

Notat 2006–17

Bønder i byd'n – Bergen matfestival 2006 – ei undersøking blant publikum og utstillerar

Arild Spissøy



Foto: Ole Bakkebø

Tittel	Bønder i byd'n – Bergen matfestival 2006 – ei undersøking blant publikum og utstillarar
Forfattar	Arild Spissøy
Prosjekt	Evaluering av Bønder i byd'n 2006 (A890)
Utgjevar	Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF)
Utgjevingsstad	Oslo
Utgjevingsår	2006
Tal sider	29
ISBN	82-7077-661-0
ISSN	0805-9691
Emneord	småskalaforedling, marknadsundersøking, matfestival

Litt om NILF

- Forsking og utgreiing om landbrukspolitikk, matvaresektor og -marknad, foretaksøkonomi, nærings- og bygdeutvikling.
- Utarbeider nærings- og foretaksøkonomisk dokumentasjon innan landbruket; dette omfattar m.a. sekretariatsarbeidet for Budsjettinemnda for jordbruksgranskingane i jord- og skogbruk.
- Utviklar hjelpemiddel for driftsplanlegging og rekneskapsføring.
- Er finansiert av Landbruks- og matdepartementet, Noregs forskingsråd og gjennom oppdrag for offentleg og privat sektor.
- Hovudkontor i Oslo og distriktskontor i Bergen, Trondheim og Bodø.

Forord

Landbruks- og matdepartementet ynskjer å fremja nyskaping, marknadsretting og betre lønnsmed i produksjon av landbruksbaserte varar og tenestar. Tiltak til dømes innanfor Bygdeutviklings-programmet og verdiskapingsprogramma for mat og tre, tek sikte på å etablere næringsaktivitetar i, og i tilknyting til, landbrukseigedommane, som representerer noko nytt i forhold til det tradisjonelle landbruket.

Synliggjering og fremming av lokale matprodusentar kan inngå som ein del av denne satsinga. Fylkesmannens landbruksavdeling (FMLA) i Hordaland har for femte året på rad arrangert «Bønder i byd'n – Bergen matfestival». Arrangementet er eit samarbeidsprosjekt med Fylkesmannens landbruksavdeling i Sogn og Fjordane, i tillegg til at ein del andre aktørar er med som samarbeidspartnarar. Arrangementet er no i ein omstillingsfase, og 2006 var siste året FMLA-Hordaland vil vere involvert i noverande grad. Kven som eventuelt vidarefører festivalen, og i kva form festivalen vert vidareført, er uvisst.

Dei noverande arrangørane ønskjer å evaluere arrangementet. Som eit ledd i evalueringa, gav landbruksdirektøren i Hordaland NILF i oppdrag å foreta ei undersøking av korleis festivalen vert oppfatta blant publikum og småskalaprodsentar. Undersøkinga skulle ikkje innehalde noko omfattande analyse. Meininga med undersøkinga var å komme med innspel til den totale evalueringa.

NILF har intervjuia småskala-prodsentar og publikum medan festivalen gjekk føre seg. Intervju vart fortettatt av Arild Spissøy, Torbjørn Haukås, Irene Grønningsæter, Ane Margrethe Lyng og Rolf Rye. Notatet er skriven av Arild Spissøy. Heidi Knutsen har vore kvalitetssikrar i prosjektet.

Takk til landbruksavdelinga hos fylkesmannen i Hordaland for eit interessant oppdrag, og takk til alle utstillarar og besökande som velvillig stilte opp til intervju.

Oslo, november 2006
Ivar Pettersen

Innhald

	Side
SAMANDRAG	1
1 INNLEIING	3
1.1 Bakgrunn for utgreiinga	4
1.2 Gjennomføring av undersøkinga	4
2 RESULTAT, SVAR FRÅ INTERVJUA.....	7
2.1 Resultata frå undersøkinga blant utstillarane	7
2.2 Resultat av undersøking blant vitjande	13
3 ANALYSE.....	19
4 OPPSUMMERING.....	23
VEDLEGG	25

Samandrag

På oppdrag frå landbruksavdelinga i Hordaland har NILF utført ei undersøking blant småskalaprodusentar og publikum under arrangementet «Bønder i byd'n – Bergen matfestival» i 2006.

Festivalen har vore arrangert fem gonger i si noverande form med Fylkesmannens landbruksavdeling i Hordaland som arrangør i samarbeid med landbruksavdelinga i Sogn og Fjordane, samt ei rekke andre samarbeidspartnarar.

For å finne ut kva utstillerane og publikum tykte, intervjuja vi 38 småskalaprodusenter og 47 vitjande under festivalen. Dei fleste av spørsmåla hadde kategoriserte svaralternativ, medan nokre hadde opne svaralternativ. Respondentane fekk også komme med utdypande kommentarar om arrangementet.

Nær alle småskalaprodusentane som deltok på festivalen vart intervjua. Resultata frå undersøkinga viser at dei aller fleste utstillerane kjem att år etter år. Festivalen vart rekna som viktig både som marknadsføringsarena og som salskanal. 22 av dei 34 som hadde delteke på festivalen tidligare år, hadde endra strategi og arbeidsrutinar som følgje av erfaringane frå tidligare år. 32 meinte at kontakten med andre utstillerar under festivalen var viktig eller svært viktig for å hausta erfaring. Mange la vekt på kontakten med kundar og publikum som ein viktig grunn til å vere på festivalen. Resultata tyder på at «Bønder i byd'n» spelar ei viktig rolle for bønder som ønsker å etablere seg som for-edlarar av gardsprodukt, og dermed bidra til å utvide tilbodet av tradisjonsmat, eller nisjeprodukt, til forbrukaren. Gjennom festivalen får ein profilert seg i ein viktig marknad, ein får tilbakemeldingar direkte frå konsumentane, ein får innspel frå andre småskalaprodusentar, og ein får selt varer på ein etablert salsplass med mange kundar.

