

Artikel: Styrkelse af Små Fødevarerproducenters Digitale Handelsveje – Resultater og Anbefalinger fra Råhandel Projektet

Forfattere: Charlotte Heegaard (Zealand Erhvervsakademi Sjælland)

Dato: 18. maj 2025

Abstract Denne artikel præsenterer resultaterne af et udviklingsprojekt centreret om Råhandel, en digital B2B-plattform for små, lokale fødevarerproducenter og professionelle aftagere. Projektets formål var at forbedre de digitale handelsveje for disse producenter ved at undersøge brugeroplevelsen af Råhandels platform, identificere centrale brugerbehov, og udvikle koncepter til funktionalitets- og brugervenlighedsforbedringer. Gennem en brugercentreret metode, omfattende fokusgruppinterviews, spørgeskemaer, interviews og tværfaglige workshops, leverer projektet konkrete indsigter og anbefalinger. Resultaterne peger på specifikke behov inden for brugergrænseflade, administration, kommunikation og salgsværktøjer. De udviklede koncepter sigter mod at styrke Råhandels platform og understøtte en mere effektiv og fleksibel digital handel for små og mellemstore fødevarerproducenter.

1. Introduktion Små og mellemstore fødevarerproducenter er essentielle for en diversificeret fødevareresektor, men møder ofte barrierer i forhold til markedsadgang og effektiv håndtering af salg til professionelle kunder som restauranter og detailhandel. Digitale B2B-platforme, som Råhandel, tilbyder en lovende løsning ved at facilitere kontakten, koordinere logistik og digitalisere handelsprocesser. Råhandel fungerer som bindeled, der letter producenternes administrative byrde og forbedrer deres synlighed over for potentielle aftagere.

Dette projekt, "Digitaliseret fødevarer", var et EU-støttet initiativ med fokus på at optimere de digitale handelsveje for netop disse SMV'er. Kernen i projektet var et samarbejde mellem Zealand – Sjællands Erhvervsakademi, virksomheden Råhandel og en række fødevarerproducenter. Råhandel ønskede en dybdegående analyse af brugeroplevelsen på deres eksisterende platform, en afdækning af brugerønsker og konkrete forslag til teknologiske forbedringer. Uden tidligere systematiske brugerundersøgelser blev projektet, gennemført over ca. syv måneder, en mulighed for at skabe et solidt, brugerbaseret fundament for platformens videre udvikling.

Projektets overordnede formål var, ifølge den oprindelige ansøgning, at "innovere de digitale salgsredskaber for små fødevarerproducenter ved at 1. skabe forbedrede brugerflader for producentoprettelse og vareoprettelse, og 2. gøre producenternes digitale markedsføringsmetoder mere fleksible mht. kundedialog, prisforhandling, digital håndtering af handel m.m." (Råhandel – Digital markedsplads for fødevarerproducenter, 2021, s. 8).

2. Projektets Rammer og Deltagere Projektet involverede en bred vifte af deltagere for at sikre en holistisk tilgang:

- **Zealand – Sjællands Erhvervsakademi:** Undervisere fra Datamatikeruddannelsen (Charlotte Heegaard, Martin Kierkegaard, Jakob Nørager Christensen), Markedsføringsøkonomuddannelsen (Lone Steiness, Charlotte Torp Jensen) og Multimediedesignuddannelsen (Daniel Uhrskov Hilleberg, Steen Roar Hillebrecht), samt ca. 80 studerende fra disse uddannelser, der bidrog i workshops og casearbejde.
- **Råhandel:** Christian Coff, repræsentant for platformen.

- **Fødevarerproducenter (brugere af Råhandel):** Karoline Werner (Pods of beans), Frederik Schrøder (Økolyst), Per Arnmark (Kattinge Kraut).
- **Aftagere:** Repræsentanter fra supermarkeder og restauranter.

3. Metode Projektet fulgte en iterativ og brugercentreret designproces, struktureret efter Double Diamond-modellen. Denne model sikrede en systematisk tilgang med en indledende researchfase (Discovery & Define) for at forstå problemstillingerne dybdegående, efterfulgt af en designfase (Develop & Deliver) fokuseret på at udvikle og konkretisere løsninger.

