

Gitte Neerup
Master Thesis
Tourism Programme
Aalborg University
July 2012

A Cluster's Development and its Potential Influence on Tourism

It is not the strongest of the species that survive,
nor the most intelligent,
but the one most responsive to change.
Charles Darwin, 1859



A Cluster's Development and its Potential Influence on Tourism

Master Thesis

Tourism Programme

Aalborg University

July 2012

Supervisor: Heine Hansen

Gitte Neerup

Pages: 91

Standard Pages: 79,7

Characters: 191.402

Abstract

The pathways for economic development in rural areas have gradually been confronted by a globalized food chain as well as by restructuring of agricultural production. These have had a significant impact on the countryside, which has contributed to a growing attention to the role of tourism in regional development. It is in this aspect interesting to study how clusters can contribute to development in tourism, as this sector seems to influence regional development.

Research on clusters shows that clusters may entail the benefit of a new economic path to rural communities and restore the prospects. In the perspective of regional tourism development, it is therefore considered relevant to identify dynamics that lead to successful clustering as well as to assess how impacts from clusters are generated. In this paper it is examined how clusters are created and maintained as well as how they can contribute to rural tourism development. These two research questions are explored by the use of a qualitative case study, studying a culinary cluster in North Zealand (NZ) named Smag på Nordsjælland (SpN).

The findings indicate that SpN developed as a result of a self-selection process as the members could see advantages in collaboration, developing with both relational and spatial proximities as dominant logics.

The development of SpN was examined with a theoretical framework consisting of multiple theories. These enabled the analysis to identify some barriers to progress, while defining the development of SpN.

Some of these barriers for the continuous development of SpN were identified when exploring the structure of the cluster. The breadth and depth of SpN could potentially hamper the development of the cluster, as these are considered too narrow. Increased diversity of products (breadth) and greater production facilities (depth) might improve its possibilities for facilitating activities such as joint distribution as well as give access to special stores, since such activities are likely to need a variety of supplies as well as quantities. It was furthermore recognised that the facilitators of SpN were unaware of members' expectations in relation to outcome. This can equally hamper the development of ambitious collaborations, since mutually trusting attitudes are reinforced each time an outcome meets expectations. This potential gap of expectations and missing insight might therefore obstruct the underpinnings for more ambitious collaboration, since trust and dependence seem to be essential for such actions.

It was moreover recognised that the turnover of SpN as well as any awareness of its economic potential had not yet received any attention in the cluster. Such information could potentially provide a guideline of what can be expected, which could prove to be useful when conveying expectation-forming activities, enabling such activities to originate from realistic underpinnings.

The process of cluster development consists of several phases and points to three stages of development: potential, emerging, and established. SpN is identified as an emerging cluster since the cluster members have recognised the need to collaborate and a small number of collaborative projects additionally are carried out. Evolution into the final phase entails that innovative activities, such as cooperation with e.g. culture institutions, should be conducted. Such innovative actions are matter of attention in the final part of the paper. It was identified, using diagonal clustering theory, that SpN carried out limited diagonal activities, hence innovative actions. This entailed that SpN had limited influence on the level of tourism offerings in the area, thus development. Future activities of SpN, united with its vision of more cross-integrated collaboration, indicated that it in future would engage more in diagonal clustering. This implies a potential to enhance tourism offerings in the area of NZ, thus tourism development and thereby potentially stimulate regional growth.

1	INTRODUCTION	7
1.1	Table of Figures	13
1.2	List of Appendix.....	13
2	THE METHODOLOGY FRAMEWORK.....	14
2.1	Research Method	14
2.2	Research Design	15
2.3	Primary Data Collection	17
2.3.1	Qualitative Data Collection	18
2.3.1.1	Interviews.....	19
2.3.1.2	Observation.....	21
2.4	Secondary Data Collection	22
2.4.1	Literature Review.....	22
2.5	Credibility of the Research	23
2.5.1	Reliability, Validity and Generalizability	23
3	THEORY.....	25
3.1	Tourism and Development.....	25
3.2	Central Aspects of Clustering.....	27
3.2.1	Cluster Concept.....	30
3.2.1.1	Cluster, Alliance or Network.....	31
3.2.2	Cluster Formation from the Bottom-Up	34
3.2.2.1	Cluster Emergence.....	34
3.2.2.2	Cluster Formation Process	37
3.2.2.2.1	Cluster Lifecycle	38
3.2.2.2.2	A Stages Model of Cluster Formation.....	41
3.2.2.2.3	Cluster Facilitator	44
3.2.3	Trust	46
3.3	Clusters in Tourism Development in Rural Areas	48
3.3.1	Tourism.....	48
3.3.2	Micro-Clusters in Tourism.....	50
3.3.3	Micro-Clusters and Innovation	50
3.3.3.1	Forms of Clustering	52
3.4	Summary of Theories	57
4	ANALYSIS/DISCUSSION	58
4.1	Cluster Emergence.....	58
4.1.1	Part Conclusion.....	60

4.2 Cluster Formation.....	61
4.2.1 Potential Clusters.....	61
4.2.1.1 Part Conclusion to Potential Clusters	64
4.2.2 Emerging Clusters	65
4.2.2.1 Part Conclusion to Emerging Clusters.....	73
4.2.3 Established Clusters	74
4.2.3.1 Part Conclusion to Established Clusters.....	75
4.2.4 Cluster Facilitator	76
4.2.4.1 Part Conclusion	79
4.3 Clusters in Tourism Development in Rural Areas	81
4.3.1 Part Conclusion.....	86
5 CONCLUSION	87
6 BIBLIOGRAPHY.....	92

1 INTRODUCTION

The introduction displays aspects of rural decline in order to enhance the understanding of the challenges rural environments are facing. This leads to the second aspect attended, which is the response to rural decline. Tourism and its role in the development of rural areas is here of focus, whereof clusters are relevant as they are embedded in development of tourism (Michael E. , 2007). The final part of the introduction is presented after a formulation of the research questions and represents the aim and usability of the paper.

Concepts of Rural Decline

The regional development in western societies has gradually been confronted by the nature of globalization, thus by a global drive towards an intensified competitive market environment (Michael E. J., 2008). This process, which took shape over 30 years ago, is changing the nature of the market, as this liberalisation seeks to reduce costs in the production in agriculture as well as in other commodities (Michael E. , 2007). The development represents consequences for both the farming industry as well as for the surrounding local area, since agricultural sectors often form the industrial foundation for regional and rural communities (Michael E. , 2007). Rural decline is not only an economic phenomenon as much as it is a social one. The decline may affect employment, wealth creation, service level, hence the population. The loss of opportunity in the rural areas affects the prospects for growth and areas can therefore get caught in a downward spiral of gradual decline in population and agriculture (Michael E. , 2007).

Ewan Michael has following beliefs concerning liberalisation, rural decline and economic development, *"While the global agenda to liberalize trade continues, the impacts from changing interregional migration, changing market conditions, [...] and the continuing practices of the United States and the European Union to protect their rural producers through quotas and other restrictions, have combined inexorably to alter the potential pathways for economic development in the rural areas of many of these states. It is within this global context that the paradox of 'rural decline' appears, for it refers not to the increasing quantity and value of agricultural production but to the consequent impact of change on the resident communities in rural areas"* (Michael E. , 2007, s. 9-10).
 [Underline added]

This notion is of great relevance and a good starting point when introducing aspects of rural decline. It illustrates how the nature and structure of international trade systems, has brought substantial economic change to rural regions, which in turn alter the

pathways for economic development. It addresses reasons for changing contexts in the rural environment, which moreover is a contributing factor of the growing attention to tourism's role in regional development (Michael E. , 2007). The role of tourism in development of rural communities is the centre of attention in this paper and will be attended later in the introduction.

Hall et.al similarly suggests that it is the combination of post-war agricultural policies, which were designed to increase productivity, and the globalized food chain that has had a significant impact on both diversity and character of the countryside, as well as the methods of food production employed. Large food retailers and supermarkets have gradually driven the centralized and globalized food production-, processing- and distribution -systems. They are able to stock a variety of foods and goods at very competitive prices throughout the year. This results in consumers using large supermarkets instead of the local stores, many of which have been forced to close (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003).

The quantity and value of output, from the agricultural sector, have in industrialised countries expanded, but this is through a process where farms consolidate to reduce costs. The increases in output and productivity have therefore not reflected visible growth, employment or economic welfare in rural communities (Michael E. , 2007). Michael notes, build on observations of Lublinski, that in a time of globalization it is expected that economic activity would spread over space as the movement of capital, knowledge and other resources is no longer an obstacle. It is however identified that the global pattern in many industries is spatial concentrated (Michael E. , 2007, s. 36). This notion identifies the issues confronting rural areas, in terms of economic activity and migration to cities.

Response to Rural Decline

The changing conditions for the rural communities will continually be explored in this part, while discovering potential solutions to alter the tendency of rural decline.

The concept of a rural area, also known as a peripheral area, should be explored in order to understand the scale and scope of such expression. The characteristics of a peripheral area, identified in tourism literature, are e.g. reduced access to communication-, health-, social- and educational -services compared to core regions. The migration flow equally tends to be from periphery to core regions, which presents a loss of tangible and intangible human capital. Characteristics of such areas may also include comparative

lack of innovation since new products, according to Michael, tend to be imported rather than locally developed (Michael E. , 2007).

Local communities in the peripheral areas share similar problems when searching for economic safety. Decreasing economic opportunities and therefore loss of jobs, mirrors in declining populations and an increase in social costs (Michael E. , 2007). The consequences of economic restructuring in rural regions have resulted in an effort to diversify the economic foundation, as a response to the loss of traditional markets (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003).

Many rural communities as well as governments, are therefore looking for ways to revise this tendency with different approaches. Literature review indicates two ways to alter this development when discussing clusters, which are a top-down or bottom-up approach. These two tactics vary in the level of interference from the political scene. A top-down approach is characterized by initiatives developed in government level, in order to stimulate development. These initiatives can be small scale or large scale, whereof the latter could include all regions in Denmark. Such an initiative was in 2010 demonstrated with “Danmark I Balance I en Global Verden”. This report is an example of governmental intervention as it combined 37 regional-political initiatives with the aim to attract population and investment to rural areas in Denmark (Erhvervsministeriet, 2010). A top-down approach is also identified in the project “Klyngeudvikling I Udkantsområder”, which is an initiative started on Bornholm. The Bornholm ambition and wish for cluster development started on a regional level, thus top-down. This approach created subsequently problems in the implementing phase, as the relevant actors on Bornholm did not necessarily have any aspirations to form in clusters. According to the project leader of the cluster project they needed, *“to turn the top-down approach around to a fundament with a bottom-up approach to secure the continued development”* (Albæk, 2011, s. 14). This approach suggests that the bottom-up approach is best suited for development of clusters, which additionally is supported by much literature with same focus (Michael E. , 2007) (Atherton & Johnston, 2008) (Backe, 2010) (Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006). Cooke and Morgan suggest that clusters can be encouraged but not ordained by public agencies, which suggest that they cannot be created solely by political orders (Atherton & Johnston, 2008).

The bottom-up approach will therefore be the centre of attention in this paper.

The bottom-up approach attempts to mobilise a movement in order to stimulate development in rural areas from the bottom, for then to inspire to development. These initiatives are characterised by the level of involvement from the population in the area, which can originate from a desire to change a situation or development. This movement can e.g. be the establishment of a micro cluster that, in short, refers to "*The geographic concentration of a small number of firms in a cohesive local environment*" (Michael, 2007, s. 2). The potential benefits of micro clustering may offer a new economic path to rural communities and restore the prospects (Michael E. , 2007). This term will be explored in-depth in chapter 3.3.2.

This paper takes point of departure in the bottom-up approach, as it offers a possibility to address cluster development. The chosen case-cluster is a culinary cluster located in North Zealand (NZ) called Smag på Nordsjælland (SpN). It is a cluster focussing on local food products and related experiences. SpN is considered interesting to study, as it is not in the making while not old. Knowledge and insights concerning various aspects of development should therefore be fresh in mind or maybe even in the making. A description of the case cluster is presented in appendix A.

The focus on local food and local food products in relation to rural tourism experiences has lately gained noteworthy attention. Destinations and their various actors are gradually identifying the economic benefits of stressing local qualities of culinary products (Backe, 2010) (Murdoch, Marsden, & Banks, 2000) (Michael E. , 2007). A central element in the development of a culinary destination is the ability amongst the suppliers to cooperate and find ways to send a unified message with shared values (Michael E. , 2007).

New agricultural products and tourism are two of the new economic pillars in rural communities (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003). Food tourism is a significant instrument in regional development as it combines products from the two sectors. Food has also become recognized as being an expression of identity and culture of the destination and therefore also an important component of culture and heritage tourism (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003).

Hall et.al moreover identifies an intensified focus concerning food safety, the impact on long-distance food transport, as well as the impact on the environment etc. These, among other factors, have resulted in a growing interest in organic and natural

produced items, as well as for locally sourced foods (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003, s. 31). Backe, studying culinary clusters in southern Sweden, supports this view as she also spots this tendency and argues that emphasis on local food products can be seen as a reaction to the globalisation and standardisation (Backe, 2010).

Tourism may offer substantial economic and social benefits where there often are few alternatives (Michael E., 2007). In this context, micro clustering may offer an approach that supports the development of new tourism attractions or supporting existing ones. The interesting part in regional tourism development is therefore to identify dynamics that lead to successful clustering and to assess how impacts from clusters are generated. One way to boost the attention and attraction of a specific area is, according to Michael, through the establishment of culinary clusters, involving both producers of local food products and food related experiences. Such initiatives are perceived to have positive impacts on the development of rural communities in term of social, cultural, environmental, and economical sustainability (Michael, 2007). Michael does however note that little attention is given to the forces that initiate and enhance the process of clustering in microenvironments. Knowledge concerning the nature and scale of the costs and benefits the successful clustering might impose on the regional community is, according to Michael, equally limited (Michael, 2007). These notions present an additional incentive to study following elements of clustering.

The aim of this study is to explore the processes of developing and maintaining culinary clusters, as well as to study how such clusters can contribute to rural tourism development.

The culinary cluster SpN located in North Zealand will be employed as case in this study with the aim to explore:

- *How are culinary clusters created and maintained?*
- *How can they contribute to rural tourism development?*

These two research questions are addressed separately in the theory as well as in the analysis chapter. This is to ensure manageability as well as to ensure simplicity and transparency throughout the paper.

The first research question is in the theory chapter addressed in section 3.2 and is in the analysis addressed in section 4.1 and section 4.2.

The second research question is in theory addressed in section 3.3 and is in the analysis addressed in section 4.3.

Aim and Usability of the Paper

The overall purpose of this paper is to investigate cluster development as well as cluster's ability of developing the tourism industry.

The paper has its merits as literature propose that successful clustering has positive influence on the regional tourism development (Backe, 2010) (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003) (Karlsson, 2008) (Michael E. J., 2008) (Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006). An investigation of SpN's collaboration process and influence on tourism development in NZ could provide insight to both SpN and potentially to other clusters, as illustrated next.

This study allows a thorough insight in the development of a cluster and their collaboration process, which demonstrates benefits of the collaboration as well as opportunities and challenges.

The paper could prove to be beneficial for SpN as an exploration of their development and influence on regional tourism, might provide a clear vision of their current stage in the development process, thus give an indication of actions to take to develop even further as a successful cluster.

The exploration of SpN's influence on regional tourism development could similarly offer an improved insight on their influence on regional tourism and thereby potentially identify additional opportunities.

The exploration of SpN's development into a cluster and influence on regional tourism development might as well provide new insight for similar clusters. It might allow other clusters to predict challenges in the collaboration process as well as provide an awareness of opportunities such collaboration can contribute with. The paper might as well inspire and contribute with ideas for development to these similar clusters, as well as provide insight of potential challenges, which then can be addressed proactively.

1.1 Table of Figures

- Figure 1 - Patterns of Cluster Development
- Figure 2 - Four Stages in the Lifecycle of Clusters
- Figure 3 - A Stages Model of Cluster Formation
- Figure 4 - The Trust Building Loop
- Figure 5 - Cluster Formation
- Figure 6 - Horizontal Clustering
- Figure 7 - Vertical Clustering
- Figure 8 - Diagonal Clustering
- Figure 9 - Analysis Tool - Emergence
- Figure 10 - Analysis Tool - Cluster Formation
- Figure 11 - Analysis Tool - Cluster Facilitator
- Figure 12 - Analysis Tool - Clusters in Tourism Development

1.2 List of Appendix

- Appendix A - Cluster Context – Case Description
- Appendix B - Analysis Tool
- Appendix C - Interview Guide
- Appendix D - Interview: Torben Bo Christensen
- Appendix E - Interview: Lotte Kokfelt
- Appendix F - Interview: Lasse Solheim
- Appendix G - Interview Guide for VNS
- Appendix H - Interview: Birgitte Bergman
- Appendix I - Interview: Szilvia Gyimóthy
- Appendix J - Mail with Szilvia Gyimóthy
- Appendix K - Description of Dessert Trail

2 THE METHODOLOGY FRAMEWORK

2.1 Research Method

This section outlines the methodical positioning, which contributes with a clarification of how knowledge is produced in this thesis.

In line with the general research culture used at Aalborg University, this thesis is problem oriented, thus with a focus, among other issues, on development solutions for SpN. The aim is as such to bridge the gap between the academic and the practical worlds. In the bridging between these worlds, inspiration is found in elements of action research' dialogue tradition. Nielsen describes this as, *"A pragmatic practice-oriented research, whose aim is to create methods and procedures, that enforce the element of dialogue in work life, communities and institutions"* (Nielsen K. A., 2004, s. 534). It should be noted that action research only is used as an inspirational tool and that its principles only is applied to a limited extent. This suggests that there is, rather than implementing actions and evaluating upon them, a focus on solutions with the aim to assist the development of SpN. This practice-oriented approach therefore aims to develop methods and procedures that are applicable within the case study.

The thesis is in this respect forming the framework for further development and communicates important challenges within SpN's development process, which potentially has not received sufficient attention.

Nielsen states in relation to knowledge creation that, *"Cognition and knowledge creation is not an exclusive affair for scientists, they only make a humble contribution to the cooperative knowledge creation, wherein many groups in society increasingly will interact"* (Nielsen K. A., 2004, s. 544). It is in this notion emphasised that the knowledge, which is a product of this thesis, hopefully subsequently will be developed in a dialogue with the community it affects.

The function of this thesis is in this respect to make the academic knowledge and findings available in the practical world and thereby enable the previous mentioned dialogue.

The prevailing epistemological assumption is related within subjectivism, also referred to as interpretivism (Huglin, 2003).

Subjectivism is in the other end of the epistemological continuum than the approach of objectivism under which positivism and realism can be found (Huglin, 2003).

To fully understand interpretivism and why such epistemological position is found within this research, its counterpart is briefly presented.

A positivistic approach can entail that there is generalised from observations and that the end product of such research can include law-like generalisations. (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007). It is not within the aim of this paper to neither test a hypothesis nor generalise to any greater extend. So, where objectivism founds on the logic of discovery, subjectivism founds on the logic of interpretation, thus interpretivism (Huglin, 2003).

The ontological positioning of this research is social constructionism, which is often associated with the term subjectivism. It follows from the interpretive position that reality is what each person interprets it to be. *"[It] asserts that social phenomena and their meanings are continually being accomplished by social actors. It implies that social phenomena and categories are not only produced through social interaction but that they are in constant state of revision"* (Bryman, 2008, s. 19).

This interpretive position implies that there is no unitary truth and that reality is what each person interprets it to be. The background of both the respondent and the interviewee influence and thus crucial to the interpretation and construction of knowledge (Huglin, 2003). This suggests that I as a researcher interpret in relation to my context. Knowledge can therefore not be value-free, since all incoming information is filtered through the lens of the beholder. It is as such acknowledged that my academic background and prior knowledge within the field of tourism might influence the choice of theories, as well as how the analysis is conducted and thereby the findings of this paper.

This is also relevant in relation to the respondents as they too interpret within their context. The knowledge produced in this research will therefore not mirror the reality of the world researched, it will rather be relative dependent on the researcher who constructed the knowledge through interpretations.

2.2 Research Design

The research design includes notion about how one attend to go about answering the research questions. This includes among other issues how the case is chosen as well as how the data is collected, while considering its restraints and limitations.

The research strategy is based on a single case design that founds on SpN and their development process. This is a methodology that involves analysing a research problem by a practical example (Olsen & Pedersen, 2001). It enables a rich understanding of the context of the research as well as its processes (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007). A case study is therefore well suited for studying the research questions of this paper, as it

relates to understanding the development process of SpN as well as their potential contribution to tourism development.

Robson defines a case study as, "*A strategy for doing research which involves an empirical investigation of a particular contemporary phenomenon within its real life context using multiple source of evidence*" (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007, s. 139). The multiple source of evidence is related to gathering of data, which is attended to in the following chapter. The study can be defined as a cross-sectional study as the research of SpN occurs at one particular time. This is the case with many research projects due to restricted time for research, including this paper. It implies that the findings are based on the current situation of SpN and will not be repeated by the same researcher later on.

Interpretivism often relies on a holistic-inductive approach as it aims to investigate the phenomenon as a whole whereof theoretical propositions are generated (Decrop, 2005) (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007). This is in line with the investigations of this research, as it aims to understand the situation of SpN as a whole, for then to explore and generate propositions.

The relationship between the theoretical concepts of this paper and the empirical data can however not be described as purely inductive.

The inductive approach is commonly used in qualitative research (Thomas, 2007) (Bryman, 2008) and is also the prevailing approach within this research as it is concerned with the context in which the events are taking place. Thus, less concerned with the need to generalise. The inductive approach however often entails a degree of the deductive approach (Bryman & Bell, 2007, s. 14).

This thesis makes use of both the inductive and deductive research method. This is since the deductive approach relates to stages of collection of theories from the reviewed theory. The deductive method was used in order to find different theories that could assist when defining the concept of clusters. The inductive phase is apparent when the analysed observations are related to my theoretical framework.

The research is of a descriptive character, as processes, relations as well as the developmental process of SpN are accounted for and analysed (Olsen & Pedersen, 2001). Joseph Cortright supports this approach of analysing SpN, as he argues that analysing clusters with a bottom-up approach entails using a single descriptive case study with qualitative methods and an inductive approach as the dominant logic (Cortright, 2006, s. 28).

The descriptive character entails that there previous to the data collection phase needs to be a clear picture of the phenomena studied (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007). The theoretical part of the paper was therefore established before further research was continued, in order to fully understand the phenomena investigated. The respondents interviewed were therefore selected after a thorough research of theories. Thus, to ensure that the right respondents were requested for an interview as well as to ensure a comprehensive interview guide before interviewing, see appendix C.

A qualitative research was best suited to answer the research questions of this paper as these questions relate to dynamics and relations in the development process of SpN, thus of a complex nature. This approach is supported by the subjectivist positioning as Huglin notes, that those researchers leaning toward the subjectivist end of the epistemological spectrum also are far more likely to conduct qualitative research than their objectivist counterparts (Huglin, 2003).

2.3 Primary Data Collection

A single case can be used because it is unique but likewise also because of its nature of being typical (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007). SpN was chosen as a case as it was seen as a typical cluster from which a phenomenon could be observed and analysed. According to Bryman, the case study design often favours qualitative methods, which also is evident in this paper. This research is concerned with the context in which the events take place, thus the context of the development of SpN, which often entails a study with a small sample and then instead in-depth examined (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007).

Qualitative methods included participant observation and interviews, which among other data collection techniques were used to conduct the research of this paper. These two methods are, according to Bryman, particular helpful when generating intensive and detailed examination of the case (Bryman, 2008).

In the research sample of this paper, a small in-depth sample was emphasised, as this approach was more likely to ensure the needed detailed information of the development of SpN. An in-depth case study with a small sample of subjects is thus considered to be more appropriate than e.g. a method with a large number of light samples.

This study involved respondents with some directly involved in SpN and others with sufficient knowledge of the tourism development within the community of NZ. The

study could go closer and consider SpN from the perspective of the regular member as well as of other individual tourism businesses. But as this paper aims to explore the development of SpN and its contribution to the development of the tourist destination, it was found necessary to choose a centre. To understand the development and their potentially contribution, it is considered a necessity to understand the phenomenon collectively as well as to gain a more complete picture leaving out other relevant perspectives, such as members and other tourism players in the field. It is acknowledged that there might be limitations of this one perspective when analysing the development of SpN. It is nevertheless not considered feasible to try and understand SpN from all different angles and perspectives. The development and tourism perspective chosen in this paper, when examined in detail, is complex in itself with a vast collection of sub-perspectives.

2.3.1 Qualitative Data Collection

The approach which seemed the most appropriate to adopt in this research was the interview technique. Clark et.al states that, "*The interview as a form of collecting qualitative data is at its most useful when it gives us insight into how individuals or groups think about their world, how they construct the 'reality' of that world*" (Tinsley & Lynch, 2001, s. 376). This is relevant as the interviews conducted in this study aims to gain insight in how the respondents view their world, hence their situation and development as a cluster.

The method used to investigate the research questions includes interviews with both experts, within the field of tourism, as well as with key characters placed central in SpN. Hergesell and Blichfeldt (2008) emphasise, in their thorough examination of approaches to innovation in the tourism sector, the importance of choosing key informants and researching with care to ensure that they actually hold a key position (Nielsen, Nissen, & Just, 2011, s. 19). An emphasis on respondents with key positions can potentially ensure a higher validity of the collected data.

The chosen respondents were initially to be identified through a snowball sampling approach. I requested Viventes, who is the secretary of SpN, to identify relevant respondents with sufficient knowledge about the early thoughts made in the start-up phase as well throughout the development of SpN. This clarified the direction of the thesis to only include members within the board of SpN, in the research within the

cluster. This is since these members were found to be those with the best suited knowledge in relation to this field of subject. This resulted in three respondents all board members in SpN: Lasse Solheim, Lotte Kokfelt, and the chairman Torben Bo Christensen. These respondents potentially legitimise the small sample as they all holds key positions in SpN, thus contribute with the needed detailed information of the development of SpN.

To ensure rich and detailed information each interview, with these three respondents, were in-depth. An interview guide was prepared, see appendix C, to safeguard that all themes were covered. The study of SpN was rather complex with many diverse elements to study. The themes in the interview guide were therefore identical with the themes in the analysis tool, developed for this paper, ensuring that all aspects were covered when analysing. The analysis tool illustrates the subjects attended to in the respective chapters and aims to provide an overview.

Using the same themes when interviewing, as those applied in the analysis, should ensure that all aspects are covered in both data-collection as well as when using the answers in the analysis. The analysis tool is described in detail in appendix B.

Using categories when studying and analysing was found central and Tinley and Lynch support this approach as they state, "*Qualitative studies ultimately aim to describe and explain (at some level) a pattern of relationships which can be done only with a set of conceptually specified analytic categories*" (Tinsley & Lynch, 2001, s. 375). Since the analysis tool developed for this paper specified analytic categories, it can be argued that this approach was well suited for analysing and answering the research questions, as they aim to explain a development and patterns of relationships.

The interviews were taped and transcribed, providing a large amount of qualitative data.

2.3.1.1 Interviews

This part, relating to interview techniques, is only related to interviews with respondents within SpN. Interviews with tourism experts are accounted for in the final part of this chapter.

The interviews in this research were in-depth and semi-structured. The interviewer asked questions more or less the same way each time, but was free to alter the sequence in which they were asked as well as to enquire for more information within the question if considered relevant. The in-depth approach was needed for the accumulation of useful and rich stories from the respondents. The semi-structure format helped keeping the

interviews relevant and at the same time allowed the respondents to answer with the length required to answer sufficiently.

This assisted also to in-formal settings and allowed for greater ease when communicating from both sides of the table.

Only themed questions were sent to the respondent in advance and not the whole interview guide. This was considered optimal as full knowledge of all questions prior to the interviews could make the intended loose conversation more rigid. It was nevertheless considered important that the respondents knew the themes prior to the interview, so they could consider relevant information to include when answering.

The in-depth approach resulted in comprehensive interviews and there were both advantages and disadvantages of such long interviews. Two of them lasted over two hours and the third almost the same. There might be a better chance for reaching confidentiality when an interview is as long as two hours. This is as there within this time might be formed a relationship that encourage more personal anecdotes. It might however also be too exhausting, so that respondents were interested in wrapping it up near the end. This may have restrained the depth of the answers in the final questions, thus not allowing the answers to be as thorough as they could have been.

A short presentation of the respondents within SpN follows next.

Lasse Solheim: The first interview was with Solheim who is a board member and consultant of SpN. His relation to SpN is therefore of a professional character as Viventes, in which he is the one part of two, handles the secretary function. This includes applying for funds as well as consultancy (Solheim, 2012, s. Q1).

Torben Bo Christensen: The second interview was with Christensen who is the chairman of SpN and a primary producer of vegetables, berries and marmalade.

He recently engaged full time in the primary production. Christensen worked beforehand in Axelborg in the agriculture council, where he worked with advising food producers in product development etc. (Christensen, 2012, s. Q1 + Q2 + Q3)

Lotte Kokfelt: The last interview within actors of SpN was with board member in SpN, Kokfelt. She is a former employee at Esrum Kloster and Møllegaard (EM) and thereby involved in the initial phase in the development of SpN. She now works in Elsinore Culture-harbour and is still a member of SpN (Kokfelt, 2012, s. Q1 + Q2).

The last two respondents relevant to interview were persons with comprehensive knowledge of both tourism development as well as tourism in NZ. These interviews were of a more loose structure and not with an in-depth approach as the previous respondents. This approach was chosen, as the purpose of the interview was to gain insight in a rather narrow field concerning their point of view relating to how SpN influences tourism development in NZ.

The first interview was conducted face-to face whereas the second with Bergman was via telephone. This may have some implications in relation to information gained from the interview, but a face-to-face meeting was not emphasised, as it merely was to get her point of view on SpN's contribution to tourism development. The interview guide to the interview with Bergman is in appendix G. Both interviews were recorded and transcribed and can in addition with the other transcriptions be found in the appendixes.

Birgitte Bergman: Bergman is an employee at VisitNordsjælland (VNS), working with concept and network development in the region (Visit_Nordsjælland, 2012). She has worked together with SpN, in several occasions and therefore with knowledge of their activities (Bergman, 2012, s. Q1).

Szilvia Gyimóthy: The last interview conducted was with PhD and tourism researcher in Aalborg University. Gyimóthy is an expert in tourism development strategies from a theoretical standpoint and has, via her position as board member in VNS, knowledge within tourism tendencies in NZ.

The interviews were complemented by other sources of data, such as secondary data and observation.

2.3.1.2 *Observation*

I was invited to a network meeting by SpN, which allowed me to have an observer as participant role as identified by Gill and Johnson (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007, s. 286). This implied that all present at the meeting were aware of my role as a researcher, and I equally made a presentation of my research at the meeting. It allowed me to gain both verbal and non-verbal insight, which proved to be valuable for the research as these insights assisted when analysing the dynamics of SpN. A drawback of observation could be emotional involvement as participation potentially can foster ties between the

researcher and the objects studied, which might have hampered the objectivity (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007). It is nevertheless considered a force to gather data from multiple sources as it allows triangulation, which will be attended to in section 2.5.

2.4 Secondary Data Collection

Secondary data was used to gain initially insight into the research problem as well as throughout the research. It is data conducted with other reasons than to answer the exact same research questions of this thesis. The data consists of books, websites, academic papers and reports made by tourism researchers (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007, s. 248).

2.4.1 Literature Review

Reviewing literature assisted to develop a good understanding of the research problem and to gain insight into relevant previous research and trends that had emerged. To expand the theoretical base of this thesis, a literature review was constructed regarding developing of clusters and their influence on tourism development in rural areas. This literature review was in relation to academic articles as well as books.

The literature review was carried out by using various terms in searching databases such as; Network/Cluster development, Tourism, Network/Cluster facilitator, Destination Development, Cluster Building, Network/Cluster influence on Destination/Tourism Development, Agglomeration, Regional Tourism Development, Innovation in Tourism, Innovation in Clusters and Diagonal Clustering. These words are mentioned in this paper as they reveal the writers outlook as well as represents the chosen direction when researching.

The first step in the review process was to locate relevant academic papers and books by searching on the above-mentioned terms. In the second step a snowball method by Miles and Huberman (Miles & Huberman, 1994) was applied. This to identify other essential references, using the list of references of the articles and books identified in step one. The review process resulted in identification of numerous academic articles as well as books.

2.5 Credibility of the Research

In order to produce a credible research, a high level of research quality should be ensured. In this matter, the credibility concepts of reliability and validity should be considered. Saunders et.al, supports this arguing that "*Scientific methodology needs to be seen for what it truly is, a way of preventing me from deceiving myself in regard to my creatively formed subjective hunches which have developed out of the relationship between me and my material*" (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007, s. 149). It is as such necessary to reflect on the reliability and accuracy of the method as well as ensuring validity. It is furthermore relevant to reflect on whether or not it is possible to make generalisations from this paper.

2.5.1 Reliability, Validity and Generalizability

Reliability

The reliability refers to which extent the data collection techniques, as well as the analysis technique, used yields consistent findings if produced again (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007, s. 149). It is in relation to this paper and the use of qualitative research method argued that reliability is not attainable. This is to be understood in the light of the social constructionist world-view that emphasises that the background and prior experiences are crucial to the interpretation and construction of knowledge. However, through a detailed description of the research strategy and the data analysis, a degree of reliability can be obtained (Silverman, 2006, s. 282). Through a detailed description of the research approach with e.g. an interview guide, the aspiration was to provide transparency to the thesis and its approach to research, see appendix C.

Validity

Validity raises questions of whether or not the individual steps of the research process provided, what was intended to be researched or not (Silverman, 2006, s. 275). A valid research was tried maintained by screening theories to ensure their relevance for answering the research questions as well as by emphasising respondents' key positions. The validity of the research was moreover tried maintained via search within academic articles.

The size of the sample was rather small in quantitative terms, and therefore brings up to question the validity of the results if proposed as a generalisation to other clusters. However the purpose of the research was rather to shed light on the development process and contribution to tourism development of SpN.

The applied method of triangulation supported a more valid interpretation of the qualitative data inform of observation and interviews. Triangulation is the use of two or more independent sources to validate qualitative data, as it helps to ensure that what is found one place consists with what is found in another, or not (Decrop, Triangulation in qualitative tourism research, 1999). However, the method of triangulation was not used at each research question. Using tourism experts to validate findings in the second part of the analysis additionally suggests higher validity of these findings.

Generalizability

The final concept relates to whether or not the research is generalizable, hence if it can be transferred to another situation (Kvale, 1996, s. 233).

The inductive approach is more concerned with a close understanding of the research context and less concerned with the need to generalise (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2007, s. 120), which is reflected in this paper.

Not only are clusters complex they are also unique as each have a function of particular set of circumstances and individuals. This raises question about generalizability of the research, as its aims is to capture the rich complexity of the situation and development. The single case of this paper may therefore just portray the cluster development process of SpN.

It can however be argued that clusters potentially follow the same development steps as a cluster, as identified with SpN, since the lifecycle and innovation theory seems to apply for all such clusters. Other similar clusters can therefore potentially gain insight in their development process if reading this paper. And furthermore receive inspiration and identify potential threats, which then can be addressed proactively. The findings can consequently potentially aid development efforts in other clusters.

3 THEORY

3.1 Tourism and Development

This part illuminates which elements tourism is constituted of and why it is considered a catalyst for development in rural areas. The second chapter (cf. section 3.2) relates to the first research question and therefore related to the development process of SpN

The role of clusters and how these can develop tourism are explored in section 3.3, thus examining the second research question.

These topics are of interest as clusters are embedded in tourism development and both are therefore embedded in rural development.

This chapter starts with a rehearsal of arguments of what tourism activity is constituted of. This will form a base, before exploring the principles of clustering and how these clusters can be applied within this field, tourism.

It can be useful to bring the purpose of travelling into assessment, when defining tourism activities. This is to emphasise that tourism, according to Michael, is a leisure or non-working activity, which a person chooses to perform. The study of place and authenticity of tourism experiences provides a new focus that has captured the attention of sociologists, tourism researchers and marketing analysts etc. (Michael E. , 2007) (Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006) (Kolar & Zabkar, 2010). This focus includes other reasons, as the purpose of the journey. The development of a destination is also interesting in the eyes of politicians and economists. Though from a different perspective but within the same objects, as they are concerned with how locations develops as destinations, how they emerge and grow, and not least what opportunities they present for enhancing social and economic well-being (Michael E. J., 2008) (Michael, 2007). It is within this context, that tourism activities can be observed and interpreted in cluster formations, where bundles of various activities can be combined to produce experiences that tourists' wish to consume.

Definitions of tourism become more complex as they are examined. This is visible when the borders between travel and tourism are challenged. It is difficult to find a conclusive approach and it therefore makes sense to work with some key elements or characteristics of leisure tourism, for which there is common approval. These are presented by Michael Ewan and summarised as: (Michael, 2007, s. 17).

- *"The existence of voluntary travel or visitation outside of the consumer's home area for reasons not associated with work or employment".*

- "Motivation based on an individual's own perception of leisure or recreational requirements, and"
- "Consumption or expenditure determined by those same travel and motivational requirements". [Underline added]

Tourism has gained noteworthy attention as a potentially significant source to development in rural areas (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003). Its ability to be a major source of local and foreign income makes it a key component in regional development strategies. Its labour intensive character is also an important feature as it potentially offers a substantial source of employment. Attention, from public and private sectors, has therefore been directed to the economic potentials of tourism (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003).

The relationship between food and tourism represents significant possibilities for product development as well as means of rural diversification in the current global environment. It is, according to Hall et, al., apparent that the developments of strong local food identities and the sustainable food systems have the substantial potential to grow, this with tourism playing a central role in this process (Hall, Sharples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003). It should be noted that tourism only is one element of a wider set of choices when approaching regional development and only relevant in those areas in which a competitive advantage exists.

The theory and introduction chapter has to this point illuminated the situational context of the subject of interest. Hence, outlined the preliminary concepts of the problem area, which is the concepts of rural decline, tourism and its potential role in rural development. The subject of tourism and rural development will continue at a later point in the thesis. Focus will however shift, to how clusters can facilitate tourism development in the local area, as this is relevant when discussing one of the central aspects in the research question.

The following chapter outlines the central aspects of clustering which may present a new economic path of development to rural communities as identified in the introduction.

3.2 Central Aspects of Clustering

The opening parts of theory in this chapter aims to provide fundamental knowledge within central aspects of clustering. It is as such not an exploration of theory, which subsequently will be matter of attention in the analysis. This first part of theory till section 3.2.2 is rather a fundamental prerequisite for gaining a thorough understanding of the subjects attended to and various elements are in a mix utilised in the analysis.

This chapter will initially explore when and why the interest of clusters took its starting point, the focus will thereafter centre on various aspects of clustering. This part explores the cluster formation process from numerous perspectives to gain a thorough insight of what clustering involves.

The models and theories explored in the last part of this chapter starting with 3.2.2.1, provides an approach for assessing SpN's emergence and development into a cluster within varying stages. As well as gives an opportunity for assessing the current stage in its development process.

The literature, in which the emergence of clusters, its governance and evolution, are examined, is sizeable and varied. It is, according to Smith and Brown, well accepted when reviewing the literature, that the breadth and depth of clusters, its stage of development and industrial context, all influence the performance of clusters in complex ways (Smith & Brown, 2009). Initial studies made by Alfred Marshall attended agglomeration, which in short is where the concentration of firms in the same area and sector is identified to present economies of scale, which includes development of labour market and pools of specialized skills (Smith & Brown, 2009) (Michael E. , 2007) (Hjalager, 2010) (Ingstrup, 2010) (Press, 2006). Marshall's notions about advantages when firms are closely located were presented in his book; Principles of Economics in the early 19th century, published in 1890 (Press, 2006, s. 41).

Studies also focused on the interaction between local suppliers and customers, a shared infrastructure and other externalities. These, so called, Marshallian agglomeration externalities have formed the cornerstone of most cluster theory in early literature (Smith & Brown, 2009) (Michael E. , 2007) (Press, 2006). Alfred Marshall did not develop these ideas into complete theories of agglomeration, he was rather speculating on the causes for spatial clustering in economic activity (Beenstock & Felsenstein, 2009). Even though it since Marshall has been well known that proximity of companies may foster

productivity, cost and innovation advantages, it is nevertheless Porter who ascribes for the introduction of the cluster theory (Ingstrup, 2010) (Bernini, 2009).

Traditional Marshallian agglomeration theories could not provide an adequate answer to why some industrial groupings succeeded while others failed, neither could it explain the role of trust and non-market relations which is why researchers began to challenge these neo-classical theories of agglomeration. The focus altered to the role of social behaviours, a culture of trust, cooperation and collective learning in the successful development of a cluster (Smith & Brown, 2009). There is according to Smith and Brown "*a growing consensus that clusters prosper because of their internal dynamics, whether through competition or cooperation*" (Smith & Brown, 2009, s. 286).

Main models of clusters and networks were initially developed for investigating the manufacturing sector, with insignificant attention to service sectors including tourism (Scott, Baggio, & Cooper, 2011). This tendency has changed and literature is thus also very attentive to clusters in service industries (Scott, Baggio, & Cooper, 2011).

Literature reviewing clusters in service industries is illustrated in the work of Ewan Michael. He has many assessments related to clustering, in his book about micro-clusters in tourism, one of which is, "*Clustering is predicated by the notion that the co-location of like firms will produce a range of synergies, which if captured, may enhance the growth of market size, employment and product*" (Michael E. , 2007, s. 22) Porter, and others after him, has however applied this rather general interpretation in a macro-perspective (Michael E. , 2007) with little or no resemblance to local or regional environments (Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006) (Michael E. , 2007). The Porterian cluster theory relies on the conventional idea that closely spaced similar firms in a geographic concentration, can create multiplier effects and consequently have social impacts (Michael E. , 2007) (Bernini, 2009).

Porter is concerned with large-scale regions including industry sectors, rather than forces effecting local environments and small-scale groupings of firms (Michael E. , 2007). So while his analysis may be well suited for large sectors and environments, the use to minor environments are less suitable. This is supported by Michael as he notes, "*While the Porterian analysis may well be applicable to broad-scale evaluations of economic development, it is not necessarily a prescription for enhancing opportunities in micro-environments*" (Michael E. , 2007, s. 38). Porter's theory is in addition also designed to accommodate more heterogeneous products, which is less applicable for the tourism destinations as these offer varied products and services (Bernini, 2009).

Thus, as supported by Michael, Porter's cluster theory is applicable in macro-regional analysis but presents some downsides when applied to small regional environments. Michael therefore expands the concept of clusters to the so-called micro-cluster (Bernini, 2009) (Michael E. , 2007), which is applied in this paper and explored in-depth in chapter 3.3.2.

Clustering of similar firms is, according to Michael, not in itself a formula for economic growth, as it only implies that firms draw on each other to gain lower production costs. It is rather the nature of shared synergies and common resources that can fertilize the foundation and act as a catalyst for new investments, moreover for new firms to enter as an expansion of the production (Michael E. , 2007, s. 22). What is equally interesting for this paper is that Michael furthermore notes that clustering might be of special interest to the tourism sector in non-metropolitan environments, if the activities of the closely located firms are based on visits, as this can increase demand for travel (Michael E. , 2007). This notion is of relevance as the activities carried out by SpN, are based on visits to the region and thereby of interest to the tourism sector.

Developing a demand for complementary services and attributes indicates that tourism clusters present multipliers and externality effects, which serves to accelerate the opportunities of economic growth in the area (Michael E. , 2007).

The multiplier effect indicates an accelerator of economic growth and the term multiplier implies a rapid change in economic wellbeing of the community. The accelerator effect occurs when the expansion of one new economic activity leads to new expenditures. So that the total sum of expenditures have value multiple times greater than the original investment (Michael E. , 2007).