22 utstillerar nytta høve til å komma med utdypande kommentarar. Fire av dei på-peika ting som kunne vert gjort annleis. Dei andre kommentarane vart gitt for å underbygga at dei syntest arrangementet var svært bra. Mange gav klårt uttrykk for uro for arrangementets framtid.

Publikumstilstrømminga til festivalen var veldig god. Det var stor spreieing i alder på dei vitjande. 3/4 av dei intervjua hadde vore på festivalen tidlegare år. Nær alle (41 av 47) ville ha vitja festivalen sjølv om dei kunne få dei same produkta i nærbutikken. Dei fleste kom både for «å sjå» og for å handle, og gav klårt uttrykk for at dei syntest arrangementet var bra. Det tyder på at festivalen er eit trekkplaster i seg sjølv, og er i ferd med å institusjonalisera seg som eit årvisst arrangement som mange ser fram i mot.

Det var få av dei vitjande som jamt handla lokale spesialitetar i butikk. Festivalen fungerer dermed godt som eit utstillingsvindauge overfor nye kundar. Det er harmoni mellom desse funna og det utstillerane seier om sine forventningar til, og erfaringar med, festivalen.

Den gode publikumstilstrøyminga kopla opp mot dei eintydig positive tilbake-meldingane både frå utstillerar og publikum gjev grunn til å karakterisera arrangementet som vellukka.

1 Innleiing



Det var mange vitjande på festivalen.

Foto: Ole Bakkebø

Etterkvart utvikla det seg meir og meir i retning av ein matfestival. Lokale matprodusentar frå bygdene i Hordaland fekk høve til å møte det breie bypublikummet for å marknadsføre og selje nye og tradisjonelle matprodukt. I 2001 vart arrangementet flytta frå våren til hausten i samråd med Bergen kommune, og namnet vart endra til «Bønder i By'd'n – Bergen Matfestival»¹. Festivalen er ei av landets største messer for presentasjon og sal av tradisjonsmat og nisjeprodukt. Den er framleis både eit profileringstiltak og ein matfestival.

«Bønder i byd'n – Bergen Matfestival» er eit arrangement som har gått av stabelen fem gonger i si noverande form. Arrangementet har vore arrangert på ulike stader i Bergen by. Dei siste tre åra har arrangementet gått føre seg på Bryggen. «Bønder i Byd'n» starta som eit profileringstiltak for landbruket i fylket. Arrangementet vart halde årvisst på Torgalmenningen på 1990-talet (med visse mellomrom).

¹ I dette notatet vert «Bønder i byd'n» nytta som navn på arrangementet.

Bønder og bedrifter knytte til verdikjeda for mat vert inviterte til å lage, stille ut og selje varene sine. I tillegg vert faglag, restaurantar, kokkelaug og eventuelle andre som kan vere med å skape blest om landbruksnæringa og produkta frå denne inviterte. Ein har halde fast på ein småskala- og nisjeorientert profil, med dei store kommersielle aktørene i ei avgrensa rolle.

«Bønder i byd'n» vert arrangert av landbruksavdelinga hos Fylkesmannen (FMLA) i Hordaland i samarbeid med FMLA Sogn og Fjordane og ei rekke andre aktørar og sponsorar. FMLA Hordaland har hovudansvaret for gjennomføringa.

Arrangementet har ei eiga heimeside: www.matfest.no, og festivalen vert annonsert i regional presse på førehand. «Bergen Matfestival – Bønder i byd'n» vart i 2006 halden frå 8. til 10. september.

1.1 Bakgrunn for utgreiinga

Etter at arrangementet kom inn i fastare former frå 2001 var meiningsa at arrangementet skulle haldast i 3–5 år med visse tilpassingar undervegs for deretter å evaluera. Det er no gått fem år sidan 2001 og denne undersøkinga er eit ledd i evalueringa. Dette notatet skal nyttast som bakgrunnsmateriale for ein diskusjon om korleis festivalen skal utvikle seg vidare.

Notatet dokumenterer ei undersøking blant publikum og utstillarar ved «Bønder i byd'n» i 2006. Formålet med undersøkinga er å finne ut kva publikum og utstillarane syntest om festivalen i den forma den etterkvart har fått. Korleis vert «Bergen matfestival – Bønder i byd'n» oppfatta av publikum? Kvifor oppsøkjer dei festivalen? Kvifor deltek utstillarane på festivalen? Kor verdifull er festivalen som utstillingsvindauge? Vil arrangementet verta sakna om det forsvinn?

I lys av den rådande landbrukspolitikken, med ønskje om fleire innovative bønder som satsar på produksjon av eigne spesialprodukt, stiller det seg særleg spørsmål til kva festivalen betyr for bønder som har starta småskalaproduksjon med foredling av eigne råvarer².

Norsk institutt for landbruksøkonomisk forsking har gjennomført undersøkinga på oppdrag frå landbruksdirektøren i Hordaland.

1.2 Gjennomføring av undersøkinga

Undersøkinga gjekk føre seg fredag 8. og laurdag 9. september. I all hovudsak nytta vi fredagen til å spørje utstillarar og laurdagen til å spørje besökande.

² Ein del av dei som satsar på eigen foredling kjøper også råvarer frå naboor.



Smaksprøver av lokalmat. Foto: Ole Bakkebø

Vi var interesserte i å finna ut kva *bønder og småskalaprodusentar* av tradisjons- og nisjemat syntest om arrangementet. Difor delte vi utstillarane inn i to. Bønder og småskalaprodusentar på den eine sida, alle andre på den andre. Ut frå utstillarlista stod vi då igjen med ein populasjon på 48 produsentar. Det var eit lite fråfall av utstillarar, og nokre var det av ulike grunnar vanskeleg å få intervjuet (utstillaren sjølv var ikkje tilstades, det var for mange kundar til at ho/han kunne ta seg

tid, eller liknande). Vi intervjuet 38, altså nesten heile populasjonen. Svara er difor særrepresentative.