3.1 Dataindsamling For at opnå en nuanceret forståelse af brugernes behov og udfordringer blev følgende metoder anvendt:

- **Fokusgruppeinterviews:** Kvalitative interviews med centrale producentbrugere (Pods of beans, Økolyst, Kattinge Kraut) for at afdække deres oplevelser og ønsker.
- **Spørgeskemaundersøgelse:** Et spørgeskema blev distribueret til en bredere kreds af Råhandels producenter for at kvantificere og validere temaer fra fokusgrupperne.
- **Interviews med aftagere:** Dybdegående interviews med repræsentanter fra supermarkeder og restauranter for at belyse deres perspektiver på samhandel via platformen.
- **Workshops:** Tværfaglige workshops med studerende og undervisere fra Zealand blev afholdt for at generere og videreudvikle koncepter baseret på den indsamlede empiri.

3.2 Projektledelse og Strategi Martin Kierkegaard havde rollen som projektleder. Charlotte Heegaard fik ansvaret for at udvikle strategien for projektets analysefase, herunder design af spørgeguides og spørgeskema, for at sikre en systematisk og valid dataindsamling, da hun har en baggrund i kommunikation og undersøgelsesdesign.

4. Resultater og Nøglefund Analysearbejdet afdækkede en række centrale udfordringer og potentialer for forbedring af Råhandels platform:

- **Brugergrænseflade (UI) og Brugeroplevelse (UX):**
 - Generelt behov for forbedret navigation og informationsarkitektur.
 - Udfordringer med brugervenligheden af specifikke funktioner som oprettelse af producenter og varer, hvilket kunne virke tidskrævende og uigennemskueligt for nogle brugere.
- **Producenternes Specifikke Behov:**
 - *Administration:* Stort ønske om mere intuitive og effektive værktøjer til håndtering af produktinformation (billeder, beskrivelser, certificeringer), lagerstatus (med nem opdatering) og en klar ordreoversigt.
 - *Kommunikation og Salg:* Efterspørgsel på mere fleksible funktioner til direkte dialog med kunder, mulighed for differentieret prissætning (f.eks. mængderabatter, tilbud) eller forhandling, samt bedre integrerede digitale markedsføringsværktøjer (f.eks. fremhævelse af sæsonvarer eller nyheder).
 - *Teknisk Support og Vejledning:* Behov for lettere adgang til brugervenlig hjælp, FAQ'er og support ved tekniske udfordringer eller tvivl om platformens funktioner.
- **Aftagernes Perspektiver:**
 - Ønske om effektive søge- og filtreringsmuligheder for hurtigt at finde specifikke produkter eller leverandører.

- Behov for klar og fyldestgørende produktinformation, herunder oprindelse, certificeringer og allergener.
- Krav om pålidelig information om leveringstider og logistik.
- Værdsættelse af muligheden for direkte, men effektiv, kommunikation med producenter ved specifikke forespørgsler.
- **Teknologisk Potentiale:**
 - Overvejelser om implementering af forbedrede, intelligente søgefunktioner.
 - Potentiale i chat-baserede kommunikationsværktøjer for direkte dialog.
 - Muligheder for automatiserede notifikationssystemer (f.eks. ved lav lagerbeholdning, nye ordrer, eller ændringer i leverancer).

5. Udviklede Koncepter og Løsningsforslag På baggrund af de identificerede behov og udfordringer blev der i projektets designfase udviklet en række koncepter og løsningsforslag:

- **Forbedring af Kernefunktionalitet:**
 - Redesign af brugerflows for oprettelse og redigering af produkter og producentprofiler med fokus på færre trin, klarere vejledning og forbedret visuel feedback.
 - Implementering af et mere intuitivt dashboard for producenter med overblik over ordrer, lagerstatus og kommunikation.
- **Styrkelse af Handelsrelationer og Salgsprocesser:**
 - Udvikling af koncepter for integrerede kommunikationsværktøjer, der muliggør direkte og sporbare dialoger mellem producenter og aftagere om specifikke ordrer eller produkter.
 - Forslag til funktioner, der understøtter mere fleksibel prissætning, såsom mulighed for at oprette tidsbegrænsede tilbud, give mængderabatter eller indgå i forhandling om priser ved større ordrer.
- **Øget Flexibilitet og Kontrol for Producenter:**
 - Overvejelser om, hvordan platformen kan give producenterne bedre værktøjer til at personalisere deres digitale "butiksfacade" og fremhæve deres unikke produkter.
 - Forslag til forbedret dataeksport, så producenter lettere kan integrere salgsdata med egne regnskabssystemer.