Multiplier should not be confused with positive externalities. Externalities can be defined as spillovers that are a cost or benefit not conveyed through price, of an economic activity. This often refers to beneficial outcomes for those not directly involved in the process (Michael E. , 2007).

These are possible outcomes of successful clustering and as such interesting in relation to the level of development of SpN and in the perspective of their potential influence on tourism development in NZ.

Press reviews spillovers within clusters and considers the effects produced and consumed by cluster members. She argues that information spillovers consist of two

very distinct externalities. It refers on the one hand to the ease with which information, about the general business environment and of the individual members activity, is shared due to the proximity. This results in better-informed members in relation to the environment, than they would be through individual information acquisition (Press, 2006). Information spillovers in a cluster can on the other hand, also affect the core capabilities of the firm, by the improved inter-firm learning opportunities. This can e.g. stem from observation, which occurs when local actors are competing in the same line of business or under identical local conditions. Different solutions to common problems can easily be compared, as the conditions are similar (Press, 2006). The information about what other members of the cluster is doing, is therefore potentially applicable and as such relevant for the collaboration of SpN.

To copy or be inspired by others actions can to some extent be compared to mimetic isomorphism (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2009, s. 311), as such behaviour indicates borrowing or imitating approaches of successful competitors. It can therefore be argued that imitational actions between members in SpN or imitation of other clusters as such are related to mimetic isomorphism.

Press conclusively argues that these knowledge spillovers are most efficient in similar small businesses rather than in an integrated organisation. Learning from observation of similar firms experimenting with different solutions to the same problem cannot be replicated in integrated organisations, which makes this form of knowledge spillover more applicable to smaller similar firms such as SpN (Press, 2006, s. 47).

3.2.1 Cluster Concept

It can be argued that it is fairly easy to define the cluster concept in theory, but it is however different in practice as there are used a great variety of synonyms. The cluster concept is additionally used to describe different aspects. It is e.g. used as an approach to study and describe the mechanisms creating economic growth and development as well as an approach when organising development activities. The various synonyms and variation of contexts in which it is applied, can cause confusion when defining the cluster concept.

Atherton and Johnston presented a definition in a handbook on cluster theories that is appropriate to use in the context of this thesis, as it takes departure in cluster formations from a bottom-up perspective. This suggests that the political scene is less significant in the initial phases of the cluster formation, as the approach is a movement

initiated from the bottom (Atherton & Johnston, 2008). Atherton and Johnston's definition is rather open and suggests that, "*Clusters form when groups of businesses start to collaborate and through co-operation develop ties and interdependencies that enable them to operate with greater economies of scale and scope*" (Atherton & Johnston, 2008, s. 94). Cooke and Morgan have a more narrow interpretation and additionally notes that clusters cannot be evolved from political aspirations as they argue, "*Clusters cannot be created by political injunctions or through mere physical proximity. Clusters form as a result of a self-selection process on the part of firms which see advantages in exploiting their interdependencies for mutual benefit, a process which can be encouraged but not ordained by public agencies*" (Atherton & Johnston, 2008, s. 94)

These definitions suggest that trust and understanding of each cluster member's capacities and competences is shared and developed, and that it is in this process that the confidence and interdependencies develops. The joint value-creation exceeds the sum of values that each individual member creates on their own. This reinforces the scope of the collaboration and can potentially develop strong ties between the involved members in the cluster formation (Atherton & Johnston, 2008).

These notions are of interest when analysing how SpN emerged as well as exploring what stage SpN has reached in their development process as a cluster. This is as an analysis indicates the scope of collaboration and enables assessment of whether or not SpN at present stage experience a joint-value creation.

3.2.1.1 Cluster, Alliance or Network

The use of the cluster concept in its various contexts can create confusion of what the term covers. Many related terms are furthermore used as synonyms in varying degrees. The terms cluster, alliance and network are sometimes used interchangeably and while this can be reasoned in some contexts, it is relevant to examine the concepts for enhancing the understanding of the cluster concept in this study.

The character of clusters is presented first, followed by the difference between an alliance and a cluster. The dissimilarities between a cluster and network is lastly attended to.

The spatial concentration of companies is, by Joseph Cortright concluded to be, the most obvious element of a cluster (Cortright, 2006). This is as the physical distance between the members is apparent in much academic literature related to clusters (Cortright, 2006).

There is however no exact boundary for the geographical area of a cluster or what size that is considered optimal. It is essentially about the advantages of co-location between firms (Klyngeudvikling Syddanmark, 2009), as noted by Marshall more than hundred years ago. The boundaries of the cluster do not follow administrative borders, such as municipalities or countries for that matter. Clusters are dynamic and in constant change as new members appear and others disappear (Nordin, 2003). They can in theory take different geographic forms but the case cluster researched in this paper does have a limited geographic area, as it is geographically bound by its name – Smag på Nordsjælland.

The firms, within the geographical context, convert into a cluster as relations between them are build upon (Michael E. , 2007).

Alliance or Cluster

Michael argues that an alliance is designed so that only those individual firms who have made a commercial choice to belong to that association can extract benefits. Michael continues that the benefits from clustering on the contrary is available to all members, as well as to the host community, in form of spillovers (Michael E. , 2007, s. 24). It appears that this view suggest that actors in an alliance are the only ones that can receive benefits from collaboration. It seems nevertheless reasonable to argue that a group of actors developing an alliance, based on a commercial choice, equally can have a potential positive influence on the host community. This argument does therefore not assist with a defining answer when exploring the difference. It is rather the nature of how open the collaboration is that can provide guidance when examining the dissimilarities. An alliance is more closed as well as based on contractual agreements (Michael E. , 2007), whereas the cluster is more open to new members (Nordin, 2003) (Michael E. , 2007).

Network or Cluster

There are several attempts to clarify the difference between clusters and networks. This study uses notions provided by Nordin, as she provides a rather clear description of the cluster concept in a tourism perspective.

Nordin argues that, *“One of the difference between a network and a cluster is that networks can occur among firms situated anywhere, whereas clusters usually refer to a core of firms in a more limited geographical area”* (Nordin, 2003, s. 13) [Underline added]. This view contradicts with the previous mentioned interpretation of clusters with free

geographic boundaries. It can be argued that the quote describes a tendency, which is reasoned with the use of the adverb “usually”. This is as there is no universal rule that applies every situation, but the following selected quotes outlines additional descriptions and clarifies the difference between the two. Nordin says, based on assumptions made by S.A. Rosenfeld, that, “*Networks have restricted membership*” [whereas] “*Clusters have open memberships*” (Nordin, 2003, s. 13). She continues and says, “*Networks are based on contractual agreements*” [whereas] “*Clusters are based on social values that foster trust and encourage reciprocity*” (Nordin, 2003, s. 13). She also states that “*Networks have common business goals*” [and] “*Clusters have collective visions*” (Nordin, 2003, s. 13). Her final note is that, “*Networks make it easier for firms to engage in complex production*” [whereas] “*Clusters generate demand for more firms with similar and related capabilities*” (Nordin, 2003, s. 13). These statements clarify and illustrate some central aspects when approaching SpN as a cluster.

Clusters are additionally often made up of cross sectors with dissimilar actors but with complementary products or services (Hall, Kirkpatrick, & Mitchell, 2005, s. 154).

These notions suggest that SpN is a cluster since the actors involved are from different sectors and with an open membership that has collective visions with shared values rather than based on contractual agreements.

After rehearsing the three types of collaboration, it appears that several similarities between networks and alliances exist. This is apparent since both forms of collaboration seem to have contractual agreement and restricted membership as some of the common denominators. Further similarities between these two concepts will not be attended, as it is the aspect of cluster that is of interest in this paper.

The paper has so far addressed central aspects of clustering that provide the key contextual elements of clusters in order to enhance the understanding of such.

The formation into a cluster and how relations are developed and maintained will be a focal point of attention throughout the thesis. The following chapter will however explore these dynamics more methodically than previously attended to in the paper.

3.2.2 Cluster Formation from the Bottom-Up

Various authors, whereof several are applied in this chapter, have addressed the formation of clusters. The first cluster formation examined will be with the work of Atherton and Johnston, presented in a book by Karlsson, and their notion about relational and locational dynamics of cluster formation. This theory is relevant for this paper as it illustrates the cluster emergence.

The second concept of interest, when examining cluster formation, is a research method applied in the exploration of clusters in the region of Southern Denmark. The researchers of this study developed a lifecycle model, based upon features from traditional life cycle models. It illustrates the stages of development when viewing cluster formation. Another work of Atherton and Johnston supplements this part, as it presents more detailed views related to the lifecycle of a cluster. Both theories outlines and exemplifies the various stages and allows for a categorization of the case cluster in the analysis.

The role of the facilitator is subsequent studied through the work of Ingstrup and Damgaard. The final perspective explored in this chapter is development of trust within the cluster.

3.2.2.1 *Cluster Emergence*

The relational and locational dynamics when clusters emerge is of interest in this section. These dynamics indicate that there are shared paths, also called patterns, of development based on the relative importance of the spatial and relational proximity. The spatial proximity refers to a physical distance between firms whereas the relational proximity defines the closeness of firms in terms of culture. Culture is in this case referring to some shared premises within the companies. These terms and dynamics present a number of forms of collaboration that portray and characterise clusters.

There are, according to Atherton and Johnston, three broad patterns within cluster emergence (Atherton & Johnston, 2008).

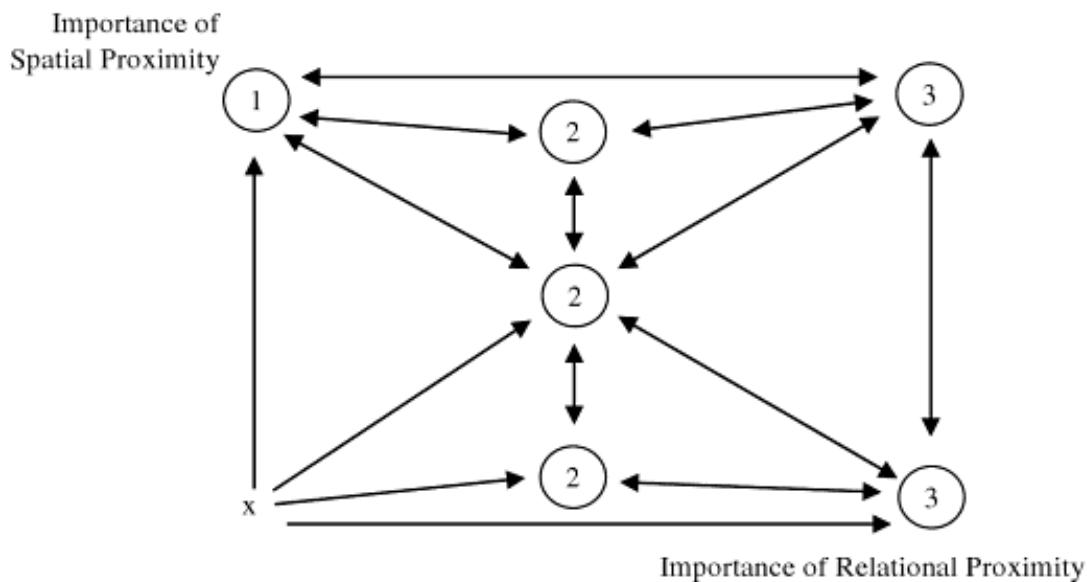


Figure 1 – Patterns of cluster development (Atherton & Johnston, 2008, s. 96)

There is at the starting point, which is (X), little spatial or relational proximity. Firms in this group is characterised as unconnected and scattered and therefore isolated units operating on their own. The cluster emergence can then follow numerous paths as illustrated in the figure.

These paths are briefly described at first and following elaborated. The first pattern (1) illustrates the significance of spatial proximity, whereas the second (2) highlights features from both the spatial and the relational proximity. The degree between these two proximities can vary as outlined with the three marks. The last pattern (3) logically highlights the importance of relational proximity.

The cluster emergence has, as illustrated in the figure, multiple paths and outcomes and is furthermore dynamic, which suggest that clusters may change over time as the importance between the proximities can vary (Atherton & Johnston, 2008). The paths are elaborated thoroughly after an example.

An example of this dynamic can be illustrated with a firm that initially has spatial proximity, where the physical distance is of importance. Changes in supply chain dynamics then alter the importance of spatial proximity, so both proximities are best suited for the new situation. This indicates that the new dynamics in the supply chain calls for deeper integrated collaborations than just the benefits of physical proximity.

The first pattern of spatial proximity (1) indicates that it is the physical settings that generate the advantages in form of reduced transaction costs. The density is in this aspect important and an increase in density will cause the agglomeration advantages to be greater, as it creates incentives for firms to locate within the cluster.

The agglomeration economy is one aspect of spatial proximity, another is the facilitation of face-to-face interaction which Storper and Venables argues as efficient, it furthermore has the ability to reduce incentive problems as well as enable motivation (Atherton & Johnston, 2008). It can thereby be argued that face-to-face interaction allows a smoother process between the implicated companies, which is reducing the costs and the uncertainties associated with the competitors within market. The spillover of knowledge is also likely to occur in spatial proximity, which suggest that knowledge crosses within the companies whether intentional or not (Atherton & Johnston, 2008) (Press, 2006). Distribution of knowledge between the members of SpN, whether intended or not, will be examined when exploring their development process.

The spatial proximity is as such considered an important aspect in cluster development but the physical settings is, according to Atherton and Johnston, not necessarily a prerequisite for such a development. The second path (2) does not only include the aspect of spatial proximity, it also founds on relational proximity as the formation of trust can reduce the importance of spatial proximity. This trust is developed on the basis of shared values and norms. As trust between firms gradually develops, the importance of spatial proximity accordingly declines and the relational proximity becomes the prevalent logic supporting the inter-firm collaboration (Atherton & Johnston, 2008).

The third path (3) of cluster development is solely reliant on relational proximity as the logic that brings the firms together. The strength of the relationship can, according to some authors, eliminate the importance of geography while it is suggested by Morgan that geography will continue to be an important element while focussing on the relational aspects (Atherton & Johnston, 2008).

It seems reasonable to argue that spatial proximity is a key feature of cluster emergence. The importance of a deep cooperation between members within the cluster should not exclude the significance of being closely geographic related. The third path presented in the model illustrating solely reliance on relational proximity without any relevance to the geographic setting, is therefore questioned in this paper. A cluster emergence without any influence by spatial proximity equally contradicts with notions presented

by Cortright and Nordin. They note that all academic literature about clusters is founded on geographic proximity (Cortright, 2006) and that clusters usually refer to firms in a more limited geographical area (Nordin, 2003, s. 13). The third path is as such questioned, but the relevance of the first two paths is found litigable, which makes the relevance of this model intact. The paths are moreover not mutually exclusive as they can be present in the same period of time, which presents merits in studying all three paths.

These paths generate and illustrate different forms of interaction and collaboration in the process of cluster emergence. The three paths can roughly defined be summed up to illustrate a path where physical proximity is what brings companies together. It can equally be a path where a deep cooperation between the companies as well as the spatial settings that causes the emergence of the cluster. The third and final path proposes that already existing cooperation and trading relationships between firm's results in emergence of a cluster. The spatial concentration of firms is, according to Atherton and Johnston, less relevant in this path, as portrayed above.

The next chapter explores the cluster formation process and includes two approaches by which SpN is examined.

3.2.2.2 Cluster Formation Process

The cluster formation process is illustrated with two comparable but complementary models. The first model is a lifecycle model illustrating the development of clusters. It was presented, by a team of academics and researchers, in a report developed to analyse cluster formations in Southern Denmark (Klyngeudvikling Syddanmark, 2009). It outlines the general characteristics of cluster formations, which serves as a relevant illustrative tool, but lacks the depth in order for it to be used as the only theory. A second complementary theory will therefore also be studied, to ensure an instrument for thorough exploration. This model is, developed by Atherton and Johnston presented in a book by Charlie Karlsson and is an illustration of the formation of the cluster (Atherton & Johnston, 2008).

This model enables a thorough investigation of the stages in the formation process, as it examines each stage fully. It could be feasible to integrate the two models into one, as they identify the formation process within the same phases, as well as with almost identical classification. This is however not considered as an optimal solution as it potentially confuses more than clarifies, when reviewing the cluster formation in theory.

The two models will however be combined in the analysis as they complement each other fine after acquiring input from them separately.

The role of the facilitator in clusters will be explored subsequently, as this character often is emphasised in literature. The final notion of cluster formations therefore attends this matter by the work of Mads Ingstrup, who argues that the ability and performance of the facilitator is crucial for how the cluster develops (Ingstrup, 2010).

3.2.2.2.1 Cluster Lifecycle

The Cluster Lifecycle theory is implemented to showcase the development of a cluster in an illustrative perspective as well as add another dimension to the exploration of cluster formations, as it supplements with slightly more political viewpoint than the other model.

The term cluster often refers to the concept of a fully developed cluster that has justified its value in economic terms. This model is an attempt to illustrate clusters in its various stages of development. The cluster is in the initial phase not characterized as a fully developed cluster. Emphasis is rather pointed to its development potentials. The model, see figure 2, is developed by a group of academics in their effort to illustrate the developments of clusters in Southern Denmark. The figure illustrates a classification of stages towards an established cluster (Klyngeudvikling Syddanmark, 2009).

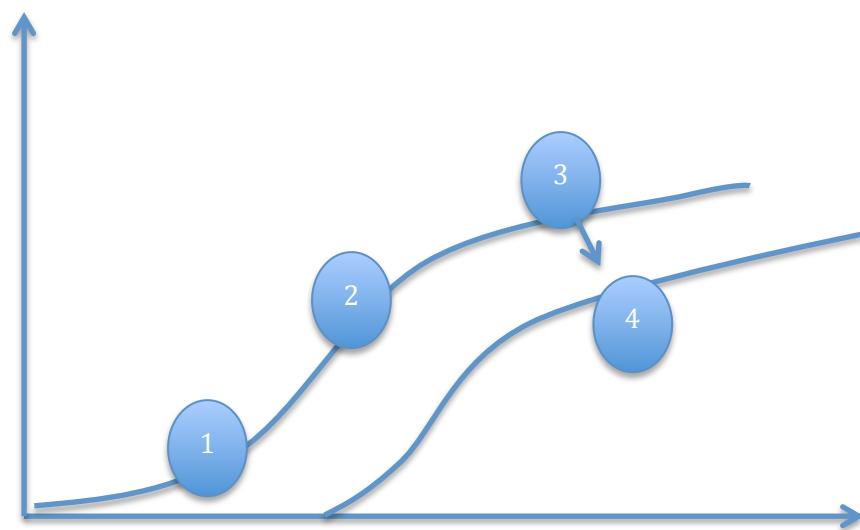


Figure 2 - Four stages in the lifecycle of clusters (Klyngeudvikling Syddanmark, 2009, s. 18)

The *first stage* represents *potential* clusters. At this stage, clusters have a strong local anchoring as well as an economic potential. This is the stage of interest when prioritising the regional economic development funds.

The *second stage* represents *emerging* clusters, which are characterized by its critical mass and cohesiveness. This suggests that the rate of adoption of ideas is self-sustaining and generates further growth. This stage presents future perspectives while working with continuous actions, which supports the actual cluster formation.

More mature and *established* clusters are to be found in the *third stage*, where innovative cluster-benefits become visible. The cluster has economies of scale and formalised cooperation with both knowledge institutions as well as public authorities also identified as triple helix cooperation (Ingstrup & Damgaard, 2011). Clusters at this stage are well established and often applied in the literature for cluster strategies.

The *fourth and last stage* is concerned with spin-offs from mature clusters.

Revitalisation can appear in some cases as it originates from existing clusters. It is in this stage suggested that one cluster can give a spin-off to another cluster. E.g. a cluster specialising in design, distribution and logistics related to the textile industry developed as a spin-off when the textile cluster in central Jutland stagnated, due to outsourcing of production (Klyngeudvikling Syddanmark, 2009).

This final stage is however not explored further, as it is less suitable in the analysis. This is, as SpN neither can be categorised as a spin-off from an existing cluster nor creating new ones.

This model presents a rather simplistic view of the stages of development and does as such not include a thorough understanding of internal dynamics in the cluster. The model is rather a version related to elements with a simplified external approach. It is apparent, when comparing this model to the subsequent model described (see figure 3), that the focus shifts from general elements of development to considerations and reflections made amongst the members in the cluster when developing. This interpretation of the life cycle model may be caused by the brief description of the model available in literature.

The life-cycle illustration is nevertheless included as it serves with an additional perspective to the figure described next. It provides moreover a good illustrative tool when exploring the development of SpN into a cluster.

Several authors have throughout times engaged in describing the lifecycle of clusters (Ingstrup & Damgaard, 2011, s. 20) (Atherton & Johnston, 2008, s. 101) (Press, 2006, s. 10). Kerstin Press has likewise researched and described the lifecycle of cluster but has, contrary to many of her colleagues, included a final phase titled exhaustion. Atherton and Johnston have in their literature briefly mentioned that a cluster can cease out in their exploration of patterns of cluster development. They have however not included this phase in their cluster formation model described in the subsequent part (see figure 3) (Atherton & Johnston, 2008).

It can be argued that models explored in this study are related to phases of development and therefore not the down-going phase of a cluster. It is however perceived relevant to acknowledge the final phase of potential exhaustion, as it is a part of the lifecycle. Press argues, *"While they can create cluster, change events are also responsible for its exhaustion. Again, history shows that most clusters run into problems at some point in their development when events affecting the area or the local industry call for a restructuring of current practice"* (Press, 2006, s. 10-11). Press does not presume an exhaustion but nor does she rule it out. She finds three aspects relevant to explore; why clusters evolve, why they endure over time and finally why they become exhausted (Press, 2006, s. 21). It is however not within the scope of this study to analyse neither the exhaustion nor 'why', but rather 'how' SpN evolve and endure over time.

3.2.2.2.2 A Stages Model of Cluster Formation

Clusters can be the result of on-going collaboration and direct interaction between businesses. These interactions can, according to Atherton and Johnston, foster relationships with relational proximity, which produces better opportunities for fundamental and on-going cooperation (Atherton & Johnston, 2008). The formation of a cluster is argued to occur when "*A group of firms move from individualistic attempts to address business issues and exploit market opportunities to engagement with other firms in order to gain access to their resources and capabilities*" (Atherton & Johnston, 2008, s. 100).

Atherton and Johnston developed a stages model that illustrates the formation of clusters, see figure 3. The stages should be viewed as sequential, as the transition from one stage to the next indicates recognition by the firms involved that the members of the cluster increasingly improves their competitive advantage. The stages are explored one by one, as they provide a tool for exploring how SpN developed and what reflections members made accordingly. It will moreover enable identification of their current stage thus provide SpN with some indications of what to expect in future.

The five stages are divided into three classifications in the cluster formation process, similar to those identified in the lifecycle model (see figure 2), namely: Potential, Emerging and Established clusters.

Potential clusters exist when the actors share a common issue that has either not been explored or still not recognised. Thus, create potential for collaboration. The emerging clusters are apparent when the need to collaborate has been identified and some projects have been carried out. These clusters tend to collaborate on a case-by-case basis and have not developed high levels of trust. The final classification is the established clusters where on-going collaboration is more formalised and there is a sense of group belongingness. Formalisation can be seen as investment in other businesses within the cluster as well as cross-ownership arrangements (Atherton, 2003). These classifications are in the analysis used to systematise the various stages, in order to examine what level SpN has reached.

There is not a clear definition at exact what stage the classification shifts from one to the other, as illustrated in figure 3. The analysis will as a consequence similarly not have a sharp division between these, which suggest that there will be a seamless transition between the parts.

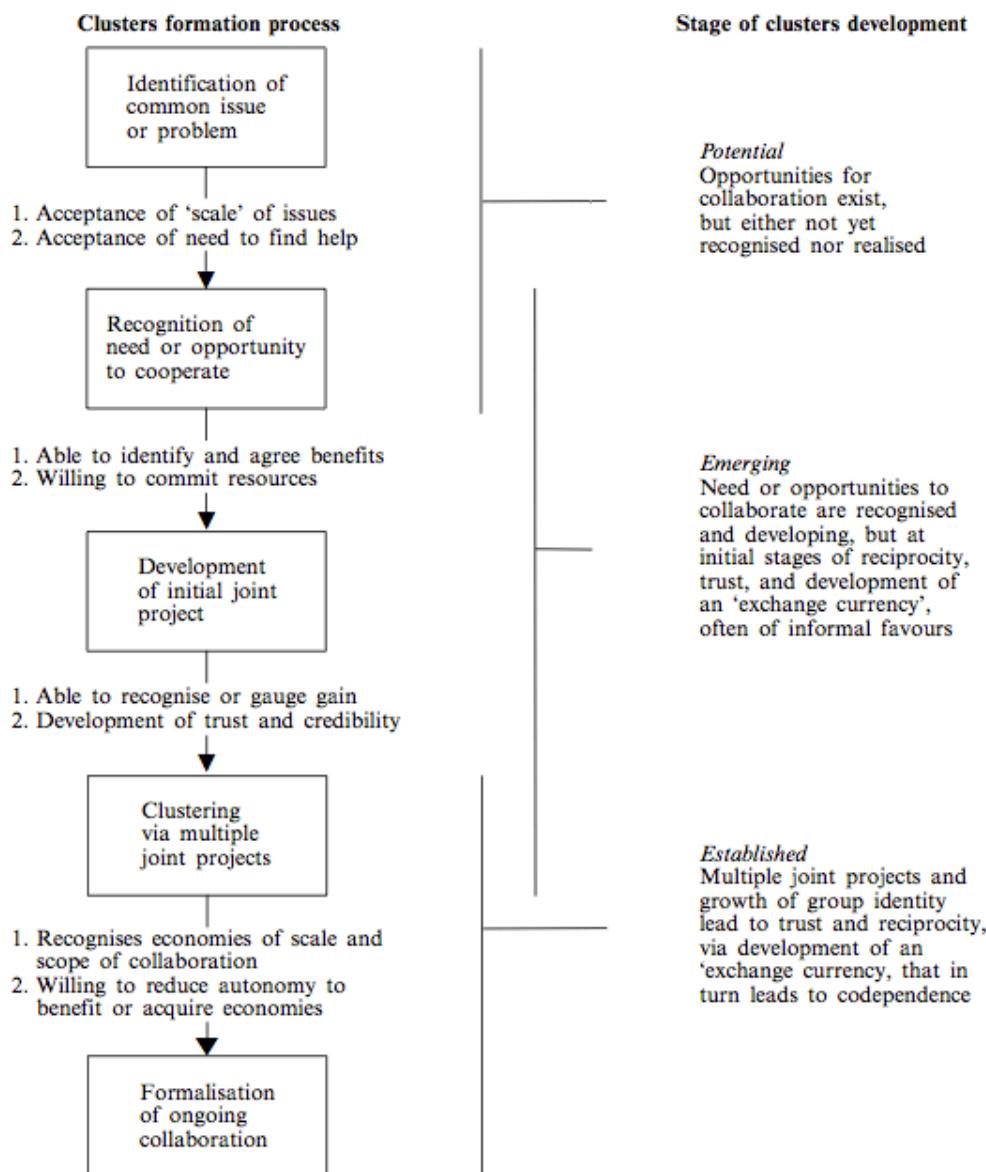


Figure 3 - A stages model of cluster formation (Atherton & Johnston, 2008, s. 101) (Atherton, 2003, s. 29)

Stage 1 - Identification of common issue or problem

The potential for clustering occurs when several firms share an issue or a problem. This is particular the case if the combined resources and capabilities provide opportunities to survive the barrier. This stage therefore includes the recognition or acceptance of issues compromising future developments, which they cannot address individually. Firms have at this stage not agreed to cooperate or work together, so underpinning of the cluster formation starts before the actual collaboration initiates. Firms might neither recognize nor appreciate the potential of cooperation (Atherton & Johnston, 2008) (Atherton, 2003).

Stage 2 – Recognition of a need or opportunity to cooperate

Clusters take form when the potential to work, transforms into active interaction in order to address the shared issues. This implies, that even though firms experience similar issues and problems that constrain development, it does not necessarily lead to group collaboration. The second stage therefore occurs when firms are stimulated to enter inter-firm collaboration. Stimulus to enter collaboration can be external competitive pressures, such as actors in the market or new innovation that affects practice. Restructuring in the dynamics of the supply chain or within the buyer-supplier network can also cause stimuli for cooperation. The critical threshold for cluster establishment is, according to Atherton and Johnston, the transition from sharing an issue with the other firms to agreeing that cooperation presents opportunities. This involves recognition from all parts sharing the issues or problems that there are opportunities in collaboration, which cannot be solved individually.

Recognizing moves firms closer and thereby enables engagement and understanding of the potential benefits to all involved (Atherton & Johnston, 2008) (Atherton, 2003).

Stage 3 – Development of an initial joint project

The following step is then to agree upon the scale and nature of the collaboration. This indicates a shift from exploration of opportunities to actual cooperation via shared actions. As noted by Atherton and Johnston while outlining the concept: "*The initial form of group collaboration tends to be a joint project with an agreed and shared goal*" (Atherton & Johnston, 2008, s. 103). Trust developed in the cluster tends to start with projects where the perceived risk associated with the interaction is reduced and then accumulates accordingly over time. The relevance of trust in a cluster is also explored in section 3.2.3, using the work of Huxham and Vangen (Huxham & Vangen, 2005).

The interaction when working is, at this stage, often based on some common parameters and shared methods. This includes common grounds in relation to terms of commitment of resources and time. Which improves the participating companies ability to assess and manage the risk related to the collaboration and its potential breakdown. It can, according to the authors, be reasonable to engage an initial test project that allows members to increase awareness of the different capabilities and resources placed in the cluster. This initial project additionally facilitates the development of shared rules for engagement and potentially fosters trust (Atherton & Johnston, 2008) (Atherton, 2003).

Stage 4 – Clustering via multiple joint projects

If the initial project indicates beneficial outcomes and thereby stimulate collaboration, then further benefits by additional projects can be discovered. The members of the cluster are at this stage more familiar with the concept and each other. Thus, affecting the level of mutual awareness, familiarity and trust, which can turn into mutually dependency. The on-going collaboration through the various projects thereby creates an environment for greater levels of cooperation. The rules of engagement and collaboration are shaped both formal and tacit in the former stages, which outlines the nature of the on-going involvement. This typically prospers when some form of exchange currency, either informal or semi-formal, is recognised between the actors. It works very similar to barter arrangements (Atherton & Johnston, 2008) (Atherton, 2003).

Stage 5 – Formalisation of ongoing collaboration

Engaging in multiple projects as a cluster can lead to a more formalised form as well as approach to the continuing collaboration. This final stage in the cluster formation process, relates to the formalisation of the cooperation. This is, in addition to contracts, accomplished via exchange of agreements to cooperate, which explicates the level of commitment. The members of the cluster are as such, acknowledging the future potential of the cluster as a base for future activities and as a response to external pressures. This can over time evolve into cross-investments and cross-ownerships (Atherton & Johnston, 2008) (Atherton, 2003).

The cluster facilitator is explored after a brief sum up of the phases in this stages model. Potential clusters exist if the circumstances for cooperation exist. Hence, when a group of firms shares common problems, which has not been recognised or explored. The emerging clusters form when the need to cooperate has been identified and acknowledged. One or a limited number of collaborative projects are in this phase undertaken. The final phase is the established cluster, which is characterised by a formal collaboration with acknowledgement of the mutual dependency for future development.

3.2.2.2.3 Cluster Facilitator

There have, as mentioned, been several authors who have used a life cycle model to illustrate formations of clusters, one of which is Mads Ingstrup, who applies a model developed by Enright in his work. This model is very similar to the models used above. Ingstrup is however emphasising the role of the cluster facilitator, as he proclaims that

every cluster has such one. Cluster facilitators can take form of individuals, private consultants, public authorities, firms or local associations (Ingstrup & Damgaard, 2011). This part will not go in depth with his exploration of stages, but rather use his notions related to the facilitator. Ingstrup divides, similarly to the division of this thesis, the cluster development into three classifications, which are potential-, latent- and working-clusters. These are in this thesis instead categorised as potential-, emerging-, and established- clusters, but otherwise defined within the same descriptions.

The role of the cluster facilitator in the three stages is now addressed, as it emphasises the importance of such feature in any cluster, thus enable exploration of SpN and how its various facilitators have affected the cluster.

The ability and performance of the facilitator is, according to Ingstrup, crucial for the velocity and scope with which the cluster develops. This is equally important to the continually improvement of the cluster's competitiveness and the realisation of it's potential. The mentioned activities in each stage can overlap.

The potential clusters have primarily small and medium sized companies in which a modest interaction takes place. The facilitator of such a cluster focuses on facilitating network meetings, social events and funds. The focal point in this stage is to create a platform that, with the right framework conditions, can identify new actors to the cluster. It can build up trust and create the ties that are central for the clusters further development. Thus, facilitators must, at this stage, have political flair, be good communicators and finally be able to establish trust.

The emerging cluster, which is characterized by a larger mass of actors and stronger integration of these, has facilitators that emphasise small cooperation projects. This facilitator also organises workshops where the generation of new business-ideas and development-projects are on the agenda. Focus is on improvement of the internal knowledge sharing and identification of needs within actors. The trust is additionally developed upon while smaller cooperation projects are initiated. The focus is relation hence, enabling interaction between actors.

The focal point of the facilitator is in this final stage the process of full-integration in the triple helix cooperation, which consists of companies, public authorities and knowledge institutions. The facilitator is occupied with facilitating activities that is developing the business, such as innovation projects, cooperation with other clusters etc. Identification

of possibilities for the cluster and implementation of business activities is therefore central in this final phase (Ingstrup & Damgaard, 2011).

These viewpoints enable an analysis where features of the facilitator are within the scope of attention, as they portray the significance and importance of that actor.

The role of the facilitator is in the analysis applicable in the combined model of life cycle and the stages model, for several reasons. This is as Ingstrup equally operates with three phases and the subject of matter in these phases is applicable and relevant when analysing the combined model.

The role of the facilitator will however not be implemented in the combined analysis. It can potentially cause confusion to implement yet another theory in the already combined analysis, which could result in limited findings due to too broad a focus.

3.2.3 Trust

It was previously argued that trust is essential for successful collaboration, which also is apparent in the work of Huxham and Vangen.

In their work on collaboration, they argue that there is a need to look how trust can be established and maintained between partners in the context of collaboration (Huxham & Vangen, 2005).

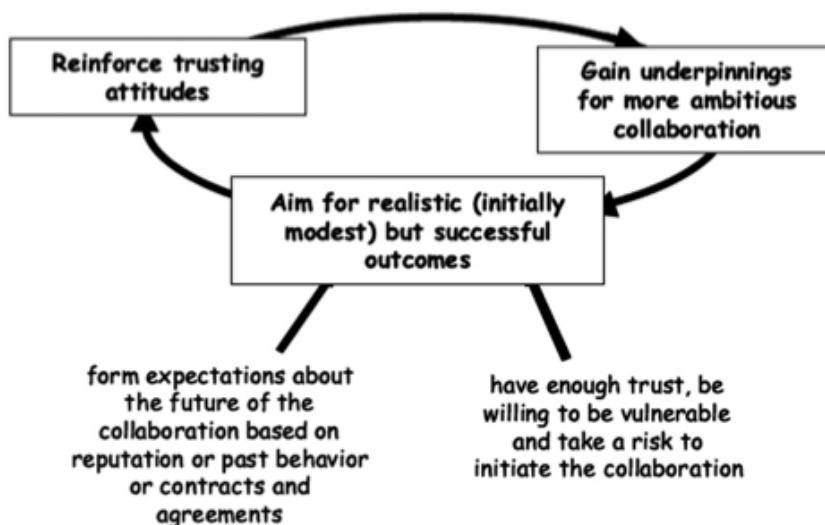


Figure 4 – The trust building loop (Huxham & Vangen, 2005, s. 155)

Smith and Brown have integrated some notions from Huxham and Vangen in their work of examining cluster dynamics. The work of both sets of authors provides central aspects in this part, since the theories complement each other. Huxham and Vangen, propose a trust building element, see figure 4, when examining the relation

development. Smith et.al illustrates this in the context of clusters and therefore assists with relevant perspectives.

Research on trust in inter-organisational collaboration suggests that there are issues of particular relevance when managing trust, which is concerned with forming expectation, risk taking and vulnerability. Huxham and Vangen argue that, "*Trust is the anticipation that something will be forthcoming in return for the efforts that are put into the collaboration – a faith in the partners' will and ability to help materialize the sought after collaborative advantage*" (Huxham & Vangen, 2005, s. 154). An exploration of the trust building loop, see figure 4, implies that trust building must be a cyclic process with positive reinforcement that form the basis for development of trust within the cluster. These positive outcomes can overtime evolve into a virtuous circle, which implies that each time an outcome meets expectations, trusting attitudes towards each other and the collaboration are reinforced (Huxham & Vangen, 2005). There is therefore great relevance for initiating collaboration through modest and low-risk initiatives, initially identified by Bryson as the small-wins approach (Huxham & Vangen, 2005), as these potentially enforce the trust as well as collaboration. Atherton and Johnston as well as Ingstrup support this as they encourage starting with low risk projects to develop trust (Atherton & Johnston, 2008) (Ingstrup & Damgaard, 2011).

More ambitious projects can subsequently be undertaken as trust develops (Huxham & Vangen, 2005). It should however be noted that these initiatives still need to be realistic, in order to maintain trust between members of the cluster.

The conceptual model, in figure 4, views trust as a cumulative phenomenon originating from repeated interactions. The models simplicity, though conceptually appealing, can however be incompatible with the complexity of the membership and takes as such not the difficulties concerning agreement of aims or power imbalances into account (Huxham & Vangen, 2005) (Smith & Brown, 2009).

The examination of trust and how SpN attends this element is included in the combined analysis of the life cycle and stages model. It will therefore not have its own chapter, as it is relevant in stage 3 in the cluster formation. It is appropriate to include the analysis of trust in this part, as Atherton and Johnston themselves include notions about reduced risk projects and how this influence the trust (Atherton & Johnston, 2008). Stage 3 additionally includes the subject of the first collaborative project of SpN, which is relevant in the perspective of the trust building loop.

3.3 Clusters in Tourism Development in Rural Areas

This section aims to explore the potential of clusters as catalysts for tourism development in rural areas. The initial part approaches tourism and food in relation to destination development. The following part explores the term micro-clusters, as the understanding of this concept is relevant when defining SpN.

Innovation will hereafter form basis throughout the theory chapter. This is as the level of innovation in a cluster, is important for its success as well as for its influence on tourism development (Bernini, 2009) (Jackson & Murphy, 2006) (Michael E. , 2007) (Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006). The term innovation relates in this paper to the concept of diagonal cluster theory (Poon, 1993) (Michael E. , 2007), which will be elaborated in section 3.3.3. It should be noted that innovation in itself, rarely is enough to ensure a sustainable business, it should be combined with leadership and project management (Nielsen, Nissen, & Just, 2011).

The equivalence of innovativeness and clusters' potential influence on the local tourism development is a prerequisite in this research. It approach one of the research questions studied, related to clusters' contribution to tourism development in the area, hence SpN's contribution to tourism in NZ.

There can in literature not be identified an absolute answer concerning when a cluster in fact is contributing to the tourism development in an area. Some applied parameters are therefore necessary in order to determine this.

SpN is in this paper therefore defined to have influence on tourism development in NZ when the supply of experience packages and similar offerings increases based on SPN's diagonal activities. A diagonal activity is, short described, for instance collaboration between actors from different sectors, producing a complementary activity such as a culinary trail in the region. The exploration of diagonal activities, also called diagonal clustering, is matter of attention in 3.3.3.1. An assimilation of clusters' innovativeness and their contribution to tourism as well as to community development is previously used as a precondition by other authors (Bernini, 2009) (Jackson & Murphy, 2006) (Michael E. , 2007) (Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006).

3.3.1 Tourism

After previously rehearsing the arguments for tourism as a catalyst for rural development, the focus now shifts towards clusters as facilitators to development in tourism.

Culinary tourism can be organised and viewed through initiatives at local, regional and national level (Backe, 2010). Tourisms role in development at macro level is often attended to in tourism literature (Hall & Williams, 2008). It is however how tourism essentially develops at regional level that is of interest in this study. This is with point of departure in culinary clusters' role within regional tourism development. The concept of a culinary cluster simply implies that the cluster is related to culinary products.

A number of studies, within academic research, have focused on food in relation to destination development (Backe, 2010)(Henderson, 2009) (Bernini, 2009) (Brown, 2000) (Holm, 2006) (Jackson & Murphy, 2006). Many of these studies are related to food tourism and how the marketing of unique products and qualities can benefit the image of the destination. The branding potentials are of great importance in relation to tourism development. The branding perspective is however not included in this study, due to the scope of the paper. It is rather tourism development caused by culinary clusters that is of interest.

Rural areas are increasingly recognised as potential tourism markets and food as well as food related experiences are, according to Backe, becoming still more important (Backe, 2010). Backe additionally argues that the establishment of culinary clusters, involving local food providers and food related experiences, is a way to enhance the attraction of a specific area (Backe, 2010).

Sims relatedly reasons that the opportunity to eat local meals or visit local food producers is the motive for an increasing number of tourists (Sims, 2009) (Backe, 2010). New ways of selling are accordingly invented which comprises of i.e. farms stays, farmers markets, food festival, self-picking etc. (Backe, 2010). This relates with notions presented by Du Rand and Heath as they argue that food has become one of the most important attractions since authentic experiences is what tourists' seek (du Rand & Heath, 2006). Du Rand and Heath additionally notes, *"Food as a tourism product and experience can contribute to the competitiveness of the destination if appropriately developed and executed"* (du Rand & Heath, 2006, s. 5). It can therefore be argued that culinary clusters are legitimate and significant for the competitiveness of the destination, as clusters are in the process of developing products as well as tourism experiences.

3.3.2 Micro-Clusters in Tourism

This part still focuses on the economic opportunities of clustering but micro-clusters, portrayed by Michael, is relevant for this paper as it focuses particular on small-scale tourism development. He states, "*Micro-clusters are identified as a development mechanism that fosters the ability to build a local level of specialisation and a competitive advantage for a small tourism destination*" (Michael E. , 2007, s. 33). The activities carried out by SpN is related to the local community and as such defined as a micro-cluster. This is additionally supported by the member's geographical proximity, as micro-clusters relate to a close concentration of companies. This implies that a single community of social and economic interest encircle the firms (Michael E. , 2007). The difference between a regular cluster and a micro cluster can therefore be identified on the geographical proximity of actors. It is in theory noted that micro-clusters potentially offer ways to enhance the competitive advantage of the region through specialisation (Michael E. , 2007). It is, with these notions in mind, interesting to explore if SpN is generating a competitive advantage for the area in a tourism perspective, which correspondingly allows examination of the second research question.

3.3.3 Micro-Clusters and Innovation

Innovation has gone from being a relatively unknown technical term to a slogan over the past ten or twenty years (Nielsen, Nissen, & Just, 2011). It is an often-used term and is involved in a number of different meanings depending on the context. It is therefore necessary to define innovation in relation to this study.

Several studies have in the last ten years used the cluster theory to investigate the role of tourisms influence in local growth (Bernini, 2009) (Michael E. , 2007) (Jackson & Murphy, 2006). In this chapter of research the attention is mainly focused on forms of clustering. This is to identify the clusters' innovativeness and thereby contribution to community development.

Even though clusters may have the potential to be innovative, simple proximity among the local producers is however no guarantee that it will take place (Mytelka & Farinelli, 2000). Clusters in traditional industries have, according to Mytelka and Farinelli, nevertheless demonstrated new dynamism (Mytelka & Farinelli, 2000).

Researchers, exploring and categorizing clusters in Southern Denmark, elaborate innovation in context with the concept of clusters. They propose that using the cluster concept to understand a commercial development, relates with a changing perception of

innovation (Klyngeudvikling Syddanmark, 2009). This perception focussed previously, on research and development emerging from the academic environment, with a linear view. The prevailing perception of innovation is today, according to these researchers, instead a complex process involving many various insights and actors. They additionally note that, "*The level of innovation is not simply depending on how skilled one actor is, but rather on how the actors interact. The development of clusters and innovation is well suited in this perspective*" (Klyngeudvikling Syddanmark, 2009, s. 11) [Underline added].