Kor mange besökande som var innom festivalen i løpet av dei tre dagane festivalen gjekk føre seg, har vi ikkje tal på. Kor stor den totale populasjonen besökjande er, kan vi altså ikkje seie. Undersøkinga av besökande gjekk føre seg på laurdagen, då vi antok at vi denne dagen ville få eit meir variert og representativt utval enn på fredag ettermiddag. Vi intervjuet i alt 47 vitjande. Intervjuarane var påpassleger med å intervjuet dei meinte var eit representativt utval, men det er likevel vanskeleg å seie noko sikkert om kor representativt utvalet er. Utvalet syner ei relativt lik fordeling av menn og kvinner og ei jamn aldersfordeling. Truleg utgjer dei intervjuet personane eit representativt utval av dei som vitja festivalen på laurdagen.

Presentasjonen av resultata i undersøkinga vert i form av ei samanstilling av data kor det kjem fram korleis svara fordel seg på dei ulike svaralternativa. Svara på spørsmåla med opne svaralternativ, vert presenterte som ei liste med dei svara som vart gitt.

Det vert gjeve ei kort analyse av svara ut frå dei problemstillingane vi ønskete undersøkinga skulle gje svar på.



Fleire Vossabedrifter har slått seg saman under ein paraply. Foto: Ole Bakkebø

2 Resultat, svar fra intervjuet

Her vil vi skjematiske liste svara i undersøkinga.

2.1 Resultata fra undersøkinga blant utstillerane

Vi intervjuet 38 bønder og småskalaprodusentar.

1. Kor mange gonger har du delteke på «Bønder i byd'n»?

Tal gonger	Tal utstillerar
1	4
2	3
3	6
4	12
5	13



Nils Lekve sel plommer frå Hardanger.
Foto: Victor Jensen

2. Om festivalen vert vidareført, kjem du til å delta fleire gonger?

Ja	Nei
36	2

Av dei to som ikkje ville delta fleire gonger oppgav ei «lite tid» og ei at «ho var blitt for gammal», som grunn.

3. Ville du ønskt at arrangementet vart halde oftare?

Ja	Nei
12	26

Av dei som ville at arrangementet vart halde oftare, svarte 9 at dei ønskte det vart halde to gonger i året, 2 tre gonger og 1 ønskete at det vart halde fire gonger.

4. I tillegg til at du sel varene dine her på «Bønder i byd'n», kva er dine viktigaste salskanalar?

- Forretningar (vanlege), Bondens Marknad, gardsbutikkar, Eige utsal, medlem Vossameny.
- Bondens marknad, privat sal
- Måge gardsbutikk
- Til private og på julemesse

- Bondens marknad, diverse i Vossadistriktet
- Gardsbutikk, lokale forretningar, på Smalahovesleppet på Voss
- Telefonbestillingar, direkte sal
- Torgdagar, marknader, festivalar, restaurant, hotell, butikkar
- Butikkar
- Eigen butikk, bondens marknad
- Marknader, julemarknad, festivalar
- Butikk i Sogn
- Bondens marknad, Sesong (gardsbutikk)
- Restaurant, spesialbutikkar, pølsefabrikk
- Messer, direktosal
- Butikkar i Nordfjord, Sunnfjord, på Møre og i Byen
- Butikk, privatkundar, storhushald
- Andre marknader, butikk i Undredal
- Bama, litt bondens marknad
- Messer, reiser sjølv; vidaresal gjennom andre
- Eige utsal, dagligvare, storhushald
- Bondens marknad, litt til restaurant, litt til butikk, andre festivalar, torgsal
- Gardsmatbutikker, kolonialbutikkar, på opplevingsenter (Lynghesenteret)
- Bondens marknad, fleire gardsbutikkar
- Gardsutsal, vegsal, til private
- Honningsentralen
- Bondens marknad
- Kjøkkenet heime, Sesong (gardsbutikk), Fenaknoken (gardsbutikk), postordre
- Bondens marknad, heimeutsal
- Sesong (gardsbutikk)
- Engrossal
- Butikkar
- Andre messer, butikkar, kundar
- Bama, Coop
- Restaurantar, hotell
- Butikkar, vinmonopolet
- Bondens marknad, butikkar
- Privatkundar

Bondens marknad vart nemnt 10 gonger, gardsbutikkar/heimeutsal 26 gonger.

**5. Kan du nemna dei tre viktigaste grunnane til at du deltek på «Bønder i byd'n»
- i prioritert rekkefølge!**

1. prioritet:	2. prioritet:	3. prioritet:
sel godt	godt miljø, kollegialt	ein fin bytur
sosialt	sal	fin marknadslass!
veldig sosialt	byturen	sal
oppmoda om a delta	ønskje om a vidareformidle kunn- skap om tradisjonsmat	
gjere produktet kjent	sal	
reklame	formidling av varer	sosialt
folkefesten	sal	
kort avstand heimefra	mykje publikum, godt sal	marknadsføring
marknadsføring	møte kundane	sosialt
godt sal	reklame/marknadsføring	
sel godt, mykje folk	triveleg	marknadsføring
godt sal til god pris	treffer andre kollegaer	kapre nye kundar
kontakt med kunden	sal	marknadsføring
salskanal	tilbakemeldingar fra kunden	nær marknaden
liker a treffe folk	liker a selje eigne produkt	tener pengar
treffer publikum direkte	kundane far smaksprøver	moro, kjem i kontakt med andre produsentar
kontakt med kunden	festival over tre dagar	god inntening
inntekter	moro	noko spesielt med Bergen
oppmoda av andre bønder	nysgjerrig	kjekt med ein tur til Byen
dette er dei tre dagane som gir mest i kassen	far vist fram smaskalaprodusen- tar	
marknadsføring til heile Storbergen	kjekt a komme i kontakt med folk	
sal	marknadsføring	det sosiale med andre produsentar
sal	møte kunden, fa tilbakemelding	marknadsføring
stort publikum	stor hending	sosialt
sal		
sosialt	sal	artig arrangement, treffer folk
nar mange	sosialt fellesskap	sal
ønska av FMLA		
sal	treffer mange folk	moro a vere med
pengar	(vare-) lager vi ma bli kvitt	profilere oss
marknadsføring	marknadsføring i Bergen	pengar
møte kunden	tilbakemelding pa produkta	marknadsføring
godt sal	god møteplass	nye kontaktar
marknadsføring	sosialt	økonomi
skape interesse for produktet	møte kundar	
marknadsføring	god salskanal	
gjere produktet kjent	sal	fellesskap
marknadsføring	det sosiale, byturen	fa tilbakemeldingar

