

Hvad kan vi danskere ?

Danske virksomheder skal genvinde konkurrenceevnen og skabe job, hvis vi vil forblive en af verdens rigeste nationer. Men hvordan?

Følg med i avisen og på vidanskere.borsen.dk

Madmarked pumper liv

I Præstø er en købmandsrevolution

skudt i gang. I løbet af et år åbner seks lokale økologiske madmarkeder rundt om i landet – og om fire år er der åbnet 50

■ **DETAILHANDEL**
Af Stephen Haar

En rynket feminin hånd rækker ud efter den hjemmelavede brombærmarmelade, som står stablet på en rustik træhylde.



“Er den god?” spørger damen.

“Ja. Den er lavet på danske bær, og smager fantastisk”, svarer købmanden.

Situationen er som taget ud af en lokal dansk købmandsbutik for 50 år siden, men købmanden hedder **Soumaya**, bærer tørklæde og er ansat på fuld tid i **Præstø Madmarked** anno 2013.

Siden maj har madmarkedet forsynet Præstøes befolkning med økologiske fødevarer, produceret af regionens landmænd. Og stifterne, tidligere madforsker **Birgitte Escherich** og tidligere ISO-direktør **Jesper Skibstrup**, har skabt et forretningskoncept, der skal revolutionere de lokale købmandsforretninger, der lukker på stribe i de danske provinsbyer.

“Præstø Madmarked er opskriften på fremtidens lokale købmand. En, der tager ansvar for sine varer og de leverandører, der producerer dem. I løbet

af det kommende år åbner vi seks butikker og inden for fire år har vi åbnet 45-50 butikker,” siger Jesper Skibstrup.

Fuldstændig anderledes

Han kommer ud af en købmandsfamilie og er selv tidligere direktør i ISO-kæden. Med den bagage i rygsækken vil han vise, at det godt kan lade sig gøre at drive en lokal købmandsforretning i Danmark, selvom man er omringet af discountsupermarkeder med succes.

“Vores mål er at adskille os fuldstændig fra en normal dagligvareforretning. Oplevelsen og produkterne skal være helt anderledes. Kunderne skal komme tættere på de fantastiske råvarer, som bliver produceret af de dygtige avlere, der er i ens lokalområde,” siger Jesper Skibstrup.

Efter ti minutters smuglig på madmarkedets udvalg er oplevelsen er en helt anden end den ugentlige spadseretur i discountsupermarkedets fastlagte labyrint, der guider en rundt mellem kølediske og butikshylder.

I Præstø Madmarked er det duften af nybagte kanelnegle, en flok enorme spidskål fra **Lamlehøve Økologi** og 3,4 kg store kyllinger fra **Nymanns-**



Det kan Præstø Madmarked

Af Stephen Haar

■ Skabe lokale arbejdspladser

Når der er råvarer fra lokale producenter og de kan forarbejdes til hjemmelavede produkter, så er der brug for mange hænder. Dermed skabes der arbejdspladser lokalt.

■ Give en helt anderledes oplevelse

Indkøbsturen er ofte en pligt, der skal overstås. Sådan er det ikke være i madmarkedet. Fødevarerne skal være lokale, af høj kvalitet og appellere til alle sanser.

■ Få folk i provinsen til at bruge penge på fødevarer

Det er en skrøne, at provinsboere ikke vil bruge penge på fødevarer. De vil gerne støtte lokale producenter og købe deres varer. De skal bare have muligheden.

“Vi skaber lokale arbejdspladser ved at sælge de lokale avleres varer ...”

Jesper Skibstrup, medejer, Præstø Madmarked

gaard, der fanger ens sanser. Ikke de gule tilbudsskilte. Og det er den stemning, som ejerne vil udbrede i de danske flækker, hvor den lokale købmand i dag sælger stort set det samme som discountsupermarkedet.

“De lokale købmænd har ikke fundet et modsvar til discount. De gør det samme som discountbutikkerne. Bare dårligere og dyrere. De har selv styret sig lige ned i hullet,” siger Jesper Skibstrup.

Butiksbålet brænder

Hullet som de lokale købmænd styrter ned i, er efterhånden alarmerende stort. Fra 2001 til 2011 er der lukket 274 dagligvarebutikker i byer med under 3000 indbyggere. Det viser **Dansk Dagligvarehandels** prognose fra 2011, der bliver

udgivet af **Scandinavian Retail Institute**.

Samme prognose viser, at der i 2020 vil være 1000 færre dagligvarebutikker. 381 spås at være nærbutikker. Dem vil Birgitte Escherich og Jesper Skibstrup omdanne til madmarkeder:

“Det her bliver en landsdækkende kæde, men hver butik skal have sit eget liv. Vi må for alt i verden ikke centralisere og lave et ensartet koncept. Det er jo det, som vi kæmper imod,” siger Birgitte Escherich.

