



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG



Producentsammenslutningen Det Økologiske Akademi

# Oplevelsesøkonomi

Randi Friis Hansen,  
Videncentret for Landbrug,  
Forretningsudvikling  
Den 7. oktober 2013



PARTNER I  
**DLBR**®



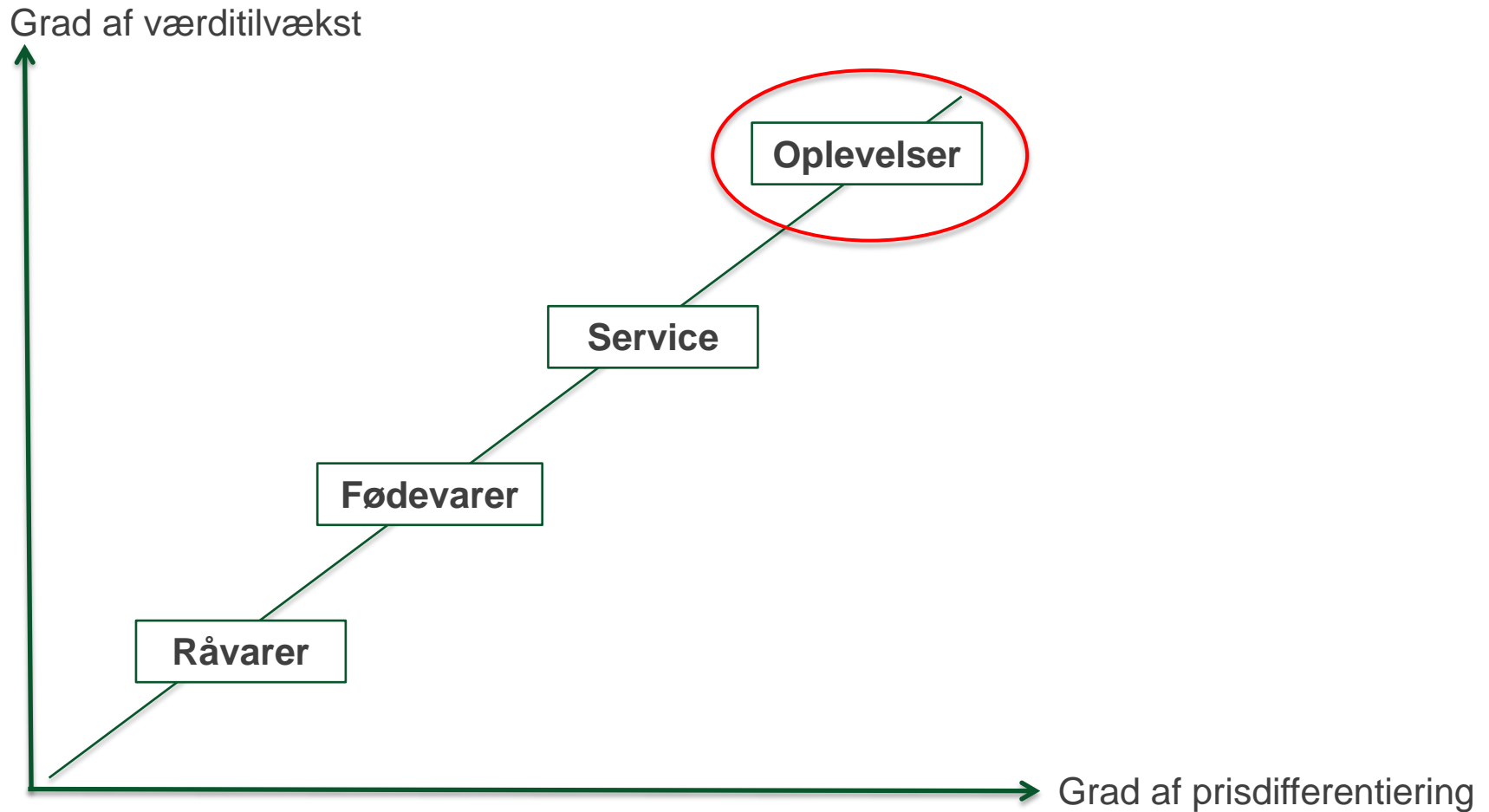
Naturehverv.dk

Ministeriet for Fødevarer,  
Landbrug og Fiskeri

Den Europæiske  
Landbrugsfond for Udvikling  
af Landdistrikterne

Danmark og EU investerer i landdistrikterne.