Det er mange av grunnane som går igjen med noko ulik prioriteter. Om vi ser på første prioritet, så er det 13 som nemner sal, 10 nemner marknadsføring/ gjere produktet kjent / reklame/ skape interesse for produktet, 7 nemner møte kunden/ treffe publikum/ treffe folk/ nå mange, 4 nemner det sosiale/ folkefesten som viktigast, medan 3 seier at dei vart oppmoda og 1 at det er kort avstand heimanfrå. Han/ ho som nemner kort avstand heimanfrå har sal og marknadsføring som 2. og 3. prioriteten. Dei som nemner at dei er oppmoda oppgjer nyskjerrighet og ønskje om å spreia kunnskap om tradisjonsmat som 2. prioriteten.

6. Kor viktig er «Bønder i byd'n» som salskanal for deg?

Svært viktig	Viktig	Lite viktig	Ikkje viktig i det hele
9	22	6	1

7. Kor viktig er «Bønder i byd'n» som marknadsføringskanal for deg?

Svært viktig	Viktig	Lite viktig	Ikkje viktig i det hele
18	16	3	0

8. Har du utvikla viktige kunderelasjonar i løpet av arrangementet i år eller tidlegare år?

Ja	Nei
30	6

9. På festivalen møter du kollegaer/konkurrentar. Korleis vil du karakterisere festivalens verdi som ein møteplass der du haustar verdifull erfaring for arbeidet ditt vidare?

Svært viktig	Viktig	Lite viktig	Ingen verdi
13	19	4	2

10. Om du har vore på arrangementet tidlegare - har du endra strategi og arbeidsrutinar som følgje av tidlegare erfaringar?

Ja	Nei
22	13

10 b. Dersom ja - på kva måte / kva har du endra?

Stikkord: Nye produkt, nye forpakningar, fleire/færre folk, organiseringa av boden, nytt materiell til marknadsføring, anna.

- Har endra på mykje. Viktig med fulle bord, nok folk. Har lansert nye produkt.
- Litt av alt. Har lært mykje.
- Har tilpassa mengde varer i forhold til etterspurnad.
- Har endra utstyret eg tar med.
- Profesjonalitet, utstyr, forbetring av produktet, nye produkt.
- Småjusteringar.
- Har endra produktspeskeret.
- Innpakking, prising, profilering.
- Er blitt flinkare med marknadsføring og produktframstilling.
- Har fått betre salserfaring, utvida produktspesker, generell erfaring.
- Betre førebuing, betre profilering, meir effektiv.
- Har lært å ta med nok varer og riktige varer.
- Betre organisering av boden, nye produkt og idear til nye produkt.
- Nye pakningar, nye foldarar, nye plakatar, er blitt ein betre seljar.
- Organisering av bod og kasse.
- Nye produkt, har heva standarden, finere pakningar (viktig!) større utval, betre organisering.
- Har teke i bruk isoporkassar, har fått fleire produkt.
- Nye produkt, andre typar produkt, mindre arbeidskrevjande produkt, har fått med fleire folk.
- Er meir proffe, nye produkt, betre produkt, nytt materiell.
- Nye måtar å selje på, innpakking.
- Pakning, systemet.

Her kan ein merke seg at 10 nemner at dei har endra produkt og vareutval.

11. Har du nokre tankar om korleis du vil at arrangementet bør utvikle seg vidare?

Stikkord: størrelse, type deltagarar, varer, tidspunkt, anna.

- Vedrørande deltagarane: må verne noko om småskala produsentane, passe at det ikkje glir ut i forhold til å dra inn nye typar av deltagarar, tidspunktet er bra.
- Betre toalettordning.
- Er greitt som det er.
- Større, ta i bruk meir areal på Bryggen.
- Kunne vore litt seinare på hausten.
- Viktig å tilpasse standen godt.
- Ikkje større, har ein god profil no med ekte eigenlaga (heimelaga) produkt.
- Endring av plassering av boden (ikkje arrangementet), har stått langt bak mange gonger; elles nøgd.
- Bra miks, god variasjon av ulike typar mat, vil ikkje blande inn nye typar. Må halde seg til relevant gardsmat.
- Vidareføra arrangementet som no, viktig å ha festivalen om hausten.
- Passe stort, avgrense festivalen til to dagar - fredag og laurdag. Ønskjer at festivalen vidareførast.