This quote is imperative as it supports the idea that interaction between actors is a prerequisite for innovation. How the members of SpN interacts with members outside and inside the cluster is therefore of relevance when analysing the cluster's innovativeness. The diagonal cluster theory here serves as an argument for innovative interactions between members of SpN and other tourism related actors in NZ, since the way members in a cluster interact relates to the innovativeness of the clusters.

Diagonal activities add values to each other's actions. The complementary services or products are integrating and bundled into a sale as one unit (Michael E. , 2007). According to Michael, the diagonal activities are additionally enhancing the value of the tourism experience, thus the consumer satisfaction, as well as accelerate wealth and tourism development in an area (Michael E. , 2007, s. 29). In context to tourism development, it is these complementary and diagonal activities that, among other factors, influence the tourism development.

This suggest that diagonal activities enhance the tourism experience as well as the tourism development in an area, so a cluster in this paper is therefore regarded as innovative if they have diagonal clustering with other tourism actors outside the cluster. This subject will also be matter of attention when defining diagonal clustering in section 3.3.3.1, where other ways of interactions additionally are examined. These interactions are categorised within three types of clustering: horizontal-, vertical and diagonal – clustering (Poon, 1993) (Michael E. , 2007).

The exploration and discussion of innovation relates to this point in the paper, to the activities undertaken by SpN. However, in the cluster context of this paper, another angle, which facilitates a different concept of innovation exist.

The formation of a cluster can, to start with, arguably be interpreted as an innovation as Hjalager notes "*Innovations are often a response to major external development trends. [...] Trends like these may be assessed as devastating in the short term but they may also contain the impulses for product and process innovation and institutional changes that are*

crucial for a regained competitive power in a new economic prosperity cycle" (Hjalager, 2010, s. 9). The formation of SpN can as such be identified as a response to the industrial restructuring and therefore as the initial step to innovation. The will to explore new grounds could likewise be a sign of innovation as Hall et.al, additionally argues, "*Innovation requires investment and a willingness to move on from traditional business practices*" (Hall, Kirkpatrick, & Mitchell, 2005, s. 7).

Formation of SpN can as such be viewed as a movement from the local producers' traditional practice, which indeed indicates a willingness to change and explore new grounds.

3.3.3.1 *Forms of Clustering*

Clustering refers to a process used by the actors in a cluster to extract greater benefits (Michael E. , 2007). Clusters can, as illustrated by the three figures in figure 5, form around one link in the chain, e.g. primary producers working together, which suggest horizontal clustering. The actors can also interact along the value chain, which suggest vertical clustering (Michael E. , 2007). The purpose of diagonal clustering is not to produce a single product or service as the vertical clustering, but instead produce a range of services or products and then sell them as one unit (Poon, 1993).

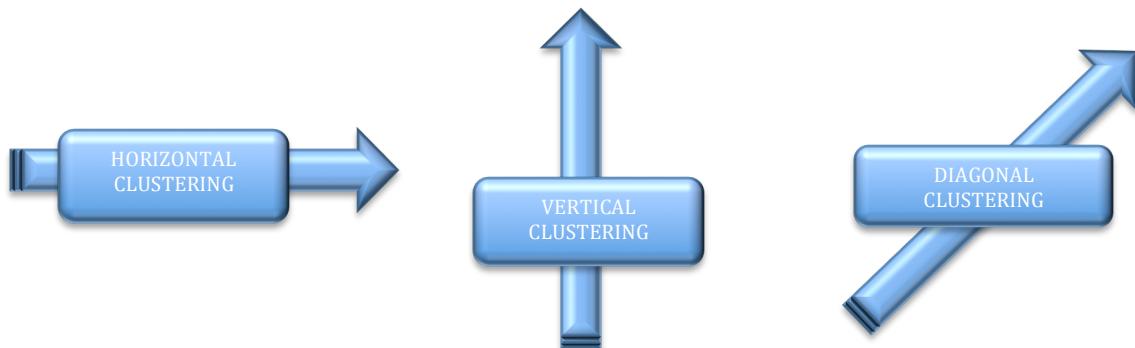


Figure 5 - Cluster Formation (Michael E. , 2007, s. 24-27)

A cluster does not necessarily perform only one form of clustering, but various forms can be identified within the cluster, as the analysis demonstrates. It is in this chapter not the simple co-location between firms that is of relevance. It is instead relevant to examine the structure of the cluster and how it brings firms together with the host community. It is this interaction, the relational dynamics that can lead to clusters further success and to growth of community wealth (Michael E. , 2007). Poon is the founding author of these three types of integration, which subsequent was interpreted and

presented in the work of Ewan Michael. He does however use the term clustering rather than integration and both expressions are used in this part.

Poon developed the cluster theory in a tourism context with a broader approach than applied in this thesis, as this paper studies micro-clusters.

Poon relates the theory to a destination as a cluster, whereas this paper aims to use the concepts of the theory in a more narrow perspective, relating it to activities in a micro-cluster in the destination. This entails that some parameters are developed in the effort to make it applicable to this paper. These will be exemplified, as they are relevant within the chapter.

The following figures display different forms of clustering and there is value in rehearsing these separately, to gain full insight in the various types of clustering.

Horizontal Clustering

This type of clustering formation is most common in tourism as well as easiest type to recognize (Michael E. , 2007). This type takes place when firms at the same stage of production come together to affect the level of concentration (Poon, 1993). Firms in this type of cluster are competitors thus, selling similar products with similar resources for production, within the same industry and located in the same geographical area (Michael E. , 2007).

It is in relation to the context of a micro-cluster not so much related to sharing of productions facilities but rather benefits from sharing each other's insight in relation to e.g. methods in organic farming etc. It also presents opportunities in terms of product availability, labour supply, shared information and can potentially reduce costs (Michael E. , 2007).



Figure 6 – Horizontal Clustering

Such actors can for instance be the primary producers of SpN. They are at same stage in the value chain in the industry, namely food, and they can benefit from each other's insight of e.g. production methods.

Vertical Clustering

Vertical integration, or by Michael identified as clustering, is referring to co-location of firms operating at different stages in the industry's supply chain. It is a product or

service that relates to links along the value chain. Vertical integration is not so pervasive in the tourism sector as suppliers in this sector focus on delivery of finished services and products (Poon, 1993), thus not along the value chain.

Vertical clustering is, in context to the study of micro clusters and not a destination as a cluster, identified when activities are within the cluster, hence between members within SpN.

The geographic proximity minimizes logistics and distributional costs, which enables an improved control of the different stages.

(Michael E. J., 2008). (Michael E. , 2007) (Poon, 1993).

The vertical clustering is as such spread over more links in the value chain and relates to activities within the cluster e.g. a vineyard interacts with, a winery, a warehouse as well as with a distributor. This value chain could also include a local retailing outlet. The chain would in such an example be complete from production to retail delivery, which however is not a prerequisite for vertical clustering.



Figure 7 – Vertical Clustering

Diagonal Clustering

Michael defines the term as, "*Diagonal clustering occurs where firms working together create a bundle of separate products and services that the consumer effectively purchases as a single item*" (Michael E. , 2007, s. 26). The original typologies are expanded in order to recognize diagonal clustering, which identifies interaction between complementary companies. Diagonal clustering can therefore be identified when dissimilar, but complementary, actors each add value to the final product or experience.

Diagonal activities are, in context with the study of micro-clusters, apparent when SpN are undertaking activities with dissimilar but complementary tourism actors outside the cluster, and thereby influencing the number of tourism offerings in the area.

Michael also notes that, "*Where complementary activities, goods or services can be packaged or bundled in some way, the range of attributes is increased and consumer satisfaction is enhanced. In tourism, this process is essential because it is the compilation of the values to be gained from the experience of the visit that the consumer seeks to purchase*" (Michael E. , 2007, s. 29).

This suggests that diagonal clustering adds value to the tourism experience, which is supported by Novelli as she notes that co-location not only adds value to the cluster, but moreover to the tourism experience (Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006). It is in context to tourism development argued by Michael that the growth of such diagonal activities generates wealth for the area.

These notions are interesting in the perspective of SpN as they indicate that diagonal clustering adds value to the tourism experience in NZ. The analysis therefore attends if SpN actually has diagonal activities hence influences tourism development in NZ.



Figure 8 - Diagonal Clustering

From the just presented information on diagonal clustering, it is determined that such clustering occurs when complementary providers, thus actors from different sectors inside and outside the cluster, produce separate goods or services that is purchased as a single item. Each company adds value to the activities of others, even though their products may be quite distinct and clearly belong to other industry classifications. The diagonal activities add in addition value to the tourism experience and the tourism development in the region.

An illustration of diagonal clustering could e.g. be a culinary experiences trail around NZ. Primary producers are involved as the guests' visit farm shops. The local DMO is involved to generate publicity of the trail and perhaps in addition a concept former. A culture institution such as a castle could equally be involved as a part of the experience trail. Each of such dissimilar actors are here adding value to the concept, thus developing diagonal clustering.

Sum Up of the Three Forms of Clustering

Vertical clustering is production-oriented as it focuses on the links between actors along the value chain, hence focus on the various production stages. Horizontal clustering is in contrast supply-oriented, as the similar actors in the same stage in the value chain, emphasise the supply. The last and most interesting form of clustering in the context of

this paper is diagonal clustering. This form of clustering is consumer-oriented (Michael E. , 2007) as the actors integrate diagonally in order to get close to their consumers and to gain from synergies.

Additional Remarks on Diagonal Clustering

Economists have in early times assumed that all firms were in competition with each other. Brandenburger and Nalebuff confronted this rather simplistic point of view and argued that, *"If one firm is the producer of any particular product, then another firm producing a complementary product or service cannot and should not be regarded as a competitor"* (Michael E. , 2007, s. 27). Activities carried out by the complementary producer add additional value to the original product.

This indicates that complementary activities are far more relevant to discuss, in the perspective of growth, than competition is. Brandenburger and Nalebuff consistently declare, *"Thinking complements is a different way of thinking about business. It's about finding ways to make the pie bigger rather than fighting with competitors over a fixed pie"* (Michael E. , 2007, s. 28). [Underline added]

This quote is of relevance as it is found reasonable to argue that it illustrates the way of thinking that lies beneath the actions of clusters. Companies, in such an arrangement, are likely to recognize the possibilities in collaboration in order to develop and make the pie bigger. That the gathering of firms can improve the economic outcomes, by an alignment to offer an integrated product, is a concept that fits particular well on small-scale regional tourism development (Michael E. , 2007). This is because the complementary activities, goods or services can be bundled and this range of attributes and compilation of values can thus enhance customer satisfaction. It can as such add value to the tourist's experience.

3.4 Summary of Theories

In this chapter, theories relevant to the research questions, which serve as the theoretical foundation of this thesis, have been presented and discussed.

The first part of the theory chapter illuminated the elements of which tourism is constituted as well as why it is considered as a catalyst for development in rural areas. Central aspects of clustering attended firstly when and why the interest of clusters took its starting point and secondly a more detailed exploration of the cluster concept was of focus. This was followed by multiple theories, which accounted for the theoretical foundation of the first research question. These theories began with the emergence of a cluster followed by the cluster formation process, which was comprised by a lifecycle model and a stages model of cluster formation. The focus was subsequently on the role of the facilitator as well as on trust in a cluster. This led to the second part of the theory chapter relating to the second research question.

This final part of the theory chapter aimed to explore clusters' potential as catalysts for tourism development in rural areas. Therefore, after previously rehearsing the arguments for tourism as a catalyst for rural development, the focus then shifted towards clusters as facilitators to development in tourism. The concept of micro-clusters was hereafter attended followed by a study of innovation in general as well as in relation to micro-clusters. This was presented by the theory of diagonal clustering and was reviewed in relation to micro-clusters.

4 ANALYSIS/DISCUSSION

In this chapter, cluster emergence, cluster development as well as clusters' influence on tourism is applied to the empirical case of SpN. The analysis is divided into two parts each studying their respective research question. The first part attends how culinary clusters are created and maintained whereas the second part explores how they can contribute to rural tourism development. An analysis tool is developed with the aim to ensure that all themes are covered while assisting with an overview in each chapter, see appendix B.

4.1 Cluster Emergence

It is acknowledged in this study that it is difficult to have a clear separation of the emergence of SpN and the first stage of development related to the formation of a cluster. This is as both describe the same stage of development. It should therefore be viewed as a paralleled process in the cluster development rather than a sequential one.

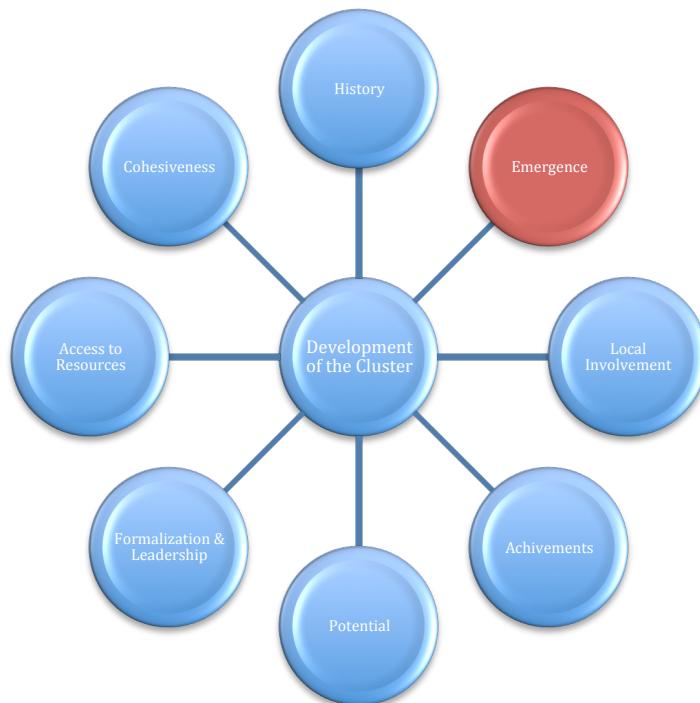


Figure 9 – Analysis Tool - Emergence

The considerations concerning the relevance of a cluster in NZ were formed at Esrum Møllegård (EM). Or as Lotte Kokfelt, board member and previously employee at EM, phrased it "*Others might have thought about this idea, but I think we thought it loudest*" (Kokfelt, 2012, s. Q2). EM were at the time involved in a small scale food production such

as beer, mustard etc. made with ingredients from the area and based on products that linked with their medieval concept (Kokfelt, 2012, s. Q2). The ambition of EM was to sell culinary products from the region at their medieval markets (Kokfelt, 2012, s. Q2). They realised at the time that there were no natural player in the market to turn to. There were neither combined suppliers nor a combined effort from the primary producers in the area. The group of primary producers and other relevant actors were unconnected and therefore more or less isolated units operating on their own. This limited spatial and relational proximity suggests that their starting point is represented as the X in the model.

They realised simultaneously that many other regions in Denmark had food clusters, which Kokfelt notes would be the obvious next step (Kokfelt, 2012, s. Q2).

The emergence of SpN as a culinary cluster is initially based on spatial relations as the name SpN also suggests. Lasse Solheim, board member and consultant at SpN, notes, "*Well it is called SpN, so it is a relative limited geographical area*" (Solheim, 2012, s. Q17). He continues, "*Many actors already knew each other and some of them made stuff together – so I think that it was more a natural extension [to develop a cluster]*" (Solheim, 2012, s. Q17). These views are somewhat in line with assumptions expressed by Torben Bo Christensen, Chairman at SpN, as he notes following about the emergence of SpN. "*It is based on the fact that we are, which we still are, located in the region of NZ. But it develops more and more to include cooperation*" (Christensen, 2012, s. Q17).

These notions suggest that both spatial and relational proximity is of importance. But, based on the views of Christensen, the spatial proximity might have been the prevalent logic that brought the members together at first.

There are various intangible advantages when groups of businesses are collaborating such as knowledge spillovers that, according to Atherton and Johnston, stimulate innovation (Atherton & Johnston, 2008). The spatial proximity of SpN allows knowledge spillovers to occur, which is fostered and facilitated by network meetings (Christensen, 2012, s. Q31). The spillover effect can e.g. stimulate improvements within the neighbouring members and might inspire to innovative actions. Examples of such spillovers were observed at SpN's network meeting in May. This is as the idea generation, through sharing of knowledge, fostered ideas concerning new cross-collaboration and products.

Such meetings and other joined activities are additionally likely to strengthen the formation of shared values and norms, which influence the level of trust between the

members. Trust can, as mentioned in section 3.2.3, develop strong ties between the involved members by which interdependencies develops. The formation of trust between members is therefore likely to reduce the importance of the spatial proximity, meaning that relational proximity also is a central logic.

4.1.1 Part Conclusion

The importance of spatial proximity seems to be the prevalent logic in the initial phase of the cluster emergence, but the shared values and established trust rather quickly shifted to a path where both relational and spatial proximity were of importance.

The spatial proximity is as such the prerequisite for the emergence of SpN but the relational proximity is however equally prevalent as some members already had interactions with each other from start. This suggests that SpN emerged, intentionally or not, along path number 1 and later shifted to path number 2. This is however still with emphasis on spatial proximity, hence the mark in the top of the three identical 2 marks in the model presented in the theory. The third path is less likely to be relevant, as the geographical settings of SpN continuously will be the prerequisite for cooperation between the members.

Atherton and Johnston argues that clusters which are a result of a self-selection process, due to the fact that members can see advantages in exploiting each other's resources, are the most effective ones (Atherton & Johnston, 2008). If members of SpN do exploit each other's resources at a broad scale, will be explored in the following chapter related to their further development into a cluster.

4.2 Cluster Formation

The analysis of the cluster formation is combined by several models and includes many elements related to the development of SpN as figure 11 indicates.

The two formation models are combined in the analysis, as the examination of them individually causes repeating overlaps. This chapter is divided into following parts: potential, emerging and established clusters. This is as these classifications are common denominators between the two models.

There is, as stated in theory (cf. section; 3.2.2.2.2), not a clear delineation between the classifications. This is as they shift from one stage of development to the next in a smooth transition, without changing cluster classification (see figure 3). The analysis therefore has a seamless transition between the stages and classifications. Trust between members in SpN is included in stage 3, as this too is intertwined in the formation process.

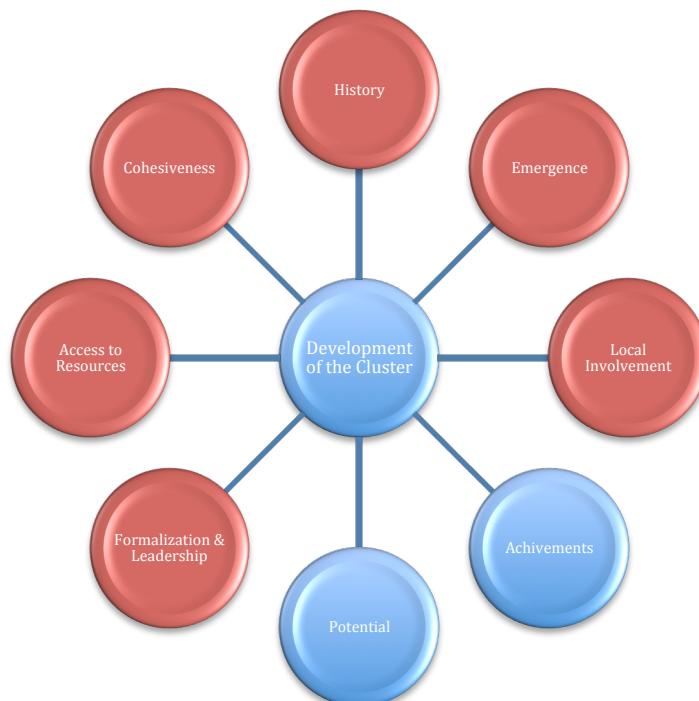


Figure 10 – Analysis Tool – Cluster Formation

4.2.1 Potential Clusters

The potential cluster is, brief described, identified with keywords such as economic potential, local anchoring as well as shared issues concerning development constraints the actors' cannot address individually.

Stage 1 – Identification of common issue or problem

Potential members of a cluster have at this stage not yet agreed to cooperate. It relates instead to the underpinning of the cluster formation.

At this stage, initial considerations made before the actual collaboration is initiated are explored.

Clusters are likely to appear when there is a common denominator visualized in a type of barrier to overcome. A brief exploration of the situational context of the primary producers in DK forms the initial part of this first stage. Such an exploration is valued to be beneficial in order to gain an understanding of the preliminary conditions of the primary producers. Hereby, external stimulation for actors to collaborate both in general, as well in the case of SpN, can be identified.

The food industry is in DK controlled by a limited number of companies, which are Dansk Supermarked, Coop Danmark and Superbest (ProDenmark, 2012) (Solheim, 2012, s. Q2). They control 70-90% of the market, whereof 2-3 persons are hired from each company to buy vegetables. This results in approximately 6-7 persons buying vegetables on retail level in DK (Solheim, 2012, s. Q2). There is as Solheim states, "*An enormous concentration of power in these three chains*" (Solheim, 2012, s. Q2)

This portrays the retail perspective. The concentration of power is equally shared between few actors on the supply side, such as Arla and Danish Crown (Solheim, 2012, s. Q2). This places high requirements to the size of the producers and their volume, thus their capabilities to supply high quantities. These causes all influence the prospects, for small producers, of using such channels as sales channels. Solheim equally argues that it is dangerous for the producers to be dependent on one purchaser in relation to pricing etc. (Solheim, 2012, s. Q3). And continues "*Small producers are partially not professional enough to supply and they partially lack in volume*" [...] "*so one have to look around for alternative sales channels to the small producers – this is their need*" (Solheim, 2012, s. Q3). This insight is, according to Solheim, very relevant when exploring why producers aim to find alternative sales channels. He continues with an imitation of a primary producer and says, "*Can I sell my products in another way if I have too many items to sell in my farm shop? – Where do I go and sell it and how do I create added value to the products I produce?*" (Solheim, 2012, s. Q3). These notions, along with the market conditions, indicate essential arguments for initiating the cluster, SpN.

This first stage involves identification of common development constraints that the companies cannot address singlehandedly.

The companies face shared obstacles that potentially could be resolved through collaboration, as SpN could support the foundation of a new distribution channel. The identification of external stimuli is not only relevant for the area of NZ, but also for other regions of DK as it presents a general situation in the market conditions. The analysis of the development of SpN and the findings in this thesis might therefore also apply to similar clusters in other regions of DK.

After this brief exploration of the situational context of the primary producers in DK, the analysis continues with exploring the further actions developing SpN into a cluster.

There were, as described in the analysis relating to emergence of SpN (cf. section 4.1), one central actor who initiated the conversation and idea of a culinary cluster in the region of NZ. Lone Johnsen, the present director at EM, initiated the process, as she started to gather information of how to initiate a food network. This while Kokfelt determined to find likeminded relevant actors to cooperate with (Kokfelt, 2012, s. Q2). It resulted in an initiative group, shaped in January 2007 with following actors (Christensen, 2012, s. Q6): Lone Johnsen and Lotte Kokfelt from EM. Kurt Hansen from Øllingegaard - Marianne Stenkjær from Grantoftegaard - Flemming Bisp from Kødsnedkeren, and Herdis Dam from Landboforeningen. Kokfelt described the role of this initiative group as following, *"It was those people who figured out how to go about it, are we even interested and what is it supposed to contribute with"* (Kokfelt, 2012, s. Q3). These notions, presented by Kokfelt, illustrate some initial thoughts in relation to the formation of SpN.

In spring 2008, preliminary meetings were held, one of which was an exploratory meeting with the aim to examine if there really was a genuine interest in starting up SpN. Different actors were invited and it was in local papers to create awareness (Christensen, 2012, s. Q8; Kokfelt, 2012, s. Q5). The initiative group concluded, on the basis of the many interested actors, that the relevance of a culinary cluster existed. (Christensen, 2012, s. Q8). The heavy interest from various actors in this initial phase of development indicates local anchoring. This is, as identified in the lifecycle model (figure 2), vital for potential clusters as it indicates that the local producers and population supports the concept as well feed the economic potential in the development of SpN.

These preliminary meetings fostered debates concerning the values emphasised in the joined effort. One of the central issues of debate was the discussion of an organic versus a conventional concept. As Kokfelt notes, "*We here had the interesting discussion if we were to be organic, and if other criteria had to be fulfilled to join*" (Kokfelt, 2012, s. Q2).

This value-based discussion, related to relevant members to accept in SpN, took place relatively early in their cluster development. This is since SpN aimed to determine some general values in the cluster before conclusively agreeing to work together.

That SpN, at this point, have not fully agreed upon cooperation suggests however that they still are in stage 1. This represents some inconsistencies when relating it to theory, as such values here is described in stage 2.

This point of view is supported by the circumstance that some organic actors resigned from the project of SpN before the founding meeting (Kokfelt, 2012, s. Q3). This indicates that the premise for entering SpN was established before the founding meeting and resulted in a cluster that embraced all actors, organic or not. Kokfelt notes in addition, that they were very attentive not to limit themselves from start, but rather include all producers focussing on quality food products (Kokfelt, 2012, s. Q6).

It seems that the initiative group decided upon relevant members to include before fully agreeing to cooperate or work together. So the underpinning of the cluster formation, involving appropriate members to accept, was done before the actual collaboration was initiated. It seems suitable for SpN to have this debate of values in the initial stage as it forms basis of which members to include and thereby with which values the cluster should be constructed upon.

The organic debate will also be attended to in stage 2, as it relates to the nature and scale of the collaboration.

4.2.1.1 Part Conclusion to Potential Clusters

This stage underpins the collaboration between different culinary actors in NZ and common obstacles, in form of the need of a new sales channel, are identified.

The movement to the second stage is when the external competitive pressures, which act as stimuli for collaboration, transform into active interaction and cooperation.

The external stimulus for engaging in collaboration is argued to stem from the market conditions, affecting the primary producers in DK. This has influenced the producers in NZ to consider new alternatives, hence pushed them towards cooperation and SpN.

The external market conditions in DK relates, as previously mentioned, to other regions than NZ. The paper might therefore assist with information and inspiration when viewing possibilities for alternative sales channels in DK in general.

It seems that a value-based discussion related to members allowed in SpN, is definite before entering stage 2, which allowed SpN to include only relevant members. That brings the analysis to, the founding meeting where the statutes are to be agreed.

4.2.2 Emerging Clusters

In this phase, actors identify the advantages of collaboration. It is here necessary to develop some shared rules of engagement, as well as decide upon the nature and scale of collaboration. Some projects are additionally carried out in this phase on a case-by-case basis.

It should be kept in mind that the transitions between the classifications, as mentioned previously, are overlapping (see figure 3).

Stage 2 – Recognition of a need or opportunity to cooperate

The initiative group summoned to the founding meeting in October 2008 and to demonstrate the nature of the cluster, a high profiled producer showcased his products presented as tapas, “*To set the bar and present what it was about*” as Kokfelt notes (Kokfelt, 2012, s. Q3). This indicates that they from the beginning influenced potential actors with their vision focussing on local quality food.

The meeting can be defined as a milestone in the development of SpN and had, according to Christensen, a good balance between a founding meeting where statutes and rules of engagement were adopted while being open to new suggestions (Christensen, 2012, s. Q11).

An actor from the culinary cluster on Bornholm was invited to the meeting to share some of his experiences and tell how they went about developing their cluster (Kokfelt, 2012, s. Q21). Kokfelt states that, “*It was a good example of someone who succeeds*” (Kokfelt, 2012, s. Q21). This method of developing has very similar features to the organisational term called mimetic isomorphism, which means imitating successful actors (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2009, s. 311). This is because SpN borrows and receives inspiration from successful competitors in order to implement some elements themselves. Christensen notes however that even though all participants clearly were inspired, they found it correspondingly important to find their own path (Christensen, 2012, s. Q21).

This indicates that SpN is very much attentive of finding their own path while observing similar clusters.

The organic debate was also central at the founding meeting where Hansen, who is an organic dairy producer from Øllingegaard, particularly advocated for quality products rather than organic ones. This is, according to Torben Bo Christensen, a way he could relate of being the local diary with local products. Torben says that, "*Øllingegaard had a very clear vision, formulated by Kurt, that they were to be the local dairy producer*" [...] "it was a way he could see working for him, it would otherwise have been much more about organic" (Christensen, 2012, s. Q6). Kokfelt additional notes, that Kurt Hansen was very good at mediating his visions concerning the importance of quality products. Hansen is as such, together with the others members of the initiative group, seen as one of the first facilitators, which is elaborated in 4.2.4. She also notes that he advocated for keeping the bar high and the importance of strengthening all the small producers (Kokfelt, 2012, s. Q3). This notion by Kokfelt underpins that some actors identified benefits of collaboration in the initial stages. It is however not safe to argue whether or not this perception was deep-rooted within all participants from start.

Hansen from Øllingegaard was not the only person to set the agenda in the organic discussion. Jan Elgren from Aarstiderne additionally quickly made clear that the discussion of whether to focus on organic or conventional was less relevant. He was, according to Christensen, instead attentive to the values of local production and the emphasis on the good taste (Christensen, 2012, s. Q13).

The fact that Hansen and Elgren themselves produced organic while advocating for quality products and good taste, is central to the decision as it, according to Christensen, influenced the general perception (Christensen, 2012, s. Q13). This resulted in a cluster open for all interested in quality food crafting.

Christensen subsequently stated that it, at the time, was well observed and that SpN should focus on the strengths of the local collaboration as well as the strengths that a set of diverse members can bring SpN (Christensen, 2012, s. Q13).

According to Christensen, the initial ambition was to start with, to boost the producers so all actors could play a central role in the food market and for that they had to grow into a big cluster (Christensen, 2012, s. Q4). Whether or not SpN has a central position will be explored in the second part of the analysis in the section 4.3, as it examines the potential and achievements of SpN.

The ambition of a big cluster with a central role in the food market could be one of the reasons for SpN not to limit them from start, but instead focus on the various actors' strengths.

Christensen additionally notes that SpN initially focussed on network, collaboration and new colleagues. The focus on tourism came later in the development process (Christensen, 2012, s. Q4), after SpN was influenced by an appearance by employee at VNS, Birgitte Bergman (Christensen, 2012, s. Q18).

This part is illustrated in stage 3 as it relates to their choice of actions.

The open cluster, thus different set of actors, initially caused EM to consider how to cooperate with others while remaining relevant to their medieval concept. This is indicated in a notion by Kokfelt as she states, "*What can you put in that bowl of soup so it remains its consistency while still being an offer that is not diluted*" (Kokfelt, 2012, s. Q1). Later in the interview she notes that the various actors enable different approaches and point of views, which benefits the flow of fresh ideas as well as the direction of SpN (Kokfelt, 2012, s. Q32). This view is expressed again later as she says, "*There are continuously new members whom adds new energy and new angles - this is as the various products point in different directions*" (Kokfelt, 2012, s. Q41). This indicates once again that the varied group of members are seen as strengths in SpN, as it fosters and generates new perspectives of how to collaborate. It can therefore be argued that a varied mass of members enables a dynamic, which may not exist if it was a homogeneous mass of members with similar point of views.

A concept that is weakened along with a missing united vision could however be one consequence of including different actors. But it seems that the respondents interviewed all share the same opinion when viewing the initial dilemma of whether to go big or position SpN as a niche cluster. They all seem pleased with the result of SpN as an inclusive cluster and there cannot be identified any conflict of interest in relation to a united vision.

Quality food crafting was as such the premises for entering SpN in the initial stage but it seems that SpN now is more attentive to the detail of what new members can contribute with. Christensen notes that SpN, in order to grow, evaluates each member to ensure that they indeed can contribute and not just "*adorn themselves with borrowed feathers*" (Christensen, 2012, s. Q26)

There is nevertheless still an ambition to grow big as the following notion, presented by Christensen, indicates, "*We will within the next year or two include 100 members*"

(Christensen, 2012, s. Q7), which is supported by Kokfelt who says "*We should within the next year or two, at least have doubled our membership base*" (Kokfelt, 2012, s. Q25).

SpN is very interested in including more restaurants in their membership base. This is, among other things, since collaboration with such members can open up for new sales channels. Christensen notes "*It means that they actively use local raw materials in their menus, which moreover increase our self perception*" (Christensen, 2012, s. Q27). Restaurants as members in SpN reveal a rather tangible opportunity and the primary producers are collectively more interesting for restaurants as they increase the dependability of supplies.

This brings the analysis further to the breadth and depth of SpN. Together with the stage in development, they influence, the performance of a cluster in complex ways (Smith & Brown, 2009). There are, which is noted by Kokfelt, "*Great variety on both members as well as their hunger for selling*" (Kokfelt, 2012, s. Q23). This represents a paradox within the membership base and the future development of SpN. According to Kokfelt, some members do not see the point in boosting their sales, as they sell all they can produce (Kokfelt, 2012, s. Q23). It is here important to note that many members are having regular jobs on the side, as they want a stable income as a backup. Kokfelt express her view and says, "*One could wish that more producers would say, we believe in this project and take the plunge to make it bigger*" (Kokfelt, 2012, s. Q23). She continues stating, "*It is obvious that we need more products and greater quantities before this results in anything viable*" (Kokfelt, 2012, s. Q23).

These notions presented by Kokfelt indicate a barrier for the further development of SpN. Should producers take the chance and increase their volume, hence produce more, with the risk of not being able to sell. Or should they rather play safe and keep their safety net in form of a steady income.

Kokfelt identifies SpN's volume and ability to supply as problematic and notes "*It would not harm if we enlisted more members and if some of those had a big production facility*" (Kokfelt, 2012, s. Q24).

It can as such be identified that the breadth and the depth of SpN represents some obstacles in the development process, which might be surmounted by more members with diverse offerings as well as with greater volume in form of production facility.

Stage 3 – Development of an initial joint project

This stage represents a shift from exploring opportunities to actual shared actions. It is here significant for SpN to determine the scale and scope of cooperation. The following section therefore includes an analysis of the initial project. The perceived risk associated with that project will be evaluated, hence the level of trust explored. The financial aspects for both the cluster and the members are equally explored in this stage as these also influence the scale and scope of SpN.

The activities carried out by SpN can be identified as rather sporadic so far. The activities include organised events, such as: Tisvilde Julemarked and Gourmet & Wine festival etc. Members receive e-mails from SpN with information about the various events and can thereafter choose to participate or not. Tisvilde Julemarked 2010 was one of the first events SpN joined and Torben notes, "*We just needed to get acquainted and raise our awareness [of such events]*" (Christensen, 2012, s. Q18). SpN participated again the following year, which exposed some new realisations for SpN.

They gained a new self-understanding, which was influenced by two elements. First, they felt the relevance of a cluster as Christensen notes, "*We got the feeling of wow, when we set up side by side then we are able to achieve something*" (Christensen, 2012, s. Q18). This leads to the second revelation, "*If it weren't for us, then there would not be much to come for* [...] *why is it we pay for the opportunity to be here [and not being paid]*?" (Christensen, 2012, s. Q18). This indicates a new self-perception, which again was reinforced in their latest participation at NZ Gourmet & Wine festival. They lost money on their participation which resulted that SpN in the future will demand to be included in the set-up of the concept or get paid to show up (Christensen, 2012, s. Q18). Christensen additionally notes, "*we would not have reached to that conclusion if we had not been there, we couldn't have predicted this -but it increase our self-awareness as a cluster*" (Christensen, 2012, s. Q18).

This improved self-awareness, acknowledged by some members, was also observed at an SpN network meeting in May 2012. Dan, a member of SpN, shared his observations and advocated to his fellow members that they needed to change their mind-set and rather charge for their presence instead of paying (Christensen, 2012, s. Q17). This insight, realised by some members of SpN, is shared at these meetings, which suggests that there in such meetings occurs knowledge spillovers. This is as the meeting facilitates knowledge transfer as well as initiates a debate relating to values of SpN.

These realisations and insights concerning the market in general as well as the value of SpN are gained through inter-firm learning opportunities as described in 3.2.

The attended network meeting equally facilitated idea generation of future cross collaboration by individual members. Some of these future cross activities are examined in the second part of the analysis, in the exploration of cluster activities and their level of innovation (cf. section 4.3). This section also examines the already undertaken projects, as they are matter of SpN's innovativeness as a cluster. This entails that they only briefly will be explored in this stage.

SpN is this summer launching a food festival, which in all its nature is various events hosted privately by interested members around the area of NZ. The concept is inspired from a similar Swedish concept called Matrundan (Matrundan, 2012), which again has comparisons to the mimetic isomorphism. The events during week 29 are bookable from SpN's own website and hopefully also through the website of VNS (Christensen, 2012, s. Q45). Whether it was possible to book through the website of VNS, was not yet resolved at the network meeting in May. The food festival is, as previously mentioned, relevant in the second part of the analysis and therefore described in detail there.

The project, which has been identified as the initial one, is a Christmas basket that includes commodities from various members pre-ordered and sold through the website of VNS (Christensen, 2012, s. Q15). The baskets can be recognised as the initial test project of SpN. The facilitators at the time were, according to Christensen, attentive to ensure sustainability of the concept as well as financial stability in the project. As Christensen notes "*They were both [the facilitators] very practical and hands-on [...] so they were maybe not attentive in words, but they were realistic and attentive to the projects' durability*" (Christensen, 2012, s. Q16).

The project was developed on an initiative by VNS, and SpN had as such not developed the concept themselves (Christensen, 2012, s. Q15). The involvement from VNS, in this initial project, might have influenced the perceived risk associated, as they promoted the concept. The relation to VNS has potentially established some assurance and confidence in the project, hence the perceived risk, which might have influenced trust development between members and to SpN as a cluster.

This brings the analysis to the next element of exploration, which is trust.

Trust

As currently identified, SpN aimed for realistic activities in their initial project. There can however be identified a potential gap between theory and the actual context in relation to trust development in SpN.

Members' expectation is emphasised in theory and SpN has without this knowledge, no awareness whether or not they succeeded. It is identified in theory that trusting attitudes towards each other and to the cluster are reinforced each time an outcome meets expectations (Huxham & Vangen, 2005).

SpN do not convey any form of expectation shaping activities as Christensen express when asked about precise this matter, "*The short answer is no we don't [...] we can definitely improve this*" (Christensen, 2012, s. Q43). Solheim has an alternative perception as he says; "*We try to talk about it [SpN festival] in positive terms, without blowing up peoples expectation [...] Its an experiment [...] I don't think that anybody believe that they can earn money on this*" (Solheim, 2012, s. Q66). The notion indicates that even though there might not be conveyed any big promises to the financial outcome of the festival, there is still uncertainty of what the members anticipate.

This conflict in perception of whether expectations are formed or not, may be due to the fact that one respondent is thinking in general terms whereas the other one relates his notions to the upcoming festival. It could however also indicate that these leading facilitators in SpN have differing point of views relating to whether or not they are attending expectation-forming activities, which again would indicate that this activity receive insufficient attention.

Kokfelt is of the perception that the expectation alignment is developed in a rather loose manner (Kokfelt, 2012, s. Q35) and that expectations depend on the level of involvement of members in the cluster, as she says; "*I think that the level of the expectations relates to the level of activity. The more active a member is, the more he can expect*" (Kokfelt, 2012, s. Q35).

This makes the expectations of the outcome an indefinable size, which complicates identification of whether expectations are met or not.

This possible gap in the expectation alignment might influence the trust between the members and to SpN in long term, as the facilitators are unaware of whether or not the members are satisfied with the outcome of a project or not. The missing insight might hamper the underpinnings for more ambitious collaboration.

An identical observation was made at the network meeting in May. There was, in relation to the upcoming festival, no discussion concerning what to expect of the

outcome, nor established any financial success criteria. There was, at the meeting, instead observed a dialogue about the fact that the festival is launched in July, where silly season could be expected. Hence, potentially more articles about the festival in local papers. The silly season refers to a period during summer with less activity, hence fewer stories in the media thus more columns for the festival. This view, together with no financial aspirations, indicates a low level of ambition, which potentially causes absence in motivation for current and future projects.

Nevertheless, a willingness within SpN to continue to collaborate, even though economic benefits cannot be measured or only appears slightly, is identified.

The final element addressed in this stage is the financial resources of SpN, as this influences the scale and scope of the presence and future of the cluster.

Cluster members pay a fee that supports the secretary, but there is additional funding granted from a rural development fund called, Alternative Sales Channels (Solheim, 2012, s. Q27). This fund supports with a total of DKK 900.000 in a two-year period. There is currently no funding after this, and Solheim notes, "*The cluster can probably continue, but it will be on another level*" (Solheim, 2012, s. Q30). This entails that funding is ensured for the upcoming period of time and additional funds seems hereafter important for the further existence of SpN, with a similar level of activities. Christensen is of another perception and says, "*We can create a unit where we through contingents and earnings can be sustainable, so that is our aim and it is certainly realistic*" (Christensen, 2012, s. Q23). These perceptions differ in terms of the needs for funding in order to sustain or not. It reveals two different viewpoints of its capability to survive without funding. It might indicate a fundamental variance in points of views of the board, relating to an essential element, when discussing the future economic stability of SpN.

It is difficult to determine whether or not it is realistic to be a self-sustained cluster without any funding. Hence, if SpN in their further development can survive based on finance by member-fees and income from activities. It is however noted by Albæk, project leader in the cluster project on Bornholm, that, "*The reality is that these [clusters financed privately] are extremely rare in a Danish context*" (Albæk, 2011, s. 16). Why this is the case is not elaborated in the report, but it is identified in another report, exploring clusters in South Denmark, that the majority of culinary clusters studied in that area are receiving additional financial support (Klyngeudvikling Syddanmark, 2009, s. 254). These two findings indicate a need for SpN, to receive additional financial support. A need of

continuously funding is therefore identified as potentially vital for SpN in order to ensure further survival or at least to maintain the level of developmental activities in the cluster.

4.2.2.1 Part Conclusion to Emerging Clusters

The initiative group was from the very beginning attentive to the identified values and influenced therefore the values of SpN from the start. This is identified by their emphasis on local culinary quality products at the founding meeting as well as in the battle of organic versus conventional, which more or less was decided upon before the founding meeting. This means that the overall lines were outlined from start and members joining subsequently were more likely to fit into the cluster, as they knew the overall concept from start. This suggests less confusion thus a better match of members from the beginning, all relating to quality food products.

The respondents identified benefits in the diverse range of members, as these provide new viewpoints as well as inspire SpN to take different directions and try new things. Members with supplementary products are still a priority of SpN, in order to ensure a diverse range of offerings.

The more breadth and depth of SpN, which is range of offerings and level of production facility, the more interesting SpN seems to be in the eyes of e.g. restaurants. This is as the producers in corporation are more reliable in their supplies with a diverse set of offerings. The breadth and depth of SpN, is however found to be weak and needs according Kokfelt to be strengthened if the cluster should be viable in the future. This calls for more members with greater volume.

Involvements in activities were initially rather sporadic and it still is to some extent. This is as they participate in activities they are invited to, thus have no influence on. All members are invited and those interested can join. These initial events entailed that the members got acquainted with the concept of selling their groceries as well as improved the awareness the existence of SpN. The continuously participation in new events and activities seems to have improved the self-awareness of SpN. This influences their perception of its value as well as of the events most suitable for the cluster appearance. Such insights are among other shared in meetings and thus beneficial for all members participating.

No trust problems, between the members or to the cluster, were identified. The level of ambition is however identified rather low since no significant financial outcome is

expected through their activities. A willingness within SpN to continue to collaborate has been identified, even though benefits of collaboration is not fully measured or only appears slightly.

Some level of expectation alignment could potentially improve trust among members in the long run and thereby underpin more ambitious and integrated projects.