# Hvad er oplevelsesøkonomi?



# Hvad er oplevelsesøkonomi?

- 1. generation:

”virksomheder iscenesætter en oplevelse, når de *engagerer* kunder og skaber bånd mellem sig selv og kunderne på en personlig, mindeværdig måde”

Pine & Gilmore (1999), *Oplevelsesøkonomien*, s. 18

# Hvad er oplevelsesøkonomi?

## ○ 2. generation

”... Or how about a a trip into space with Richard Branson’s Virgin? How wild can it get? Is that what the experience economy is all about? Absolutely!”

... Or is there perhaps more to it? ... Imagine, in co-creation with a company, having a chance to decide for yourself what you as a consumer want to create, and thus making it your own product.”

Boswijk et al. (2007), The Experience economy – A New Perspective

# Hvad er oplevelsesøkonomi?

- 3. generation

- Social produktion (online og offline):

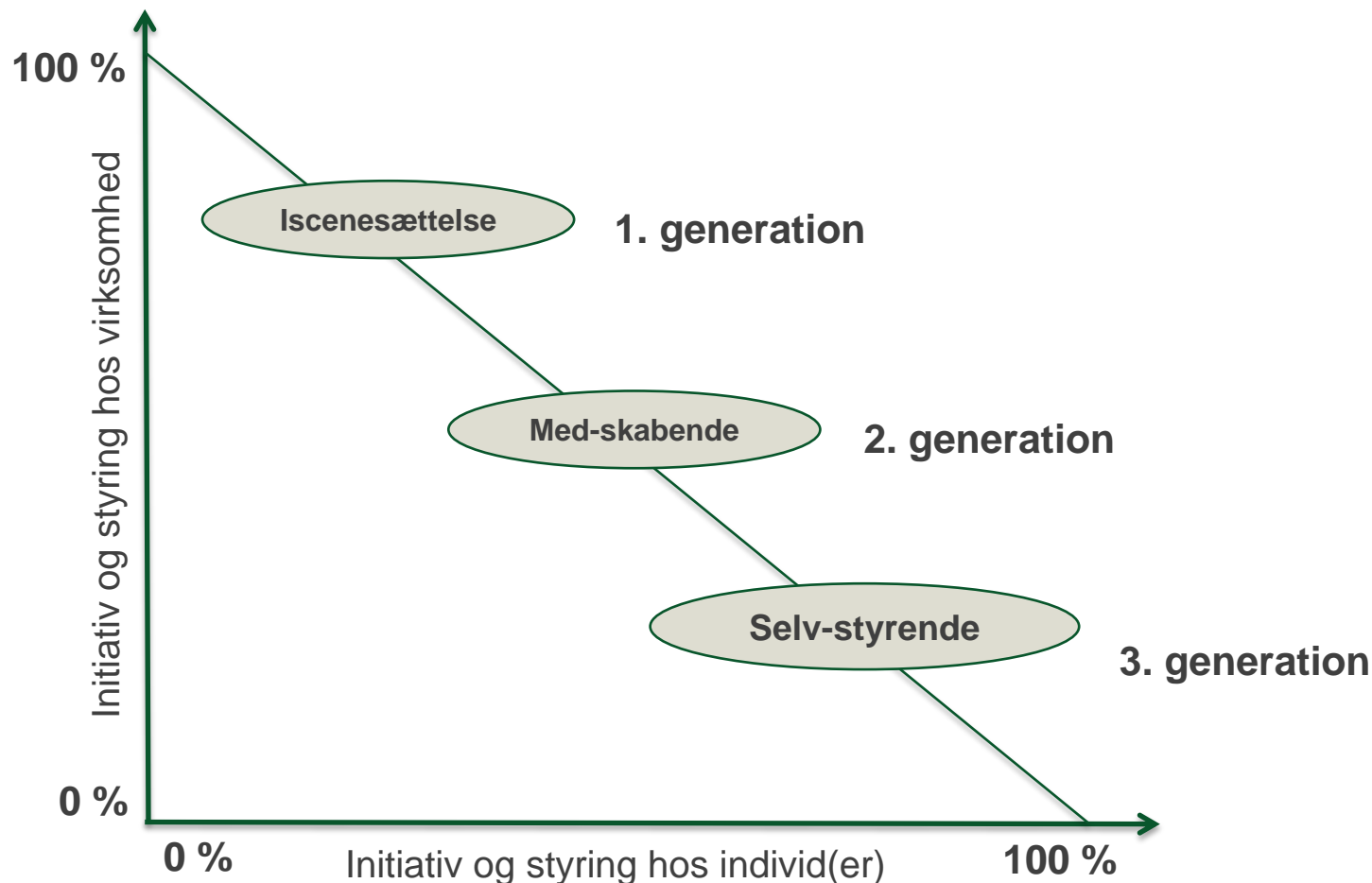
”All across the North, people are coming together in a multitude of selforganized productive activities like communal gardening, time-banks and reading groups”