- Halde fram som no, fokus på mat. Bra med hausten når folk kjøper inn mat til Jul og fyller frysaren.
- Halde fram som no, svært trasig om dette ikke videreførast, no går det på skinner, dagens arrangørar må føre dette vidare, eventuelt med dugnadsinnsats blant deltakarane.
- Bra arrangement, bør halde fram som no!
- Viktig å halde dagens profil. Gjerne utvide med et arrangement til i staden for at arrangementet eser ut.
- Kan ha andre arrangement i tilknyting, folk må vere aktive, ikke for store aktørar, halde storprodusentane i bakgrunnen.
- Som no, ikke særleg større, vidt spekter av varer.
- Bra slik det er.
- Midt i blinken, godt arrangement, godt tidspunkt. Må ikke vera seinare, då kjem det i konflikt med sauesankinga.
- Tidspunktet er OK, Bra! Avgrensinga med Hordaland og Sogn og Fjordane er grei.
- Er veldig nøgd med utforminga av festivalen. Passer godt inn i timeplanen.
- Veldig nøgd med tidspunktet for festivalen.
- Ser ut som det fungerer bra som det er.
- Størrelsen på arrangementet er OK.
- Heilt topp som det er!
- Greitt slik det er utan fisk, passe størrelse.
- Arrangementet er stort nok, kunne vore meir bønder (men dei andre trekker også folk ...), godt tidspunkt (myke betre enn om våren), rotasjon på plassane, bra med framflytting av bøndene!
- Godt tidspunkt, gjerne fleire leverandørar, fleire som kjøper.
- Kunne vore seinare, etter slakting av årets lam.
- Slik det er nå!
- Veldig bra som nå, men gjerne to gonger i året.
- Greitt som det er.
- Større, viktig med mangfold.
- Veldig greitt slik det er.
- Bra som nå, men helst berre småskala produsentar.
- I fjor var søndagen ein därleg salsdag. Det var for mykje utanom, men ikke råd å vera med. Ønskjer å redusere familieaktiviteten pga for lite sal!

Til slutt, **mogleiheit for utdjuping**

- Blir godt orientert frå leiinga, god rettleiing.
- Har fått mange gode idear i diskusjon med kollegaer.
- Fint med mange ungdommar, Har for liten tid til sjølv å gå rundt, veldig kjekt arrangement.
- Flott arrangement.
- Bra arrangørjobb!
- Viktig sosialt, godt tilrettelagt arrangement, godt nøgd.
- Svært kollegialt, vi er kollegaer, ikke konkurrentar.
- Håper festivalen fortsetter. Haustar ikke mykje erfaring fordi eg har ikkje tid til å gå rundt. Det er for travelt.
- Flott arrangement

- Årets happening! Håper på at festivalen held fram.
- Arrangørane er flink med tilrettelegging for deltararane.
- Fordel med samla birøkterlag. Vi trekkjer vekslar på kvarandre
- *Rulling av plassar hadde vore fint*
- Arrangementet har vore veldig viktig for meg for å verte kjent i byrjinga. Viktig å spreie kunnskap om gammal matkultur. Folk er meir mottakelege for slikt no enn tidlegare. Det har vore ei haldningsendring hos kunden. Smak har vorte viktigare. Festivalen har hatt stor verknad for å spreie kunnskap.
- Likar salsplassen veldig godt.
- *Dårlig annonse i BT, altfor dyrt.*
- Må fortsette! Viktig at det er nokre frå FMLA som held fram som arrangør. Viktig for oss som kjem utanfrå Bergen.
- Ei veke er for mykje. Håper det held fram i ei eller anna form.
- Veldig bra! Godt tiltak.
- *Sel det same som naboen, litt dumt. Neste gang, skil fruktboden i kvar avdeling.*
- Veldig bra!
- *Saknar noko å ha frysevarer i. Vi er små og har ikkje råd til å ha eigen frys. Det er lite tid til å kontakte andre produsentar.*

2.2 Resultat av undersøking blant vitjande



Foto: Torbjørn Haukås

I alt 47 vitjande vart intervjuet i løpet av laurdag 9. september. Dei fleste av spørsmåla hadde faste svaralternativ, sjølv vedlagte spørjeskjema. For spørsmål 12 var det ope svaralternativ. I tillegg var det råd å komme med utdjuping og avsluttande kommentarar til slutt i spørjeskjema. Vi vil begynne med å presentere persondata for respondentane før vi byrjar med presentasjonen av spørsmåla i undersøkinga.

Persondata

Vi spurte som nemnt 47 personar. Den yngste var 19 år, den eldste var 73. Gjennomsnittsalderen på dei spurde var 47,2 år. Medianverdien var 45 og standardavviket var 15,9. Det vil seie at det var relativt stor spreying i alderen hos respondentane. Det var 23 menn og 24 kvinner. Dersom vi held ei frå Australia, ein som budde 500 km borte og ein som budde 200 km borte utanom, var avstanden mellom buplassen og festivalen frå mellom eit par hundre meter og opp til 60 km. Gjennomsnittleg avstand mellom bustad og festivalen var 12,3 km, mens medianverdien var 8 km. Dei kom altså i all hovudsak frå Bergen og omkringliggende kommunar.

Spørsmål:

Svara fordele seg som følgjande på dei ulike spørsmåla:
 (der delsummane ikkje summerar seg til 47 har respondenten av ulike årsaker ikkje svart)

1. Er du her tilfeldigvis eller har du oppsøkt arrangementet?

Tilfeldig	Oddsøkt arrangementet:
5	42

2. Har du høyrt om arrangementet på førehand?

Ja	Nei
44	3

3. Om Ja over: kor har du høyrt om det?

A	Gjennom media (aviser, radio, TV):	28
B	Gjennom familie, naboar, kollegaer, venner:	13
C	Brosjyrar, plakatar, annonser:	3

4. Er det din fyrste gong på "Bønder i by'n"?

Ja	Nei
11	36

5. Er du her mest for å handle eller mest for å sjå?

For a handle	For a sjå	Begge deler
2	13	32

6. Kva synes du om utvalet?

Veldig bra	Bra	Hadde forventa meg meir
36	9	1

7. Ville du besøkt «Bønder i byd'n» om du kunne fått dei same produkta i din nærbutikk (til same pris)?

Ja	Nei	Veit ikkje
41	6	

8. Kjøper du:

		Aldri	Sjeldan	Av og til	Ofte
A	Økologiske matvarer i butikk?	12	11	17	7
B	Mat direkte fra gard/gardsbutikk (inkl.selvplukk)?	24	13	8	2
C	Spesialprodukt fra lokale produsentar i butikk?	14	9	19	5

9. Kva synest du om arrangementet:

a. som handelsplass?

Viktig handelsplass/marknads plass	Ikkje viktig som handelsplass
38	8
(1 hadde inga mening)	

b. som noko som skapar «liv og røre» i byen?