It is recognised that SpN has a joint value-creation that exceeds the sum of values, which each member could not create individually. This reinforces the scope of the collaboration as well as potentially improves development of strong ties between the members in the cluster formation. Whether or not SpN is recognised in the following phase is attended next.

4.2.3 Established Clusters

This classification of clusters develops through innovative projects where after benefits become visible. There is moreover formalised cooperation, which suggest investment in each other businesses as well as cooperation with e.g. culture institutions.

Stage 4 – Emergence of ongoing group collaboration through multiple projects

The last two stages are within the classification of established clusters. The activities of SpN, thereby their level of development, are presently not identified in the last stages. Rehearsing the stages does however present some value as they indicate relevant steps for SpN to take in order for further development.

Elements in this part relates to the second chapter of the analysis exploring innovative activities of SpN. This entails that some features will be elaborated in section 4.3, in order to avoid repetitions. The subject of innovative activities is relevant in both chapters as this part view development and the other SpN's influence on tourism offerings in NZ.

SpN is not identified in the classification of an established cluster, as innovative projects only in a limited extent are identified in SpN. This is evaluated on the basis of their diagonal activities, referring to interaction with dissimilar but complementary tourism actors outside the cluster. Economic benefits from collaboration are equally not prevalent in their activities. Moreover, no investment in the different businesses, such as an established cluster resemble, has been identified.

However, several suggestions on what such innovative initiatives could include have been proposed. This is reflected in Kokfelt's notion concerning cooperation with culture institutions. Together with Kronborg, SpN identified some collaboration possibilities. Commodities could be sold at Kronborg in an old-fashion market, potentially aiming for cruise guests. Restructuring at Kronborg however obstructed the plans, but they will, according to Kokfelt, be carried out at a later point (Kokfelt, 2012, s. Q10 + Q61). This initiative, in combination with additional ones, could, when carried out, result in a development approaching an established cluster.

Additional innovative projects can fertilize the foundation for even greater levels of cooperation and mutual dependency, which collaboration with culture institutions potentially may enforce.

Stage 5 – Formalisation of ongoing collaboration

This final stage of the cluster formation process relates to a more formalised cluster that in time might undertake cross-investments etc. SpN is, as already implied, not an established cluster and this stage will due to limited scope of the thesis not be analysed in any greater depth. Focus will rather be attended to the role of the cluster facilitators of SpN, which follows next.

4.2.3.1 Part Conclusion to Established Clusters

It is in the studied case identified that each movement from one stage to the next can be considered a developmental challenge, which indicates a shift in the nature and scale of the business collaboration. SpN is not identified within the final stages as they, among others, are lacking innovative projects. Innovative projects will be subject of attention in the final part of the analysis, section 4.3.

4.2.4 Cluster Facilitator

The performance of the cluster facilitator is, by Ingstrup, identified as crucial for the pace and scope with which the cluster develops. The facilitator is equally important for the continually improvement of the competitiveness of SpN as well as for the realisation of its potential. Figure 12 presents the themes attended to in this part.

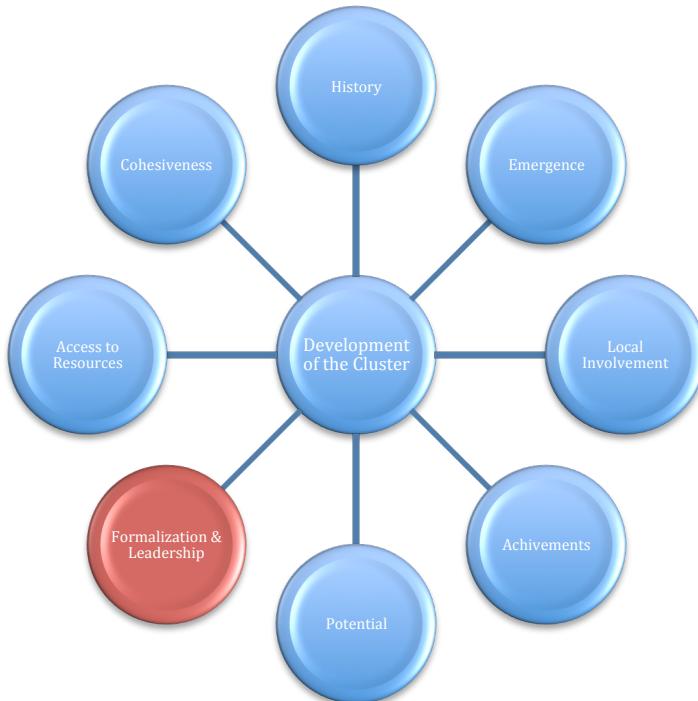


Figure 11 – Analysis Tool - Cluster Facilitator

Similarly to the division of this thesis, Ingstrup divides the cluster development into three classifications, which are potential-, latent- and working- clusters. These are in this thesis instead categorised as potential-, emerging-, and established- clusters, but otherwise defined with the same descriptions.

SpN was in the foregoing analysis identified in the second classification, the emerging cluster, in its development process. The theory of Ingstrup enables an examination of the role of the facilitator in the first two classifications and the analysis can potentially reveal if anything should have been carried out differently according to theory. It is however of special interest to dwell on the final stages in the theory, which SpN has not yet reached. Analysing this classification could provide indications of which initiatives the facilitators should attend to, in order to develop SpN and take them to the final phase. This is attended to in the final part of this analysis.

In spite of the relative short existence of SpN, several facilitators have been observed. It is not identified in the theory whether or not several facilitators can co-exist at the same time. There are at such identified several facilitators in the initial development of SpN, which is classified within potential clusters.

The first facilitators are identified within the initiative group, with some actors more significant than others, as they took initiative to the first meetings.

The first facilitator was Lone Johnsen from EM who was followed by Lisbeth Christensen, after Johnsen shifted position from EM to Carlsberg. Lisbeth then decided to leave the position where after Torben Christensen acquired the chairman position. Viventes is also identified as facilitators as they often convey the network meetings as well as subjects attended to in these, in their function as secretary. Viventes additionally applies for funds on behalf of SpN, in order to generate the financial stability (Christensen, 2012, s. Q23).

These numerous facilitators might have influenced the direction of SpN, as the role of such person is to set the direction. Christensen supports this perception and says, *"It is important that there is a person to point out the direction, and what not to do, especially in such a young network"* (Christensen, 2012, s. Q9).

These multiple replacements could potentially hamper the direction of SpN, but there cannot be identified any visible shifts, due to replacements of the facilitator, in the direction or focus of the cluster. Instead it may have strengthened the cluster development, as the new blood might have generated renewed energy and new ideas.

When exploring the actions of SpN, many of the same activities in the first phase, identical to those portrayed by Ingstrup, are identified. These are features such as; facilitating network meetings, establish the economic foundation, identifying new actors to the cluster, etc. This is consistent in the second phase where similar activities, to those described by Ingstrup, can be identified. Ingstrup notes that the cluster facilitator in the second phase, emerging clusters, emphasises small cooperation projects as well as establish workshops where new business ideas are on the agenda.

Christensen emphasises small cooperation projects, such as Christmas baskets, while focussing on development projects with VNS, such as dessert routes (Christensen, 2012, s. Q19). Additionally there is also a workshop on the agenda, as members are invited to a product development workshop in September, with the Christmas basket as case. Christensen notes in relation to product development, *"I would like to have more product development with a mix of our products and we don't have time for this in our meetings"*

[...] If we each can contribute with something that provide an even greater coherent storytelling in the Christmas basket" (Christensen, 2012, s. Q28). It seems that Christensen emphasises similar issues as suggested by Ingstrup, which implies further development of SpN. It was, in their network meeting, similarly observed that they focus on internal knowledge sharing. This is since some of the actors expressed their view about how SpN as a cluster should acknowledge their value when attending food markets. Christensen's aspiration of cross-collaboration was recognised in the network meeting in May as actors here discussed such agreements. This involved e.g. collaboration between Chokolademageriet and Hornbeer in developing a chocolate-beer.

The activities in the first two phases are presented to stress that many of the activities, undertaken by Christensen and Viventes as the current facilitators of SpN, seems to be by the book and according to theory. The interesting part is however to explore some missing activities or other related findings that could improve the development. The analysis continues therefore with a focus on these issues. The final part will, based on Ingstrup notions, focus on future actions for the facilitators to emphasise, in order to become an established cluster.

The turnover of SpN as well as any awareness of their economic potential has not yet been attended to as Christensen describes, "*We do not have any facts about how much we are making and what the potential is – we have not worked with this*" (Christensen, 2012, s. Q48). He furthermore says, "*We have not formulated anything about what each member can expect economically*" (Christensen, 2012, s. Q39). An awareness of revenues as well as the potential of the cluster might have an influence on the expectations formed within SpN. It could provide a guideline of what to expect and Christensen could use the information as a tool when conveying expectation-forming activities, which, as identified in stage 3, are missing. This missing activity is in line with another activity not emphasised in SpN.

The cluster has not developed any parameters by which they can measure success, as they have omitted the awareness of expectations. It seems that Christensen is partly aware of this as he says, "*We need to find some parameters to measure with – since what you measure upon is what you steer after*" (Christensen, 2012, s. Q48). This notion indicates that Christensen is aware of some missing parameters that can guide them in relation to whether or not they reach their goal. It indicates that they currently are unaware of where they are steering and what goals they are aiming for.

It seems, in this respect, imperative to convey some investigations of the current revenue of SpN as well as to provide indications of the future potential, so the expectation-forming activities can originate from realistic underpinnings.

An awareness of whether or not the expectations of the actors are fulfilled could moreover potentially underpin the foundation for trust between the actors as well as towards SpN as a cluster. This is as trust develops when expectations are met. And, according to Michael, trust acts moreover as relationship glue (Michael E. , 2007, s. 50). It is as such identified that awareness relating to expectations is evident, in order to know whether or not they have been fulfilled, and thereby either acts as stimulation to trust or not.

Ingstrup notes that the cluster facilitator in the last phase, established cluster, should be occupied with initiative that benefits business such as innovative projects.

Christensen and the secretary, in form of Viventes, could advantageously facilitate activities and engage members that stimulated innovation projects. They could e.g. establish links to culture institutions and/or public authorities to ensure a full-integration cooperation. A suitable link to emphasise here is the link between SpN and Kronborg. Linking up with already important players in the market, such as Kronborg, could potentially foster innovative activities as well as increase awareness via Kronborg's existing clientele.

It might additionally give the activity legitimacy as kingpins are included, thus give the project undertaken an ambitious character.

4.2.4.1 Part Conclusion

The facilitator analysis indicates that SpN is in the second phase, emerging cluster, which corresponds with findings in the previous part.

SpN has in the first phase in many aspects followed the same procedures as identified imperative by Ingstrup.

This gives incitement to argue that it might correspond in the last phase. Thus, if they follow theory and develop innovative projects with e.g. culture institutions, they will develop into an established cluster with visible benefits. The facilitator is in this phase, like the other phases, crucial for the development of SpN, as he is the primary person leading SpN in a specific direction.

The analysis indicates that the missing parameters for measuring success could hamper the direction as Christensen himself notes that what one measure upon is what one is guiding according to. An awareness of the turnover as well as its potential is found

relevant for Christensen to establish. This is, among others, in order to ensure a sound foundation when members establish their expectations. These expectations are likely to influence the trust amongst the actors as well as to SpN, depending if they are fulfilled or not.

4.3 Clusters in Tourism Development in Rural Areas

This part of the analysis relates to the second research question linking to the SpN influence on tourism development in NZ. Whether or not SpN influences the tourism development, in form of additional tourism offerings, is explored with two approaches with each of their respective angle.

Firstly, the theoretical perspective is applied, to ensure theoretical weight to the findings. The analysis will illuminate whether or not SpN have diagonal clustering, which indicates their innovativeness, thus potential influence on tourism. Secondly, notions and observations from tourism experts of whether or not SpN influence tourism in NZ will be applied. This is to supplement the conclusions from the theoretical viewpoint and thereby either support and validate the findings or the opposite.

The subjects attended to in this part of the analysis centre around the achievements of SpN as well as their potential, see figure 13. These two themes relate to what SpN already have accomplished as a cluster, thus its possible influence on tourism. Additionally, it relates to their potential, to identify their future role as a player within tourism in NZ.



Figure 12 - Analysis Tool - Clusters in Tourism Development

The activities of SpN are analysed and categorised according to the three forms of clustering identified by Poon and Michael. Christensen identified their three main

undertakings (Christensen, 2012, s. Q19), from which the exploration of clustering will originate. These are the Festival, the Christmas Baskets and the Experience Trails.

Defining the activities at the upcoming SpN festival is rather complex, as the festival is comprised by various activities depending on the actor. Each member hosting an event during the week, which is less than half of the member base (SpN, Festival Kalender, 2012), has separate events. This blurs the boundaries so various forms of clustering can as such take place depending on the activity undertaken.

The festival is however identified as horizontal clustering, as the primary producers are in the same step in the value chain, hence similar actors. There was, at the network meeting in May, observed conversations relating to cross-collaborations, such as production of a chocolate beer. Such cross-collaboration is temporarily not identified as diagonal clustering, as the activity happens inside SpN.

The Christmas basket produced each year by SpN can initially be identified as horizontal clustering. This is because the products sold is collaboration between primary producers, thus actors in the same step in the value chain. But since the Christmas basket is promoted and sold via the VNS website, it lies within diagonal integration. This is as VNS, as a tourism actor, is outside the cluster. The linkage to a dissimilar but complementary actor that adds value to the product, suggests diagonal clustering. It is however not identified as any deep-routed integration as it only involves one actor outside SpN.

Deep-routed diagonal integration is however identified in the development of various experience trails in the area of NZ (Visit_NordSjælland, 2012), which is offered during the summer 2012. One of the trails, called 'Develop Creative Desserts', starts with an overnight at Hotel Hillerød. The guests will, the following day, be served breakfast consisting of local food produced by SpN. The participants continue hereafter to Rokkedyssegaard to pick berries, which later at the day will be an ingredient when making desserts back at the hotel. This is only a brief presentation of the trail the entire program is presented in appendix K.

The concept of dessert trails is a fine example of diagonal clustering, as the dissimilar actors from different sectors each adds value to other's activities by integrating and bundling the complementary products into a total product for sale.

This way of integrating various sectors is, by Gyimothy, argued to be a rather new tendency as she notes, *"We had a vertical cluster within tourism and a vertical cluster within agro and the two did not integrate. They now start to think market, customers and experiences and are beginning to combine – it is here diagonal clustering takes place"* (Appendix – J). The dessert trail can as such be identified within this tendency of integration between tourism and agriculture.

Before continuing to the views of tourism experts, it could be interesting to explore how the respondents from SpN think of their influence on tourism in the area.

There are varying perceptions within SpN when asking them whether or not they influence tourism in the area. Solheim notes that they currently have minimum effect as he says, *"It is [SpN] currently too small to have any influence, but I think it will in long run, maybe even this year"* (Solheim, 2012, s. Q93). Kokfelt, who believe that SpN already has an influence, does not support this point of view. She reasons this point of view, with the exact opposite view than the one presented by Solheim as she says, *"We went from being a tiny interest organisation to someone who have something to offer"* (Kokfelt, 2012, s. Q53). Both of them do however emphasise that the values of the cluster is in the spirit of today's values. As they argue the interest of NOMA, local foods-, and the new Nordic kitchen, fits well with the interest held by SpN, in form of quality food (Kokfelt, 2012, s. Q53) (Solheim, 2012, s. Q93 + Q107).

Research additionally indicates that the demands for local and authentic products in the overall perspective are increasing (Kolar & Zabkar, 2010) (Sørensen, 2008) (Novelli, Schmitz, & Spencer, 2006). This is identified in research performed by Flemming Sørensen as he indicates, *"Tourists as well as potential newcomers to a geographic area are to a greater extend assumed to demand authentic and local products. – It is therefore relevant to assess in what level the innovations carried out leads to such types of experiences"* (Sørensen, 2008, s. 14).

This research supports the view of the relevance of local products in a tourism perspective as well as the premises of innovative solutions for developing culinary experiences.

Christensen joins the perception of Kokfelt and notes, *"Yes we feel we do [influence tourism in the area], we have given the gastronomy a deeper content. The gastronomy is one of the beacons and we here provide a richer storytelling in relation to the raw materials"* (Christensen, 2012, s. Q47). Storytelling can as such be one element when

presenting the local products, but whether or not it represents diagonal clustering, thus an innovative activity, is questionable.

The varying perceptions can be reasoned with different perceptions of when a cluster actually influences tourism, which was not defined before the interviews nor specified in theory.

The theory does not give a clear indication of when a cluster actually has impact on tourism in an area. This is also a somewhat indefinite size since tourism is a complex sector. As stated previously, clusters are in this paper defined to have influence in tourism development when the supply of experience packages and similar offerings increases based on the diagonal activities of SpN.

Kokfelt notes that SpN wish a more integrated involvement with VNS, rather than being part providers to the DMO, which she currently perceives themselves as (Kokfelt, 2012, s. Q61). She pinpoints likewise that SpN in future need to get better at incorporating culture institutions in their activities (Kokfelt, 2012, s. Q39), which suggest a mind-set directing at diagonal clustering. Finally, Kokfelt notes that the activities of SpN need to be more commercial, to ensure some economic stability, which is currently absent. She proceeds with visions of future activities where diagonal clustering is indicated, as she wants to target cruise tourism together with Kronborg and VNS and says, *"That could really be an interesting collaboration"* (Kokfelt, 2012, s. Q61).

Based on the findings, diagonal clustering is identified. This is however only to some extent, in the activities already carried out within SpN, as the dessert trail is a new offer yet to be sold. At present time, it therefore indicates that SpN has limited experience with diagonal clustering, and are in the beginning of a period involving such clustering. Since the innovativeness of SpN is equated with its involvement in diagonal clustering, it can be reasoned that SpN to this point has limited innovative activities. This entails, founding on the principles that innovative clusters influence tourism development, that SpN to this date has limited impact on the tourism offers presented in the region of NZ.

The future activities of SpN, united with their vision of more cross-integrated collaboration in future, suggest that SpN in the forthcoming period will engage in diagonal clustering. This implies that SpN has a potential to develop and enhance the tourism offers in the area, thus influence the tourism. The findings therefore indicate that SpN has more potential ahead than what has been achieved so far.

It is now interesting to examine if tourism experts in the region supports this finding. Birgitte Bergman, concept- and network developer at VNS, has at several occasions cooperated with SpN, latest in the development of experience trails. Bergman therefore has knowledge of the cluster and states, *"They affect the tourism since they create a larger supply of gastronomy experiences, but there is potential to much more"* (Bergman, 2012, s. Q8). She elaborates and says, *"SpN has a huge potential, but most of it lies in front of them" [...] "they have many projects in the conceptual phase such as experience trips and the food festival, where they understand that participants need to be involved and experience"* (Bergman, 2012, s. Q8). Similarly to the other respondents, Bergman notes that the trend of the new Nordic kitchen is a force *"There is a huge potential in relation to the increased focus of the Nordic kitchen, that is also what our Norwegian and Swedish guests request"* (Bergman, 2012, s. Q8).

These comments indicate that Bergman perceives SpN as a cluster with some influence on the tourism market in NZ. The trends in the market environment and their future potential can however lead to a much bigger influence in tourism development in the area.

Comments presented by Szilvia Gyimóthy are also relevant to include when analysing the findings, as she for many years has been involved in the academic approach, relating to development of tourism. Gyimóthy additionally has a thorough insight in the tourism development in NZ, as she is a board member in VNS.

The comments presented by Gyimóthy indicate a more sceptic attitude as she notes, *"Whether or not they have any influence on existing tourism offerings, that is a question, but I think they in the long run, will be a very significant player"* (Gyimóthy, 2012, s. Q1).

She elaborates and notes that this is since VNS wish to profile the area as a gastronomic destination. Bergman supports this as she notes that they are interested in engaging all the local producers in the area to unite with the tourism sector (Bergman, 2012, s. Q1). Bergman furthermore notes, *"We are very keen on matching different actors, we believe that this will represent the best network"* (Bergman, 2012, s. Q2). The direction set by VNS, which entails matching various actors, implies an approach suggesting diagonal clustering, which consequently might strengthen diagonal activities within SpN.

These diagonal activities are according to Gyimóthy important when strengthening the tourism development in the area as she says, *"Intersectional collaboration will be an important factor, because if diagonal clustering within tourism arises, then the level of products or offerings or experience packages will increase. This will position the tourism,*

hence strengthen the tourism and thereby the regional growth. Or that's at least what theory says" (Gyimóthy, 2012, s. Q5). Her final note in relation to the theory suggests that the approach of this study corresponds with the theoretical observations made by Gyimóthy. In relation to SpN she notes that they should be deeper integrated in the experience packages offered and says, "*The dessert weekend is a good start, but not nearly enough*" [...] "*There simply have to be created more diagonal clustering between the tourism sector and SpN*" (Gyimóthy, 2012, s. Q3). The view of Gyimóthy thereby emphasises the importance of diagonal clustering, as a mean for SpN to influence and develop tourism in the region.

The findings of this analysis and what the tourism experts in the area suggest are somewhat similar. This is as they both indicate that SpN, in the time of writing, only to some extend influence the level of tourism offerings in the area.

They do however correspondingly identify that the future potential of SpN is much greater. This is due to an increased focus on diagonal clustering in the cluster as well as in the local DMO. That SpN represents values in line with the intensified focus on the new Nordic kitchen as well as on local commodities is additionally a circumstance that entails a future with great potential.

4.3.1 Part Conclusion

This second part of the analysis indicates that there is limited diagonal clustering within SpN to this point. Their future activities, both in short and long term, do however indicate a shift. This entails that SpN presently has limited influence on the tourism offerings, thus on the tourism development in NZ so far, but equally that it has potential. This is in terms of the experience trail in short term but also the ambition of collaborating with e.g. Kronborg indicates a potential of diagonal activities in a longer perspective.

The findings suggest a shift from primary horizontal activities to diagonal clustering, which indicates that the future actions of SpN may influence the tourism offerings in the area, thus tourism development and thereby a potential stimulation of regional growth.

5 CONCLUSION

This study has attempted to bridge the academic and the practical world. This paper should therefore be viewed as an attempt of making inaccessible knowledge accessible to people in the practical world. Thereby, an academic contribution to SpN, that hopefully will be able to find valuable application of this knowledge.

The conclusion is divided into two parts each answering their respective research question. The first part attends how culinary clusters are created and maintained whereas the second part focuses on how they can contribute to rural tourism development, both with SpN as the empirical case.

Several complementary theories were applied in answering the first research question. These theories aided the exploration of SpN emergence into a cluster as well as its stages of cluster formation. The first part of the conclusion will partly describe this development of SpN as well as structure around issues raised in the analysis.

Analysing the emergence of SpN revealed that the importance of spatial proximity was the prevalent logic in the initial phase of the emergence of SpN. The geographical importance transferred subsequently to a path where both relational and spatial proximity were of importance. The preliminary meetings, determining the cluster concept, could be the reason for this shift in proximities. From the start, SpN defined which concept they wanted, hence what values the cluster should symbolise. This entails that the cluster arose from a vision built on shared values and thus both on relational and spatial proximities. This might have caused less confusion of the cluster concept thus a better match of members from the initial stage.

SpN is a result of a self-selection process as the members could see advantages in collaboration in order to overcome some development constraints that could not be addressed singlehandedly. These constraints however differ depending on the member addressed. E.g. EM engaged in SpN to complement their medieval festival with local groceries, whereas the primary producers faced shared obstacles presented by the market environment.

It was identified that external stimuli from the market environment encouraged the primary producers to search for an alternative sales channel. Since the high concentration of power in the retail and supply side caused a high requirement for the

level of output. This indicates that they shared a need for an alternative sales channel for their continuing development.

The identification of external stimuli is not only relevant for the area of NZ, but as well for other regions in DK, as it presents a general situation in the market conditions.

Additionally, it was identified that the breadth and depth as well as the stage of development influenced the performance of SpN. SpN is comprised of a variety of members, which was recognised as a force as they thus have a greater range of products. This diverse membership base was among other things a result of the decision of an open cluster, allowing access to all actors emphasising quality food, organic or not.

The current breadth and depth of the cluster was nevertheless identified as too narrow, limiting SpN to realise its optimal potential. A more varied set of members offering different but complementary products, as well as some with greater production facilities could potentially strengthen the cluster. Diversity of products and an improved support of delivery might improve its possibilities for facilitating activities. This could for example be in relation to joint distribution as well as access to special stores, since such activities are likely to need a variety of supplies as well as quantities. The breadth and depth of SpN therefore indicate a barrier for the further development of SpN, which as such could be improved by additional members having diverse offerings as well as with greater volume.

An ambition of additional members was recognised within the cluster as they aim to get twice as big within the next year or two. Such new members might produce an inflow of fresh ideas and knowledge which, in addition to the breadth and depth, potentially could improve their learning and innovative potential.

Initially, SpN participated in sporadic events allowing them to get acquainted with such activities. This participation resulted in a new self-awareness, consisting of two elements. Firstly, they acknowledged the relevance of being in a cluster, since they combined felt that they could achieve something. Secondly, this led to the revelation of their value as a cluster. This entailed that they should receive payment for attending rather than paying for it. This indicates a shift in the self-perception of SpN, which allowed it to have some standards and demands for participating as well as to which events suitable for its appearance.

This insight, realised by some members of SpN, was observed shared at a meeting. This indicated that there in such meetings occurred knowledge spillovers as all could benefit

from this learning experience, which potentially contributed to the development of SpN as a unit with a shared mind-set.

It was however recognised that expectation-forming activities received limited attention in the cluster. The analysis indicates that the facilitators of SpN seemed to be unaware of whether or not expectations of members were met.

It can be argued that SpN without this knowledge have limited awareness of whether or not they succeed, which could influence trust. This is since, trusting attitudes towards each other and to the cluster are reinforced each time an outcome meets expectations. This potential gap in the expectation alignment and missing insight might hamper the underpinnings for more ambitious collaboration, as trust and dependence seem to be essential for such actions.

It was additionally identified that the turnover of SpN as well as any awareness of its economic potential was not yet attended. An awareness of revenues as well as the potential of SpN could have an influence on the expectations formed. Such information could potentially provide a guideline of what can be expected, which could prove to be useful when conveying expectation-forming activities. It seems, in this respect, imperative to convey some investigations of the current revenue as well as to provide indications of the future potential of SpN, so the expectation-forming activities can originate from realistic underpinnings.

Establishment of such parameters could moreover potentially guide the facilitators, as it was argued that what there is measured upon, is what there is steered after. The facilitators were as such identified important for the continually improvement of the competitiveness of SpN, as well as for the realisation of its potential.

The financial aspect relating to the need for additional funding was also of attention as this subject revealed differing views in the board. A need of continuously funding was however identified as potentially vital for SpN to ensure its further survival or at least to maintain the level of developmental activities in the cluster.

The chapter of cluster formation illustrated three phases of formation; Potential-, Emerging- and, Established- clusters. SpN was identified as an emerging cluster as such clusters can be recognised when the need to collaborate has been identified and one or a small number of collaborative projects has been undertaken. In order for SpN to evolve

into the next and final phase in the cluster formation, the actors need to enhance the level of commitment such as initiate mutual investments. SpN should in addition initiate innovative activities such as cooperation with e.g. culture institutions. This could strengthen the cluster as a unit and fertilize the foundation for even greater levels of cooperation and mutual dependency.

This brings the conclusion to the next part, thus the second research question, relating to how SpN can contribute to rural tourism development in NZ.

The examined case cluster was identified as a micro-cluster. This is since the activities carried out by SpN related to the local community and with a close concentration of companies, encircled by a single community. Theory suggests that micro-clusters potentially offer ways to enhance the competitive advantage of the region, which was of interest in the perspective of the second question researched.

Whether or not SpN influenced the tourism development, in form of additional tourism offerings, was explored with two approaches with each of their respective angle. The perspective from theory was firstly applied to ensure theoretical weight to the findings. It was therefore attended in the analysis if SpN had diagonal clustering, which indicated their innovativeness, thus potential influence on tourism. Secondly, notions and observations from tourism experts in the area were applied. This was to supplement the conclusions from the theoretical findings and thereby either support and validate the findings or the opposite.

The activities of SpN were analysed and categorised according to the three forms of clustering identified by Poon and Michael. The analysis indicated that one of the activities was horizontal, whereas the other two could be identified as diagonal integration. One of them however only to a limited extent as it simply involved one tourism actor from outside SpN and thus not an activity of various dissimilar actors from different sectors.

The findings implied as such diagonal clustering in SpN in a theoretical perspective. Though only to some extent, in the activities already carried out, as one of the activities analysed, the dessert trail, was a new offer yet to be sold at the time of writing.

The analysis therefore indicated that SpN had limited experience with diagonal clustering, but nevertheless in the beginning of a period involving such.

Future activities of SpN, united with their vision of more cross-integrated collaboration in future, suggest that SpN in the forthcoming period will engage in diagonal clustering. This implies that SpN has a potential to develop and enhance the tourism offerings in the area, thus influence the tourism. The findings therefore indicated that SpN has more potential ahead than what has been realised so far.

Two tourism professionals supported these theory-based findings. They noted that SpN, at the time of writing, only to some extend influenced the level of tourism offerings in the area. They additionally noted that the future potential of SpN is much greater due to the increased focus on diagonal clustering in the cluster. This indicates that future actions of SpN potentially will influence the tourism offerings in the area, thus tourism development and thereby potentially stimulate regional growth.

6 BIBLIOGRAPHY

- Albæk, L. (2011). *Klyngeudvikling på Bornholm*. København: DAMVAD.
- Atherton, A. (2003). Examining clusters formation from the 'bottom-up': an analysis of four cases in the North of England. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 21, 21-35.
- Atherton, A., & Johnston, A. (2008). Clusters formation from the 'bottom-up': a process perspective. In C. Karlsson, *Handbook of Research on Cluster Theory* (pp. 93-113). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Backe, J. Ø. (2010). Culinary networks and rural tourism development - exploring 'the local' through everyday practices. *Sustainable Food in Tourism and Hospitality* (pp. 1-17). Kalmar: Lund University.
- Beenstock, M., & Felsenstein, D. (2009). *Marshallian Theory of Regional Agglomeration*. Jerusalem: Hebrew University of Jerusalem.
- Bergman, B. (2012, 05 25). Concept- and network developer at VNS. (G. Neerup, Interviewer)
- Bernini, C. (2009). Convention industry and destination clusters: Evidence from Italy. *Tourism Management*, 878-889.
- Brown, R. (2000). Cluster Dynamics in Theory and Practice with Application to Scotland. Glasgow: European Policies Research Centre.
- Bryman, A. (2008). *Social Research Methods* (Vol. 3). New York: Oxford University Press.
- Bryman, A., & Bell, E. (2007). *Business Research Methods 2nd edition*. New York: Oxford University Press.
- Christensen, T. B. (2012, 05 14). (G. Neerup, Interviewer)
- Cortright, J. (2006). *Making Sense of Clusters: Regional Competitiveness and Economic Development*. Brooking: The Brookings Institution Metropolitan Policy Program.
- Decrop, A. (1999). Triangulation in qualitative tourism research. *Tourism Management*, 157-161.
- Decrop, A. (2005). Trustworthiness in qualitative tourism research. In L. Goodson, & J. Phillimore, *Qualitative Research in Tourism, Ontologies, Epistemologies and Methodologies*. Oxon: Routledge.
- du Rand, G. E., & Heath, E. (2006). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current issues in Tourism*, 01-20.
- Erhvervsministeriet, Ø. o. (2010). *Danmark i balance i en global verden*. København K: Økonomi- og Erhvervsministeriet.

- Erhvervsstyrelsen. (2011, 05 11). *Erhvervsstyrelsen*. Retrieved 03 05, 2012 from Den Konkurrenceudsatte Pulje: <http://www.ebst.dk/denkonkurrenceudsattepulje>
- Gyimóthy, S. (2012, 06 08). PhD, Associate Professor in Tourism Research - Boardmember at VNS. (G. Neerup, Interviewer)
- Hall, C. M., & Williams, A. M. (2008). *Tourism and Innovation*. Oxon: Routledge.
- Hall, D., Kirkpatrick, I., & Mitchell, M. (2005). *Rural Tourism and Sustainable business*. Clevedon: Channel View Publications.
- Hall, M. C., Sharples, L., Mitchell, R., Macdonald, N., & Cambourne, B. (2003). *Food Tourism Around the World*. Burlington: Elsevier.
- Henderson, J. (2009). Food tourism reviewed. *British Food Journal*, 111 (4), 317-326.
- Hjalager, A.-M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 1-12.
- Holm, H. (2006). *Fart på lokale fødevarer*. Rønne: Center for Regional- og Turisme-forskning.
- Huglin, L. M. (2003). The relationship between personal epistemology and learning style in adult learners. *Dissertation Abstracts International*, 64 (03).
- Huxham, C., & Vangen, S. E. (2005). *Managing To Collaborate: The Theory And Practice Of Collaborative Advantage*. Oxon: Routledge.
- Ingstrup, M. B. (2010). The role of cluster facilitators. *Int. J. Globalisation and Small Business*, 4 (1), 25-40.
- Ingstrup, M. B., & Damgaard, T. (2011). Udfordringen at lede og facilitere en klynge. *Årsrapport CESFO Center for Entreprenørskab og Småvirksomhedsforskning*, 1-104.
- Jackson, J., & Murphy, P. (2006). Clusters in Regional Tourism- An Australian Case. *Annals of Tourism Research*, 33 (4), 1018-1035.
- Karlsson, C. (2008). *Handbook of Research on Cluster Theory*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Klyngeudvikling Syddanmark. (2009). Spirende klynger i Region Syddanmark. Status og politiske anbefalinger vedrørende klyngeudvikling. ?: Klyngeudvikling Syddanmark.
- Kokfelt, L. (2012, 05 24). Boardmember and former employee at EM. (G. Neerup, Interviewer)
- Kolar, T., & Zabkar, V. (2010). A consumer-based model of authenticity: An oxymoron or the foundation of cultural heritage marketing? *Tourism Management*, 652-664.
- Kvale, S. (1996). *Interviews: An introduction to qualitative research*. California : Thousand Oaks.

- Matrundan, Ö. (2012, 01 25). *Matrundan*. Retrieved 06 08, 2012 from Matrundan_Kalender: <http://www.culinaria.se/>
- Michael, E. J. (2008). Tourism Clusters. In C. Karlsson, *Handbook of Research on Cluster Theory* (pp. 292-304). Cheltenham.
- Michael, E. (2007). Micro-Clusters and Networks: The Growth of Tourism. Oxford: Elsevier.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. London: Sage Publications.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). *Strategy Safari - Your complete guide through the wilds of strategic management* (2nd ed.). Harlow: Prentice Hall.
- Mudge, S. L. (2008). The State of the Art; What is neo-liberalism? *Socio-Economic Review*, 703-731.
- Murdoch, J., Marsden, T., & Banks, J. (2000). Quality, Nature, and Embeddedness: Some Theoretical Considerations in the Context of the Food Sector. *Economic Geography*, 76 (2), 107-125.
- Mytelka, L., & Farinelli, F. (2000). *Local Clusters, Innovation Systems and Sustained Competitiveness*. Maastricht: Institute for New Technologies.
- Nielsen, K. A. (2004). Aktionsforskning. In L. Fuglsang, & P. B. Olesen, *Videnskabsteori i Samfundsvidenskaberne* (Vol. 2). Roskilde: Roskilde Universitetsforlag.
- Nielsen, N. C., Nissen, K. A., & Just, F. (2011). *Landboturisme og innovation Bondegårdsferie som en del af en rural oplevelsesøkonomi?* Esbjerg: © Syddansk Universitet.
- Nordin, S. (2003). Tourism Clustering and Innovation - Paths to Economic Growth and Development. Östersund: European Tourism Research Institute.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 1141-1152.
- Olsen, P. B., & Pedersen, K. (2001). *Problem-Oriented Project Work*. Roskilde: Roskilde Univeristetsforlag.
- Poon, A. (1993). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wallingford: C.A.B International.
- Press, K. (2006). A Life Cylce for Clusters? The Dynamics of Agglomeration, Change and Adaptation. Zürich: Physica-Verlag.
- ProDenmark. (2012, 01 01). *Dansk dagligvarehandel*. Retrieved 06 04, 2012 from ProDenmark: <http://www.prodenmark.com/dk/dansk-detailhandel/dansk-dagligvarehandel/>

- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007). *Research Methods for Business Students* (Vol. 4). Harlow: Prentice Hall.
- Sørensen, F. (2008). *Innovationsfremme i mindre oplevelsesvirksomheder*. Ceus - School of Business. Nykøbing F: IDEA Sjælland, Ceus School of Business.
- Scott, N., Baggio, R., & Cooper, C. (2011). Network Analysis Methods for Modeling Tourism Inter-Organizational Systems. *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, 5, 177-221.
- Silverman, D. (2006). *Interpreting Qualitative Data*, 3rd edition. . Sage Publications.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (3), 321-336.
- Smag_på_Nordsjælland. (2012, 01 15). *Smag på Nordsjælland*. Retrieved 03 16, 2012 from Smag på Nordsjælland: <http://www.smagpaanordsjaelland.dk/>
- Smith, M., & Brown, R. (2009). Exploratory Techniques for Examining Cluster Dynamics: A Systems Thinking Approach. *Local Economy*, 24 (4), 283-298.
- Solheim, L. (2012, 05 11). Board member at SpN and Consultant in Viventes. (G. Neerup, Interviewer)
- SpN. (2012, 05 01). *Festival Kalender*. Retrieved 06 13, 2012 from Smag på Nordsjælland: <http://www.smagpaanordsjaelland.dk/kalender/>
- SpN. (2012, 01 01). *Smag på Nordsjælland*. Retrieved 05 30, 2012 from Smag på Nordsjælland: <http://www.smagpaanordsjaelland.dk/>
- Steen, J., Macaulay, S., & Kastelle, T. (2011). Small worlds: the best network structure for innovation? *Prometheus*, 39-50.
- Thomas, D. (2007). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. *American Journal of Evaluation*, 237-246.
- Tinsley, R., & Lynch, P. (2001). Small tourism business networks and destination development. *Hospitality Management*, 20, 367-378.
- Visit_NordSjælland. (2012, 04 01). *Dessertweeknd i Kongernes Nordsjælland*. Retrieved 05 13, 2012 from Visit NordSjælland: <http://www.visitnordsjaelland.com/danmark/dadk/menu/turist/oplevelser/inspirationsrute-dessertweekend/dessertweekend.htm>
- Visit_Nordsjælland. (2012, 01 01). *Organisationsdiagram*. Retrieved 05 07, 2012 from Visit Nordsjælland: <http://www.visitnordsjaelland.com/danmark/dadk/menu/destinationsudvikling/hvem-er-vi/organisationsdiagram/organisationsdiagram.htm>

Appendix A

CLUSTER CONTEXT

This chapter briefly presents the case cluster examined in the analysis.

The case cluster Smag på Nordsjælland is an association formally founded in October 2008. Their ambition is, according their own statement, *"to promote culinary experiences based on good ingredients [...] and craft traditions that characterizes the region's diverse cultural and natural landscape"* (SpN, Smag på Nordsjælland, 2012).

This cluster is considered a micro-cluster as the activities performed by SpN relates to, and potentially influence, the local community. This is furthermore supported by the member's geographical proximity, as micro-clusters relate to a close concentration of companies in a regional area.

They are considered a cluster formatted from the bottom-up since the aspiration to form the clusters started within SpN, which is elaborated in 5.1 –Cluster Emergence.

SpN has approximately 42 members with the number continually increasing. SpN has members from various sectors that can be divided into 8 groups. These are; Fruit and Berries - Coffee and Confect - Meat and Charcuteri - Farming and Farm Shops - Diary Producer - Restaurant and Cafes – Wine, Beer and Snaps - Experience, Knowledge and Networks (SpN, Smag på Nordsjælland, 2012). All members pay contingent, which is a fee between DKK 1000,00 and DKK 2500,00, depending on member size (Solheim, 2012, s. Q9).

The board consist of 7 members with Torben Bo Christensen as the chairman. The cluster also has a secretariat attached inform of the consultant company Viventes



SpN is defined as an interesting cluster to investigate, as is it not in the making while not old. This makes it particularly interesting to explore in relation to development, dynamism and relationships between the members. Knowledge and insight concerning these processes are fresh in mind or maybe even in the making.

An already established connection to the area as well as knowledge of the cluster, through previous projects at the master programme, equally influenced the choice of studying SpN.

Appendix B

ANALYSIS TOOL

The model presented below is developed as an interview guide as well as utilised as an analysis tool.

Having performed a literature review before constructing the interview guide enabled a thorough knowledge of the theories studied, thus a model encompassing the theories used in the chapter of theory. The model assisted, as an interview guide, when the questions to the respondents were created, see appendix C. The model therefore assisted when defining relevant subjects to include in the interviews.



Analysis Tool - Elements of Cluster Development

The model is, as an analysis tool, moreover designed to provide an overview of the subjects attended to in each chapter of analysis.

Its objective as an analysis tool is therefore to clarify the intertwined subjects of matter in the analysis. This is as overlaps when exploring the development of SpN as a cluster often occur. The analysis tool is therefore inserted in the top of each new chapter in the analysis, where the marked circles displays the subjects attended.

The model is as such used to outline the relevant subjects to study, after performing the literature review, as well as used as a tool to analyse.

The model is developed with inspiration from an interview guide made by Klyngeudvikling Syddanmark (Klyngeudvikling Syddanmark, 2009, s. 332). It is altered in the design and thus adjusted to the models and theories applied in this paper.

A thorough description of which elements that is alike the interview guide, from which inspiration is sought, as well as what elements deleted will follow next.

The model is as mentioned both used as a tool for analysis as well as an interview guide for cluster members. Each field of topic, also called term, has its own section of relevant questions to ensure high level of precision to the subject studied. (See appendix - C)

Some of the terms are called the same in both interview guides but there is often a dissimilar set of questions related to the subject, when comparing the two, thus a different interpretation of the term.

- The term *History* is used in both guides and the questions are to some extend alike. The questions are expanded to relate to this paper, this is to include the role of the initial central actors in SpN. Other questions are deleted, such as if other clusters' spin-offs has affected the cluster's emergence.
- The term *Emergence* is a new term developed to this paper as it is emphasised when exploring SpN's initial development.
- *Local Involvement* is a subject that is apparent in both guides and has more or less identical questions as both guides relates to how the cluster is anchored in the local area.
- The term *Achievements* only share the name with the original interview guide as the questions within this term refers to initiatives launched within SpN. Thus, to which extent they feel they have an influence on the tourism in the area. The other interview guide relates instead achievements to patents of the cluster as well as how many articles there is published about it.
- The clusters' *Potential* is also different when relating it to the interview guide used in Klyngeudvikling Syddanmark. This paper relates this term to development barriers as well as success criteria for development. Whereas the

other guide relates the clusters potential in economic terms and whether or not the cluster would be better located in another part of the country.

- *Formalisation and Leadership* relates in this assignment to a great extent to the leadership in form of the role of the cluster facilitator, which is not attended to in the other. It is furthermore emphasised in this paper how often the cluster meets as well as what the agenda is at such meetings. This is similarly not within the scope of the original interview guide. This term is therefore elaborated and altered in such an extent that the only similarity between the two guides within this term is the name.
- The term *Access to Resources* is also used in both guides and have similar features as both guides relates this term to how cluster activities are financed as well as the future prospects for further funding.
- The last similar term relates to *Cohesiveness* and there is, in this paper, focused on relations between members within SpN as well as if there is perceived any risks when included in the cluster. Whether or not expectations are fulfilled are moreover emphasised in this paper, which is a different aspect when comparing it to the original. The original guide focuses instead on e.g. the type of workforce employed in the cluster as well as the quantity and quality of the workforce recruited, which is less relevant within the scope of this paper.
- One category is deleted in this papers interview guide, which is Extern Relations. This relates among others to cooperation with clusters in other regions of Denmark and internationally. The other report explores how weak or strong these links are. This term is not taken into account since it is not within the scope of this paper.

