

# Partnerskabet – hvorfor og hvordan virker det? Overordnede overvejelser og perspektiver

Ph.d.-studerende Klaus Laursen  
Aarhus University Foulum



AARHUS  
UNIVERSITY  
DEPARTMENT OF AGROECOLOGY



# Udfordringen

- I værdibaserede fødevarekæder er det nødvendigt at disse værdier kan medieres fra producenten gennem alle led i kæden frem til forbrugeren
- Hvordan kan værdier fastholdes i denne proces?
- Et vigtigt element i denne proces er organiseringsformen/samarbejdsformen



# Mediering vs transport

- Forskellige organisationer ser verden forskelligt
- Derfor er mediering ikke en overførelse af værdier
- Det er ikke added value, der transporteres
- Værdier skal derfor "genskabes" i hvert led i kæden
  - Eks: dyrevelfærd, kulturarv, geografisk forankring



# Fra added value til hybriditet

- Den konventionelle tilgang: added value
  - Værdi skabes ved at 'putte' en merpris på produktet
  - Udbudsdrevet
- I Healthy Growth casene: hybriditet
  - Værdi skabes ved at inkludere normative værdier i den økonomiske værdi
  - Kædedrevet
  - Introducere dermed en anden måde at forstå markedet



# Samarbejdsformens præmis

- Værdimediering kræver derfor en særlig organisationsform, hvor behovet for at loyalt genskabe værdierne er tilstede
- Dette kræver en accept af at succes er gensidigt betinget
- Der er ingen kausal logik



# Partnerskabet

- Kontraktuelt samarbejde foregår mellem businesspartners – målet er at opfylde kontrakten
  - Kontrakter opererer med en "lukket" fremtid
- Partnerskaber handler om at sikre gensidig succes
  - Partnerskaber opererer med en "åben" fremtid



# Partnerskaber i praksis

- For at partnerskaber bliver succesfulde må de:
- Være baseret på en gensidig gensidighed
- Acceptere at værdimediering ikke handler om at overføre værdier, men om at mediere dem
- Være baseret på "åbne" forventninger



# Partnerskabers karakteristika

- Partnerskaber er kommunikative former
- De kræver derfor synkronisering mellem de involverede organisationer for at virke
- Partnerskaber er en proces ikke et resultat
- "Partnerskabet" er en ideal form, det kræver en konkret udformning
- Den konkrete udformning er baseret på de konkrete forhold





# Udfordringerne ved viden

- Kan man ikke bare kopiere best praksis?
- Nej, en praksis er altid et konkret fænomen og derfor kontekst afhængigt
- Det kræves derfor at det givne initiativ selv tager ansvar for at skabe en best praksis på baggrund af de konkrete forudsætninger



# Konklusion

- Partnerskaber virker ved at stabilisere nutidige forventninger til fremtiden udover hvad en kontrakt kan
- Partnerskaber kan sikre en gensidig gensidighed
- Partnerskaber er kontekstafhængige
- Partnerskaber virker når begge parter acceptere præmissen fuld og helt
- Partnerskaber er baseret på en grundig forventningsafstemning

