erhvervs- og foreningsliv er af stor betydning – men oftest er det ikke en del af en bevidst markedsføringsstrategi. Det kunne med fordel udbygges. Organiseringsformen er visse steder blevet kendt. Blandt andet i Vestervig Byfornyelse ApS – som Vestervig modellen. Den kopieres og tilpasses lokale forhold i andre landsbyer.

I lyset af den store interesse for fællesskaber kan der arbejdes meget mere med markedsføringen af fællesskabsøkonomier. Historien og fortællingen om aktiviteten kan kobles mere offensivt sammen med fællesejet. Det er sandsynligt, at det har en markedsføringseffekt med den stigende interesse for fællesskabsbaserede tiltag.

Et udbygget samarbejde, erfaringsudveksling og netværk blandt fællesskabsøkonomierne i landdistrikterne blev efterspurgt. Netværk og øget samarbejde ville givet sætte større fokus på den fællesskabsbaserede måde at drive virksomhed på. Markedsføringen af de lokale områder er sket igennem et fokus på og en viden om produkterne og aktiviteterne – ikke på grund af fællesejet. Samtalerne og interviews viser, at der er basis for at udbygge markedsføring af fælleseje som organiseringsform. Det kunne netværk og erfaringsudveksling give mere inspiration til.