The exploration of these terms provides some indications of how the interview guide and analysis tool was developed.

Appendix C

Interviewguide



- Skal til at starte med have en kort beskrivelse af respondent samt relation til klyngen.
- **Emergence / Opstart**
 - o Beskrivelse af opstartsfasen
 - Hvad var forventningerne da samarbejdet indledes?
 - Hvornår startede klyngen?
 - Er klynges opstart kædet sammen med bestemte begivenheder eller bevæggrunde?
 - Var det svært at blive enige om omfang og natur af samarbejdet?
 - Var /er der udfordringer forbundet med at blive enige om
 - bibragte ressourcer – tid, økonomi, viden etc.
 - og aktører der må deltag i klyngen?
 - Anderkendte alle aktører nødvendigheden el. fordelene ved samarbejdet fra start?
 - Er der et specifikt projekt som var det første fælles initiativ?
 - Var i opmærksomme på at det var realistisk for at bevare positivt momentum?
 - Hvilken af disse tre grunde vil du mene var hovedårsagen der bragte aktørerne sammen som en klynge?

- Den geografiske tæthed
- Den geografiske tæthed samt Et allerede tæt samarbejde
- Eller var det et allerede tæt samarbejder der gjorde at i valgte at danne en klynges.

- **History / Historie**

- Beskrivelse af klyngens historie
 - Hvilke milepæle har der været I klyngens hidtidige historie?
 - Hvilke faktorer har medvirket til klyngens udvikling?
 - Er der søgt inspiration hos lignende klynger?
 - Kan klynges udvikling kædes sammen med bestemte begivenheder?
 - Kan klynges udvikling kædes sammen med bestemte personer?
 - Initiativtager eller centrale aktører
 - Er der forhold der har eller kunne ha lettet udviklingen af klyngen?

- **Formalization & Leadership / Formalisering af netværk og lederskab**

- Beskrivelse af klynges opbygning og formalisering
 - Hvor mange aktører/medlemmer er der i klyngen?
 - Er der regler for optagelse?
 - Hvordan er medlemmer fordelt på;
 - offentlige institutioner
 - fødevareleverandører (gårdbutikker)
 - virksomheder i servicebranchen (eg. Cafe)?
 - Hvad er jeres agenda ofte når i mødes?
 - Leverandør samarbejde
 - Udvikling af projekter
 - Vidensdeling etc.
- Beskrivelse af ledelsen i klyngen
 - Hvem koordinere aktiviteterne i klyngen?
 - Er der noget særligt der karakteriserer de ledende aktører i klyngen?
 - Hvordan har klyngens formand påvirkning på tiltroen og tilliden aktørerne imellem og til klyngen?
 - Er der nogle formelle og uformelle regelsæt for god opførsel i klyngen?
 - Hvordan håndteres uacceptabel adfærd i klyngen?
 - Hvilken eller hvilke aktører spredes primært information blandt klyngens aktører?

- **Cohesiveness / Sammenhængskraft**

- Beskrivelse af klyngens sammenhængskraft
 - Hvad arbejder klyngens aktører sammen om? (evt. målsætning)
 - Er der særlige personer eller begivenheder der holder klyngen sammen?

- Er der særlige relationer i klyngen der er styrende for dens udvikling?
 - Hvem er primus motor i klyngen?
 - Er der udpræget gennemsigtighed i klyngen?
 - Føles der en forbundet risiko ved medlemskab i klyngen?
 - Hvordan formes forventningerne til resultater i klyngen?
 - ved du om disse bliver indfriet?
 - er disse ens mellem aktørerne?
 - Er der et stærkt engagement i klyngen?
 - Vil du tro at bottom-up udviklingen har påvirket aktørenes fællesskab og pionerånd?
 - Beskrivelse af relationer
 - Hvad kendetegner klyngens relationer
 - Karakter af relationen (hvad bruger i hinanden til)
 - Varighed af møder
 - Hyppigheden af møder
 - Fordeler og ulemper for aktørerne i klyngen?
 - Er der nogen som ikke er med i klyngen men som ønsker det?
 - Er der nogen som har meldt sig ud igen?
 - Beskrivelse af politiske initiativer der påvirker udvikling.
 - Hvilken rolle spiller kommunale, regionale og nationale initiativer for klyngen?
- **Access to Resources / Adgang til ressourcer**
- Beskrivelse af klyngens adgang til ressourcer
 - Hvorledes finansieres klyngens aktiviteter?
 - Offentligt, privat støtte
 - Hvilke projekter og aktiviteter er dækket af den nuværende støtte?
 - Hvor store beløb støttes der med?
 - I hvor mange år fremad har klyngen økonomisk støtte?
 - Hvilke andre muligheder er der for at søge støtte til klyngen?
 - Hvad er den fremtidige forventning til klyngens behov for finansiell støtte?
- **Local Involvement / Lokalt engagement**
- Beskrivelse af klyngens lokale engagement
 - Hvor tæt er klyngen forankret i lokalområdet?
 - Hvilken rolle spiller klyngen for lokal området?
 - Hvilken rolle spiller lokalområdet for klyngen?
- **Achivements /Præstationer**
- Beskrivelse af klyngens præstationer (ift. fødevare og oplevelser)
 - Hvilke initiativer har i søsat og hvilke er i idefasen ift. fødevarer og oplevelser?

- Har klyngen efter din mening påvirkning på turismeudvikling i regionen?

- **Potential /Potentiale**

- o Beskrivelse af klyngens potentiale
 - Hvilke succeskriterier har klyngen?
 - Forbedre hver enkel aktørs økonomi eller andet
 - Hvilke faktorer er de vigtigste for klyngens vækst?
 - Hvilke barrierer er der for klyngens vækst?
 - Hvilke fremtidige trusler er der vedrørende klyngens vækst
 - Opfattes lignende klynger i Danmark mest som en trussel eller sparringspartner?
-

- **Situational context**

- o History
- o Formalization & Leadership

- **Cluster Emergence**

- o Emergence

- **Cluster formation process (life cycle and stages model is here integrated)**

- o History
- o Emergence
- o Cohesiveness
- o Local Involvement
- o Access to resources
- o Formalisation & leadership

- **Cluster facilitator**

- o Formalisation & Leadership
- o Cohesiveness

- **Trust**

- o Cohesiveness
- o Emergence

- **Forms of clustering**

- o Potential
- o Achievements

Appendix D – Interview Torben Christensen

No.	Interviewer	Respondent
1	Vil du gi en kort præsentation af dig selv?	Torben Bo Toft Christensen, gift med Lisbeth og vi har Rokkedyssegaard som er medlem af SpN og var med til at stifte det. Lisbeth var formand I halvandet år og så overtog jeg formandsposten. Rokkedyssegaard er en bærgaard som vi har drevet siden 1989. Vi fik jordbærplanterne I bryllupsgave, vi blev selvfølgelig spurgt på forhånd om vi ville have de tog tanken var ikke fremmed for lisbeth var autonom og ud af en frugtavlens familie. Så det med frugtræer var ikke fremmed for os og en del af kulturen i familien. Så det var baggrunden for at gå i gang med jordbær. Lige fra straten var der tankesæt omkring at lave en gårdbutik. Det startede med en vejbod og så har det vokset over de sidste 20 år.
2	Hvad har du lavet inden?	Jamen de første 20 år der har Lisbeth drevet det her og jeg har haft job på Axelborg, i Landbrugsrådet og det forlod jeg sidste sommer. Og det gjorde jeg samtidig med at vi byggede marmeladeriet.
3	Hvad arbejde du med?	Ja i landbrugsrådet byggede jeg en afdeling op der hed projektservice som var en afdeling hvor vi arbejde for fødevarevirksomheder, gartnere, landmænd som ville ha lavet produktudvikling i deres projekter. Og det lavede vi i afdeling. Jeg startede med at lave politik og rejste til EU og være EU lobbyist for bl.a. mejeri sektoren til at starte med. Det var kæmpe sjovt men på et tidspunkt har man også siddet nok til møde i Bruxelles og lyttet nok på sprog og synes at der skulle mere hands-on. Og jeg er gammel projektmand så derfor synes jeg at det der med at lave projekter handlede selvfølgelig om at få en funding så man kan gøre nogle ting man ellers ikke ville ha gjort med det handlede også om at skabe proces i udviklingsforløbet. Det lykkedes så at få bygget en afdeling op og der var otte mænd der jeg overgav den og den lever i bedste velgående. Så meget kort handlede det jo i virkeligheden om at tage sin egen medicin – altså i så mange år havde jeg arbejdet med at give andre råd og tænke hvordan det skulle gøres men

		det var altid andre der skulle gøre det jo. Vi havde både samarbejde med Arla, Danish Crown og DLG. Især DLG havde jeg tæt samarbejde med.
4	Nu vil jeg gerne fokusere lidt på opstarten og derfor høre hvad forventningerne var da i indledte samarbejdet?	Det handlede for os om at blive en del af et madfællesskab i det nordsjællandske. Det handlede om at vi kunne se hvordan især Bornholm at de havde glæde af at arbejde tættere sammen. Vi tænkte at det savner vi i det nordsjællandske. Hvis vi skal ind og prøve at løfte noget og spille en rolle med mad og det var med vilje vi sagde mad og ikke bare råvarer – så er vi nødt til at være flere og så synes vi det kunne være spændende at få et samarbejde med nogle som ikke var magen til os. Fra starten tænkte vi mest på netværk, samarbejde og kollegaer, ikke så meget på turisme, det kom senere hen.
5	Hvornår startede i?	Ja vi startede i okt. 08
6	Var alle formaliteter samt vedtægter skrevet der eller var det der i besluttede jer for at indlede samarbejde?	Fra omkring nytårstid 07/08 var der en initiativ gruppe som havde sit drive i Esrum Møllegaard Kloster, Lone Joensen hed hun direktøren på det tidspunkt. Hun var dynamoen i det. Lone var god fordi at kulturinstitutionen Esrum Kloster ligesom tog det der på sig med den lokale mad. Og det der skete rundt omkring i landet det skulle vi da også prøve. Med i den gruppe var også Kurt Hansen som var direktør på Øllinggaard, og Flemming Bisp altså selve kødsnedkeren, og så et par stykker til fra Esrum Møllegaard bl.a. Lotte Kokfelt. De mødtes nogle gange og på det tidspunkt havde Øllinggaard en meget klar vision formuleret af Kurt at de ville være det lokale mejeri. Og det var en vej Kurt så at de kunne gå for ellers havde det handlet meget om økologi. Og Esrum Kloster var interesserede i lokale produkter. Det kom sig af at de arrangerede markeder. Vi har bl.a. været deroppe, det var allermøste gang vi tog ud med vores produkter. Sådan et sommermarked hvor Sofie (hans datter) og jeg stod og havde en forrygende oplevelse. De stod vi 10 lokale producenter med spegepølse, bær, kaffe osv. Det var sådan et eldorado som de blev begejstret for deroppe og tænkte det her det skal vi kunne

		<p>mere af.</p> <p>Jeg tror det var med til at tænke det her må vi undersøge nærmere. Initiativgruppen den mødtes og den skrev vedtægterne. Herdis Dam fra Nordisk Landbrugsforening var for resten også med. Det er vigtigt. De så det var vigtigt at inddrage landbrugsforeningen for den organisere jo 1500 potentielle madproducenter. Det interessante er at de ikke opfatter sig selv som det. Lisbeth min kone er med i bestyrelsen af denne landbrugsforening og det er hende der taler om at vi er noget mere end landmænd, vi er mad producenter. Og det tankesæt skal jo modnes.</p> <p>Dem der er med er typisk størrelsen af gårde der har gårdbutikker og ikke de helt store. Min pointe er at landmændene opfatter sig ikke som en del af SpN fordi de tænker vi laver jo ikke mad. Nordsjællands landbrugsforening er vigtig synes jeg, de er jo medlem af SpN og på den måde bakker de op.</p>
7	Er der ikke potentielle gårdbutikker der kunne være med i SpN?	Jo, det tror jeg. Jeg har sagt at indenfor et til to år så skal vi være 100 medlemmer.
8	Kan man sige at klyngens opstart er kædet sammen med bestemte begivenheder?	Ja to. Først blev der inviteret til et møde på EM som var et sonderende møde, jeg mener det var i foråret 2008. Er der interesse ofr at lave et lokalt SpN. Der havde man inviteret et par stykker til at fortælle lidt. Bl.a. Bornholm. Det er jo dog ikke helt sikker på. Der fik man også omtale fra lokale aviser og det var også en invitation til at interesserede ligesom kunne melde sig. Og det skete så og der meldte vi os også. Og på baggrund af de tilbagemeldinger konkluderede man så at ja det kunne godt lade sig gøre. Det er en markant begivenhed og vi deltog så efterfølgende, jeg mener at det var 1 okt. på EM og alle var spændte.
9	Har der været andre	Man kan sige i løbet af den korte levetid så var Lone Joensen første formand, så fik hun job hos Carlsberg. Så blev Lisbeth

	bevæggrunde eller udfordringer der har gjort at man har tænkt at nu skulle ske noget nyt?	formand. Så trådte Lisbeth ud og så lå det egentlig i kortene at Lotte Kokfeldt skulle være formand, det synes jeg da jeg var helt ny og EM fra starten havde spillet en central rolle. Det blev det så til at EM ikke ville, Lotte ville gerne med EM ville ikke. De havde så fået ny dir. På det tidspunkt. Så sagde jeg så ja ikke, det var måske lige lovligt hurtigt men så skidt. Det nævner jeg fordi at det har selvfølgelig gjort at når det er så ungt et netværk eller forening så er det vigtigt at der er en der markere at det er den vej vi går og det er et ting vi ikke gør. Og da Lone fik nyt job tænkte vi, hvad gør vi nu, da hun havde været sådan en initiativ tager og hvad nu.
10	Hvordan er EM og Øllingegaards rolle nu?	De er medlemmer, vi havde netværksmøde på Øllingegaard i efteråret, meget udemærket og det var med vilje vi lagde det der for det var sådan en god måde, hvis ikke de har været så aktive, at få dem drejet mere ind i det. Så de spiller med, for det der med at være det lokale mejeri der er der et potentiale de klart kunne bruge mere end de gør. EM er jeg lidt spændt på for Lotte Kokfeldt der sidder med i bestyrelsen og hun er på vej væk fra EM og skal lave noget nyt. Men det jeg hører er at de fortsat tænker mad og de tænker klosterbutik. Jeg synes de er interessante fordi de er på top 5 over attraktioner i det nordsjællandske så det at de også tænker mad og marked og oplevelser det håber jeg de bliver ved med.
11	Ved du om det var svært at blive enige om omfang og natur af samarbejdet?	Den oplevelse jeg har første gang jeg møder dem det er på det stiftende møde og jeg havde engageret mig noget i formålsparagraffen i vedtægterne fordi jeg ville ha gjort det bredere. Jeg ville ha at vi skulle tænke klynge og tænke stort og det var der en god og frugtbar diskussion. Det var sådan en balance mellem stifte en forening og vedtaget vedtægter men alligevel godt kunne tage imod forslag. Jeg synes det blev tacklet helt fint. Det var et markant møde for at få det skudt godt i gang hvor Kurt med sin runde faderlige facon, hvis der var markante meninger så kunne han ligesom runde dem af og skabe god stemning.
12	Hvordan var	Nej tror jeg er det rigtige svar fordi det stod ikke helt klart fra

	det med at blive enige om hvad man bidrager med ift. tid ressourcer økonomi osv.	starten. Og det var klogt nok. Man kan sige ressourcerne der blev lagt i det ar kontingent som så blev gradueret efter hvor mange ansatte man har og det er stadig tilfældet. Og den blev der jo bokset noget frem og tilbage med, men det blev ligesom vedtaget og det var de ressourcer der gjorde at man kunne samle en 25.000 sammen og så havde man da lidt at arbejde med. Så det var ikke de store ressourcer at man vedtog at man skulle sætte ind. Og rent praktisk så blev kasseren Marianne, Marianne fra Grantoftegård var for resten også med i initiativgruppen, og hun sagde at vi kan bare køre økonomien på en konto hos os. Det var så en måde at bidrage fra dem for at få det til at komme op at stå og sådan var ånden. Og sådan er ånden sådan set stadig. Så nej der var ikke sådan en klarhed over hvad er det vi skal bære til af ressourcer, der var heller ikke en forpligtigelse til at man skulle. Det skulle være drevet af at man kunne se hvor man kunne samle kræfterne.
13	Er der nogen regler for optagelse af nye medlemmer?	Hvis vi tager økologi diskussionen så har den selvfølgelig også været der og der kan jeg huke at vi havde et meget godt netværksmøde som Henrik Sønksen ledte hvor at ideen var at udvikle ideer sammen til hvad vi kunen gøre altså hvilke indstasområder kunne man forestille sig at gøre i fællesskab. På det møde der var der en meget markant diskussion som Jan Elgren fra Søris tog del i. Og Jan er en mangeårig markant økolog og da den kom op så markerede han meget hurtigt at for ham så handlede SpN ikke om konventionel kontra økologi. Som han så det så var det rigtig vigtigt at det handlede om smagen og at det var lokalproduceret og det var han holdning. Og det kom til at, fordi har er så markant en økolog som han er, så blev det det. Det var helt rigtigt set jeg er 100% enig med ham. Altså vi har en økologisk landsforening der spiller op mod landbrugsforeningerne der siger det her er bare det rene økologi og det er den vej det skal køre hvor at hele den der styrke der ligger i det lokale samarbejde det er noget andet. Altså hvor det er en styrke at der er mange forskellige. Man kan sige at Stengården er et meget godt eksempel, hele deres

		unikke selligpoint det er at de har en økologisk gårdbutik, ja faktisk et økologisk supermarked lidt uden for Farum. Så når de skal trække kunder derud så er det fordi de er unikke og det er økologien. Der har processen egentlig været at de synes at man skulle køre mere økologi indover men har nu forstået at den historie skal vi fortælle på anden vis. Det er jo ikke SpN der kan det.
14	Hvordan vil du mene at fordelingen er ift. konventionelle og økologiske fødevareproducenter i SpN?	Jeg vil tro at 20 % er økologiske. Mejeriet er næsten det svære set fra vores (Rokkedyssegaard) synspunkt for det kunne være så sjovt at lave noget med bær g mejeriprodukter og Øllingegaard vil også gerne vi er bare ikke økologiske, så det kan desværre ikke lade sig gøre. Det kunne ellers være rigtig sjovt. Og det er jo hovedrystende for man kan sige så fortsætter er med at importere et eller andet økologisk koncentrat fra et eller andet sted. Men sådan er reglerne.
15	Har i et specifikt projekt der var SPN's første?	Det er jo et tidspunkt hvor jeg ikke var dybt engageret. Lige nu tænker jeg at det – der bliver lavet julekurve. Der fik man samlet vare fra en stribe producenter og fik et fysisk udtryk – det var ret cool. Det gjorde vi første gang i julen 09 eller 10. Det var så i samarbejde med Visit Nordsjælland (VNS) der opfordrede til at kan i ikke udvikle en julekurve. Det som VNS inviterede til var at de gerne være med til at markedsføre denne julekurv hvis vi havde lyst til at samle den. Så at få sammensat forskellige nordsjællandske produkter så synes de at den fortælling om Nordsjælland var lige i øjet i forhold til det de gerne ville formidle. De vil så gerne markedsføre den og det gjorde de og første år solgte vi ca 150 kurve. Som blev pakket hos os – herlig event hvor folk de kom med varene og så blev det pakket. Det var smadde godt og vi gentog det sidste år og gentager det i år. Og det udvikler sig og det er jo sådan en super konkret og meget synlig ting.
16	Ved du om i tænkte på at det skulle være et lav risiko	Ja det var de helt klart. Det var Lisbeth og Flemming (ködsnedkeren) og de er begge to meget hands-on tænkende ift. at det gir da mening ikke, så kan vi se hvor meget vi får solgt og så kan vi lige mødes og har tingene med og så får vi

	projekt og realistisk projekt?	lige organiseret kørslen. Så jeg tror at de satte måske ikke ord på men de var meget opmærksomme på at her var der noget der godt kunne hænge sammen – altså både noget ide og også noget økonomi i det.
17	<p>Hovedårsagen til at indgå samarbejde?</p> <p>1. geografiske grunde</p> <p>2. Både geografisk tæthed samt samarbejde eller</p> <p>3. Allerede tæt samarbejde der bringer virksomhederne sammen.</p>	<p>Jeg hælder til at det var starten er den første grund. Altså det var som udgangspunkt det faktum og det er det for så vidt stadigvæk at man ligger i det Nordsjællandske område med det udvikler sig mere og mere til også at handle om samarbejde. Et eksempel er at siden jeg er begyndt at arbejde ed det så er en af de første ting jeg ville ha styr på var hvem er med, altså det går fra at være lidt løst struktureret, jamen de er vist nok med til at have en fastre struktur. Det er fint at være inviterende men man må ligesom vide hvem betaler kontingen, hvem er formelt medlem. Og så til at dem der er medlem også får kontante fordele af at være det. Den proces er vi i gang med og det betyder at man velkommen bare man bor i området så kigger vi mere og mere på at man også kan bidrage. Vi har en formålsvedtægt og vi har ikke nogen krav til at folk de skal f.eks. bidrage med særlig god smag. Men det ligger så implicit, vi er begyndt at diskutere det i bestyrelsen, at det skal man. Altså man skal være madhåndværker og ville bidrage med god smag. Og man kan ikke bare lukrere på at jeg er også med i SpN – man skal have hænderne i det. Så derfor er svaret 1 men det bevæger sig over på 2eren. Der vil helt klart komme nogen der siger det der samarbejde med SpN festival det vil vi gerne koble os på.</p> <p>Der er en kontaktfordel i synlighed og det som bliver resultaterne af det udviklingsprojekt vi kører med Viventes i spidsen skulle gerne blive at ved at melde sig ind så får man større synlighed og den nye hjemmeside er oppe at køre og har et potentiale til at gi det. Det sociale netværk, hvis ellers vi formår at bruge det – der er ihvertfald en ting der. Og jo mere vi kan skabe allianceer med VNS måske Wonderful Copenhagen og at nå dertil. – Det var det Dan Shumacher og jeg talte lidt om på netværksmødet – at vi tør sige at vi stiller op i fællesskab og</p>

		vi skaber en aktivitet der har en økonomi der gør at det er attraktivt at være med. Og ikke bare et spørgsmål om at stå og vifte med flaget men at man virkelig sælger en ydelse. Julekurven er også et godt eksempel synes jeg.
18	Jeg springer videre til klyngens historie - hvilke milepæle har der været i klyngens historie?	Hvis vi tager det kronologisk så er det klart at stiftende møde ja. Netværksmøde hvor stort set alle medlemmer møder op hvor man snakke ideer til hvad der kunne være sjovt at gøre frem til første generalforsamling som man med vilje holdt 15 måneder efter stiftende møde. Hvor man beslutter at nu skal foreningen i gang så lad os vedtage. Vi blev stiftet i oktober og holdte så generelforsamling marts halvandet år efter og den generalforsamling var også et netværksmøde, det var sådan en kombination. Der kan jeg huske at VNS var der og det var første gang at jeg mødte Birgitte Bergman og hvor jeg blev meget inspireret af den der tanke der hed "Tænk i oplevelser" det var hendes budskab og at det er bookbart og fakturerbart og det var virkelig en eye-opener ift. hvor vi var på vej hen som virksomhed. Så har vi gjort nogle ting sammen, vi startede med Tisvilde Julemarked hvor vi med Gribskov kommune som i den grad er fremme i skoene ift. til at tænke sit eget lille fødevareprojekt ift. kommune. Og der er Marianne Krawak som også er en spændende person i det her - hun kunne bestemt godt være et emne for dig. For hun som person er meget fremad tænkende og ret tidligt lagde hun nogle penge ind i SpN til at lave noget grundanalyse til at finde ud af hvad er for Gribskov kommune potentialet i at tænke fødevareklynger. Og sagde at det at det er helt fint med mig at vi inkludere hele SpN's medlemsskare, vi skal bare have noget mere forståelse omkring det her. Fordi de bakker så meget op omkring Tisvilde julemarked og vi sagde så at det går vi med på. Når de gerne vil have os med så prøver vi at stille op i fællesskab. Og jeg kan huske at vi deroppe en råkold december dag og det var utidigt koldt men det var en oplevelse. Og så tog vi derop igen i 2011 og der var vi blevet meget mere med fællesdesign og banner, dug osv. For der havde vi fået nogle

		ressourcer. Det var også en kold fornøjelse men det var bedre og vi fik følelsen af at hold da op når vi stiller op ved siden af hinanden og ruller dugen ud så kan vi noget. Den weekend var vi vist 8. Alle fik tilbuddet og så kunne man vælge til. Og så lavede vi et koncept at vi prøver at sælge noget man kan spise og drikke og så tjene penge på det så vi i hvert fald kan betale stand lejen. Og vi forhandlede lidt hårdt på den leje for det var Tidsvilde Erhvervsforening der ville tjene penge på det og det lykkedes os lige nøjagtigt at få tjent penge til lejen og så solgte vi selvfølgelig nogle produkter der gjorde at det var ikke en gulgruppe at stå der men okay. Men vi begyndte også der – der talte Dan Shumacher og jeg – om at hold da op at hvis ikke vi havde været der så havde der ikke været meget at komme efter ift. oplevelser med lokale råvarer. Og fik lidt den der – hvorfor er det vi betaler for at få lov til at stå her – og det blev så i den grad bestyrket i Hillerød i april måned hvor vi havde sagt ja til at være med til Nordsjællands Gourmet og vin festival. Det var et vinfirma der hedder Winecompany der på 3. År arrangerer en visfestival. Og fint arrangement i støberihallerne i Hillerød og vi var så blev inviteret med til en favorabel pris – altså igen betalte vi for at stå der, men det var alt for meget vineri og der var nogle ting der ikke var aftalt godt nok simpelthen. Altså mangelende klarhed i de aftaler der var lavet og i hvert fald så stod vi tilbage med et tab i foreningen på det og plus at vi selvfølgelige havde vi en fest når vi var der men vi havde en fornemmelse af at vi havde spildt den lørdag ift. den forventning vi havde. Så det var sådan en ø ting men det den første frem til var at det her det gør vi ikke igen og det første til at okay hvis vi gør det her igen hvordan skal vi så gøre det? Så fremover skal arrangementet være anderledes og være medarrangør på en anden måde og betales for at stå der. Havde vi ikke stået at få den oplevelse så havde vi ikke nået til den konklusion. Vi kunne ikke have forudset det hele, men der var sådan en stigende selvforståelse.
19	Har i søgt	Ja som sagt blev Bornholm inviteret og vi har fornylig været i

	inspiration hos lignende klynger, enten i Danmark eller udlandet?	<p>Skåne, en meget vellykket studietur med 10-11 medlemmer. Det var færre en håbet med jeg har det princip at når vi vedtager t vi gør noget så gør vi det og de der var med synes det var forrygende.</p> <p>Matrunden var klart en inspiration. Vi kaldte den en overgang gourmetruten at sådan en kunne vi lave. Det endte så med at blive smag på Nordsjælland festival til sommer. Også den her tankegang med at tage det videre i nogle sæson festivaler. Det er lagt ind i et udviklings forløb sammen med VNS i deres destinationsudviklingsprojekt. På den måde at de kører et stort projekt – jeg har haft engageret mig en hel del på vegne af SpN. Det er et millionprojekt støttet af EU der handler om at udvikle Nordsjælland som destination. Der har man haft 8 oplevelsesruter hvoraf en af dem er gastronomi og fra starten der engagerede jeg mig for jeg var lige blevet formand og jeg tænkte at de skal simpelthen snakke lokale fødevare på den der gastronomi spor. Og det tog de meget positivt imod og det blev så til dessertweekend ideen. Det bliver en oplevelsesrute hvor man så har haft en stribe workshops i løbet af vinteren. Og det har personligt været meget givende fordi det har igen været det der med at sælge oplevelser. Den kører og så inden for de sidste måneder så har SpN rute kommet af sig selv. Først hed den gourmetrute og så er det så blevet til SpN ruten. Ud af de godt 40 der er med i foreningen så har de 10 åbent fat hele sommerhalvåret.</p> <p>Der er på VNSs hjemmeside noget inspiration til 3 forskellige tur omkring dessertweekend. Det er meget spændende nu begynder det at blive meget konkret det de spiller ud med.</p> <p>Det er de to projekter vi har kørende; dessert weekend og SpN festival og så julekurvene. Nu prøver vi her og så kører evalueringsforløbet. (Torben har pdf. af skitser der ligger til grund for ruterne).</p>
20	Er der forhold der kunne ha lettet	Jeg er som udgangspunkt tilhænger af at ting opstår nedefra. Altså hvis ting bliver for lette fordi der eks. er resourcer så kan det godt blive. Altså hvis man forestiller sig at man havde en

	udviklingen?	<p>halv million og så skulle udvikle noget så bliver det lige pudseligt let. Hvor det her har været lidt svært og det at der ikke har været nogen ressourcer i det har i virkeligheden gjort at vi har været søgende som virksomhed hvor er det det gir os noget. Og hvis jeg ser tilbage nu, selvom historien ikke er så lang, så er det helt klart at VNS uforbeholdne opbakning til os har været knaldgodt. Altså hvis ikke den havde været der så havde vi ikke fået samme luft under vingerne for de har givet os en følelse af at være noget. Og gav os det meget tidligt og det betyder utroligt meget for sådan et netværk at få af vide at i kan faktisk bidrage med noget. Så kigger vi på hinanden og så begynder vi at få de oplevelser med at stå ved siden af hinanden og lave udskænkninger og tænker at vi skal lige stå rigtigt så man kommer til at smage det i den rigtige rækkefølge.</p> <p>Når jeg siger det på den her måde så er det fordi at man kan diskutere politisk om det er den måde at fødevareministeriet støtter lokale fødevarenetsværk. Der kommer en ny pulje her om en måneds tid hvor er igen er 10 millioner. Og kan med rette diskutere om den måde de penge de bliver delt ud er den rigtige uft. At støtte vores udvikling.</p>
21	Hvordan bliver de delt ud?	<p>De bleiver delt ud efter ansøgninger og tilskuddet bliver givet til konsulenter. Netværk kan godt søge men det skal bruges på konsulenter. Og det er jo ud fra en ide om at der skal viden ind i netværket for at drive udvikling og den kan man godt diskutere. Om det er den rette vej.</p> <p>10 ud af 40 er landmænd og hvis vi tager Stengården også så er vi ikke typiske bønder. Vi har en lidt anden reference ramme.</p>
22	Søger i fortsat midler?	Ikke som forening og det gør vi ikke fordi vi er midt i at køre et projekt som Viventes søgte. Det er dem der er projektholder og de driver det for os kan man sige.
23	Hvordan er klyngens aktiviteter	Da vi stifter foreningen der er det faktisk mig er får Viventes involveret og det gør jeg fordi at jeg kender Lasse og Henrik og vidste at de var søgende efter noget at brænde for og gerne

	<p>finansieret?</p> <p>ville noget med lokale fødevare og fødevareudvikling. Og jeg tænkte at det er en kompetence der er super god at få med ind i sådan et netværk fordi det handler om at få rullet et projekt i gang så man får noget forløb i det . og jeg tænkte at de vil brænde for det og de vil også kunne facilere det. Og det går rigtig godt og de bliver involveret og de forsøger 3-4 gange før det lykkedes at søge et projekt hjem. De første ansøgninger skriver de kan man sige uden at få betaling for det, så derfor så har foreningen det rigtig godt med at få hevet et projekt hjem og de fleste af de midler der ligger der det er aflønning af konsulent. Dvs. aflønningen af konsulenter og de konsulenter de associere. Og styringen af pengene ligger også hos Viventes. Styringen af aktiviteterne ligger så i bestyrelsen. Henrik er vore sekretær og Lasse er med i bestyrelsen. Der er lidt midler til markedsføring men det er ikke ret mange. Det er 50.000 eller deromkring som bliver rest-finansieret på forskellig vis, typisk har vi gjort det at når vi har lavet annoncer. Vi lavet et tema nummer i Smag og Behag sidste år. Der er sådan et tema nummer der handler om madhåndværkerne Nordsjælland og der var 13-13 medlemmer der annoncere. Som så betalte 2000 hver for at annoncere i Smag og Behag og fik så en artikel serie på 20 sider. Og det samme i VNS i deres magasiner der er der også annoncer. Så der har været sådan en ide om at når vi vælger at gøre noget så annoncere vi det og skriver ud til medlemmerne hvem der vil være med. Så er det dem der er med der betaler og så også får noget ud af det.</p> <p>Nu får du lige forklaring på hvorfor det var Viventes og ikke SpN der søgte midler. Forklaringen var at SpN ikke var registeret som forening, da vi blev stiftet blev vi ikke registreret som forening og så klarede Marianne økonomien på en konto i deres regnskab. Da jeg så kom til sagde jeg skal vi da ikke have et CVR nummer det synes jeg kunne være meget rare og det har vi så fået. Så vi kan begynde at agere som selvstændig forening og der er først nu at det er kommet på plads. Så da vi søgte de midler der var vi som forening med annoncør, men</p>
--	--

		<p>formelt kunne vi ikke modtage tilskud. Nu kan vi så.</p> <p>Vi har slet ikke diskuteret at søge yderligere da vi er midt i projektet og der er stadig hele året tilbage og vi forsætter efter der.</p> <p>Min holdning er at det ville være dejligt at finde nogle ressourcer der kunne være proaktive med det behøver ikke være hos fødevare ministeriet det kunne også være andre fonde. Og jeg er sådan set meget på Henriks tanker der siger kan vi skabe en forening hvor at vi kører kontingenter og måder at tjene nogle penge på kan gøre foreningen levedygtig så er det vi skal gå efter og det er bestemt realistisk. Det har så noget at gøre med ambitionsniveau, fordi de ressourcer vi bærer til for at drive ting det er noget vi gør fordi vi får noget ud af det som virksomhed. Så jeg tror at vores følelse er at vi er smadre glade for Viventes som sekretariat og det projekt de driver men vi er ikke afhængige af det.</p>
24	De streamers i har liggende på bordet er det nogle i har liggende andre steder end her?	Det er det, Mogens har lavet dem.
25	Hvor mange medlemmer er i pt.?	Vi er nogle og 40 og hele tiden flere der strømmer til og det er jo en fornøjelse.
26	Er der regler for optagelse?	Jo i bestyrelsen sidst vedtog vi at - alle i bestyrelsen er ambassadører for at få flere med - at vi vender i bestyrelsen på en mail at den og den er interesseret og jeg anbefaler. Kommer der henvendelser fra andre vender vi det også i hele bestyrelsen. Jeg fik f.eks. en henvendelse fra en vinimportør der vidste at Emilie vine var med og de er en sådan lidt en særlig case og det kunne han da også godt tænke sig. Og det var ikke fordi at han handlede med lokale varer men det kunne da være meget dejligt hvor at vi så snakkede lidt hvor han blev klar over at det skulle han så nok ikke. Så på den måde at man

		bruger hinanden – hvordan får vi det til at vokse med også vurdere at det er nogle der kan bidrage og det som der er ledetråden i det er at vi vil godt have at folk har hænderne i det så det ikke bare er for at smykke sig med lånte fjer. Bestyrelsес møderne afholdes så 4 gang om året.
27	Er der nogle former for medlemmer i gerne vil have flere af?	Ja vi vil helt klart gerne have flere restauratører fordi vi har Gilleleje havn, Anette, som klart er et aktiv, det er knippel godt. Så har vi Brasserieet i Gilleleje på ej ind, så vi vil godt have flere af de her lokale madsteder. Det betyder så også at de går ind og arbejder aktivt med lokale råvarer i deres menuer. Plus, når vi snakker det kulinariske så er det en højnelse af vores forståelse. Vi har i mange år leveret til København og det gir jo en masse læring man bliver udfordret på en anden måde omkring sine råvarer. Så det vil vi gerne.
28	Hvad bruger i erhvervsskolen til?	Nu er Richard fra produktionsskolen gået med i bestyrelsen og det er rigtig fint. De har hele uddannelsen med kokke og tjenere. De driver projektet "det gode værtsskab" det klinger så fint med destinationsudvikling i Nordsjælland. Det er også noget vi har engageret os i her på gården for den der tænkning med at være noget anderledes og noget ekstra. Det driver de på kokkeskolen plus at de har en facilitet der gør at - selve deres køkken og deres elever- det Richard og vi prøver at få op at stå er en workshop et netværksmøde i sep. Hvor vi mødes på skolen og går i køkkenet hvor vi prøvet at tænke produkter med vare fra Nordsjælland. Jeg vil godt endnu mere på kryds og tværs produktudvikle og det når vi ikke lige på et møde men vi kan tage fat og jeg tror at vi brugte julekurven 2012 som case og siger okay kan vi lave noget hver især der giver en endnu større sammenhængende fortælling i julekurven og der har Richard som han siger at han har lyst som lærer at byde ind på hvordan det kan gøres.
29	Har i samtale med andre offentlige institutioner	Man kan sige politisk så er det jo en invitation til alle de kommuner der kunne have lyst til at byde ind.

	om samarbejde?	
30	Kan en kommune være medlem?	Det er et meget godt spørgsmål det har vi faktisk ikke diskuteret i bestyrelsen. For Gribskov kommune er jo så engageret i det men der har vi bare tænkt at der var det dejligt med noget politisk opbakning, det samme med Hillerød, med den der festival der var borgmesteren at åbne og hun brugte fem min på at åbne og i hvert fald halvdelen af tiden blev brugt på at snakke om SpN, hvilket var rigtig dejligt. Det er også noget med ressourcer og få det skubbet i gang.
31	Hvad er jeres agenda som oftest når i mødes. Vidensdeling, leverandørsamtaler eller andet?	Vi prøver at have et tema, hvor hvert netværksmøde. Den her gang der er det festivalen. Kombineret med et besøg hos et af medlemmerne plus – og det er Henrik og Lasse super gode til - tid til at snakke. Det er de tre elementer og det er meget bevidst.
32	Hvem koordinerer aktiviteterne?	I øjeblikket der er der to niveauer – det ene er bestyrelsen og det andet er Viventes fordi kva projektet så har de et drive og det er jo super dejligt. Så det er både dem og bestyrelsen der er ideskaber.
33	Har du påvirkning på tiltro og tillid til klyngen?	Det har jeg jo helt sikkert. Der er bagud den der fornemmelse af at er vi klar og så er der den der proaktive ift. heldigvis de mange interessererde der byder ind omkring at det kunne være spændende at gøre det og andet. Vi vil åbne en butik med lokale varer kan i leve. Det kan være den der med at vi vil godt have jer med til det her – hvor man griber den og vurdere om det er noget man skal bruge tid på. I første omgang i bestyrelsen og derefter hvs vi siger at det her ku der godt være noget i – oftest så tager vi et møde. Smag og behag er et meget godt eks. de kontaktede os og fortalte om deres ide og så er det typisk Henrik og jeg der vender den og siger okay lad tage et møde. Så lærte vi lidt deres tankesæt at kende og prøvet lidt af med økonomien, hvor billigt kunne vi gøre det ift.

		havd det ville koste hvert enkelt medlem og hvor mange medlemmer skule så vær med for at vi kunne byde ind. Der vurderede vi så at vi prøver at spørge medlemmerne og der får vi så meget kontant feedback at vi vil godt gi de her 2000 hver for at være med.
34	Hvad med andre formænd inden dig, hvordan oplever du at de har skabt tiltro til klyngen – medlemmerne imellem?	<p>Der er to ting i det. Dette ene er det med at for at samarbejdet lever så skal der puttes noget i det og det en det med at man har et projekt der kører og det andet er er den kommunikation der ligger.</p> <p>Ift. at man får henvendelser og gør ting så skal der være et flow af information og det var en af de ting jeg greb fat i ret tidligt for det tænkte jeg det manglede der. Altså det der med at man skal have følelsen af at man er med i noget og at der sker noget og der er muligheder man kan byde ind på det er rigtigt rigtigt vigtigt for ellers bliver det jo bare et kontingent man har betalt og hvad får man så ud af det. Specielt fordi at hvert enkelt medlem skal jo være aktiv for at få noget ud af det, så hvis der ikke er noget at byde ind på. Det der så er kunsten i det er så at give de rigtige ting at byde ind på. Altså der synes jeg egentlig også at de foregående har været meget gode til at sortere. Når en butik der sælger campingvogne i Helsingør vil have os til at stille op med en SpN buffet så er det en vi siger nej tak til- vi spørger ikke medlemmerne for det er ikke den linje vi har valgt. Altså der er ingen grund ti at ulejlige medlemmerne med det.</p>
35	Kom til at tænke på samtalens tidlige – der er før blevet nævnt samarbejde med Superbest – er de mulige medlemmer?	Ja jeg kom til at tænke på det før – købmænd ku også være velkomne. Det kunne de bestemt. Vores forventning ville så være at de gjorde noget for at profilere SpN.