”The business model then builds on controlling the platform on which this production unfolds.”

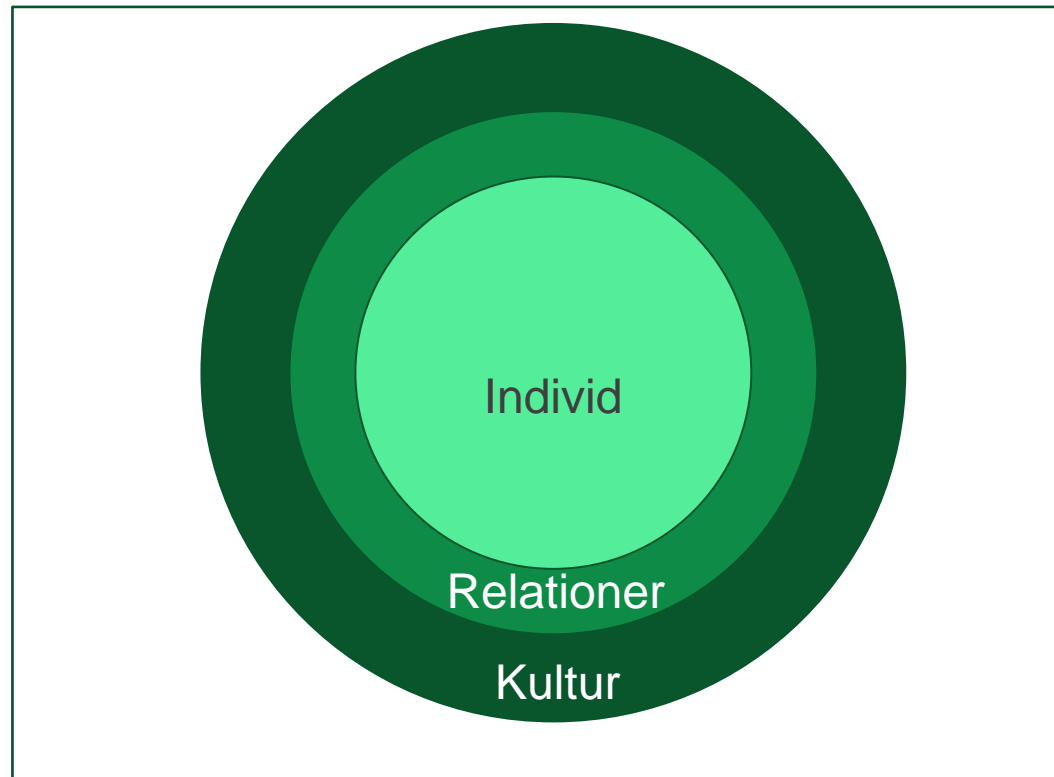
Arvidsson og Peitersen (2009)