Viktig for å skape liv og røre i byen	Ikkje viktig for liv i byen
47	0

10. Synes du at du lærer noko om lokale mattradisjonar på festivalen?

Ja, mykje	Ja, litt	Ikkje noko særlig	Nei, ingenting
8	31	5	3

11. Synes du at du lærer noko om lokalt landbruk på festivalen?

Ja, mykje	Ja, litt	Ikkje noko særlig	Nei, ingenting
8	26	7	6

12. Kva synes du om størrelsen på arrangementet? (ikkje lengda av arr.)

For stort	Passeleg	Litt lite
0	39	7

(1 hadde inga mening)

13. Er det noko du saknar på «Bønder i byd'n»?

Stikkord: utstillarar, matvarer, anna.

Her svara 32 nei. Elles var svara som fylgjer:

- underhaldning (musikk etc)
- saknar gomme
- kunne vore over et større område, fleire benker å sitte på

- manglar Prior i år
- demonstrasjonar av produksjon
- heimabrygg!
- lokalt øl
- nokre går tomme for tidleg
- litt betre utval
- meir ferskvassfisk
- saknar fisk
- levande dyr
- fiskemat, levande dyr
- folkemusikk, kurs, lære om Krotekaker, meir av anna mat
- meir bønder, meir folkeliv og bondeaktivitetar, fleire dyr

14. Er dette ein festival du kan tenkje deg å gå på fleire gonger?

Ja, absolutt	Ja, truleg	Kanskje	Nei
43	4		

15. Utdjuping/ avslutande kommentarar:

36 av respondentane ville utdjupa svara eller komme med ein avsluttande kommentar:

- Ringverknadane for resten av næringslivet rundt festivalen er viktig.
- Flott ver, bør vere oftare.
- *Økologiske varer er for dyrt.*
- Veldig bra arrangement, folk kosar seg, får kunnskap om økologisk landbruk.
- Veldig bra!
- Ein god sjanse for bøndene til å komme nær forbrukarane. Eit godt arrangement
- Bra tiltak for byen
- Eit livlig og fint arrangement.
- Very good, lovely surroundings, nice weather.
- *For mykje folk på lite areal, ville vore større sal om det var på eit større areal.*
- Heldig med været.
- Godt arrangement.
- Ønskjer meir økologisk mat, liker dette, opptatt av slike ting, viktig for verden, viktig at barna får innblikk i matprosessen.
- Veldig hyggeleg familiearrangement. Handle og treffen folk, sosialt, ein god ide.
- *Fleire bosskorger, sentral informasjonstavle.*
- Viktig for marknadsføring, overfylt område, *for mykje folk, saknar samvirka - prior, gilde, etc.*
- Ei fantastisk oppleving, kunne vart lenger med moglegheit for klassebesøk, vil sakne arrangementet veldig om det forsvinn, viktig å vise barna lokal produksjon, identitet og lokalkultur.
- Blide menneske, imøtekommande folk i bodene, heldige med veret!

- *For tett med folk i forhold til areal*, veldig bra arrangement, viktig at lokale bedrifter får profilert seg.
- Fabelaktig arrangement.
- Bra tiltak!
- *Litt trøngt*, viktig å få markert lokale bønder.
- Veldig «gøytt» arrangement, god reklame for landet overfor turistane.
- *Litt trøngt.*
- Veldig bra, meir av det same.
- Bra og viktig å få brukt byrommet mest mogleg. *Bryggen burde vore stengt heilt for trafikk*, viktig for byens befolkning, kunne vart lenger.
- Godt kulturarrangement!
- *Trøngt, mange folk, kunne vart ei uke, lite fornying*, bra mediadekning.
- Flott arrangement, veldig koseleg, bra med smaksprøver.
- Flott arrangement, veldig koseleg, bra med smaksprøver.³
- Ypperleg tiltak! Godt for byen!
- God atmosfære.
- Artig marknad og setting, treffer folk. Er i byen omrent berre for dette og for 17-mai.
- Veldig nøgd.
- Veldig bra at ein kan kjøpe slike varer også i butikken (Sesong).
- Positivt for byen.

³ To ektefeller som begge ville svare. Dei hadde ulike svar på nokre av spørsmåla, men var samde om konklusjonen.

3 Analyse



Veterantraktorar til glede for store og små.

Foto: Ole Bakkebø

Kven kom på festivalen? Undersökinga viser at det var stor spreiling i alder. Respondentane var jamt fordelt på alder mellom nitten og syttitre. Dei aller fleste kom frå Bergen eller dei omkringliggende kommunane. Festivalen famnar altså brent blant folket i Bergen og dei kringliggende kommunane.

Tre av fire av respondentane (vitjande) hadde vore på festivalen tidlegare år. Berre tre av 47 hadde ikkje høyrt om festivalen på førehand. Av dei som hadde høyrt om festivalen hadde nesten to tredelar høyrt om han gjennom media. Det tyder på at festivalleiinga har nådd godt ut med annonseringa av arrangementet. Tretti prosent hadde høyrt om arrangementet på folkemunne.

41 personar ville besøkt festivalen sjølv om dei kunne fått dei same produkta i nærbutikken. Berre seks ville avstått frå å gå på festivalen om dei kunne funne dei same produkta i nærbutikken. Det tyder på at festivalen i seg sjølv er eit trekkplaster. Berre to personar kom utelukkande for å handle, 13 kom for å sjå, mens dei langt fleste (32) kom

Vi vil her gje ein kort analyse kor vi prøver å gje svar på spørsmåla i forhold til den skisserte problemstillinga i prosjektskissa. Analysen har ein skjematisk struktur.

Festivalen trakk svært mange vitjande. Utstillingsområdet på Bryggen er eigna til å kunne ta hand om mange, likevel vart det trongt ein del stader. Det seier at publikumstilstrøyminga er stor.

for å både sjå og handle. Det var brei semje om at produktutvalet var bra. Berre ein av respondentane hadde forventa seg meir, mens 36 syntes det var veldig bra.