36	Er der nogen formelle eller uformelle regelsæt for god opførsel i klyngen?	<p>Nej det er der ikke. Konkret så har vi Emilie Vin som medlem og Ole har været med til at stifte foreningen på det stiftende møde, der tager han ordet og siger måske hører jeg ikke til her. Og det er helt i orden så skal i bare sige til mig at jeg ikke kan være med. Han importere økologiske vin fra små producenter fra Frankrig. Og er sådan at han godt vil arrangere nogle ting og på mødet der blev der sådan en accept af at nej du skal være velkommen. Derfor er Ole med, for jeg er helt sikker på at hvis han kom i dag og spurgte så ville vi sige nej. Men jeg har i hvertfald den holdning at når Ole bidrager til at skabe ting er han velkommen.</p> <p>Jeg brugte det til et eksempel for at sige nej det har vi ikke, men det er et eksempel jeg ind imellem hiver op for at sige hmm hvem er vi.</p>
37	Er der nogle aktører som er særlig gode til at spredre informationer og ideer?	Altså Viventes deres rolle i netværket er at kommunikere og facilere en ny hjemmeside med løbende historier. Og facilere møder og at dele viden og det er også den rolle de tager. Og de formår at inspirerer nye medlemmer.
38	Hvad er målsætning for klyngen?	<p>Jeg har ligesom sat tre målsætninger for 2012. Det ene det handler om kommunikation – det skal vi blive bedre til og gøre mere af og det er både internt og eksternt. Vi skal turde fylde mere. Den anden den handler om produktudvikling på kryds og tværs. Et eksempel er det med kokkeskolen for de jeg vil godt at vi gør sådan noget. Og jeg glæder mig over vores netværksmøde fordi at der opstod mere af det der med at man lavet noget på tværs og prøver at løfte hinanden. Fordi så bliver det lidt sjovere at lave sådan nogle arrangementer i stedet for hvordan soren skal jeg nu kunne overkomme det, for så kan vi pludselig løfte hinanden. Og Dan Shumachers invitation til at jeg kan også noget var jo skøn.</p> <p>Den sidste den går lidt på det samme den går nemlig på produkterne, jeg ville godt at der kom mere SpN i produkterne og det betyder at hvis vi kan begynde at bruge hinanden i de</p>

		<p>produkter vi laver. Vi gör det lidt – den kaffe her er fra Strandvejsristeriet ved Kronborg så den har Peter fra SpN ristet. Det er bare et lille eks. Det næste kunne være hvis man laver chokolade med et bær i eller slænbrændevin eller andet ind.</p> <p>(1. kommunikation – 2. Netværking – 3. Krydsning af produkter)</p>
39	Er der nogen økonomiske målsætninger?	<p>Ja det kan man sige der er ihvertfald et sigte der hedder at blive stærkere men jeg vil nu sige at eftersom projektet der kører, det kører jo ikke i foreningen det kører Viventes til gavn for foreningen, så er foreningens styrke jo ikke afhængige af det. Sådan ser jeg lidt på det.</p> <p>Vi har ikke formuleret noget omkring hvilke økonomiske forventninger hver enkelt medlem har i sigte men vi siger at det kunne være dejligt at SpN det lille emajleskilt det var et vi var stolte af at have og lige nu siger vi at det skal vi prøve at arbejde videre med for det handler igen om hvilke krav vi stiller til os selv på smagssiden for der er klart en faldgruppe for når det bliver rigtig attraktivt at være med så må vi have sådan et skilt op på døren men hvad er det så man skal leve op til og bidrage med og gøre – men der er vi ikke endnu.</p>
40	Hvem er primus motor i klyngen?	<p>Jeg synes faktisk at vi er ved at gå fra at det er Tordenskjold soldater der altid stiller op til at det bliver noget bredere og noget af ideen i at lave den her festival ude hos hver enkelt er jo at der kan alle byde ind og det også på en anden måde. De der har stillet op er kødsnedkeren og Selma er også meget aktiv med sit fårekød og vi har været aktive. Og så stiller garbolund op med vin og Hornbeer er dejlig aktive. De er dælme lige blevet Danmarks mestre. Dan med brændevin.</p> <p>Inden jeg beslutter om vi skal stille op så er kødsnedkeren en af dem jeg har ringet til og sagt er det her noget vi skal gå efter? Også fordi at så har vi hele køddelen og sandwich delen med når vi stiller op, så kommer drikkevarerne af sig selv. Så på den måde har kødsnedkeren taget en rolle. Min rolle er selvfølgelig også primusmotor da der skal være en der tager</p>

		teten.
41	Hvor meget tid tror du du bruger på det om ugen?	Fra nu og i sæsonen der er det ikke ret meget og i vinterhalvåret bliver der så brugt lidt mere krudt på det. Altså jeg drev julekurvsprojektet i efteråret og syntes at det var sjovt fordi det gjorde at jeg lærte medlemmerne at kende?
42	Er der som du ser det forbundet risici med medlemskab af klyngen?	<p>Nej. Vi har muse som hedder Jan Friis Mikkelsen som har restaurant Tinggården. Jan er god fordi han har tankesættet omkring at gøre det ypperste bruge de ypperste råvarer – og et kokkehåndværk som er rigtig godt. Og jeg har meget god kontakt med Jan og han var muse på vores stift møde hvor han gav et indlæg omkring hvad han opfattede som kvaliteterne ved de lokale råvarer – altså helt tilbage til det der 1 okt. møde hvor Jan sige – altså jeg vil jo godt ha ham med i SpN – siger jamen jeg er jo det ypperste – underforstået at hvis jeg skal være med i det er det fordi jeg også får noget ud af det og lige nu synes jeg at jeg er et andet sted. Det har jeg fuld respekt for ligesom Camilla Plum er et andet sted så man skal jo gå med i det fordi at man har brug for det og se en ide i det for at udvikle sin egen virksomhed. Så skal vi gøre os så attraktive så vi kan tiltrække og være interessant og når jeg nævner Jan er det fordi det er der jeg har den indledende diskussion om hvordan sikre man at vi der er med bliver ved med at gøre det ypperste og stramme os an. Vi ved jo godt hvor vi skal gøre os umage og det gælder jo alle lige meget hvad du arbejde med som madhåndværker. Så der kan jo hurtigt være nogle til at så kan man lige tage noget halvfabrikata ikke? Eller bruge udenlandske produkter. Det skal vi modne os til at gøre. Jeg nævner Jan for det har han fat i og er netop hvordan sikrer man at det er de gode råvarer.</p> <p>Jeg tænker at i det øjeblik at vi kan være så interessant at Jan han siger hov det lyder spændende det kan også gi mig noget så er vi ved at være der.</p>
43	Hvordan former i forventningern	Det er et rigtig godt spørgsmål – det gør vi ikke. Nu sidder jeg at tænker på hvordan man kunne gøre det, men det korte svar er at det gør vi ikke. Vi er der en smule på den måde at når vi

	e til klyngen og dens resultater? Og ved du om de bliver indfriet?	snakker om nye medlemmer så tænker vi på hvordan vi tager imod dem og vi snakker om hvordan vi sikrer at de også får mulighed for at bidrage og hvad deres forventninger er til det og vad kan vi gøre fra netværket. Det kan vi klart blive bedre til...
44	Vil du mene at der er et stærkt engagement i denne klynge?	Ja altså nu har vi lige haft et godt netværksmøde hvor mange mødte op og mange tænkte ind. Og det blev jeg glad for. Jeg tror stadig der er meget forskel på hvordan man opfatter sig som aktør og hvad det betyder for hver enkelt at være med – det tror jeg der er meget forskel på fra sted til sted. Eksempelvis Møllehøj Gaard som ligger i Søsum var med – det er længe siden de har været med sidst. Og samme aften var der jordbæravlermøde hjemme hos dem. Og mødet der der havde hun en oplevelse af at hold da op at siden hun havde været der sidst de var de sket meget nu må jeg vist hellere lige vågner op og være med her. Så tilbage igen til din pointe som du formulerede meget rigtigt at det er dem der aktive der får noget ud af det og hvis man ikke kommer til netværksmøderne så bliver man ikke så let en del af det. Jeg har prøvet at gøre noget proaktivt ift. julekurve hvor jeg sagde hvad skal der i en julekurv og så prøve at tage fat i dem som ikke havde budt så meget ind var det ikke en ide. Jeg er i hvert fald bevidst om at være proaktiv ift. at få nogle af dem involveret som man ellers ikke ser så meget. Jeg er også bevidst om at jeg vil kende alle, vide hvem de er så de føler sig velkommen. Det er jo også en privat ting for, for mig er det jo også et skifte af netværk. Altså i mit gamle netværk var jeg meget bevidst om at facilitere et netværk og jeg er meget bevidst om mekanismerne. Og til at arbejde i et nyt netværk og hvor er jeg ift. til de ting jeg arbejder med.
45	Hvilke initiativer har i søsat og hvilke er i idefasen ift. projekter med	Det er kommet til at rykke nu det bliver SpN festival og dessertweekend og julekurv. Men i forhold til at sammensætte, sælge og finde ud af hvad oplevelsen skal koste der er det primært de første to. Der er faktisk en tredje der er meget aktuel som omhandler

	fødevarer og oplevelser.	gruppebesøg. Svanholm – Hornbeer, højbogaard og vi os fire stykker har lavet et samarbejde med VNS afdeling for gruppebesøg der sælger de Kronborg- Frederiksborg Slot – Louisiana – hvor man kan booke et guidet gruppebesøg samt forplejning. Der ville de godt have flere ting med og der har vi så budt ind med besøg de forskellige steder. Så har vi så hjuplet med at formulere fire helt nye som knytter sig til SpN. Så det er øl, det er bær det er Svanholms storkollektiv og Højbo Gaard som er får og fårehunde – altså se Selma arbejde med sine fårehunde. Vi rykkede meget hurtigt fra ide til at gøre det konkret. Det bliver markedsført overfor tour operatører og det er så dem der byder ind.
46	Hvilken rolle spiller lokale, regionale og nationale politiske initiativer for klyngen?	På turismesiden der er det klart at det at vores modning som klynge falder sammen med destinationsprojektet og værtsskabs projektet de to store EU projekter det er kanon.
47	Har klyngen efter din mening nogen påvirkning på turismeudvikling i regionen?	Ja det føler vi faktisk – vi har givet gastronomi delen et dybere indhold. Gastronomi er jo et af fyrtårnene og der giver vi en dybere fortælling på råvaresiden. Det dybere handler også om at vi invitere til at man kommer ind i baglandet og går ind og finder nogle ting man ellers ikke vil have fundet med mindre man havde været helt lokal. Det er selvfølgelig hele linket op til VNS. SpN festival handler jo om at gøre os mere synlige lokalt og så bliver vi en del af den samlede historie omkring SpN, som gør at vi begynder at opfatte os som at være Nordsjællandske og ikke bare.
48	Hvilke faktorer er vigtigst for jeres vækst?	Det spørgsmål bliver jeg nødt til at laborere lidt over. Jeg blev interviewet om det potentiale der lå i det lokale og hvor han så siger hvad er potentialet hvor mange millioner snakker vi om. Hvor jeg tænkte det er sgu et meget godt spørgsmål – fordi vi har ikke fakta på hvad vi omsætter nu og hvad potentialet er –

		<p>det har vi ikke arbejdet med – der må vi have sådan en statistik analyse afdeling til at komme. Men selve tankesættet hvad er det for et vækst potentiale der er interessant og der en vinkel på det hedder hvor mange mennesker bor her – hvad er det de spiser og hvor stor en andel af det kunne vi få hvis vi troede vi kunne bidrage med noget. Og man skal ikke tænke ret længe over det før an tænker hold da op.</p> <p>Der skal findes nogle specifikke parametre at måle på – og det er sådan at det du mäter på det er det du styrer efter.</p>
49	Er der så nogle vigtige vækstfaktorer?	<p>Det er et succes kriterie at vi bliver flere- det kunne også være at vi sælger flere julekurve. Det kunne være et målepunkt – altså det er et interessant spørgsmål. Det kunne være et målepunkt at sige hvor meget kan vi sælge oplevelser for på sådan en SpN uge, altså prøve at få det samlet.</p> <p>Det jeg tænker på er det vigtigste er at vi som medlemmer oplever at der er aktivitet. Og aktivitet er klart nok som gir omsætning i de ting vi arbejder med og kan vi så spore at vi er engageret i netværket i samarbejdet med VNS og de ting vi gør så gir det mening. Det er klart at det gir også mening når vi for første gang stiller op i fællesskab og får penge for det. Nu har vi faktisk stillet op og tjent på det. Når vi flytter os fra at være stade holdere til at leve et samlet produkt som der ikke er nogen der kan kopiere.</p>
50	Hvilke barrierer er der for klynges vækst?	Jeg ser ikke nogen barrierer vi ikke kan komme over. Der er nogle tankegange vi skal arbejde med. De er selvfølgelig en der hedder at vi er hver for sig individuelle virksomheder som jo driver efter de strategier vi nu har der. Og det der skal være styrken er at vi i bestyrelsen er nok der tænker sådan. Der er en risici der hedder at det kan blive for konsulentdrevet. Det ved jeg jo noget om. Det kan de blive fordi Viventes kunne sagtes drive det men der er Lasse og Henrik så kloge så det gør de ikke. Og de er egentlig, som jeg oplever det, glade nok for at jeg blander mig. Og kan også godt følge når jeg vil have en bestyrelse hvor at , altså at Hornbeer er gået med i det ser jeg

		<p>som en klar styrke, og jeg ser også gerne at vi bliver en mere som er virksomhedsdrevet for kan vi sætte os sammen og udstikke nogle retninger på hvad det er. Det vi så gør lidt uformelt bagved er at Dan schumacher og kødsnedkeren spiller en rolle på at sige hvor er vi henne ift. nogle af de medlemmer der er toneangivende. Det tror jeg er en rigtig vigtig ting at der er det der forretningsdrive i det. Så når vi tager en risici og stiller op i Hillerød og oplever at det var sgu ikke så godt så er der også en risicis dækning hvor foreningen så må nappe det hul der er. Så bringer det os frem til at tænke okay hvordan fanden kan i så tjene penge på det?</p> <p>Det er en proces men det er meget spændende det med de målepunkter – tak for det.</p>
51	Andre klynger i Danmark – opfattes de som konkurrenter eller sparingspartnere?	<p>Vi har ikke engageret os i det samarbejde der er der hedder smagen af Danmark. Det har vi ikke fordi når det gror nedefra ift. det lokale og vi synes at vi har nok at gøre – så er der vi bruger kræfterne og så giver det ikke ret meget værdi at begynde at engagere sig i noget nationalt som oven i købet har sekretariat i Holstebro. Nogen af os engagere os også i regional madkultur Sjælland – hvad er der en fire-fem stykker af os som er medlem begge steder. De har en helt anden natur ift. SpN so har det her lokale drive. De har dels den her culinary heritage og er meget optaget af brugen af de lokale råvarer og det lokale madhåndværk og de har i virkeligheden nogle ret faste regler til hvem der kan være medlem og hvem der ikke kan. De løsner så lidt op i øjeblikket og har sådan et internationalt ophæng. Og vi har valgt her at Rokkedysse sommerbær delen være medlem der og så kan Rokkedyssegaard som bærsted være med i SpN. Og det handler lidt om at Østergaards frugtplantage som er medlem af SpN og som jeg har en del at gøre med i øjeblikket er meget aktive i det sjællandske. Og man gør jo noget for hinanden og de gjorde noget for mig og så sagde jeg at så skal vi nok bakke op omkring det sjællandske også. Jeg er på vej ind i det men de har sådan en optagelsesprocedure som er helt anderledes end SpN har. Men</p>

		<p>meget dejlige mennesker – det er jo nogle der tænker i det samme som vi gør og er glade for at jeg engagere mit i SpN også for så har de et link op til det Nordsjællandske.</p> <p>Det konkrete var at Østergaard sagde at argh du skal være medlem og jeg siger at det synes jeg ikke at jeg kunne undslå mig til at Abildgård som er formand som har mødtes et par gange og jo snakker hvad er det man kan bruge hinanden til. Jeg ser slet ikke noget drive i at betragte dem som konkurrenten. Man har brug for konkurrenter men der ligger konkurrenter mere ift. importerede produkter – vi er medspillere og det er det samme ift. Skåne.</p>
52	Hvilken rolle spiller i ift. lokalområdet og hvilken rolle spiller lokaleområdet for klyngen?	Jeg tror på at for foreningens medlemmer der kommer vi alle sammen til at spille en større og større rolle i lokalområdet. Og det kan jeg mærke på den måde at vi tør... Vi turde at invitere borgmesteren til at åbne vores gårdbutik og det kom jo af at vi havde været med i SpN samarbejdet. Vi har fået sådan en selvbevidsthed om at vi er en del af noget større og den tror jeg ikke kun er os der har. Det har andre også og den fortælling der ligger i at kødsnedkeren har produkter fra os og fra 3-4 andre. Og han kan vise på hylderne at her er kollegernes produkter. Og i virkeligheden gøre sit kød endnu mere interessant for flere. Så kommer de hernede fra Værløse og har sommerhus i Tisvilde så vil de tænke jamen der står jo Rokkedyssegaards produkter, så bliver det sådan lokalt på en lidt sjov måde. Det tror jeg vi vil se mere af. Det er også det der gør at chokolademageriet er interesseret i at være en del af netværket for hun kan se at hendes chokolade fortælling kan blive endnu større. Og er slet ikke færdig med at tænke i hvordan det torv udenfor kan blive sjovt og hvad man kan gøre af ting og sager. Og jeg oplever – tilbage til dit spørgsmål – at udover at jeg er lidt bevidst om at vi i bestyrelsen skal prøve at være nogle fra alle egne af Nordsjælland fordi der er jo også forskellige kommuner, så er resten af medlemmerne så også ambassadører for os i deres lokal område.
53	Er der andet du	Jeg synes vi har været rigtig godt omkring det – det må jeg sige.

	vil tilføje som du føler kunne bidrage?	Og mange tak for det der har været rigtig mange gode pointer...
--	---	--

Appendix E – Interview Lotte Kokfelt

No.	Interviewer	Respondent
1	Hvis du lige kort vil præsentere dig og din relation til SpN?	Jeg hedder Lotte Kokfelt og jeg er uddannet grafiker og har arbejdet indenfor reklamebranchen i rigtig mange år. Så er jeg gået i gang med at arbejde med oplevelsesøkonomi og har egentlig en meget kommercial vinkel på det fordi jeg synes at det skal sælge billetter – jeg synes at der skal komme nogle mennesker til arrangementerne – jeg synes det skal omsætte noget – altså det der med at lave noget for få det er ikke lige mig jeg vil gerne have at det breder sig hurtigt ud og gør det til mange. Så det tror jeg er noget jeg har båret med mig fra reklamebranchen. Jeg kan jo lidt af hvert og har rodet med mange ting – jeg har også arbejdet som grafiker for Aarstiderne. Der startede næste ben af mad interessen, første ben startede ved at lave en masse kogebøger sammen med Henrik Boserup – der var jeg grafiker og tilrettelægger. Det er jo mange år siden at vi udgav den første og der havde jeg ingen interesse i mad overhovedet, men det vakte min interesse for mad. Og siden da har jeg kastet mig over alt hvad der har med mad at gøre, uden egentlig kunne andet end hvad jeg lære undervejs – og nu synes jeg jo det er skide sjovt og som sagt så skal jeg nu ind og arbejde for bibliotekerne i Helsingør – og kommer fra Esrum som er oplevelsesattraktion og en af dem som virkelig har været progressive i hvordan man kan strække autenticiteten og hvordan kan man gøre det relevant for folk. Hvad kan man komme i den suppegrøde så det stadig hænger sammen og stadig er et produkt så det ikke er totalt udvandet.
2	Hænger det så der sammen med SpN?	Starten på SpN – der er sikkert andre der har tænkt tanken men nu tænkte vi den bare højst tror jeg. Da jeg kom fra Aarstiderne ud til Esrum havde jeg egentlig meget lyst til at lave noget farmers market – og jeg kontaktede de Camilla og dem og fik af vide at det kunne vi ikke fordi vi fik af vide at farmers market handlede om at bringe naturen ind til byerne og vi var så meget natur som vi overhovedet kunne være så vi kunne ikke blive medlem af det – vi måtte ikke lave vores eget marked.

		<p>Så satte jeg mig ned med min daværende direktør Lone Joensen og hvade sådan lidt hvad fanden gør vi så får Esrum havde på det tidspunkt startet en lille fødevareproduktion – de havde lavet en øl og havde en sennep som de havde brugt til riddermarked. Der lå nogle ønsker og nogle tanker om man kunne udvide det her for det er oplagt at sælge fødevare som souvenir produkter. Der er to butikker ppå Esrum og de kan ikke leve af at sælge kors osv. Men hele fødevaresegmentet kunne jo sagtens gå ind og blive en del af den varebeholdning man havde og der var god ide i at man kunne gennemføre det til cafeen. Det hele hang ligesom sammen. Vi knoklede for at finde ud af hvad man kunne gøre og fandt ud af at i hele landet var der stort set fødevarenetværk der var bare ikke noget i Nordsjælland (NS) og vi synes jo at vi et eller andet sted var Københavns baghave ift. fødevare – det ville være oplagt.</p> <p>Så Lone gik i gang med at finde ud af hvordan man lavede et fødevarenetværk og jeg gik i gang med at finde ud af hvilke producenter der var interessante.</p> <p>Og vi havde jo den der diskussion med om det skulle være økologisk – skulle der være noget kriterier for hvad man skulle opfylde for at være med.</p>
3	Var Esrum alene der eller var andre med?	<p>Altså til at starte med var det kun os og så kontaktede vi Grantoftegaard og Øllinggaard mejeri. Kurt som ikke er der mere fra Øllinggaard var enormt progressiv og fremme i skoene og virkelig dygtig til at formidle og forklare folk hvorfor den her kvalitet er så vigtig – altså hvorfor det er vigtig vi holder baren højt og hvorfor det er vigtigt at folk også bidrager til at holde alle de her små producenter i gang.</p> <p>Så vi havde nogle indledende møder hvor vi bl.a. havde Per Kølster med og havde landboforeningen med – de to gik så ikke i spænd sammen vil jeg sige – Man kan sige at landboforeningen ikke er 100% økologiske og det er Per så derfor kunne han ikke se sig selv i noget som ikke var 100% økologisk og det er fuldstændig okay.</p> <p>Så vi endte med at være en gruppe på 4-5 stykker bestående af</p>

		<p>Kurt fra Ølligegaard, mig og Lone fra Esrum og så Grantoftegaard ved Marianne - Flemming Bisp som er kødsnedkeren og så landboforeningen der hed Herdis.</p> <p>Det var ligesom dem der fandt ud af hvordan gør vi det her og vil vi overhovedet og hvad skal den og hvorfor og alt det her.</p> <p>Så gjorde vi det at vi indkaldte til en stiftende generelforsamling hvor Jan fra Tinggården lavede tapas med lokale råvare for ligesom at slå tonen an og sige det er det her det handler om – der sukkede en frygtelig masse mennesker op.</p>
4	Lokale producenter?	Ja lokale producenter alle mulige steder fra og jeg tror egentlig at vi var ret overraskede over at udbuddet var så imponerende af al verdens ting og sager – jeg anede ikke at der var så mange vinproducenter.
5	Havde i annonceret det i avisen eller?	Ja vi havde haft nogle forskellige interviews og jeg tror vi sendte til ravl og krat og ligesom bad dem om at sende videre og så havde vi noget pr på det – og det var lige som det.
6	Var det svært at blive enig om omfang og natur af samarbejdet?	<p>Nej jeg synes egentlig at der var nogle ord som gik igen og det var bl.a. kvalitet og var af den overbevisning at hvis du kunne ikke til at du var producent af kvalitetsfødevare så gjorde det ikke så meget at det var økologisk – der er nogle af producenterne der jo har problemer med at få en økologisk produktion op atstå – det kan være Rokkedyssegaard med jordbær som teknisk har nogle problemer der - men det skal jo ikke tage kvaliteten fra deres bær fordi de laver jo super gode produkter så for os var det vigtigste at det var kvalitet – fordi det var rigtigst ift. det vi ville og det blev vi ret hurtige enige om for vi var overbevist om at de mennesker vi ikke var interesseret i at få med de var heller ikke interesseret i at være med i foreningen. F.eks. var vi overbevist om at store svine producenter ikke ville melde sig for det var slet ikke et forum for dem og sådan havde vi det også med mange andre som man kunne forestille sig at vi ikke ville lege med. Vi havde meget svært ved at se at de overhovedet ville være interesseret i at lege med os.</p> <p>Og man kan sige når man starter sådan noget op så skal man</p>

		<p>ikke starte med at begrænse sig når man ikke ved hvad grundlaget er så lad os se hvad der kommer ind så kan jo om ikke andet lave underafdelinger eller noget. Plus at vi synes at det var rigtigt at landboforeningen var indover for det skulle ikke kun være små økologiske bønder men også alle andre der har interesse i kvalitetsfødevarer.</p> <p>Det er mycket søgende mennesker – der er faktisk nogen gange hvor jeg ikke fatter de bliver ved for det er benhårdt arbejde og hvis de skal ud og sælge deres ting – altså de knokler for det og der bliver lagt mange timer i det og økonomien er jo helt af helvedes til – altså der er jo ikke noget der hænger sammen overhovedet vel. Og det er jo fordelen vednetværket kan man sige for lige pludseligt kan man samkøre nogle ting.</p> <p>Det med antal timer man skal bruge på det – sådan som det er i dag der kan vi sagtens stå og sælge hinandens produkter. Jeg betragter jo lige så meget Selmas spegepølse eller Jettes vin som noget der kunne være mine produkter</p>
7	Det er ellers ikke mit indtryk at man sælger hinandens produkter eller er ambassadør for hinandens produkter?	<p>Altså jeg tror nok at man er ambassadør for hinandens produkter men det er ikke sådan at man har produkterne stående derhjemme. Vi rendte lidt ind i sådan nogle logistiske ting. Jeg ville på Esrum rigtig gerne ha lavet en konceptforretning hvor jeg havde alle produkterne og hvor de indgik i det mad de havde i cafeen – men der har de så fra Esrums sid valgt at gøre og det er jo fint men jeg synes at det ville være så oplagt og også ift. at man de sidste par år har gjort rigtig meget ud af også fra VNS at gøre noget ud af hele gourmetdelen af NS og der er ikke nogen steder i dag hvor du kan tage hen og se det samlet udvalg af de produkter området kan tilbyde i dag – det er jo egentlig lidt ærgerligt. Men altså det skal nok komme og der skal nok være nogen – altså Gilleleje havn vil rigtig gerne ha en butik dernede hvor man har alle tingene – jeg ved der er nogen i Helsingør der går og barsler med at lave en butik med fødevare fra NS derinde.</p> <p>De mennesker der står bag Gilleleje har måske haft et lidt urealistisk forhold til at vi ville betale for at være der – og der</p>

		måtte jeg jo blankt sige at det går ikke – det er der slet ikke økonomi til – det vi kan det er at i kan have vores vare i kommission og så kan vi tage den derfra men vi kan under ingen omstændigheder betale kvadratmeterpris for at være her – der er jo de der logistiske ting med især dem der har ferske varer – de kan jo ikke ligge og kører det ene sted til det andet hver morgen – så logistisk der er vi udfordret. Men det kunne nu sagtens lade sig gøre tror jeg, jeg har haft rimelig mange produkter til salg i cafeen på esrum – det skal lige siges at jeg også har bestyret cafeen og butikkerne osv. Og når vi har holdt markeder på Esrum har vi haft SpN med – det er jo dem der har stået i boderne og vi har haft rene fødevaremarkeder og der er stor stor interesse omkring det og det er en købedygtig gruppe der kommer for enten er det de ældre der kommer ser har lidt på villakontoen eller også er det folk der har fået børn og derfor er bevidst om hvad de putter i munden. Jeg synes det har været en stor succes – det har været en god måde at få vist bredden af hvad det er vi kan. Og jeg tror at det har været fedt for medlemmerne at opleve at vi har været sammen.
8	Hvad er jeres første fælles projekt?	Det vi lavede ifbm. Tidsvilde juleby er noget af det første vi ligesom er gået sammen om og sagt nu prøver vi at arbejde på kryds og tværs her og sagt hvordan kan vi stå frem som en samlet forening.
9	Men det var ikke jer der arrangerede dette marked vel?	Nej det var ikke os – vi blev indbudt til at være en del og det er jo der hvor vi opdagede at rygtet om os havdeændret karakter. Vi var lige pludselig blevet en spiller som man kunne ringe til og sige ej ku i ikke tænke jer at komme ud med alle jeres lækkre vare fra det bare var mig eller Selma eller Torben bo så var det lige pludseligt SpN der blev ringet efter. Og det gik op for os at nu har vi noget at komme med – det er gået op for folk at vi eksistere og vi kan stå samlet og promovere de enkeltes vare men også ideen bag netværket – og det var deromkring de her Tisvilde arrangementer.
10	Hvad var det første arrangement i selv stod	Vi har forsøgt at forlove os selv forskellige steder bl.a. med Kronborg. De ville rigtig gerne lave et marked hvor at man

	for?	ligesom placerede de råvarer på Kronborg hvor de var i gamle dage. Altså man åbnede vinkælderen, saltkælderen osv. Og der var vi fyr og flamme og synes at det kunne være rigtig sjovt at komme på Kronborg fordi Kronborg har ikke - de overvejer at få lavet en øl – men har ikke fødevare selv, men det er jo oplagt at de bør have nogle for selvfølgelig har der været produceret fødevare derinde og selvfølgelig et marked for at købe råvarer fra Kronborg altså – de har så været ramt af nogle nedskæringer og noget omstrukturering at de i første omgang måtte sige nej tak – men jeg tror den lever og kommer op at stå på et tidspunkt for det er så fed en ide – det synes vi og det synes Kronborg så det skal nok blive til noget på et eller andet tidspunkt.
11	Jeg skal lige høre Lotte – er du stadig med i netværket selvom du ikke længere arbejder for Esrum?	Ja jeg er jo personligt valgt ind og da jeg også har arbejdet som grafiker for SpN og for nogle af medlemmerne ved siden af så tænkte jeg at der er jo alle mulige gode grunde til at min lille enkeltmands virksomhed er i netværket så jeg sidder i netværket som mig selv og mit eget firma.
12	Ift. det første projekt – ved du om i ifbm. dette var opmærksom på at det skulle være realistisk og føre til en succes?	<p>Vi var jo grebet af den hellige ild og der plejer realisme jo ikke at stå som en milepæl gennem det hele. Der er jo nogle mennesker i netværket som tænker rimeligt rationelt og realistisk så jeg tror at os andre som er lidt mere flyvske – jeg tror der har været en meget god balance mellem hvordan og hvorledes men mest pga. folks baggrund og erfaringer end det har været nu skal vi også sørge for at være relaistiske.</p> <p>De her mennesker er – selvom de ikke har været i netværk før enormt meget erfaring med alt muligt – de er jo godt klar over hvordan tingene ser ud når man tager på det ene eller andet marked så jeg synes vi har gjort brug af nogle af de erfaringer folk havde i forvejen.</p> <p>Og været realistiske med at Rom ikke blev bygget på en dag så lad os nu bare komme ud at starte med at få sagt vores navn så ser vi hvor det føre hen.</p>
13	Hvor udviklet vil du mene klyngen er nu?	Altså netværket er en uhomogen størrelse for der er nogle mennesker som jo kører på jet benzin og som er meget

		passioneret og som gør rigtig meget og det er jo i stor grad deres fortheneste at det her udvikler sig. Der tænker jeg på Torben Bo som har været uundværlig og på Henrik Sønksen som vi godt nok lønner men de der tiøre han får for at være med ift. hvor meget han bidrager med. Kødsnedkeren har været der hele tiden. Han kører på to spor – han kører på sit eget spor som går rigtig hurtigt men han er enormt god til hele tiden at tænke netværket ind i – han vi gerne køre rundt med en bil der distribuere til højre og venstre og så kan vi jo ligeså godt tage netværkets vare på. Han er enormt god til at køre egen biks sammen med netværkets. Så nogle af de mennesker gør at det overhovedet funger. Vi kan ikke uden alle de andre for vi skal have alle producenterne med men vi skal også have de der frontløbere der utrætteligt kaster sig efter det ene og det andet. Bl.a. dialogen med VNS er en hvor Torben Bo har været primus motor og har gjort det rigtig godt – og ligesom fået VNS til også at åbne øjnene op for at sige hold da op der er jo et helt nyt marked her vi kan give os i kast med.
14	Ja for det passer jo fint med VNS der nu tænker på gastronomi ruter?	Det vi gjorde det var at vi lavede på et tidspunkt noget der hed gastronomi ruten og det var i virkeligheden bare et for søg på – altså folk der eks. har rejst i Frankrig og er bare en lille smule til mad – de har prøvet det der med at banke på hos den ene producent efter den anden – og smage lidt oliven og lidt brød og der er jo ikke nogen grund til at det ikke skulle kunne lade sig gøre i DK og det er det som Bornholm også har gjort med stor succes. Så vi synes et eller andet sted at det var så oplagt – når man nu alligevel var på Kongernes NS rute eller hvad man var at så også fik noget at spise og drikke undervejs. Så vi har længe snakket om gourmetruten og den er jo i den grad blevet adopteret af VNS og udbygget i samarbejde med os og jeg tror at det bliver endnu større – jeg tror det bliver en fast ting man kommer til NS efter.
15	Er der i denne rute andre med end medlemmerne fra SpN?	Jeg skal ikke kunne sige hvem – altså jo der er nogen andre der er med – men jeg tror de fleste godt kan se fordelene ved at være med i SpN – for det første så koster det latterligt lidt at

		være med og man behøver ikke at være med i annoncer eller i VNS' katalog dette er jo op til en selv om man har lyst til det. Men min oplevelse er at der er medlemstilgang og det tror jeg er fordi vi er blevet meget synlige i forbindelse med VNS – lige pludselig kan folk se os. Så jeg synes at mange af de nye vi har fået ind oplever jeg som folk der siger okay det der er en vogn vi gerne vil på – og den oplagte måde at komme på er ved at melde sig ind i netværket.
16	Er der nogen i siger nej til?	Det kan jeg ikke forestille mig – igen grundtanken er at vi tror ikke på at dem vi ikke vil lege med gider at melde sig ind. Jeg har svært ved at se hvad vi skal sige nej til med mindre der kommer nogle der er nogle grise – de skal ikke ind. Men vi har ikke sådan en lakmus prøve.
17	Tror du man som medlem forbinder det med nogen risici at være med i SpN – her tænker jeg eksempelvis på dyrevelfærd og hvordan det kan smitte af på alle medlemmer?	Det kan da godt være at der er nogen der har skænket det en tanke men det tror jeg ikke også fordi de dyreproducenter vi har de er så stærke indenfor det de laver så jeg tror ikke de har overvejet et sekund at der skulle komme en dårlig omtale der kunne smitte af på dem – det kan jeg ikke forestille mig.
18	Jeg nævner nu tre grunde til som kunne være hovedårsagen til klyngedannelse og så må du gerne sige hvilken af de tre du mener det er Hovedårsagen til klyngedannelse er? 1. geografisk tæthed 2. geografisk tæthed samt allerede tæt samarbejde eller 3. tæt samarbejde der har bragt aktørerne sammen og dermed dannet	Noget af det som jeg synes der er ved vores forening er at vi dækker et rigtig stort område og der er folk som bor rigtig langt væk som er med i det her alligevel. Jeg vil tro at sådan noget som det her så er det nr. 2 at man har et fællesskab ift. der hvor man bor men man kender også lidt hinanden. Fordi for mig har meget af det her været meget mund til mund. Det har været nogle der har kendt nogle der har kendt nogle der har kendt nogle andre der har fået nogle tredje ind i. Også fordi vi ikke har haft noget kæmpe markedsføringsbudget hvor vi kunne gå ud og råbe ale op. Dem der er kommet til at nogle der har hørt om os et eller andet sted. Det kan også være nye producenter – vi har nogle nye der vil lave saft af hyld og jeg ved ikke lige hvordan de er kommet på det med de har jo været søgerende ud i det – er der nadre i kmrådet der laver noget

	klynge	tilsvarende eller andet – og så har de fundet os. Og det er jo oplagt at de er med for der er jo også spiritus producenter og de kunne jo gøre brug af deres hyld.
19	Tror du der kommer mere af disse krydssamarbejde?	Jeg tror der kommer rigtig meget af det – jeg synes at hver gang vi er sammen så synes jeg at der er folk der snakke – gud hvis du har den så har jeg og så kan vi da...
20	Det er også min fornemmelse fra netværksmødet – jeg synes dog ikke at der er et overvældende antal af eksempler på det endnu men jeg kunne forestille mig at man ligger på tærsklen til det?	Ja altså jeg vil sige at vi kunne nok være hurtigere – jeg har fra Esrums side foreslået mange af disse krydsprojekter. Det har haltet lidt med at komme fra snakken til produktet i virkeligheden. Jeg tror at inden man ligesom i hvert fald i Esrum regi – der er der ligesom noget autenticitet man skal leve op til og man må godt kunne se det som et kommersIELT produkt der har en mulighed for at komme ud over rampen bagefter. Og der tror jeg der har været for mange kokke involveret til ligesom at tage en beslutning. De gange hvor vores vare når længere ud end til at blive solgt i cafe eller butikkerne på Esrum det er når vi har en producent på der i forvejen har et distributionsnetværk. Fordi det har vi ikke selv.
21	Du snakkede tidligere om Bornholm – ved du om i har søgt inspiration andre steder?	Altså vi havde Torkild fra Bornholm – og i sin tid da vi havde den stiftende generelforsamling – der havde vi Torkild ovre for at fortælle om Bornholm og hvad de havde gjort der for ligesom at – nu havde vi ligesom et godt eksempel på noget hvor det var lykkedes for dem og hvor de var kommet ud over rampen osv. Så han kom over for at fortælle hvordan de havde udviklet det der og med deres små emblemer osv. Og det tror jeg at folk var glade for at høre men det var også helt tydeligt at folk ville have deres eget nordsjællandske – det var så tydeligt altså vi kan sagtens lade os inspirere men det er også vigtigt at vi finder vores eget. Nogle af de ting man havde lavet på Bornholm det var man ikke interesseret i i NS – det var bl.a. øhh nu skal jeg lige se om jeg kan huske det – jeg tror egentlig at det var fordi at Bornholm gerne ville have haft os med – og blive en del af deres – fordi de har jo også Skåne fordi de havde et samarbejde så det var et spørgsmål om at vi kunne blive indrulleret i det samarbejde – og det skulle de gæve nordsjællandere ikke være

		med i. Man synes måske at der er en fordel ved at have et særkende og være fra NS og ikke bare være en underafdeling eller noget andet.
22	Ved du om der er en særlig målsætning i arbejder hen imod?	<p>Vi arbejder rigtig meget hen imod at få noget mærke identitet hos de enkelte. I det små med at folk har en afsender på deres e-mail so man der kan se at der er med på SpN. Alle mulige former for skiltning – igen er det lidt svært for vi har jo ikke et budget så vi kan ikke gå ud og lave noget til foreningens medlemmer. Vi har lavet noget til år vi er ude sammen – vi har lavet nogle bannere og noget som vi bruger når vi er ude sammen som hat vores identitet på. Men vi arbejder hen imod at lave noget materiale som folk kan bestille så de kan indikere at de er en del af det her.</p> <p>Det ville også gøre noget for dialogen ang. hvor der findes andre producenter, for jeg tror ikke på at man bare kører ud og besøger en og så kører man hjem igen – jeg tror på at hvis man vidste at der lå en 5 km til højre og 10 km til venstre så tog man nogle flere.</p>
23	Er der forhold som kunne ha lettet klyngens udvikling?	Noget af det som har været svært at lave med at gøre det er at der er meget stor forskel på medlemmerne og på deres sult for at sælge mere. Vi har jo medlemmer der afsætter stort set alt hvad de laver og de vil rigtig gerne være med me kan ikke helt se hvorfor vi skal booste salget så meget for de er jo ligesom. Der tænker jeg på nogle af de små producenter som f.eks. Selma – hun laver så og så meget som hun nu kan nå at få lavet og hun kan ikke tage mere ind fordi hun arbejder ved siden af. Jeg synes det ville være skønt for Selma hvis hun havde lyst til det at gå fuldtids ind på det gode mad hun laver – men det kræver at hun får en større omsætning at hun får nogle flere dyr. Så det er sådan lidt skal hun kaste sig ud i det eller hvad. Hun er afhængig af en indtægt som hun nu har via et normalt job og så kører hun alt det her ved siden af. Så hun er en af dem vor jeg ville ønske for hende at hun ville turde at kaste sig ud i det for jeg tror at hun for det første ville ha en god forretning og for det andet fordi hun brænder så meget for det ville være godt for

		<p>hende men jeg kan også godt se det der skisma med at skal jeg eller skal jeg ikke. Og der er også nogle af de andre producenter som står i det der problem at de i virkeligheden kan sælge alt hvad de kan lave men som de siger jamen jeg har jo ikke noget at byde ind med jeg har solgt alt mit – og der kunne man jo godt ønske at der måske være flere af dem der sagde vi tror sgu på det vi tager skridtet for at gøre det større.</p> <p>For det er klart vi skal have flere produkter og ha større mængder af produkter for at det batter noget – hvis vi f.eks. skal lave fælles distribution eller andet som gør at vi kommer længere ud f.eks. at vi kommer i speciel forretninger så kræver det at vi har en mangfoldighed og det kræver også at vi kan levere.</p> <p>Der er et et problem for nogle at de simpelthen ikke kan levere nok. Nogle gange er det lidt problematisk fordi vi ikke har volumen nok – skal man tage chancen og lave for meget eller tror man på det kommer til at passe. Det er jo nemmere med de vare der ikke er kort udløbstid på.</p>
24	Kan man sige at det begrænser jer den størrelse SpN har?	Altså det ville ikke gøre noget hvos vi blev større – altså flere medlemmer og der ville heller ikke gøre noget hvis der var nogle producenter imellem som havde et større produktionsapparat.
25	Tror du i bliver flere medlemmer i netværket?	<p>Ja indenfor det næste år eller to så synes jeg at vi skal have fordoblet vores medlemstal i hvert fald og jeg håber også meget på at vi kan få flere restauranter med for de er jo en oplagt mulighed for at komme ud med vores produkter plus at de jo hører med til SpN. Altså der burde jo være meget mere mad i NS der er lavet ud fra NS råvarer især nu når NOMA ligesom har vist hvordan den skal skæres.</p> <p>Hele local food tanken er jo stor i resten af verden eller i hvert fald i de lande som man gider at høre på når det kommer til det her så jeg tror at det bliver det næste og der står vi jo rigtig godt kan man sige men jo flere restauranter vi har med desto bedre står vi.</p> <p>Vi har dialog med alle dem vi kan komme i nærheden af – f.eks.</p>

		<p>med erhvervsskolen og de steder hvor man uddanner de her mennesker.</p> <p>Vi har arbejdet på et projekt med Gribskov hvos vi vil lave kokkeskoler henover sommeren som er en kombination med producenter osv.</p>
26	Når du siger vi er det så SpN, Esrum eller?	<p>Nej det er faktisk mig – med Gribskov kommune. Vi har haft nogle morgenmøder med Gribskov kommune. En masse fødevareproducenter og Gribskov kommune som er meget aktive i det her og i forbindelse med nogle af disse morgenmøder har jeg i hvert fald haft en dialog med Gribskov omkring hvordan kan vi lave noget som vi kan tilbyde turisterne – det kan både være udenlandske og lokale. Hvordan kan vi kombinere alle de forskellige operatører vi har – kan vi sætte dem sammen så vi kan tilbyde noget kokkeskole eller andet. Altså folk rejser jo til Thailand i dag på kokkeskole hvorfor rejser de ikke til Gilleleje for det. Så der har vi lavet et oplæg til nogle kokkeskole bl.a. det er jo alle mulige restauranter der bliver smidt sammen med producenter med fiskekutter fra Gilleleje så man kombinere alle de forskellige mennesker som kunne tænke sig det.</p>
27	Er det med SpN som medspiller eller?	<p>Ja det vil det være for det er rigtig mange af vores medlemmer – foreløbigt ligger det på ideplan.</p>
28	Så det er ikke til sommer?	<p>Nej det tror jeg ikke vi når – altså Gribskov vil rigtig gerne de er meget aktive og jeg synes at vi har fundet frem til noget sjovt som jeg tror godt kunne blive til noget.</p> <p>Det er jo lidt på til Marianne Krawack som er kommunens tovholder på det.</p> <p>Fordi igen gourmetruten er jo fin nok men oplevelsesøkonomien handler jo også rigtig meget om involvering og jo mere du kan få involveret folk desto bedre er det.</p>
29	Er der andre lignende projekter hvor fødevare og oplevelser bliver kombineret?	<p>Altså Aarstiderne er jo knald gode til det – de sender jo direktører ud og graver kartofler op. Det er den samme oplevelse man får når man får et hold hjem – de er lykkelige.</p>