# Generationer / niveauer i oplevelsesøkonomien

Boswijk et al. (2007), The Experience economy – A New Perspective

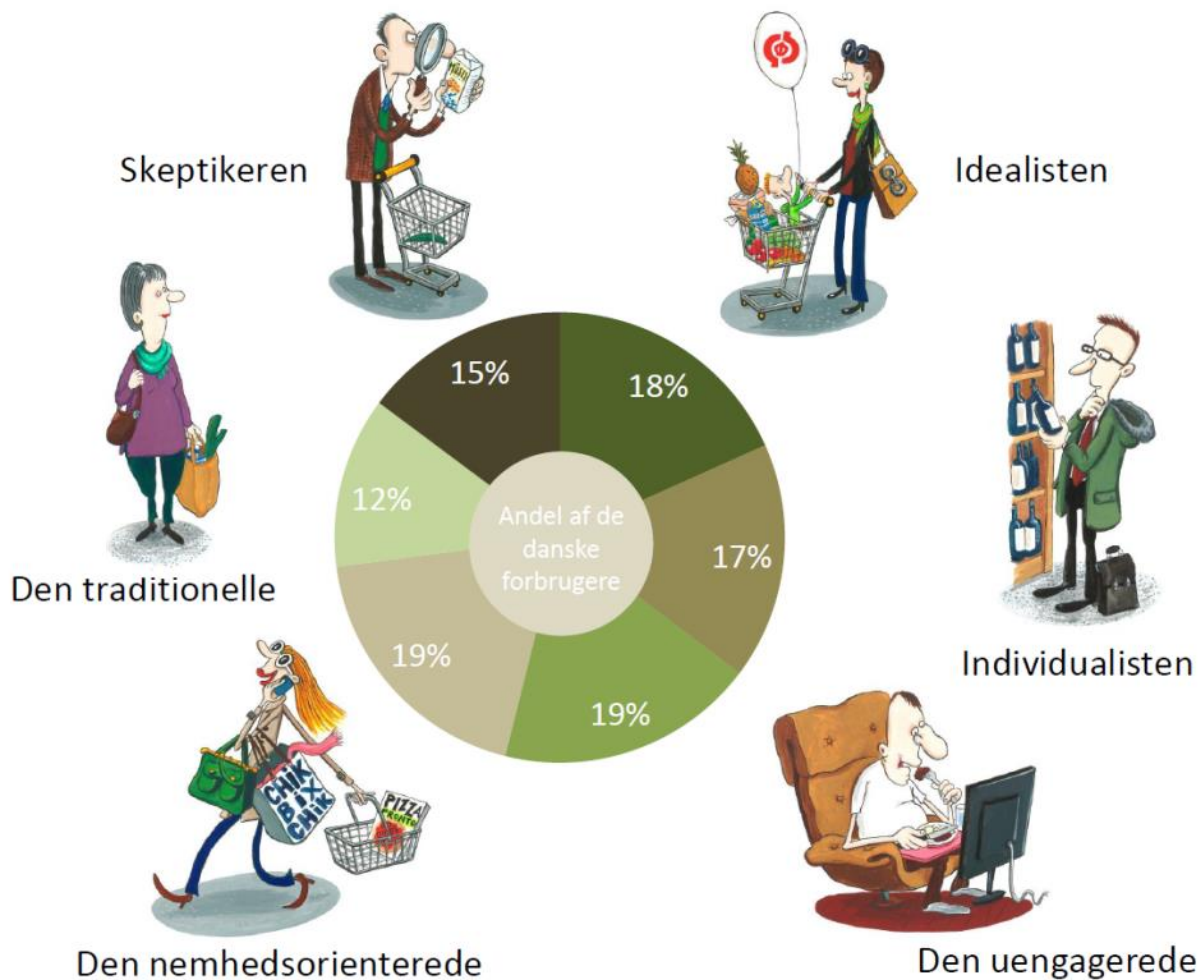


## Det oplevende individ



Strukturelle rammer

# Den økologiske forbruger - arketyper





# Skeptikeren



- Negativ overfor økologi
- Danske varer
- Sundhed
- Smag og kvalitet

## Den traditionelle



- + danske varer, + de "gode gamle dage", + sundhed, + varer med historie om hvor produktet kommer fra, og hvem der har produceret varen
- ÷ tilsætningsstoffer

## Den nemhedsorienterede



- Vil gerne købe mere økologi, men synes det er for dyrt
- Hurtigt og nemt
- Færdigretter
- Kendte mærker

## Den uengagerede



- Tilbudssøgende
- Ingen holdning til økologi
- Laver mad fra bunden, men uden glæde
- Traditionelle rettet

# Individualisten



- Dyre fødevarer af høj kvalitet
- Økologi vigtigt
- Mad og livsglæde
- handle direkte hos landmand, specialbutikker

# Idealisten



- Økologi = højere kvalitet
- Økologi = sundhed
- Naturen, klima, dyrevelfærd, GMO, danske fødevarer
- Madinteresseret



# En ny økologisk forbruger?

Den engagerede, fællesskabsorienterede forbruger (pro-bruger)



# Den økologiske forbruger - arketyper



Skeptikeren



Den traditionelle



Den nemhedsorienterede



Den uengagerede



Individualisten



Idealisten



Den fællesskabsorienterede,  
engagerede forbruger