Dei besökande var i liten grad opptatt av økologisk mat. Berre sju handla ofte økologisk i butikk, sytten handla av og til, medan 33 handla aldri eller sjeldan økologisk mat i butikk. Dei var heller ikkje ofte kundar i gardsbutikkar (2) eller kjøpte spesialprodukt frå lokale produsentar (5). Heile 37 personar (79 prosent) hadde aldri eller sjeldan handla i ein gardsbutikk. Nitten hadde av og til handla lokale spesialitetar, mens 23 aldri eller sjeldan hadde handla spesialprodukt i butikk. Dette tyder på at den jamne vitjande på festivalen ikkje er ein som på førehand er svært opptatt av økologiske varer eller lokalmat. Festivalen fungerer dermed godt som eit utstillingsvindauge overfor nye kundar. Det er harmoni mellom desse funna og det utstillerane seier om sine forventningar til, og erfaringar med, festivalen.

Når dei vitjande blei bedne om å gje den viktigaste grunnen til deltakinga på festivalen så blei marknadsføring trekt fram som viktigast, med sal som ein god nummer to. På førehand hadde vi antatt at desse faktorane ville vere viktige. Vi hadde derfor bestemt oss for å undersøke desse to faktorane nærmare og bad utstillerane rangera kor viktig festivalen var, a) som salskanal og, b) som marnadsføringskanal. 31 av 38 (82 prosent) mente festivalen var viktig eller svært viktig som salskanal. 34 (89 prosent) mente festivalen var viktig eller svært viktig som marknadsføringskanal (18 av desse syntest han var svært viktig).

2/3⁴ av bøndene og småskalaprodusentane som hadde delteke på festivalen tidlegare hadde endra strategi og arbeidsrutinar som følgje av tidlegare erfaringar. Ved å delta på festivalen vert dei betre til å selje, dei utviklar nye produkt, dei utviklar ny emballasje, dei førebur seg betre og dei organiserer boden og arbeidet betre. 32 utstillerar rekna kontakten med andre utstillerar som viktig eller svært viktig for å hausta erfaring og for vidare utvikling.



Signe Grøtt svingar kjevla.

Foto: Ole Bakkebø

Mange la vekt på kontakten med kundar og publikum som ein viktig grunn til å vere på «Bønder i byd'n». Festivalens verdi som ein arena som gjev bønder og småskalaprodusentar innspel og inspirasjon for vidare utvikling, syntest å vere stor. Dei får innspel frå publikum om kva *dei* ønskjer, og verdfulle erfaringar frå kollegaer om ulike sider ved sals- og produktutviklingsprosessen.

I og med at såpass mange som 77 prosent av dei intervjua publikumarane har vore på festivalen tidlegare, men at såpass få handlar økologisk og lokale spesialitetar ofte, kan det tyde på at dei besøkjande ikkje har endrar innkjøpsvanane nemneverdig i forhold til meir spesialprodukt og økologisk mat som følgje av festivalen. Innkjøpsvanar har ikkje vore undersøkt tidlegare, så vi kan ikkje seie noko sikkert om innkjøpsvanane til publikum har endra seg i forhold til tidlegare år, eller som følgje av tidlegare festivalar.

⁴ 22 av 34

Det at 32 av dei 46 vitjande respondentane nytta høve til å utdjupa og gi ein avslutande kommentar, viser at folk var engasjerte, anten i arrangementet, eller i undersøkinga. Ingen av kommentarane gjekk på undersøkinga. Det tyder på at spørsmåla vart oppfatta som relevante og at engasjementet var retta mot arrangementet. Av kommentarane synte 27 ei positiv haldning til arrangementet. Ein av kommentarane inneheld ikkje ord som kan tolkast i positiv eller negativ retning i forhold til arrangementet. Kommentaren må reknast som verdinøytral. Fire av kommentarane inneheld noko negativt. Tre av dei gjekk på at det var trøngt og masse folk. Den siste meinte at økologisk mat gene-relt var dyrt.

22 av utstillerane nytta høve til å komma med utdjuping. Fire av kommentarane påpeika ting dei ville gjort annleis med arrangementet, dei andre kommentarane vart gitt for å underbygga at dei syntes arrangementet var svært bra. Som for undersøkinga retta mot dei vitjande, var det ingen som kommenterte sjølve undersøkinga.

I kommentarane frå utstillerane om korleis dei vil arrangementet skal utvikle seg vidare, svara dei fleste at dei ville ha det som i dag eller noko likt til slik som det er i dag. Mange gav klårt uttrykk for uro for arrangementets framtid. 36 av dei 38 intervjuia vil delta fleire gonger, om dei får sjansen. Dette kopla med dei eintydig positive kommentarane om festivalen, seier at arrangementet vil verta sakna av bønder og småskalapro-dusentar om det ikkje vert halde fleire gonger.

Dersom ein held dei gode publikumstala, og det at mange vitjande kjem att år etter år, opp mot det eintydige resultatet om at folk tykkjer at det er eit framifrå arrangement som dei kan tenkje seg å gå på fleire gonger; kan ein trekke den konklusjonen at arrangementet vil verte sakna om det forsvinn. Det at ein så stor del av dei vitjande har høyrt om og har vitja arrangementet tidligare år, tyder på at det er i ferd med å institu-sjonaliserast som ein festival mange ser fram til.

4 Oppsummering

«Bønder i byd'n» synest å vere ein festival med brei appell, både hos småskalaproduzentar av lokal tradisjonsmat og hos publikum. Den er viktig for kunnskapsutveksling mellom småskalaprodusentar, som marknadsføringsarena, som salsplass og for å lære marknadsøkonomi i praksis for dei som ønskjer å kommersialisera produkta sine. Det er også ein viktig handleplass, kunnskapsformidlar og framfor alt eit viktig utstillingsvindauge for lokale mattradisjonar og lokalt jordbruk. Arrangementet er i ferd med å institusjonaliserast som ein årvisse «happening» i Bergen.