30	Men ift. SpN?	Der er madfestivallen, der er nogle af alle de her destinationsruter som VNS har lagt op til hvor vi har vores dessert weekend. Der er garanteret andre som jeg ikke kender til fordi det som sagt ligger så meget til højrebenet og alle mennesker der - alle producenter ved hvor meget det betyder når man får folk ud i marken. Det er ligesom der ilde skal tændes og der ved de alle sammen godt at det er det det handler om. Jeg kan også se på madfestivallen, der handler det jo netop om at få folk ud på gården og klappe dyrene og få folk til at forholde sig til hvordan og hvorledes ting opstår.
31	Ved du om der efter madfestivallen er andre projekter?	Altså jeg har været rimelig fraværende på det sidste så jeg er ikke super opdateret – så nej ikke lige hvad jeg kan huske. Hvis du har snakket med Torben Bo så ved han det i hvert fald.
32	Ja men jeg tænkte at man jo nogle gange kan huske lidt forskellige ting hver især.	Ja men jeg tror også det er det sunde at vi har forskellige indgangsvinkler til det. Torben Bo kan jo kigge på en ting ud fra hans biks og synes det er denne vej vi skal og jeg kan ud fra mine bikse kigge på noget og – altså jeg er jo meget formidlingsorienteret så hver gang jeg ser mulighed for at vi kan formidle noget som helst så er jeg på. Folk vil jo have noget med hjem uddover varerne og inddrages i det.
33	Hvem er primær ift. at koordinere aktiviteter i klyngen?	Der vil jeg sige at det er godt at vi har Henrik og Lasse og Torben Bo er enormt god også så det er helt klart dem.
34	Har de en særlig påvirkning på at forme forventninger?	Det har de en den grad – Torben Bo og Henrik er helt klart mest fremme i skoene og helt klart dem der orienterer sig mest – det er min oplevelse, jeg kender ikke Lasse så godt som eg kender Henrik – men min oplevelse er at det er de to der ser mest på hvad der sker andre steder i verden og ligesom er dem der suger inspiration til sig – så derfor er det selvfølgelig også meget det som de lægger på bordet som gå hen og bliver det som vi så gør og det er jo fuld fortjent. Og de er gode til det – så det vil jeg klart sige at er de to.
35	Tror du man er opmærksom på hvordan	Ja det syns jeg egentlig – det jo svært fordi jeg oplever at der er bland medlemmerne er en meget åben dialog når vi f.eks. laver

	forventninger formes og hvilke forventninger der er til samarbejdet	<p>medlemsarrangementer og jeg oplever at der en stor entusiasme omkring det her – om man afstemmer forventninger efter sådan et eller anden system eller det bare sådan sker lidt mere løst – jeg tror i virkeligheden at det sker meget mere løst. På den måde er vi nok ikke så struktureret og strømliniet. Men igen er det jo også et spørgsmål om at den enkelte producent eller det enkelte medlem kan jo ha nogle interesser der er forskellige fra de andres.</p> <p>Jeg tror at der er noget med ens aktivitetsniveau der hænger sammen med størrelsen på ens forventninger. Jeg tror at jo mere aktiv man er desto mere kan man forvente sig. Du kan jo sagtens være medlem på den måde fordi du synes at det er hyggeligt og et godt sted at være men uddover det så bruger du ikke nogle kalorier på det. Og så kan du være i det fordi du synes at her har jeg ligesom en afsætningsrampe for nogle ting jeg gerne vil som jeg ikke kan få op atstå alene men som fordi jeg har fire, fem, syv eller ti andre med mig så kan det lige pludseligt lade sig gøre.</p> <p>Plus at jeg tror også at den enkelte producent lader sig inspirerer. De har jo alle sammen en eller anden plan for hvilken retning deres forretning og produkter skal gå. Men der er det jo enormt sundt at komme ud i verden og finde ud af at gud man kunne også gøre det sådan.</p> <p>Dorte fra Chokolademageriet komme måske fra et fag der er meget traditionelt, nu ved jeg ikke så meget om chokolade produktion men man kunne forestille sig at det for 15 år siden var meget traditionelt. Lige pludseligt er der sket noget for hvad man kan sætte sammen med chokolade og indtil nu har det været meget eksotisk med noget chili og noget men alle de urter der findes herhjemme kan vel for helvede også et eller andet med chokolade ik.</p>
36	Det var også min erfaring fra netværksarrangementet hvor hun der fik en aftale i	Ja ja altså så det er jo sådan at det opstår rigtig mange ting og jeg håber at mange af de her ting bliver til noget for der er virkelig sådan en positiv brainstorming omkring det. Plus at noget af det som kan sætte en stopper for at ting bliver til noget

	stand med en øl producent om en chokoladeøl.	det er hvis det bliver for besværligt, men hvis Selma kan ringe til mig og sige ej nu laver jeg lige noget lam med timian kan du klare timian – jamen så får hun lavet det, men hvis hun skal rende panden mod en mur hos fire forskellige så bliver det sgu ikke den onsdag. Så det er et eller andet med at jo mere leveringsdygtig vi kan være – også over for hinanden – jo større sandsynlighed er der for at der rent faktisk sker noget.
37	Så når du siger at der mangler udbud så tænker du både på bredden af varer og niveauet af udbud?	Ja det synes jeg da – når man kigger på hvor mange vi er og hvad der f.eks. kommer i julekurven for det er jo kun ting der kan holde sig. Så er det jo meget lidt ift. hvor meget det i virkeligheden kunne være. Der er kun én producent af mel – der er så flere øller men det bliver meget begrænset ift. hvor bugnet det egentlig kunne være. Der kunne være massere af forskellige kødting som var røget, tørret eller saltet – de er her jo. Men igen det er noget med at få produktionen op og tro på at det kan lade sig gøre og måske også ha nogle lidt bedre afsætningskanaler ikke.
38	Hvordan tror du man klare det?	Det gør man bl.a. ved at gå i dialog med nogle af de speciel supermarkeder der har set en fordel i at få speciel produceret vare hjem. Og så gør man det ved at sige jamen lad os spille sammen med vores kulturinstitutioner altså lad os tage varen derhen hvor vi ved der er kunder i forvejen.
39	Jeg synes ikke i har så meget samarbejde med netop kulturinstitutioner?	Nej men det synes jeg vi bør blive bedre til – helt klart.
40	Har i en særlig målsætning i arbejder hen imod?	Altså jeg tror egentlig stadig det holder det der med at vi er Københavns baghave – der er ikke sat størrelse på eller på de måde snakket om hvor vi skal ende henne men vækst er i hvert fald helt klart et must for foreningen. For det er væksten der ligesom gør at der overhovedet kommer udvikling. Men det er ikke noget hvor man har sat sig ned og sagt vi skal vækste med så og så meget i år. Men altså det ligger også latent i de mennesker der er med – at det er sådan de er at drive det videre.
41	Det leder fint videre til	Ja det synes jeg der er – både fra de gamle med også fra de nye

	næste spørgsmål der omhandler om der er stærkt arrangement i klyngen?	der kommer ind. Jeg synes hele tiden der kommer nye til som tilfører det noget ny energi som har nye vinkler – också fordi de forskellige produkter peger i nogle forskellige retninger. Der kan være noget øl producenter som synes at det er oplagt at gå i den og den retning som nogle ködproducenter aldrig har övervägt. Men som alligevel på en eller anden måde änger mycket gott samman. Så därför så synes jag att de forskellige produkter kan vara med till att hjälpa varandra i en utveckling som man kanske annars inte sett. Så flera medlemmar ligg med mer inspiration. också för att det är ildsjäle vi snakker om eftersom det är den typen människor som tänker framdrullande.
42	Tror du der overordnet set er økonomi i det for medlemmerne nu?	Nææ det tror jeg ikke der er. Altså det kan godt være at der er for nogle af de enkelte producenter og de klarer sig fint. For at der skal være rigtig økonomi i det for os når vi går ud og laver eks. fællesarrangementer. Altså der har vi fundet ud af at hvis vi sælger mad tjener vi flere penge end hvis vi bare står og sælger produkter. Fordi alle skal ha noget at spise men det er ikke sikkert at folk skal ha en tig med hjem og hvis de skal så bruger de færre penge på den end de vil gøre på mad. Og derfor er det oplagt for os at gi smagsprøver som folk betaler for. For noget som også sker er at man som madproducent kan sætte sin forretning over styr på baggrund af smagsprøver. Man giver jo mange smagsprøver væk da det ligesom er den eneste måde at få folk til at finde ud af at de skal have noget af det med hjem. De færreste købet på etiketten. Og det er en stor del af formidlingen men også en dyr del. Og hvis folk er nogle steder hvor der er mange madproducenter så kan de jo næsten gå og æde sig mætte i alle de der smagsprøver.
43	Man kan ikke se på produkterne at det er SpN produkter vel?	Altså når vi er ude sammen kan man jo se det på vores stand men vi bør jo have en eller anden form for label, men igen det hører til mærkningen – ligesom når du kommer ud til de forskellige gårdbutikker så skal der jo også helst være et eller andet der indikere SpN – men det når vi til.
44	Hvor i forløbet tror du det ligger?	Jeg tror det ligger der hvor at hvis man – vi har brugt nogle penge til materiale når vi er ude sammen – så det næste bliver

		at lave materiale til os hver især.
45	Tror du at det ligger indenfor det næste år?	Ja det er jeg helt sikker på.
46	Tror du alle medlemmer er interesseret i at have mærkning på varer samt et emblem ved butikken?	Ja jeg kan ikke forstå hvorfor man ikke skulle. For mig er det added value at det er der. Men det kan da godt være at der er nogle der synes de ikke skal have det. Men jeg kan ikke forstå hvorfor man ikke ville have lyst til det.
47	Hvor tæt forankret er SpN i lokalområdet?	Jeg vil sige vi er tæt forankret med de af vores medspillere i lokalområdet som ønsker at samarbejde med os. Men det er hvis der har været et initiativ som f.eks. med Gribskov kommune. Der er vi jo meget tætte med dem.
48	Kunne kommunen være et medlem?	Jeg tror at de kunne være en interessent, hvis man kan sige det. Jeg kan ikke se kommunen som medlem, men jeg ville hellere se kommunen som samarbejdspartner hvos man med en eller anden form for fælles fokus kunne gå ind og hjælpe hinanden. (FIND UD AF OM EN KOMMUNE I CYCLE MODELLEN SPILLER EN ROLLE)
49	Hvilken rolle spiller lokalområdet for klyngen? Er der tæt samspil med borgere og SpN?	Jeg synes ikke at der er så tæt et forhold som der egentlig godt kunne være og det tror jeg hænger sammen med at fordi naboen er griseproducent er det ikke ensbetydende med at du køber dit kød hos ham – det ville jo være fint hvis det var sådan. Men der tror jeg lidt at vores målgruppe til vores varer kommer andre steder fra end vores umiddelbar nærhed. Ingen fordi det først er en varer der har højere pris. Og det er jo sådan at de fleste husstande herhjemme de bruger. Er det noget med at vi har aldrig brugt så få midler på mad som vi gør af vores samlet indtægt på nuværende tidspunkt. Og det er jo helt grotesk ift. livstilssygdomme – jamen det er jo en lang snak det her. Men jeg tror at vores varer er af en sådan økonomisk beskaffenhed at der er større afsætningskanaler udenfor lokalområdet end der egentlig er indenfor. Det er jo helt absurd at sidde og sige det men det tror jeg faktisk.
50	Man er da ellers rimelig ressourcestærk i NS?	Men NS er jo mange ting. Hvis vi bare havde strandvejen ville det være fint, men ligeså snart du komme omkring Gilleleje,

		<p>Rågeleje, Skibby osv. Så rasler indtægterne jo ned ift. Strandvejen i hvert fald. Så der er ingen tvivl om at hele Nordkysten er store potentielle kunder men fra nogle bestemte områder.</p> <p>Der er måske også noget med at de mennesker som nor mere ude på landet har ikke så meget behov for at få land ind i deres køkken som de mennesker der bor lidt mere civiliseret har. Der er større behov for at få den økologiske gris ind i køkkenet eller Ramsløg eller hvad har du.</p>
51	Jeg kunne godt tænke mig at snakke lidt om fødevarer og oplevelser. Mener du om netværket har indflydelse på turismen i området?	<p>Vi ar jo udviklet os siden vi startede for da vi startede var det meget det der med markeder. At vi skulle på alle de her forjættede markeder. Men vi har også gjort os nogle erfaringer omkring at det at holde et marked er en rigtig god måde at få udbredt kendskabet på men det er enormt ressource krævende og der er ikke særlig god økonomi i det. Jeg tror at NS er et eller andet sted hvor alle har fundet den der markedstanke. Så der bliver lavet markeder indenfor alt. Et meget godt eksempel er at for 7 år siden var Aarstiderne mere eller mindre ene om at holde et julemarked og i dag der har enhver lille flække med respekt for sig selv en eller anden form for julemarked. Og noget af det som jeg synes er kendetegnende for mange af de markeder er at det er nogle dårlige ting til en høj pris og det er uinteressant. Og det gør så at når folk kommer på et fødevaremarked hvor vores producenter er med så gir folk udtryk for at det er dyrt. Det er ikke så kræmmervenligt det vi laver. De markeder vi har holdt på Esrum har folk været rigtig glade for baren har været hold højt så de mennesker der er kommet ikke har skulle stå at prutte om prisen. Der har været en rigtig god stemning. De andre steder har de skulle kæmpe for at få deres priser hjem og det gider man ikke – i forvejen tjener man ikke en skid på det.</p> <p>Så jeg tror at noget af det vi har lært er at gå væk fra den der markedstanke mod både noget større event samlet på en gang men hvor vores input til det er anderledes eks. sælge mad og færre smagsprøver. Til sådan noget som kurvene som ikke</p>

		<p>kræver at vi er af sted hver weekend men som bliver formidlet og kan formidles på en forholdsvis simpel måde.</p> <p>Eller igen lav et arrangement sammen med Kronborg et fast tilbagevende arrangement hvos man gør brug af dens institutions kunder.</p>
52	Og det er noget du mener er aktuelt indenfor det næste års tid?	<p>Ja det er det – jeg tro meget at når vi snakker om hvad vi skal så har vi flyttet os fra det enkelte lille marked til en større skala. Både at indgå i noget sammen med andre så vi får det op i en størrelse som en er større end hvad vi selv kan stille op med. Så vi simpelthen får det ind i en hel anden kontekst så vi får udvidet vores muligheder.</p> <p>Plus at man kan sige at det er for hårdt fysisk krævende at rende til alle de her små arrangementer. Punkt nummer 1 – de tjener ikke noget på det – nr. 2 de har ikke noget fritid. Hele den der markedstanke som vi kender fra Frankrig der er det jo professionelle – de laver ikke andet.</p> <p>De mennesker som står på merkedet de har ikke noget et andet sted – det er den butik de har – den bil de kører rundt med - så de kommer hver eneste uge den samme dag til de forskellige byer. Og det vender de lokale sig til – og jo flere der kommer og køber desto billigere bliver det. Det er lidt ligesom fiske manden i sin bil en fast ugedag. Og det er den måde de kører det på men sådan gør vi ikke herhjemme. Men der kan også være nogle fødevaremæssige ting der gør det besværligt i DK det ved jeg ikke. Jeg tror det hænger sammen med vores mentalitet – vi synes vi har for travlt – vi prioritere ikke vores mad særlig højt.</p> <p>Men det er jo enormt sjovt at på en eller anden måde er det rigtig set af årstiderne – de har så kørt med røde tal i ti år før de rent faktisk kunne lave forretning ud af det – men det er rigtig set det med at vi tror på at folk godt vil ha den gode vase, de gider bare ikke lette røven og komme og hente den – så må vi kører lortet ud til dem. Så må vi på en eller anden måde få det fragtet ud og så må de betale for det det koster.</p> <p>Og så tror jeg at jo flere gode eksempler man kan have - altså Jamie Oliver har gjort meget for England og alt det skidt de</p>

		<p>propper i hovedet – jeg tror at han og de andre drenge har været med til at få vendt folk rundt.</p> <p>Jeg ved det ikke men der er ingen tvivl om at det er et langt sejt træk og alle skal trække med. Dette er kokkene der skal trække – det er børnene der skal lære noget om det og trække den vej – hvis man kunne få fat i børnene så er den hjemme – for det er dem som bestemmer.</p>
53	Har klyngen efter din mening pt. indflydelse på turismen i regionen?	<p>Det synes jeg vi har – og det er fordi vi er gået fra at være en lille interesse organisation til at være nogle der har noget at byde ind med. Vi er salgbare – vores timing har været genial – hele opmærksomheden omkring mad og NOMA har været rigtig ift. at man fra turismens og andre udbyderes side har valgt at fokusere på gastronomi – og der stod vi jo der lige midt i det hele så det er jo oplagt at vi bliver kontaktet bl.a. af VNS og det er oplagt at vi har noget at skulle har sagt fordi det er os der har kontakten det er os der er kontakten. Det gør VNS arbejde meget nemmere at vi er samlet i forvejen plus at man kan sige at vi vil jo rigtig gerne samarbejde med dem – for noget som de har som vi ikke har det er jo at de har midler til markedsføring. Så hvis vi kan få dem til at markedsføre os og de så ved at sælge os kan få flere turister til jamen så kan jeg da kun se glade miner. Så jeg synes der er alle mulige gode grunde til at lave endnu mere samarbejde end bi har på nuværende tidspunkt.</p>
54	Hvordan ser du det i fremtiden?	<p>Jamen som en større og tættere samarbejdspartner end vi er nu og igen så er kommunerne jo også en mulighed. Der er ligesom gået inflation i al det her oplevelsesøkonomi. Alle med respekt for sig selv skal ligesom ha et eller andet. Om det er en kulturhavn eller hvad det nu er. Jeg tror at - det kan godt være at der kommer en modreaktion men på nuværende tidspunkt der handler det meget om at folk vil ha oplevelser og de vil ikke være tilskuere med involveret i det de laver de deres sparsomme fritid og på en eller anden måde så er det lidt ligesom økologi – hvis du først er begyndt at spise økologisk så er det svært at gå tilbage altså det er svært at sige nej nu går jeg tilbage til alle e numrene og konserveringsmidlerne, det vil man</p>

		jo alligevel ikke gøre. Og det er det samme med det her. Altså et museum er jo noget helt andet i dag end det var for 10 år siden – altså i dag går du jo ikke bare ind på et museum og ser passivt på et eller andet man har hængt op på væggen – det er der jo ikke noget der gider. Du skal jo kunne pille og trykke og rode og rage osv. For dette er jo det du vil. Så alt det der med oplevelser osv. Det er kommet for at blive det bliver kun større og mere udviklet. Så gælder det så om at være skarp altså til at lave det som folk så tænder på og være dygtig til det.
55	Som jeg hører det så er der flere tangenter man kan spille på det er; samarbejde med kulturinstitutioner – men VNS – med kommuner og så ha flere restauranter som afsætningskanal.	Ja flere restauranter – der ku være den mulighed for at man kunne udvikle sine produkter i forbindelse med nogle af de store spillere. Fordi de har også behov for at være specielle. Altså når du har oversvømmet verdenen med mælk som Arla gør, så ku det jo godt være at Arla har behov for at lave en lille niche ting som handlede om local foods eller noget som jo er fuldstændig modstridende med den tanke de kører på det store plan. Det er jo set før. Der kommer jo altid reaktioner på alting og der kommer også modreaktioner på alting så på et eller andet tidspunkt skal der nok være noget der går den anden vej. Jeg tror på at hvis ting er lavet ud fra et godt hjerte så skal det nok ha en rimelig holdbarhedstid. Og det synes jeg de her produkter er. Jeg synes det er mennesker som brænder og de skal nok finde en vej i den her jungle – det holder.
56	Det bringer mig videre til klyngens potentiale?	Altså jeg kan kun se at det bliver større og at det vokser. Hele det her local food er jo – det er jo ikke nyt men det er alligevel nyt ift. folks indkøbsmønster. Så lige nu der er det måske det der - hvad er det gourmet segmentet på 10% af DK's befolkning det er måske dem der går op i om det er local food eller om det ikke er local food. Og så har det jo med at brede sig ud til nogle af de andre grupper så jeg tror at der i lang tid frem vil være efterspørgsel efter lokalproduceret fødevarer. Den allerstørste hindring dette er at få distributionen til at fungere, fordi igen med folks indkøbsadfærd der kommer de ikke ud og henter det – så der er lige nogle ting der der skal fikses. Altså den mand som finder på at lave en eller anden kølebil og kører rundt og

		<p>hente lørdag morgen og så stille sig ind på Rådhuspladsen om eftermiddagen og stå og sælge der han vil måske et eller andet sted gøre en god forretning. Det er måske sådan nogle entreprenante typer der skal til fordi produkterne er der – så vi skal bare ha nogle vognmænd med nogle købmændsgen der ligesom sørger for at det kommer videre i systemet. Dem mangler vi lidt. Men det kan jo i virkeligheden være det bliver os selv der ender med at gøre det. Jeg synes dette er så tydeligt at se bl.a. på Bornholm at så kommer der en ind og siger jamen gud der er der sådan en gruppe af lokale producenter – må jeg ikke forhandle alle jeres varer. Og det for de jo altid ja til, for hvis de slev gider og kører rundt og hente det osv. Jamen så er det jo oplagt.</p>
57	Du snakkede i den forbindelse om en butik i Gilleleje?	<p>Ja i forbindelse med kulturhavnen i Gilleleje – entreprenøren der – han hedder Michael – han kontaktede os. Jeg mødte ham i forbindelse med udviklingen af de der destinationsruter – der var han med inde over. Der stod vi så og snakkede og han fortalte om det her projekt hvor man laver om på Gilleleje centrum – man bygger nogle nye bygninger og der har man bl.a. gjort plads til en butik der kan sælge lokale fødevarer og ha sådan en markedsplads og det tror man på. Det har man så lavet samarbejde med den lokale superbrugs som er gået med ind i det og der havde de så i første omgang, synes jeg, forregnet sig lidt fordi det troede de at de kunne sælge dyrt ikke. Det kunne de så ikke – men de er så tændt på ideen at jeg tror det ender med at der nok skal blive åbnet et eller andet og hvor producenterne nok skal kunne komme med uden at det koster dem noget. Fordi at Gilleleje Kulturhavn kan se en fordel i at have det her på kortet.</p> <p>Der er ingen tvivl om at man fra Gilleleje kulturhavn har sagt – det er jo skide smart det her så får vi dem til at flytte ind og så betaler de- og der har man jo totalt forregnet sig – men jeg kan godt forstå at man har tænkt tanken. Men jeg tror der kommer massere af sådanne initiativer. Jeg kunne ikke forestille mig andet – også fordi det skaber liv og det er det byer gerne vil</p>

		have.
58	Hvilke fremtidige trusler kunne du forestille dig der for klyngens vækst?	<p>Altså distribution er en helt klar – det er sådan en væksthæmmer og fordi at foreningen som sådan ikke har ressourcer til at gå ind og lave et fællestiltag, hvis vi nu havde råd til at gøre det selv ville det være fantastisk men det har vi ikke og det får vi aldrig nogensinde, så det synes jeg er en af de største problemer.</p> <p>Så kan der være et problem i den der uensartethed vi har på nuværende tidspunkt som er charmerende i en lille forening kan blive et problem på sigt – at der simpelthen er for stor forskel på ambitionerne og der er for stor forskel på hvor meget folk løfter. Der kan man så sige jamen laver man så ikke bare et aktivt – passivt medlemskab. Man behøver ikke at gøre det samme alle sammen men jeg kunne godt forestille mig at det på et eller andet tidspunkt bliver et problem, for dem der gerne vil føler sig bremset af dem der sidder tilbage og siger.. nåå ja men jeg er sgu egentlig glad for som jeg har det – ja ja men kom nu for helvede ikke altså. Der kunne opstå nogle ting der og det er jo så noget der gør når folk møder hinanden og er i foreninger sammen så er det som regel ambitionsniveauet der på et eller andet tidspunkt det der skiller dem ad ikke. Det kunne jeg godt forestille mig.</p>
59	Bliver andre klynger i DK eller på Sjælland opfattet mest som en sparringspartner eller som en konkurrent?	Altså jeg tror at medmindre vi skal lave fødevarenetværk DK, så tror jeg at man kunne lave et over ordnet men det har man vel i virkeligheden i fødevareministeriet. Men hvis der skal være ræson i at man har et lokalt fødevarenetværk så synes jeg der er grænser for hvor stort det kan blive.
60	Jeg tænker mere på at de bliver betragtet som konkurrenter eller ej?	Nææ som samarbejdspartnere – de har jo deres. Det er jo det skønne ved fødevare produktion det er at man laver jo ikke det samme – de andre kan jo noget som vi ikke kan fordi de har nogle andre indgange eller traditioner. Nu har jeg lige været en uge på Fanø og de ting man laver på Fanø, nogle af dem er jo rimelig lig det vi laver i nS men der er jo også nogle ting som er meget forskellige – fordi det er jo kulturelt betinget at man så derovere laver hvad ved jeg – bakskul eller hvad har vi.

61	Er der andet du føler relevant ift. udvikling af klynger eller andet du synes skal tilføjes mht. turisme?	<p>Jeg synes det kunne være sjovt at lave endnu tættere samarbejde. På nuværende tidspunkt synes jeg at vi er dølleverandører til VNS og jeg synes det kunne være sjovt at lave projekter sammen - hvor man går mere helhjertet sammen. F.eks. lad os tage krydstogtturismen - de er her forsvindende få dage og har et meget stramt program. Det kunne det være sjovt at lave nogle arrangementer der var målrettet dem. Det kunne bl.a. være at besøge Kronborg og samtidig få de lokale madvarer serveret eller sådan noget. Men sådan nogle arrangementer hvor man går ind og ligesom booker folk på forhånd - altså laver et mere reelt samarbejde omkring det. Det synes jeg kunne være enormt interessant. Fordi at jeg har indtryk af at VNS og de andre turistbureauer står og skriger efter arrangementer de kan kyle i hovedet på alle de her turister der kommer ind i landet. De er startet på et samarbejde med alle mulige i området men jeg synes godt at man kunne være endnu mere selektiv i virkeligheden. Nogle af de snakke jeg har haft med Birgitte - det har jo været et spørgsmål om hvor meget vi egentlig kunne målrette det - vi har sådan en ting - i har sådan en ting hvordan kan vi gøre sådan her (klap). Men meget mere målrettet og måske også med os som en mere kommercial spiller i det. At vi ikke bare er en samling amatører der stiller op hver lørdag helt glade med stråhatten på men at vi bliver betragtet mere som konsulenter - så der også kunne være noget økonomi i det for de her mennesker. For på nuværende tidspunkt - det eneste de kan tjene penge på er deres lille marmelade, men hele deres konsulentdel af deres arbejde - hele oplevelsesdelen, formidlingsdelen - alt det der som de også kan det for de jo reelt ikke nogen penge for medmindre de sælger marmeladen til sidst og det er jo i virkeligheden det der er oplevelsesøkonomi. Så jeg synes jo et eller andet sted at det ville være rigtig rart hvis man ikke kun tænkte vareenheder - men tænkte her har vi nogle mennesker der har noget at byde på, men vi er også nødt til at honorere dem derefter. Men der</p>
----	---	--

		tror jeg nok at VNS ville slå sig lidt i tøjet hvis de skal begynde på at betale honorarer. Men et eller andet sted ville jeg tro at det ville være rigtigt for udviklingen.
62	Har VNS økonomi til det?	Det ved jeg ikke – men altså i virkeligheden så går man jo ind der. De står med deres 22 mio. Eller hvor meget det nu er – og så går de ud og så siger de halløj NS – vi vil gerne lave destinationsruter – kom ind og vær med. Og så vælter det ind ad døren med en masse mennesker der godt vil lave destinationsruter. Og så ender det så med at for vores medlemmer handler det stadig om hvorvidt de får solgt marmeladen eller ej. Altså der er ikke nogle af de 22 mio. Der er tilløbet dem for den oplevelsesviden de har eller den konsulentbistand de yder. De får markedsføring men der synes jeg jo at det ville være – jeg ved godt at der skal nogle penge til for at det skal kunne lade sig gøre, men hvis man gik ind og sagde okay, hvordan kan vi udvikle NS som turiststed indenfor gastronomien – at man så også satte nogle konsulenthonorarer af. Fordi jeg tror at producenterne på et eller andet tidspunkt løbet tør for energi hvis alt deres arbejde alligevel kun handler om de kroner de kan tjene på et evt. solgt produkt.
63	Hvad tænker du på når du siger konsulent?	Jeg tænker på at for at lave en gourmet rute så kræver det at der står x antal mennesker rundt på de her steder som kan fortælle og formidle en god historie. De mennesker går ind i det her projekt med det for øje at håbe på at sælge nogle produkter lige inden bussen skal kører – hvor jeg jo synes at de som de mennesker kan – det er jo det der er varen. Altså det er jo det som turisten i virkeligheden kommer og får en oplevelse ud af – og så er produktet som vedkommende får med hjem – det er bare sådan et lille visitkort i virkeligheden. Men det er det eneste indtjeningsmulighed som producenten har – så der kunne jeg godt håbe på at den viden som producenten har og den formidlingsevne som producenten har blev honoreret. Jeg synes da på en eller anden måde – altså de fleste kulturinstitutioner har jo ansat formidlere fordi de ved godt at når der kommer nogen så skal de a et eller andet med hjem. Så

		<p>står der en eller anden og bræger i en halv time og fortæller om noget og det får han sin fede løn for og turisten er glad for de får også noget med hjem. Altså det er jo et alternativ til bare at stikke dem en pamflet og så kan de sgu selv rende rundt og blive væk.</p> <p>Og det er jo i virkeligheden sådan at man er begyndt at bruge – man er begyndt at bruge producenterne som formidlere – de er bare ikke på lønningslisten nogen steder. Det kræver jo så at det afkast der er ved salg af produkter er af en størrelse så de kan se der er ræson i at de bliver ved med at gøre det, for eller bliver det bare endnu en tidsrøver med endnu en gang smagsprøver som der ikke bliver betalt for.</p>
64	Det er vel igen det med at størrelsen på klyngen i sig selv er en trussel?	<p>Ja der tror jeg – så vil man jo hellere gå til supermarketet og sige okay må jeg stille mine varer hnered hos dig – og så står købmanden og er formidler. Så på en eller anden måde så skal turistkontoret er jo nødt til at kigge på sine samarbejdspartnere som værende ligeværdige og ikke nødvendigvis nogle man hiver ind efter forgodtbefindende. Altså fordi så får man tyndet ud på et tidspunkt og så er der ikke flere tilbage. Hvis man så har møvet sig igennem samtlige madproducenter og der så ikke er flere tilbage der gider lege med os – nå hvad gør vi så ikke. Man skal jo altid passe på når man tager folks arbejdsindsats uden at honorer dem. For så længe de via en vej kan se at der er noget i det for dem så vil de gerne være med. Men hvis det produkt som VNS sælger er formidlingen så kan jeg jo godt regne ud at så går der ikke ret lang tid, så begynder man at tage entre ude på slagteriet osv. Fordi det bliver ikke nok at sælge produkter på den måde. Der er jo næsten ikke noget avance på sådan noget vel. Altså det er jo latterlige øre folk tjener på deres produkter fordi hvis de skulle prissætte dem ordentlig så skulle en marmelade koste 150 kr. og det er der jo ikke nogen der har råd til at betale. Så der ligger et skisma der jeg ikke ved hvordan man løser, men hvor jeg godt kunne forestille mig at nogen af de mere progressive af vores medlemmer vil meget hurtigt synes at – jeg bruger altså en masse tid på det her og får</p>

		ikke noget tilbage, men jeg er sådan set blevet et produkt der er til salg i en turists organisations katalog som gør det attraktivt at komme. Og som hele deres storytelling er bygget op på. Men jeg står her sådan set bare fordi jeg er happy go lucky ikke. Hvorimod de kan sidde inde hos dem og tjene penge, så der er nogle skismaer der og sådan vil det altid være. Til at starte med vil man altid byde ind og man synes det er sjovt – altså det er jo ikke anderledes end at jeg sidder i Gribskov kommune og skriger på konsulenthonorarer for ja jeg kunne jo sidde i dagevis og snakke med Marianne om hvordan vi kan udvikle det her, men hvis hun hele tiden sidder og kigger på mig og siger jamen hvad kunne vi såøre og jeg ved at min normale timepris den hedder altså sådan og sådan og lige nøjagtig det som Marianne og jeg sidder og snakker om det er jo noget jeg går ud og sælger andre steder. Så hvorfor er det jeg ikke skal sælge det her – holder meget af dig Marianne men så længe jeg sidder og snakker med dig så er der nogle penge jeg ikke tjener. Men vi er jo bare nogle der lever af det og det er jo passioneret. Det er jo også derfor det er svært at sige – ej nu har jeg talt i en time, nu har du fået for x antal kroner. Men det er jo sådan nogle skismaer der opstår når ting ikke er et æble osv. Det er lidt mere kompleks – men det går jeg ud fra at du nu kan gå ind og fikse hahaha.
65	Kan du bruge dit link til SpN i dit nye arbejde?	Det håber jeg – jeg synes at maden er ekstremt underrepræsenteret i Helsingørs kulturudbud til borgerne. Så jeg synes da et eller andet sted at det er oplagt at det skal der da gøres noget ved. Sådan lige hvordan det skal strikkes sammen ved jeg endnu ikke.

Appendix F – Interview Lasse Solheim

No.	Interviewer	Respondent
1	Kort præsentation og beskrivelse af relation til klyngen?	<p>Det er en professional relation på den måde at vi er et konsulent firma der varetager sekretariatsfunktionen og vi er medlem af SpN – men vi fakturerer dem jo også samtidig med at vi er en del af det og løser opgaver. Men hen ad vejen så får man selvfølgelig nogle mere menneskelige og personlige relationer til medlemmerne. Men grundlæggende er det en professionel relation.</p>
2	Kan du fortælle mig lidt om hvad forventningerne var da man begyndte at indlede samarbejde.	<p>I opstartsfasen skal du tænke på at der har været meget fokus på at skabe de her alternative afsætningskanaler.</p> <p>Vi træder lige nogle skridt tilbage – hvis man kigger på sådan hvorfor det startede – så kan man sige at fødevarebranchen i dag i DK er styret af ganske få firmaer. Der er dansk supermarked der er Coop og der er Superbest – de styrer 70%-90% af markedet – så hvis man kigger på frugt og grønt så sidder der i hver af de der tre kæder så sidder der måske 1-2 og bestemmer hvad der skal købes ind, det betyder at 3-7 mand bestemmer hvad man kan købe af frugt og grøntsager i DK. Dvs. At der er en enorm magt koncentration i de her tre kæder. Det er på retail siden, så er der på supply siden. Altså der er Arla der sidder på igen 80-90% af mælken, så er der Danish Crown der sidder på stort set alt kødet, det betyder at der er en enorm koncentration i fødevarebranchen. Og så er der så også de der store multi nationale selskaber som unilever, nestle og Kraft som så styrer mange af de der f.eks. is produktioner.</p> <p>Hvis de bliver for store så bliver de bare købt. Men altså der er sådan en modreaktion mod det – dels hos forbrugerne altså f.eks. Københavns fødevare fællesskab eller Aarstiderne eller hele den økologiske bevægelse.</p> <p>Hvor man gerne vil have noget alternativt ift. at blive styret af de kæder. Man skal måske lige tilføje at kæder i DK ikke er utsat for ret meget konkurrence, øhh der er kun Lidl, Aldi og Rema1000 som reelt konkurrerer lid med dem. Men hvis man</p>

		<p>går til udlandet så er konkurrencen på retail meget hårdere. Det er i hvert fald en af forklaringerne på hvorfor det er meget dyrt i DK altså fødevare er unødigdyre for der er ikke så meget konkurrence – eller det er der ihvertfald nogle der siger. Så alle de her bevægegrunde har ligesom... Fra politisk side så har man sagt, kan man ikke få nogle alternative afsætningskanaler eller alternative muligheder for at købe mad. Der er så også en hel masse tiltag som jeg nævnte med som jeg nævnte med Aarstiderne eller Københavns fødevarefællesskab. Så der har man så støttet politisk at man har afsat penge til at støtte op om en masse regionale tiltag – altså smagen af Fyn og kulinark sydfyn og LAK midler – som er sådan noget at skabe vækst i lokalesamfundet som også gir støtte til fødevareudvikling. Så alt det det er med til at sige der er interesse for at der skal være plads til noget andet – og der har man gennem de sidste 5-8 år lavet en hel masse af de her smag på et eller andet. Jeg tro for et par år siden der lavede man sådan en lille analyse af hvordan – og jeg tror der var 24 eller 26 der kan ligne lidt ala SpN i hele DK. Det kan godt være at nogen af dem har lukket igen. De har det med at leve okay så længe at der er finansiering men når de ligesom skal leve af kontingenter osv. Så er det svært at holde aktivitetsniveauet oppe og der sker ikke noget. Eller at der er en ildsjæl der arbejder rigtig meget for det her og så kører de træt eller får andet arbejde. Og så kollapser det lidt.</p>
3	Hvornår startede klyngen?	SpN startede i 2008. Jeg spoler lige tilbage. Man har alle de her smagsforeninger i DK og det var ligesom det der var inspirerende – det var ligesom so ein ding much wir auch haben. Det kan man sige det er sådan lidt at så kopiere vi hvad de andre laver, men samtidig så er der også en frustration hos de her små producenter fordi hvis du skal levere til de der store kæder, så er der en hel masse krav du skal opfylde . og det er meget svært at leve op til de krav og hvis du kommer ind i Dansk supermaked – yes så er det bare enormt fedt ik, så kan man levere så og så mange paller – men så begynder de at

		skrue prisen ned og så bliver man totalt afhængig af en aftager ikke. Så alle de der små producenter – dels så er de ikke professionelle nok til at leve og de har heller ikke volumen til det. For hvos det pludseligt ryger ind i netto ikke så – jeg ved ikke der er vel 270 butikker rundt i landet det kan de slet ikke overskue at producere så maget eller har slet ikke hverken kapacitet eller råvarer. Så man er nødt til at se efter nogle alternative salgskanaler til de der små producenter – så det er deres behov. Og så er der de helt store som vi har snakket om Arla osv. Men der imellem der er der heller ikke ret mange fordi de er enormt sårbare. De er nødt til at holde ild i kedlerne kommer de ind i kæderne så kommer de måske ind i Superbest eller netto og det går godt men så ryger de pludseligt ud fordi de bliver presset på prisen og siger det kan vi ikke – nå men så finder vi en anden leverandør – så det er meget svært at komme fra at være lille til virkelig at kunne leve til kæderne. Så det billede skal man også have med når man siger nå men hvad er det for nogle interesser der ligge hos de små producenter for at gå ind i så noget – jamen det er at de er nødt til at se jamen kan jeg afsætte min vare på en anden måde hvis jeg ligesom har for mange vare til at sælge på min gårdbutik – hvor går jeg så hen og sælger dem eller hvordan skaffer jeg merværdi til de vare jeg producere. Det gør jeg måske ved at sælge dem selv eller være på markeder eller spinge grossist retail ledet over er er selvfølgelig nogle der er små som så bruger en grossist for ikke at skulle leve direkte – men grossisten skal måske have 30% i avance og så moms og bum bum så bliver det pludseligt enormt dyrt og så er det meget svært at konkurrere.
4	Er der bestemte personer der har haft indflydelse på opstart af samarbejde?	Jamen der var en gruppe – det ved Torben mere om. Der var bl.a. Torben og Lisbeth – der var Øllingegaard – toftekård – Esrum kloster. Det er i hvert fald dem jeg kender til der ligesom var primus motor og jeg tror også at per Kølster var med i det.
5	Det er han da ikke mere?	Nej de trak sig ud af det – der var sådan lidt en slåskamp. SpN

		<p>det er for alle og det er der nogle økologer der ikke gider. De vil ikke diskutere med konventionelle og deres produkter skal ikke linkes op med konventionelle så der er nogle økologer der har valgt at trække sig og andre der har valgt at sige grundlæggende vil vi det samme og det kan vi godt leve med. Men altså per Kølster og Camilla Plum jeg tror de var med i starten men så trak sig for de ville ikke blandes op med konventionelle.</p> <p>Ølligegaard har dels ideologisk – de er jo eget af en økologisk fond for de har sådan en ideologisk ballast som gør at de gerne vil tage vare på den her økologi side og der er sådan en mellem. De er en af de få virksomheder der ligger imellem – de er ikke store men de er stadig sådan en mellemstør fødevarevirksomhed. Men de var i hvert fald engageret i det og Torben var engageret i det. Han har bevæget sig fra at være primær producent hvor han leverede til Superbest og restauranter så han har også en interesse i at kunne finde alternative afsætningskanaler. Han er jo oppe imod bær fra Polen.</p>
6	Var i med fra start?	Ikke helt fra start men vi var med sådan forholdsvis tidlig i processen. Sådan stiftende general forsamling var vi med eller var vi med mødet før det kan jeg ikke huske.
7	Ved du om de havde svært ved at blive enige om omfang og natur af samarbejde?	Ja der var nogle udfordringer. Nu har jeg nævnt det der øko ikke øko hvor der var nogle der trak sig. Så har der været lidt en diskussion om hvor lokalt funderet – altså det med at det ligesom skal være lokale råvarer – madhåndværk – det der lokale præg. Hvor sådan en som Ole fra Emile Vine – hvor han falder lidt ved siden af da han er importør, men han er sådan lidt speciel da det er økologiske og biodynamiske vine. Han ved godt at han falder lidt ved siden af. Der var en der udtrykte det sådan at man skal ligesom ha haft fingrene i det og skabt merværdi. Der kan man så også sige at vi vil meget gerne have restauranter med men hvor meget bruge de lokale råvarer osv. Jeg tror ikke at de på nuværende tidspunkt bruger ret meget for når vi snakker med dem så siger de at det er problematisk

		at få fat i. Problemstillingen er at hvis du er restaurant og der er lammekølle på menuen så skal du lige ha fersk kød – dvs. Så skal der slagtes hver uge og hvem er det lige der slagter lam hver uge – det er ikke så mange. De slagter måske et par gange eller tre om året. Der skal ligesom kunne være leveringssikkerhed. Okay jamen den restaurant kan så godt ringe til en bestemt der kommer ud og leverer 5 lammekøller men det bliver hurtigt enormt dyrt, for så skal de køre fra producenten og aflevere. Det sker men du kan nok se at hvis han også skal ringe efter grøntsager osv.
8	Har i snakket om fælles distribution?	<p>Ja men det er jo den evige tilbagevende problemstilling – alle slås med at få det der distribution til at fungere. Der er pt. ikke noget system. Dem der bruger lokale har aftale om at leverer – så derfor er det lidt svært at vide hvor meget der reelt bliver brugt- men altså det skal for køkkenchefen være let – han står der med sin touchscreen og bestiller varer han bestiller måske 1- 3 steder som så leverer hele repertoiret.</p> <p>Men der er rigtig mange der slås med det der.</p> <p>F.eks. Møn kultivator der har de et tilsvarende projekt som SpN der havde de et edb system der kunne det der og en dame der kørte rundt og leverede varer – men efter et år lukkede de fordi de kunne ikke få økonomi i det.</p>
9	Ved du om der har været udfordringer i forbindelse med enighed om ressourcer lagt ind i samarbejdet?	<p>Der er massere af udfordringer ift. til at det er små producenter som både skal producere, sælge og markedsføre.</p> <p>Man har kørt en politik med at det skal være billigt at være med – tror det koster 1000 kr årligt i kontingent for de små og så stiger det for 2500 for de større virksomheder med over 50 medarbejdere. Det er ikke ret meget ift. at få sekretariatet til at fungere.</p>
10	Booker man så sparring udover?	<p>Jo men altså sekretariatet for medlemskontingentet kan man stort set ikke lave noget andet end at vedligeholde hjemmeside og nogle få arrangementer. Hvis man skal lave noget ud over det så skal man søge projektmidler. Det er så det Henrik og jeg har søgt hjem og fået i samarbejde med SpN. Det gør så at man kan lave nogle aktiviteter.</p>