De sløje tider for de lokale købmænd gør, at de to ejere jævnligt har købmænd fra alle egne af Danmark i røret. De vil sadle om, men det er ikke alle, der får lov til at åbne et madmarked.

“Det er bestemt ikke alle, som er egnet til at åbne et madmar-

vidanskere.borsen.dk



“Uden Netto havde vi ingen forretning på Samsø”

ked. Folk skal ikke også lige kunne sælge cola og smøger. De skal have den rigtige indstilling. Men det er der også rigtig mange købmænd i Danmark, som har,” siger Birgitte Escherich.

Derfor er hun i gang med at starte et akademi, hvor de fremtidige indehavere at et madmarked skal lære at vende deres nuværende forretningsmodel på hovedet.

24%

af Børsens læsere svarer, at det spiller størst rolle, at deres fødevarer er danskproducerede. En andenplads på ranglisten efter kvalitet og lige før pris. (2361 stemmer)

Det blå Danmark 9/9 - 19/9
Turisme og oplevelsesøkonomi 23/9 - 26/9
Gazelle 2013 30/9 - 10/10
■ Fødevarer 14/10 - 24/10
Sundheds- og velfærdsløsninger 28/10 - 7/11

Kreative erhverv og design 11/11 - 14/11
Energi og klima 18/11 - 28/11
IKT og digital vækst 2/12 - 5/12
Vand, bio og miljøløsninger 9/12 - 19/12
Afslutning 23/12 - 3/1

i de gamle købmænd



Præstø Madmarked satser på kvalitetsfødevarer fra lokale leverandører. Til venstre ses stifterne, Birgitte Escherich og Jesper Skibstrup, som satser på at have 50 madmarkeder i hele landet om fire år. Nedenfor ses Soumaya, som er købmand i Præstø-forretningen. Foto: Simone Astrid Pedersen



De skal bl.a. drive et lille bageri, producere mad ud af de lokale råvarer og undgå madspild. Og det er en anden opgave end at modtage fødevarerindustriens produkter stablet på nogle europaller et par gange om ugen.

“De skal lære at lave marmelader, sylte, lave salater og skabe en købmandsforretning, hvor de selv producerer en stor del af sortimentet,” siger hun.

Skaber arbejdspladser

Omsætningen i madmarkedet har hver måned siden maj rundet en halv mio. kr., og selvom ejerne ikke ønsker at løfte sløret for indtjeningen, så vil de gerne afsløre, at den ligger mange niveauer over, hvad en lokal købmandsforretning tjener i dag.

Samtidig skaber madmarkedet flere arbejdspladser i lokalsamfundet end en tilsvarende købmand. Lønningslistens 29 navne afslører nemlig, at det kræver flere hænder at drive et madmarked i forhold til en traditionel købmand.

Konditorer, kokekoner, efterlønnerne, ungarbejdere og fuldtidsansatte udgør de 29 ansigter, som er ansat i Præstø Madmarked.

“Vi skaber lokale arbejdspladser ved at sælge de lokale avleres varer. Derudover ansætter vi folk til at arbejde med råvarerne. Den produktion kræver mere arbejdskraft. Til gengæld får varen en merværdi, der kan betale de højere personaleomkostninger,” siger Jesper Skibstrup.

stha@borsen.dk

50

danske madmarkeder skal åbne i alle afkroge af landet inden for fire år

Smilende leverandører

■ FØDEVARER
Af Stephen Haar

Et af de vigtigste punkter, der står skrevet i Præstø Madmarks strategi, er et godt forhold til de lokale leverandører. I madmarkedet bliver leverandørerne ikke trukket igennem behårede årsforhandlinger, hvor de skal presses så meget som muligt ned i pris.

“Jeg vil se mine leverandører i øjnene. Og jeg vil se dem smile,” siger Birgitte Escherich.

Grunden er, at leverandørerne spiller en mere fremtrædende rolle i madmarkedet, end i eks. discountmarkedet, hvor de danske fødevarer ligger imellem de hollandske agurker og

spanske tomater, som sælges langt billigere. Den plads vil Jakob Jørgensen, som er indehaver af Lammehave Økologi, ikke indtage med sine produkter. Derfor sælger han sine kornprodukter og grøntsager til bl.a. Præstø Madmarked.

“Butikkerne er ambassadører for de fødevarer, jeg bruger så meget tid på at skabe. Jeg har med vilje fravalgt detailforretningerne, da de ikke sætter pris på min produktion. Det gør de i Præstø, hvor de gør en dyd ud af at kende min produktion, så de kan formidle historien, når de sælger det i madmarkedet,” siger Jakob Jørgensen.

stha@borsen.dk