Nær alle bøndene og småskalaprodusentane vart intervjuet i løpet av årets arrangement (2006). Vi gjorde intervju med 47 vitjande. Kommentarane frå publikum og frå utstillerane kan vere ei god hjelpe til arbeidet vidare for eventuelle nye arrangement. I hovudsak peikar dei i retning av å vere godt nøgd og at det berre er små detaljar som nokon meiner kan forbetrast. Alt i alt må arrangementet kunne karakteriserast som vellukka i forhold til korleis publikum og småskalaprodusentane oppfattar arrangementet.

Vedlegg 1: Spørjeskjema utstillerar

Pr: Evaluering av Bønder i Byd'n 2006 Ansv: ASp
Undersøkelse, utstillere
Dato: *Tid:*
Sted:
Intervju nr:
Intervjuer:



NILF

Norsk institutt for
landbruksøkonomisk forskning

1. Kor mange gonger har du delteke på bønder i byd'n?

2. Om festivalen vert vidareført, kjem du til å delta fleire gonger?

Ja	Nei
----	-----

3. Ville du ønskt at arrangementet vart halde hyppigare?

Ja	Kor ofte?	Nei, greitt med ein gong i året.
----	-----------	----------------------------------

4. Forutan at du sel varene dine her på «bønder i byd'n», kva er dine viktigaste salskanalar?

5. Kan du nemna dei tre viktigaste grunnane til at du deltek på «Bønder i byd'n» - i prioritert rekkefølge!

1
2
3

6. Kor viktig er «Bønder i byd'n» som salskanal for deg?

Svært viktig	Viktig	Lite viktig	Ikkje viktig i det heile
--------------	--------	-------------	--------------------------

7. Kor viktig er «Bønder i byd'n» som marknadsføringskanal for deg?

Svært viktig	Viktig	Lite viktig	Ikkje viktig i det heile
--------------	--------	-------------	--------------------------

8. Har du utvikla viktige kunderelasjonar i løpet av arrangementet i år eller tidlegare år?

Ja	Nei
----	-----

9. På festivalen møter du kollegaer/konkurrentar. Korleis vil du karakterisere festivalens verdi som ein møteplass der du haustar verdifull erfaring for arbeidet ditt vidare?

Svært viktig	Viktig	Lite viktig	Inga betyding
--------------	--------	-------------	---------------

10. Om du har vore på arrangementet tidlegare - har du endra strategi og arbeidsrutinar som følgje av tidlegare erfaringar?

Ja	Nei
----	-----

10 b. Dersom ja - på kva måte / kva har du endra?

Stikkord: Nye produkt, nye forpakningar, fleire/færre folk, organiseringa av boden, nytt materiell til marknadsføring, anna.

11. Har du nokre tankar om korleis du vil at arrangementet bør utvikle seg vidare?

Stikkord: størrelse, type deltakare, varer, tidspunkt, anna.

Moglegheit for utdjuping

Tusen takk for at du tok deg tid til å stilla opp på undersøkinga!

Vedlegg 2: Spørjeskjema publikum

Pr: Evaluering av Bønder i Byd'n 2006 Ansv: ASp
Undersøkelse, besøkende
Dato: Tid:
Sted:
Intervju nr:
Intervjuer:



NILF

Norsk institutt for
landbruksøkonomisk forskning

1. Er du her tilfeldigvis eller har du oppsøkt arrangementet?

Tilfeldig	Oppsøkt arrangementet
-----------	-----------------------

2. Har du hørt om arrangementet på førehand?

Ja	Nei
----	-----

3. Om Ja over: kor har du hørt om det?

A	Gjennom media (aviser, radio, TV)
B	Gjennom familie, naboer, kolleger, venner
C	Brosjyrer, plakater, annonser

4. Er det din første gong på «Bønder i by'n»?

Ja	Nei
----	-----

5. Er du her mest for å handle eller mest for å sjå?

For å handle	For å sjå	Begge deler
--------------	-----------	-------------

6. Kva synes du om utvalet?

Veldig bra	Bra	Hadde forventa meg meir
------------	-----	-------------------------

7. Ville du besøkt Bønder i Byd'n om du kunne fått dei same produkta i din nærbutikk (til same pris)?

Ja	Nei	Veit ikkje
----	-----	------------

8. Kjøper du:

		aldri	sjeldent	Av og til	Ofte
A	Økologiske matvarer i butikk?				
B	Mat direkte fra gård/gårdssbutikk				
C	Spesialprodukter fra lokale produsenter i butikk?				

Kva synes du om arrangementet:**a. som handelsplass?**

Viktig handleplass/marknads plass	Ikkje viktig som handleplass
-----------------------------------	------------------------------

b. som noko som skapar "liv og røre" i byen?

Viktig for å skape liv og røre i byen	ikkje viktig for liv i byen
---------------------------------------	-----------------------------

9. Synes du at du lærer noko om lokale mattradisjonar på festivalen?

Ja, mykje	Ja, litt	Ikkje noko særleg	Nei, ingen-ting
-----------	----------	-------------------	-----------------

10. Synes du at du lærer noko om lokalt landbruk på festivalen?

Ja, mykje	Ja, litt	Ikkje noko særleg	Nei, ingen-ting
-----------	----------	-------------------	-----------------

11. Kva synes du om størrelsen på arrangementet? (ikkje lengda av arr.)

For stort	Passeleg	Litt lite
-----------	----------	-----------

12. Er det noko du saknar på «Bønder i byd'n»?

Stikkord: utstillarar, matvarer, anna.

13. Er dette ein festival du kan tenkje deg å gå på fleire gonger?

Ja, absolutt!	Ja, truleg	Kanskje	Nei
---------------	------------	---------	-----

14. Utdjuping/ avslutande kommentar

Alder:	Kjønn:
Ca antall km fra bosted til festivalen:	