		De der pengespørgsmål er ikke det store det er jo kun 1000,- det er mere om folk kan afsætte tid til det, hvis ikke så bliver de væk. Men selvfølgelig hvis de betaler 1000 og aldrig kommer så oplever de nok ikke at de får noget og så melder de sig ud siden hen. Men der er lidt små forvirring hvad får jeg for det og hvordan kan jeg bruge foreningen – det er også en lære proces at blive skarp på – når jeg melder mig ind i den her forening hvad er det så reelt jeg får ud af det og hvordan sikrer jeg det – man får kun noget ud af det hvis man går aktivt ind i det.
11	Var alle enige om de fordele der var ved samarbejdet fra start?	Ja det tror jeg sådan set – man kan sige i DK er der sådan en foreningskultur inden for landbrug er der sådan en lang tradition med andelsbevægelser og samarbejde på alle mulige måder – så det har jeg ikke oplevet.
12	Er der et specifikt første projekt i arbejdede sammen om?	Nej der var en gruppe af initiativtagere bl.a. Torben som ligesom løb det i gang. Som jeg usker det så var det den her gruppe der satte sig sammen og prøvede at få defineret vedtægter og formål.
13	Hvad var jeres første projekt?	Det var mere sådan netværksmøder hvor man mødtes hos producenterne og så har der været noget julemarked i Tisvilde.
14	Vil det sige at festivalen til sommer bliver det første fælles projekt?	Ja det bliver sådan det første større arrangement. Der har været deltagelse i noget forskelligt. Hvis f.eks. Gribskov kommune har lavet - de har lavet sådan en kulinarisk morgensamling hvor SpN har været inviteret og så stillet op. Også i forbindelse med kommunen til erhvervsdag der har SpN lavet noget buffet. Der har 5 forskellige producenter stillet op og præsenteret hvad man laver og hvad man får at spise.
15	Men det er kun 5 – det er ikke sådan at man tager hinandens produkter med, så der er en repræsentant der viser frem hvad SpN har at byde på?	Jo vi udbyder det – Gribskov laver et arrangement og vi skal stille op og fortælle om SpN.
16	Men man har kun egne produkter med?	Jamen altså man byder det jo ud og så ser man hvem der har noget at byde ind med – hvis det er vinter så har Torben måske ikke jordbær men kødsnedkeren har altid lidt kød og Selma

		nogle får og Søris nogle grøntsgær og så siger man okay det kan vi godt li. Så finder man en kok der kan tilberede og så får hver af de producenter 5 min. Til at præsentere. Der kommer en del henvendelser på så noget og man kan sige foreningen kan ikke tage sig af det men det her er en mulighed men vi foreslår at der er nogle der slår sig sammen og gør det – fint så er der nogen der gribet bolden. I den kommende weekend skal der være et eller andet løb hvor vi så er blevet kontaktet om det ikke var noget for SpN at deltage – argh det er måske ikke lige men så okay vi sender det lige rundt i netværket om der er nogen der har lyst – og er der det så må de selv ordne det. Hvis der er rent lavpraksis så ordner vi (Viventes) det og er det hvad mener foreningen så er Torben som regel også ind over og er det noget endnu større så tager man det op i bestyrelsen. Men altså det er også men at finde en samarbejdsform der er hurtig og effektiv folk kan jo ikke bruge alt for meget tid på det her.
17	Hovedårsagen til klyngedannelsen? 1. geografisk tæthed 2. geografisk tæthed samt allerede tæt samarbejde 3. tæt samarbejde der har bragt aktørerne sammen og dermed dannet klynge	Det hedder jo SpN så det er en geografisk forholdsvis velafgrænset område – hvor afstandene er små og de større operatører kender hinanden så det har ligesom være naturligt at gå sammen. Mange af de der operatører kender hinanden og nogle af dem lavede allerede ting sammen – altså jeg tror mere at det er en naturlig forlængelse. Der er f.eks. Søris og Svanholm de arbejdede sammen om nogle ting og kender hinanden udmarket og Grantoftegaard og Søris laver noget sammen på mel og det har de gjort i mange år. Det er måske mere sådan kan vi få nogle flere med og udbygge det her samarbejde.
18	Har du noget at tilføje der kunne være relevant at have med når vi snakker om opstartsfasen?	Nææ
19	Har der været særlige milepæle ift. klyngens	Man kan sige at det er jo en milepæl at man får lavet foreningen – næste milepæl er at vi fik bevilliget et større

	historie?	projekt som gør at man kan lave nogle aktiviteter. Den tredje milepæl er måske så festivalen til sommer. Det er den første større samlet indsats man gør sådan i klynge sammenhæng.
20	Er der søgt inspiration hos lignende klynger?	Men altså det er jo vores arbejdsfelt så vi holder selvfølgelig øje med hvad der rør sig rundt omkring – vi finder inspiration mange forskellig steder.
21	Nogle særlige klynger du vil fremhæve?	Altså der var Vermont i USA det var sådan noget bl.a. med at få lokale fødevarer ind i lokale restauranter. Det er også sådan en del af festivals konceptet det med at få lokale restauranter til at bruge lokale råvarer og få dem til at fortælle deres historie – lammakølle kommer ude fra Selma og bum bum. Vi ser også på den gyldne omvej i Norge – den kan du også google. Vi ser også på vinture i barolo området for at se hvordan man laver andreture. Gå fra vingård til vingård gennem provence.
22	Er der noget der er implementeret endnu?	Nej sådan fungere verden jo ikke i mit hoved – det er mere at man får en masse inspiration og så koger man det sammen til noget der passer på en dansk kontekst. Der er jo lavet de der ruteforslag – der findes jo et utal af sådan nogle ruter som tilsyneladende fungere andre steder.
23	Ha SpN lavet det?	Narjh VNS har jo lavet det der dessert weekend og kærlighed på cykel forslag. Torben har i hvert fald været inde over og vi har været inde over ift. samarbejde med Gribskov Kommune med nogle ture. Men altså vi læner os lidt mere op af Skåne – madruten – hvor det er lidt mere hvor man byder ind – hvad kan jeg tilbyde – fint du kan kører forbi her og videre til den næste eller du kan kører lidt længere så man selv laver sin egen rute så det ikke er en fast rute.
24	Er der andre i DK I kigger på?	Vi kigger på Kultivator på Møn – kulinarisk sydfyn – vadehavs produkter – smørblomsten. Vi kører også et andet netværk der hedder oplevelses økonomi i primær prouktion hvor man håndplukker fyrtårne rundt omkring i landet indenfor gårdbutikker og oplevelser i primær produktion. Der er eks. Svanholm, Søris og Grantoftegaard. De er gengangere de er med i begge projekter.
25	Er der særlige personer	Altså der var den der gruppe der tog initiativ – det var ligesom

	du vil fremhæve i ft. udvikling af samarbejde?	dem der førte an.
26	Er der forhold der kunne ha lettet klyngens udvikling?	Man kan sige det er jo meget det der med at når folk er så skal de også opleve at det rykker og for at få det til at rykke så er det noget nemmere når man har nogle ressourcer og nogle penge. Det kan man sige det har vi så i projektet – det går jo ikke vanvittigt hurtigt men altså det går da lidt fremad hele tiden. Man kan sige hvis sådan noget skal virke så kræver det at der bliver lagt noget arbejde og nogle ressourcer i det. Det kommet ikke af sig selv, det er også sådan lidt min erfaring med netværk at man kan godt lave netværk og mødes og drikke kaffe men altså hvis der ligesom ikke er noget mere så går det hurtigt i sig selv igen.
27	Apropos ressourcer hvordan er aktiviteter i klyngen finansieret?	Kontingentet finansiere mere eller mindre sekretariats funktionen og så er der bevilget et projekt der hedder alternative salgskanaler som er landdistriktsmidler så det er dansk kombineret med EU co-finansiering
28	Hvor meget har de finansieret?	Det er ca. 50-50 med omkring 900.000 kr. over to år.
29	Hvad derefter?	Så er der ingenting – ingen støtte.
30	Er derudsigt til at klyngen kan være bæredygtig til den tid?	Det kan da nok godt fortsætte men det bliver jo på et lidt andet niveau og det vil være svært at lave sådan nogle typer af aktivitet der. For der bliver puttet en masse koordinering ind i det.
31	Er der mulighed for at søge yderligere støtte?	Det er jo sådan noget som vi skal til at kigge på om vi kan finde nye vinkler på projekter.
32	Hvornår udløber nuværende støtte?	Ved årsskiftet men vi forlænger det sandsynligvis så det kører et halvt måske et helt år mere.
33	For de samme midler?	Ja der kommer ikke flere midler til – det er bare at man smører smørret tyndere ud.
34	Er der nogle oplagte fonde eller projekter at søge til for SpN?	Joo der er massere af fonde og sådan noget men dels skal der være nogle der har øremærket noget der snørper derhenad og dels skal der så skrives en projektansøgning.
35	Men det er ikke noget i pt. har i tankerne?	Ikke andet end at vi sådan har det i baghovedet og siger øhh vi er vist snart nødt til at gøre et eller andet.

36	Ikke noget konkret?	Nej
37	Ved du hvad behovet er for fremtidig støtte?	Jamen jeg tror da at hvis det skal være sjovt og der skal være gang i den så tror jeg at det er lidt afhængigt af at man kan finde noget eksternt finansiering.
38	Hvad kunne det f.eks. være?	Jamen altså der er nogle GUDP midler og nogle landdistrikts midler men de udløber i 2013 så det er ved at være sidste udkald.
39	For at søge eller?	Puljen lukker men der kommer sandsynligvis nogle nye.
40	Hvor mange medlemmer er der i klyngen pt.?	Jeg tror at der er 42.
41	Er der regler for optagelse?	Det ved jeg ikke men altså det er jo altid noget man snakker om om det gir mening at folk er med.
42	Hvad er reglerne?	Jamen altså det skal være nogle der arbejder med fødevare og det skal være i Nordsjælland og nogle der vil noget med kvalitet, lokale fødevarer og madhåndværk.
43	Er de skrevet ned?	Du må ha vedtægterne.
44	Kan du fortælle hvorfor økologi endte med ikke at være en forudsætning?	Så begrænser man det jo – altså der er mange der laver interessante ting som ikke er økologiske, som også er ordentlige.
45	Hvordan er andelen mellem økologiske og konventionelle medlemmer?	Det ved jeg ikke men jeg vil skyde på 50/50
46	Hvordan er medlemmer fordelt mellem offentlige institutioner, dem der producerer og så dem der sælger til kunder i cafeer og restauranter.	Øhh det kan jeg ikke huske, du har jo medlemslisten der kan du jo se det. Men altså de fleste er vel en eller anden form for primær produktion, så er der nogle madhåndværkere og som chokolademageriet, kødsnedkeren og den boldgade. Så er der enkelte restauranter og cafeer og så er der så et par enkelte institutioner som Nordsjællands landbrugsforening og Erhvervsskolen.
47	Hvordan bruger netværket sidstnævnte?	Jamen erhvervsskolen er forholdsvis aktiv, de vil gerne – dels vil de gerne støtte om denne sag og ser det også som en mulighed for at sondere terrænet tror jeg og lave nogle ting sammen med deres elever. De kan komme i erhvervspraktik eller man kan lave nogle små projekter.

48	Hvad er som oftest agendaen når i mødes?	De er som regel den agenda at man har et netværksmøde og så har man et og det holder man som standard hos hinanden, så man kommer til at kende hinanden så det bliver sådan en slags virksomhedsbesøg. Og så er det typisk at man har et tema på og så er det ellers networking. Du har jo selv oplevet det – da der var virksomhedsbesøg på Nina's NaturCafe oginden man ligesom går i gang jamen så møder man lige og snakker og man ser der er noget der klapper. Den der kan du levere vin til det og sådan noget. Og så er der et tema hvor sidst du var med er den her festival.
49	Hvad kunne det tema ellers være?	Det kunne være det der var i Tisvilde eller julekurv eller brug af sociale medier.
50	Hvor i snakker om hvordan det gøres bedst?	Ja
51	I forhold til ledelsen i klyngen er der så en bestemt person der koordinere aktiviteterne?	Ja det er Henrik -
52	Og Torben er ikke med til det?	Henrik er i sekretariat og Torben er formand
53	Er der en bestemt person der kommer op med ideerne. Som f.eks. festivallen?	Jamen altså det er der mange der gör – projektet kan være lang tid undervejs og der er mange mennesker ind over, men altså det er meget Henrik og undertegnede der ligesom kører det – Torben kommer også med meget indspil.
54	Har i møde jer tre sammen for at udvikle ideer eller hvordan fungerer det?	Jo f.eks. altså Henrik og Torben snakker meget sammen.
55	Ved du om SpN's madfestival til sommer er set andre steder som lignende koncept?	Ja madrunden – vi har kigget til Sverige for inspiration – det har vi været inspireret af og kopieret kan man vel sige. – du kan jo google dem.
56	Har i nogle formelle eller uformelle regelsæt for god opførsel?	Nææ det er der ikke – altså det har vi ikke været udsat for endnu, men f.eks. altså det kan man da hurtigt komme ud i. Jeg har da diskuteret med nogle svenskere hvor de har dels madrunden men så har de også bondens eget marked. Der har

		de koncept om at det skal være produceret på egen ejendom – men hvor meget af det skal være produceret. Og så lynhurtigt så er der så nogle der står og sælger alt muligt andet. Så er der måske noget der sælger meget godt og de skal også ha tjent nogle penge og så har de en hel masse heftige diskussioner om konceptet så er man nødt til at smide nogle ud for at holde konceptet stramt. Men alt det er vi ikke kommet til endnu, men det kan da være at det kommer på et tidspunkt.
57	Hvordan har klyngens formand påvirkning på tillid til klyngen og udvikling af samarbejdet?	Torben er meget positiv og dynamisk med massere af drivkraft og han lægger også en del arbejde i det – så han er en god mand for foreningen.
58	Der gør at man får tiltro til projektet?	Ja det tror jeg.
59	Er der nogle aktive der er særligt aktive ift. at sprede information og dele viden?	Øhh ja men der er f.eks en der hedder Selma der er meget aktiv til at snakke med folk på kryds og tværs og vi kunne også lave noget sammen osv. Jeg skal nok stille op og hjælpe til. Det er f.eks. Selma og Kødsnedkeren der er gode til det- de går også meget på kryds og tværs og er gode til at kommunikere om ting. Han er måske lidt mere kommerscielt minded men det er også fint nok for i sidste ende er der jo nogle der skal leve af det her.
60	Ved du hvordan det går med det med at leve af det?	Jamen altså der er jo enormt stor spredning fra virksomhed til virksomhed. Der er jo virksomheder der omsætter mage millioner, måske 20- 30 – 50 millioner jo og der er firmaer som kun har det som deltidsbeskæftigelse og kører post ved siden af.
61	Ved du hvordan fordelingen er – er størstedelen hobby eller?	Det ved jeg ikke, det er måske 50/50 vil jeg skyde på.
62	Er der en særlig målsætning for hvor man gerne vil hen?	Ja altså det handler jo om at kunne leve af det. Man laver det jo for sjov og det er hobby men for de fleste er det forretning – der skal tjenes penge og man skal kunne leve af det.
63	Primusmotor hvem er det?	Det ved jeg ikke – der er mange på forskellige niveauer. Der er formanden, Selma, kødsnedkernen, Marinanne fra

		Grantoftegaard var der i starten men har trukket sig.
64	Ved du om medlemmerne har en opfattelse af forbundet risiko ved at være med i klyngen? Og risiko der tænker jeg eks. på dårlig omtale.	Altså det var f.eks. bevæggrunden for at de der økologer som valgte at trække sig for de ville ikke slås sammen med folk der kunne tilsmudse deres idealer.
65	Men det er ikke noget du har indtryk af at nuværende medlemmer føler?	Argh – det har jeg ikke indtrykket af – det har ikke rigtigt været noget issue.
66	Hvordan former i forventningerne til klyngens samarbejde og resultat?	Altså jeg tror ikke at folk de har helt urealistiske forventninger – de ved jo godt at det er svært at løbe sådan noget i gang. – Vi prøver at omtale det positivt uden ligesom at blæse forventningerne op til det – her tænker jeg på den der sommer og mad festival. Altså det er et eksperiment altså vi må vi se – men vi tror det er den vej vi skal for at få noget mere omtale og få nogen til at interessere sig for os. Jeg tror ikke at der er nogen der har en forestilling om at de skal tjene rigtig mange penge på det her.
67	Har i snakket om hvad folk forventer af det?	Det ved jeg nu ikke altså – altså der er jo en masse forventningsafstemning i forhold til at vi - vi forsøger at lave det her ift. at lave presseomtale – altså fordi at de laver en eller to rundvisninger på Hornbeer altså så kommer der 30 mennesker og de smager noget og så har de brugt så og så mange timer på det – altså det kommer der jo ikke noget økonomisk kortsigtet ud af, men på lang sigt at det kan være at okay så synes lokalpressen at det er måske en meget sjov event og nu er der også festival og nå ja altså på den måde så opstår der lidt snak. Og når de så er der hos Hornbeer jamen så har de også en øl-menu nede på kroen der kan i jo tage ned og spise bagefter. Og hvis man kigger på f.eks. mad runden der i Sverige den har kørt i tre-fire år og den får jo presseomtale i DK osv.
68	Hvordan er engagementet i klyngen?	Jamen øhh – generelt synes jeg der er meget godt engagement – det er mere med at få udmøntet i noget der giver indtjening –

		få det transformeret til indtjening. Så generelt synes jeg vi bliver mødt med velvilje osv. Indtil videre.
69	Hvor mange plejer at dukke op til netværksmøderne?	Det er alt fra 10 til 25.
70	Er det de samme der kommer hver gang?	Jaa, det er selvfølgelig nogle af ildsjælene – de kommer jo hver gang men altså der kommer jo hele tiden nogle nye ansigter. Det er ikke kun tordenskjoldssoldater.
71	Hvor tit holder i møder?	Tror det er en fire gange om året og så er der måske 2 ad hoc fordi hovsa vi skal lige ha organiseret det eller det.
72	Og de varer som regel de 2-3 timer?	Ja vi prøver som regel at lægge dem på slutningen af dagen når folk er færdige med deres arbejde – der er mange der har arbejde ved siden af så det er vigtigt. Så det er sådan lidt gå hjem møde.
73	Er der nogen som ønsker at være med i dette netværk som ikke har fået lov?	Ikke mig bekendt.
74	Okay der er kun nogen som har meldt sig ud – ved du hvor mange det er?	Nææ det ved jeg ikke?
75	Hvilke ulemper er der som du ser det at være med i klyngen?	Altså ikke andet end at der er den ulempe at hvis de skal have noget ud af det så er de nødt til at bruge noget tid på det. Men det er jo også det der er interessant at følge med i hvad sker der rundt omkring og komme til at kende hinanden. Og så er det også lidt lettere lige at ringe og spørge og skal vi gøre noget sammen osv.
76	Det virker til at man er egen hær i klyngen – jeg troede at man måske var lidt mere ambassadør for hinanden produkter og solgte på kryds og tværs for hinanden.	Ja jeg tror det er lidt svært at sælge hinandens produkter – altså hvis man kender dem godt kan man måske godt sælge deres produkter men ellers bliver det – hvis det er nogen man ikke lige kender så godt så er det svært at sælge deres produkter.
77	Ved du om der er mange	Altså vi forsøger jo at lave de her kryds, og linke folk op. Dan

	kryds samarbejde? Eks. med bær i chokolade etc.	Schumacher der laver brændevin – prøve at lave noget med Nordsjællands chokolade et eller andet med brændevin i. Og också med Dan der siger jeg har en grill jeg kan godt stille op. Ole der siger jeg kan godt komme og præsentere vinen og holde et lille vin foredrag.
78	Er det noget der allerede er?	Ja det kører – altså sådan i det små.
79	Spiller lokalområdet en særlig rolle i klyngen?	Altså Gribskov kommune har været meget positive og medspillere. De har lavet f.eks. kulinariske morgensamlinger og bakker meget op om det vi går og laver. Man kan sige VNS har jo også vist stor interesse og bakker op om det.
80	Hvad går jeres samarbejde præcis ud på med VNS?	Altså de har jo lavet et strategisk indsatsområde der hedder gastronomisk turisme eller kulinarisk turisme og der ser de jo SpN – at vi kan være med til at løfte det.
81	Har de så input til hvad de synes i skal gøre?	Altså de er jo inde over at det passer som fod i hose til deres – vi havde møde med dem for 10 dage siden hvor vi mødte deres makedsføringsafdeling hvor de fortalte om... Det var sådan en destinationsudviklingstur for Wonderful Copenhagen for at se lidt på hvad vi arbejder med. Øhh så det er i hvert fald to store aktører og et eller andet sted så er der jo også landboforeningen de er jo – de gør jo ikke noget med de bakker op om det.
82	Er der noget økonomisk samarbejde med andre hvor i hver især eks. lægger penge i et projekt?	Ikke penge for der findes ikke rigtigt rede penge – der findes projekter og arbejdskraft. Men altså VNS det er jo sådan et samarbejde.
83	Hvad bidrager VNS med?	De bidrager med omtale og vi får omtale i deres katalog til rimelige penge og sådan noget.
84	Har i udvikling af arrangementer i samarbejde med VNS?	Jamen altså de har jo den der kulinarisk Nordsjælland som de gerne vil promovere – så derfor er de jo interesseret i at samarbejde med os og give os indspark.
85	Hvad kommer de f.eks. med af forslag?	Jamen de har sådan et eller andet slogan der hedder kongernes Nordsjælland eller sådan noget f.eks. det har du vel hørt om. Så synes de jo at alt det vi går g laver at så skal det være kongernes Nordsjællands madfestival. Hvor vi siger holdt nu –

		det der kongernes Nordsjælland det er ikke os det er jeres. Så på den måde så prøver de selvfølgelig at bruge os til at promovere deres sag – men det kan jo være fint nok så længe at begge har fornøjelse af det og det bliver en win win.
86	Er de med i festivalen til sommer?	Jamen jeg regner da med at vi samarbejde lidt altså det står i deres aktivitets kalender.
87	Men de er ikke med i planlægningen?	Sådan overordnet har vi jo diskuteret med dem mange gange hvad vi har i tankerne og hvad de har i tankerne.
88	Så de gir forslag og inspiration til hvad der kunne ske?	Ja ja
89	Hvilke initiativer er i idé fasen og hvilke er søsat ift. fødevare og oplevelser?	Altså der er jo det der distributions som er i idefasen, vi har jo også mere brug af sociale medier facebook f.eks. Vi har jo også lavet ny hjemmeside der gør at det er lidt lettere og nemmere at præsentere ok kommunikere omkring medlemmerne – men det er jo ikke sådan idefasen. Vi har jo også et eller andet med oplevelsesruter på Nordsjælland, så havde vi måske en forestilling om at v skulle have en fast rute rundt, men altså det er vi gået lidt mere væk fra og tænker okay så har vi en matrix af en hel masse producenter og events og så lav din egen rute. Der ligger en pt. en aktivitetskalender med google map så man let kan finde rundt.
90	Har du nogen ideer til hvilke barrierer der for klyngens vækst?	Altså jeg synes måske at det er meget småt, der er ikke så meget – altså hvis man siger at det er primær produktion der skal bære det så er der ikke så meget primær produktion på Nordsjælland.
91	Er det udbuddet eller størrelsen på de udbydere der er?	Begge dele altså man kan sige at geografisk er det et lille område med ikke så mange primær producenter. Der er nogle begrænsninger men fordelen er jo så at det ligger tæt på København – hvor der er et kæmpe kundegrundlag. 1 times kørsel så er der to mio. Mennesker så det er sådan maget positivt der gør at der er noget potentiale i at få det op at stå og Nordsjælland ligger også godt på den måde at der er København, der er sommerhus område, der er kønt de fleste

		steder og der er forholdsvis let og hurtigt at komme til. Det er dog begrænset hvor mange fødevareproducenter der er.
92	Så du så gerne at der var flere fødevareproducenter med i netværket – er det nogle med andre varer eller er det blot flere?	Jamen det er at have flere bare sådan noget som at ha kød og får. Grøntsger jo der er der sørries, svanholm og grantoftegaard og stengården der kunne jo sådan set godt være flere.
93	Mener du at klyngen har påvirkning på turismeudviklingen i området?	Altså det har den jo ikke pt, det er det for småt til. Men jeg tror at på sigt så har det måske allerede i år. Der er noget potentielle i det ift. at man allerede har NOMA der er enormt hype om dansk mad og der kommer mange madjournalister der gerne vil skrive om NOMA men det kan man jo ikke blive ved med at skrive om. Det er interessant nok men hvor får de råvarerne fra – hvad er det for en undergrund – hvad er det der sker , det er jo det der er interessant og der kan man sige at der er SpN de fanger måske den de undergrund og nogle af råvareproducenterne op til NOMA.
94	Ved du om nogle af aktørerne leverer til NOMA?	Torben gør i hvert fald jeg er lidt usikker på om Sørries gør. Men altså Grantoftegaard leverer i hvert fald til Meyer og Svanholm leverer også til nogle af de der, eks. madfællesskabet.
95	Er der fremtidlige trusler ift. klyngens vækst? Ville et nyt netværk i Slagelse eksempelvis blive opfattet som en trussel?	Der er jo massere af netværk, der er region Sjælland. Altså resten af Sjælland er organiseret i netværk der svarer til SpN.
96	Og opfatter i dem som konkurrenter eller aparringspartnere?	Nææ, joo altså vi snakker jo med nogle af producenterne men opfatter dem ikke som konkurrenter. Men det er heller ikke dem vi har mest kontakt til men nogle af de andre netværk altså hvem kender man og hvem snakker man med.
97	Hvilke andre netværk tænker du her på?	F.eks. Kultivator på Møn, Bornholm – afhængigt af hvem man lige kender og har mødt.
98	Er der noget som du vil tilføje ift. til udvikling af en klyngen eller af turisme eller andet du finder	Nææ nu har vi jo snakket i ret lang tid. Men altså der er nogen der er ret langt foran ift. at tænke klynger og små fødevareproducenter og madturisme f.eks. Skåne eller Norditalien eller Provence der er milevidt foran os,

	relevant at tilføje?	så derfor prøver vi jo at kigge lidt på dem. Det er jo ikke fordi vi skal kopiere men man kan jo lade sig inspirere.
99	Er der andre i DK som du mener er førende?	Altså Bornholm de er jo kommet på landkortet – dels er de velafgrænset og de har lidt ryggen mod væggen ift. at skabe noget merværdi. De har meget let adgang til at få projektfinansiering i og med at det er udkants Danmark og det er en ø osv. Det kan man sige det er nogle gange lidt bøvlet ift. Nordsjælland – der er mange puljer sådan nogle landdistriktpuljer som vi ikke går med ind under og det vanskeliggør det lidt.
100	Hvad vil du mene at oddsene er for at få videre støtte fremover?	Et eller andet skal man da nok få på et eller andet tidspunkt men man kan sige det er jo lidt den der killer assumption - hvis der ikke kommer de der projektmidler så er det måske svært at holde aktivitets niveauet så højt så det er interessant for medlemmer at være med. Hvis man så kommer op i en hvis kadence så er det måske lidt lettere – se eks. på madrunden de har jo også fået tilskud i mange år selvom de har succes.
101	Ved medlemmerne når de melder sig ind hvordan finansieringsmuligheder ser ud fremover osv.	Altså de får jo af vide at de betaler kontingen og at det går til sekretariats funktionen og at vi har nogle projekter og aktivitet kørende. Men jeg ved ikke om de er klar over at finansieringen udløber ved årsskiftet – det er jo blevet kommunikeret ud på diverse møder at vi har fået projekter med de og de dagsordner.
102	De 900.000 i får på de to år – det er til projekter ikke sandt?	Ja det er f.eks. til madfestivalen.
103	Har i afsat noget budget til sådan en festival?	Ja men det er sådan lidt projekt teknisk – der er sådan lidt forskellige – der er 5 forskellige komponenter som vi så prøver at koge sammen i den her madfestival. Det er sådan en lidt større fællessatsning. Vi må f.eks. ikke bruge penge på markedsføring, så det er lidt sådan nogle kunstgreb i hvornår man informere og hvornår begynder det at blive markedsføring. Så skal man sådan lige holde tungen lige i munden.

104	Så pengene bliver brugt på noget praktisk?	Ja F.eks. vores løn – sådan et møde deroppe (Ninas Naturcafe), dels skal det foregå, f.eks. de forskellige events de kommer ikke bare dumpende ned.
105	Så det er projektmidler og ikke sekretariatsmidler?	Ja det er jo mig der skriver til dem og fører en dialog og putter det ind i kalender osv. Det er jo ikke den store videnskab men det tager jo tid. Og et eller andet sted så trækker man jo også på hvad man har set andre steder. Sidste uge var jeg i Norge og se den der gyldne omvej og næste mandag skal jeg til London med en gruppe
106	Jeg har ikke mere at tilføje – mange tak skal du ha.	Passer det så ind i din metode og modeller –er vi den fase du havde regnet med?
107	Hmm man kan sige jeg troede måske at i havde flere projekter under bæltet som var kørt af stablen. I er måske ikke helt så udviklet en klynge som først forventet.	Nej det ville jeg heller ikke kalde det en udviklet klynge – vi er stadig i en fase med at løbe tingene i gang. Og man kan sige kommer den virkelig op at flyve nogensinde men så tænker man argh men der er alligevel så meget. Jeg synes den har fat i så mange ting som er oppe i tiden sådan noget som lokal mad, kulinarisk turisme, fødevarer, oplevelse økonomi osv. Så et eller andet sted så synes jeg den burde ligesom kunne udvikle sig til et eller andet interessant, men altså det er en lang og stenet vej.

Appendix G

Interview Guide to Actors Outside of SpN – Visit Nordsjælland



Birgitte Bergman

- Hvilken relation har i til SpN?
- Hvordan arbejder i konkret sammen?
- Hvad arbejder i pt. sammen om?
 - o Specifikke projekter?
 - Hvordan går det med gourmetruten?
- Hvordan vurdere i klyngens udvikling?
- Har i erfaring med samarbejde med klynger i andre felter end fødevareoplevelser?
- Har i søgt inspiration hos andre destinationer ift. hvordan de arbejder sammen med deres kulinariske klynger?
- Er der oplagte muligheder for nye projekter ift. fødevare og oplevelser for SpN som du ser det?
- Hvilken indflydelse har et netværk efter din mening på regional udvikling i bred forstand?
- Hvilken indvirkning har SpN efter din opfattelse på turismen i regionen?

Appendix H – Interview Birgitte Bergman

No.	Interviewer	Respondent
1	Ridsede kort op hvad specialet handlede om og hvem jeg allerede har snakket med. Udvikling af klynger – vedligeholdelse og vigtigst i denne samtale SpN's indflydelse på turismen i nordsjælland? Hvad er jeres relation til SpN?	<p>For lige at bakke lidt tilbage så blev SpN dannet af fire kommuner i 2009. Og så blev der ansøgt om udviklingsmidler til destinationsudvikling af Nordsjælland. De gik så igennem i 2010 og jeg kan kun snakke fra 2011 hvor jeg selv blev ansat.</p> <p>Der kører en drift organisation og så er der det vi kalder en EU organisation og det er der hvor jeg sidder altså til at udvikle destinationen med nye oplevelsesruter og nye ferie koncepter både indefor mødemarked men også indefor leisure turismen. Første gang vi støder på netværket det er i foråret 2011 i forbindelse med Henrik Sønksen som jo arbejder for SpN igennem Viventes. Men Henrik er rigtig god at samarbejde med og det vi samarbejdede om for halvandetår siden det var hvordan vi skulle kickstarte hele projektet og hvordan vi skulle få engageret ikke kun NS fødevareproducenter men selvfølgelig hele turismeherhvervet. Og det var Henrik en rigtig god medspiller i og hvordan vi skulle få sammensat den her peak off konference hvor vi inden da søgte nye gode ideer til nye mulige ferie koncepter i NS indenfor vores fire områder som er Gastronomi – Sport & Velvære – Kunst & Kultur – og Aktiv Naturferie. Og der kom en masse gode ideer frem der og de ideer har vi arbejdet videre med som jeg har drevet i nogle forskellige workshops og deriblandt har gastronomien selvfølgelig også haft fokus og der hvor den ene har udviklet sig er at vi her 1 juni har dessert weekend og det var en ide som vi bl.a. fik fra Torben Bo så vi har hele tiden løbende haft samarbejde med SpN's altså primært formanden Torben Bo og Henrik i samarbejde med Gribskov Kommune som jo har kørt deres kulinariske morgensamlinger – da de har meget fokus på gastronomi og har samlet en masse aktører der.</p> <p>Der kører altså nogle parallelle forløb hvor både en kommune er meget aktive i det at fremme gastronomien og hvor vi så er også er medspiller i det men med alle fem kommuner.</p> <p>SpN er et stort netværk som går ud over vores destination og senest nu der samarbejder vi om – de har selv taget initiativ til en madfestival i uge 30 og der bidrager vi med at lave en subside til dem altså i driftsorganisationens regi – vi bidrager med at lave nyhedsbreve og med at lave pressemeldelser. I selve EU udviklingsmodet der har vi sagt – lad</p>

		os arbejde med at lave Smag på Kongernes Nordsjælland som et ferie koncept altså oplevelsesruter og der haft vores workshop her i april måned og skal arbejde videre med det og lancere det forhåbentlig i foråret 2013.
2	De workshops er ift. hvad siger du?	Workshopsene er med henblik på at udvikle nye feriekoncepter – matchmake aktører med hinanden på tværs af kommuner, grænser og brancher dvs. At alle er inviteret ind alle der har en turismeberøringsflade det kan være hoteller, restauration, fødevareproducenter det kan være attraktioner det kan være guider osv. Der er mange forskellige aktører der har været med i vores workshops – vi har meget fokus på at matche aktørerne det er det vi tror på giver det bedste netværk det er det der med whats in it for me – altså lige nu der har vi fokus på at udvikle nye koncepter og i de koncepter der er der en masse forskellige aktører der passer ind i de koncepter – men vi tror på at for at netværket skal blive rigtig stærk så tro vi på at når projektet når til vejs ende så er et netværk nok det mest realistiske på tværs af brancher og feriekoncepter.
3	Er et netværk mest realistisk ift. gastronomi eller?	Ja fordi at projektet er født med at vi skulle skabe et par netværk indenfor hver af de her feriekoncepter men jeg tror ikke på 10 forskellige netværk i NS. Det er nS for lille til jeg tror på ét stærkt netværk.
4	Mener du at der skal være et netværk – altså gastronomi har vel allerede sit eget netværk i og med der er SpN?	Altså SpN er jo eget regi, vi er jo en turistorganisation men SpN er jo en forening med fødevareproducenter ligeså vel som der er andre kulturforeninger. Men det vi tror på er det mest fornuftige når sådan nogle netværke skal leve og ånde og der skal komme noget konkret ud af det det er at samle alle de her forskellige foreninger og aktører i et stort netværk og så ud af det kan det være der er nogle der vokser og siger vi vil gerne – jeg ser en mulighed i at arbejde med de fem aktører herovre. Vores EU projekt er født til at skabe nye koncepter og at lave nogle levedygtige netværk på tværs af kommune og brancher og for at det skal være levedygtig så invitere vi SpN netværket – kulturforeninger og alle mulige andre i en samlet netværksgruppe. Netop for at matche det er netop der oplevelsesudviklingen sker – det er netop i matchet mellem forskellige aktører hvor man begynder at skabe nye vinkler og nye ideer til

		hvordan man kan skabe nye feriekoncepter og oplevelser for turister.
5	Hvornår er de workshops?	De har kørt hele året og de kommer også til at kører til efteråret og ja til næste år også.
6	Og det var også der hvor konceptet om dessertweeken der opstod?	Ja
7	Kan du fortælle lidt mere om det koncept?	<p>Vi havde workshop den 17 april hvor man skulle udvikle oplevelseskoncepter hvor alle medlemmer var inviteret med så alle kunne komme med deres input.</p> <p>Det kom der tre ruteforslag ud af der hedder, det søde liv, det søde selskabsliv og skab kreative desserter. Og i nogle af disse ruteforslag er der også medlemmer fra SpN der medvirker. Det er bl.a. Rokkedyssegaard i forbindelse med at man her skal plukke bær da de skal lave sine egne desserter på restaurant Krydderiet senere på dagen. Derudover er chokolademageriet også nævnt som et sted man kan kigge forbi. Når man søndag er færdig får man så en - med den ene rute - en kurv med SpN lækkerier. (HER ER DET SÅ PRODUKTER FRA FUGLEBJRGGAARD DER VISES FREM – som netop ikke er med i netværket)</p>
8	Hvordan ser du SpN's potentielle nu og i fremtiden?	<p>SpN har et kæmpe potentiale men det meste det ligger foran dem. De har allerede nu en masse projekter I idefasen som sagt er der oplevelses ture og deres madfestival hvor de har godt fat I at deltagerne skal inddrages og opleve. Og der er jo et kæmpe potentiale i og med at der er så stor fokus på det nordiske køkken og det er også hvad vores norske og svenske turister efterspørger. Det er jo bl.a. pga. NOMA og Meyers køkken så vi ridder på en gastronomisk bølge så derfor er der også et kæmpe potentiale for SpN at være med der.</p> <p>De påvirker da turismen i kraft af at der er et større udbud af gastronomiske oplevelser men der er potentiale til meget mere. f.eks. Madruten - lad os bruge den arbejdstitel for nu - bliver launchet til foråret 2013. Der er en del arbejde I det og det store problem er også at folk ikke har åbent hele tiden hvilket er en del af det med at være på en rute. Det går ikke at man nogen gange har åbent og andre gange lukket. Man skal kunne besøge stedet – der skal være det gode værtsskab så man</p>

		kan høre historien og det skal være samtidig være bookbart. Derudover er det også vigtigt at de kommer ud til restauranter og bruger dem som afsætningskanal.
9	Hjælper i med at kommunikere dem ud?	Vi kommunikere når vi kan komme til det til restauranter I Nordsjælland om at benytte lokale råvarer for kunderne vil gerne ha det – det er tidens trend – og al den storytelling der hører med er meget værd. Og vi vil gerne hjælpe alt det vi kan med markedsføring, men vores katalog og dermed den del af markedsføringen blev sendt ud I Januar hvilket betyder at deres madfestival ikke kommer med der – så I den forbindelse har de været lidt sent ude. Men potentielt har de bestemt...
10	Tak for din tid.	Velbekomme og jeg glæder mig til at læse din rapport.

Appendix I – Interview Szilvia Gyimóthy

No.	Interviewer	Respondent
1	Hvordan vil du mene at SpN har indflydelse på turisme udbuddet i regionen?	Jeg tror at de politiske ønsker om, fordi der er en strategisk satsning på gastronomi så man tillægger stor strategisk signifikans for at involvere SpN. Hvorvidt de har påvirkning af det nuværende turisme udbud, det er et spørgsmål. Men i hvert fald på sigt, så tror jeg at de bliver en meget væsentlig spiller.
2	Fordi?	Fordi man ønsker at profilere sig som gastronomisk destination – det er en af de fire søjler.
3	Hvordan ser du at SpN kan spille med?	<p>At de bliver endnu mere integreret i oplevelsespakker som bliver tilbudt. Som dessertweekend det er en god start, men det er slet ikke nok. Jeg synes at mange af de ting i har snakket om at udvikle (her henvises til et samarbejde mellem VNS og Aalborg Universitet i foråret 2011, hvor min klasse kom med bud på destinationstilbud) ift. picnickurv og andre ting – jeg synes det er der hvor integrationen skulle ligge.</p> <p>Altså det er simpelthen at forsøge at skabe mere diagonal cluster med andre i turismesektoren og SpN.</p>
4	Så det vil sige at hvis de udenom VNS barsler med et projekt med Kronborg (som ikke er medlem af SpN), for sammen at sælge varer til krydstogt turister så er det en diagonal aktivitet.	Ja bestemt, plus at så er der, hvis det er til krydstogtgæster, så vil jeg også mene at der er nogle andre incomingbureauer eller nogle andre aktører fra rejsesektoren som bliver involveret.
5	Tror du at SpN på lang sigt kan have indflydelse på regional vækst? Hvis premissen er at turisme bringer regional vækst?	Ja eller snarere det tværsektorelle samarbejde vil betyde en væsentlig faktor. For kommer de her diagonal cluster med turisme – kommer der flere produkter eller offerings eller oplevelsespakker så vil de yderligere positionere turisme og dermed styrke turisme og dermed styrke regional vækst. Men det er altså eftersom hvad bøgerne siger.
6	Så potentielle men endnu ikke indfriet?	Ja præcis.

Appendix J – Mail with Szilvia Gyimóthy – 26 April 2012

Hej Szilvia,

Hvordan går det hos dig?

Her går alt fint - jeg synes opgaven skrider fornuftigt fremad og jeg har netop afsluttet mit vejleder møde med Heine:)

Har desuden samarbejde med SpN nu, så nu er min case cluster på plads:)

Jeg er i gang med at rette et afsnit til omhandlende vertikal - horizontal og diagonal clustering. Bogen fra Ewan Michael, (som jeg fik af dig) beskriver en model med optimal clustering på side 27 som desværre er meget kort beskrevet. Jeg har ikke kunne finde andet materiale om denne, så ville høre om du kender noget til den eller kender til litteratur der beskriver den.

Derudover så så har jeg en udtalelse fra dig fra forrige samtale som jeg meget gerne vil bruge.

-Er det muligt at jeg må bruge dig som kilde på denne:

"For det som er interessant er at vi har haft en vertical cluster indenfor turisme, en vertical cluster indenfor agro og de to taler ikke rigtig sammen. Og nu begynder man at tænke marked og kunde og oplevelser og begynder at lave nogle sammenkoblinger. Så det er her hvor det diagonale finder sted".

Har du evt. noget at tilføje?

Jeg synes at diagonal clustering er et ret kompleks emne og litteraturen ligeså, så hvad du har af viden eller tanker ang. dette vil være guld værd.

Håber at du alt også går godt hos dig.

Bedste hilsner

Gitte

Kære Gitte,

Jeg har ikke noget på optimal clustering, men fundet dette her:

http://www.cecc.com.au/clients/sob/research/docs/pbraun/12_SESSION2-4_BRAUN_PRO.pdf som refererer til en gamle klassiker fra Tremblay (1998) – se ref.listen.

Ellers kan du læse mere om diagonal clusters i Bernini 2009, s 880. *Jeg synes at hendes definition er mere elegant end min, men du må gerne citere mig* J: Contains information about title and source of a journal

Titel: Convention industry and destination clusters: Evidence from Italy

Kilde: Tourism management [0261-5177] Bernini, C år:2009 vol.:30 iss:6
s.:878

Det lyder rigtigt godt at det går fremad med dit empiriske studie.

Mange hilsner

Szilvia

Appendix K – Snapshot of Dessert Trail



Med udgangspunkt i det smukke og historiske Hillerød, er der lagt op til tre dage i kreativitetens og fællesskabets tegn. Weekenden byder på mindeværdige gastronomiske oplevelser – ikke mindst dessertkokkeskolen, hvor der skal tilberedes desserter af råvarer, som I selv har høstet. Programmet efterlader også god tid til at tage på shopping, drikke kaffe på de hyggelige caféer og bare til at være sammen.

...

❖ FREDAG

- Kl. 17 checker I ind på [Hotel Hillerød](#) i delte dobbeltværelser, som ligger i hjertet af det naturskønne og historiske Nordsjælland. Her bydes på afternoon tea med en skøn dessert.
- Til aften er der middag på den italienske restaurant [Castello Rufo Ruffo](#) i Hillerød, hvor der også er musikalsk underholdning.

❖ LØRDAG

- Under morgenmaden, der serveres med friske råvarer fra [Smag på Nordsjælland](#), møder I kokken, som vil inspirere jer til de dejlige desserter, I skal skabe sammen senere på dagen. Dagens program vil bringe jer mange skønne steder hen, som forhåbentlig også sætter gang i kreativiteten.
- Kl. 9.30 går turen til [Rokkedyssegård](#) (kun ca. 20 minutter i bil). Her får I en helt fantastisk oplevelse af sommerbær. I skal plukke råvarerne til dessertkokkeskolen. Der bliver naturligvis også tid til at smage og høre mere om, hvordan de forskellige produkter fremstilles på den økologiske gård.
- Frokosten indtages på [Spisestedet Leonora](#) på Frederiksborgh Slot. Her sidder I med udsigt til slottet. Frokosten afsluttes med lidt af 'det søde'.
- For at skabe den flotteste og mest kreative dessert anbefaler vi en tur i [Barokhaven](#), der er præget af de utrolig smukke kaskader. Her finder I inspiration til former og udseende til jeres desserter. Snup færgen tilbage til torvet og hyg jer sammen, med shopping i de over 300 butikker og butikscentre som Hillerød byder på. Kig også forbi [Chokolademageriet](#) på hovedgaden – det er bestemt et besøg værd.
- Kl. 15 er der dessertkokkeskole på [Restaurant Krydderiet](#) i Hillerød. Her skal I sammen med dessertkokken i et par timer skabe de skønneste og mest kreative desserter. Det hele foregår i en hyggelig og afslappet atmosfære, hvor der er tid til grin og 'catching up'.
- Aftenen byder på en 3-retters menu med egen tilberedt dessert på [Restaurant Krydderiet](#).

❖ SØNDAG

- Efter en dejlig morgenmad er det oplagt at besøge nogle gårdbutikker og afslutte en skøn weekend.