Anvendelsen af Double Diamond-modellen sikrede, at disse koncepter blev udviklet iterativt og med konstant fokus på at løse de reelle brugerbehov, der blev afdækket i researchfasen.

6. Diskussion Projektet understreger den afgørende rolle, som brugercentreret design spiller i udviklingen af succesfulde digitale B2B-handelsplatforme. For en målgruppe som små fødevarerproducenter, der ofte har begrænsede ressourcer til IT og administration, er en intuitiv og effektiv platform ikke blot en fordel, men en nødvendighed for at kunne udnytte de digitale muligheder.

De identificerede behov for forbedret administration, mere fleksible salgs- og kommunikationsværktøjer samt bedre support afspejler de udfordringer, SMV'er typisk møder i en digitaliseret økonomi. De udviklede koncepter adresserer disse behov ved at foreslå løsninger, der både forenkler eksisterende processer og introducerer nye funktionaliteter, der kan styrke producenternes markedsposition.

En central diskussion i projektet har været balancen mellem standardisering (for at sikre en ensartet og effektiv platform) og fleksibilitet (for at imødekomme de enkelte producentens og aftageres specifikke behov). De foreslåede løsninger søger at finde denne balance ved at tilbyde en robust kerneplatform med mulighed for tilpasninger og udvidelser, der understøtter forskellige forretningsmodeller og handelsrelationer.

7. Konklusion og Anbefalinger Projektet "Digitalisering af Fødevarer (Råhandel)" har leveret værdifuld, brugerbaseret viden, der kan bidrage markant til at styrke Råhandels platform og forbedre de digitale handelsveje for små og mellemstore fødevareproducenter.

Projektets hovedbidrag er:

- En dybdegående forståelse af brugerbehov og -udfordringer hos både producenter og aftagere på Råhandel-platformen.
- Konkrete, handlingsorienterede koncepter og løsningsforslag til forbedring af platformens brugergrænseflade, funktionalitet og overordnede brugeroplevelse.
- Et styrket grundlag for Råhandel til at træffe informerede beslutninger om den fremtidige udvikling af deres platform.

Anbefalinger til Råhandel:

1. **Prioriter UX/UI-forbedringer:** Implementer de foreslåede redesigns af centrale brugerflows (især produkt- og producentoprettelse) for at øge brugervenligheden og reducere tidsforbruget for producenterne.
2. **Udvikl fleksible kommunikations- og salgsværktøjer:** Invester i udviklingen af funktioner, der understøtter direkte dialog, tilbudsgivning og differentieret prissætning for at imødekomme markedets dynamik.
3. **Styrk support og vejledning:** Etabler mere synlige og brugervenlige supportkanaler og vejledningsmaterialer.
4. **Iterativ udvikling:** Fortsæt med at inddrage brugerfeedback systematisk i den videre udvikling af platformen for at sikre, at den løbende tilpasses markedets behov.

Resultaterne og de udviklede koncepter er blevet videreformidlet til Råhandel og de deltagende virksomheder gennem workshops. Der er ligeledes planlagt formidling via platforme som EAViden og LinkedIn for at sikre, at den opnåede viden deles bredt inden for fødevareerhvervet og uddannelsessektoren, til gavn for den fortsatte digitalisering af branchen.

Referencer

- Eissa, C. (1. Juli 2021). *How the Double Diamond process can help you work in a more user-centred way* | *TestingTime*. Hentet fra *TestingTime.com*: <https://www.testingtime.com/en/blog/double-diamond-process/>
- Halkier, B. (2016). *Fokusgrupper* (3. udgave). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Jacobsen, J. K. (2012). *29 spørgsmål - en moderne retorik til planlægning af kommunikation* (2. udgave). Frederiksberg: Samfundslitteratur.
- Råhandel – Digital markedsplads for fødevareproducenter. (2021). *Projektansøgning*. (Internt dokument, Zealand Erhvervsakademi Sjælland).

Anerkendelser Tak til Råhandel, herunder Christian Coff, for et positivt samarbejde og åbenhed i processen. En særlig tak rettes også til de deltagende fødevareproducenter – Karoline Werner (Pods of beans), Frederik Schrøder (Økolyt) og Per Arnmark (Kattinge Kraut) – samt de interviewede aftagere for deres værdifulde input og tid. Tak ligeledes til undervisere og studerende på Zealand Erhvervsakademi Sjælland, herunder Martin Kierkegaard for hans store arbejde som projektleder og Jakob Nørager Christensen, Lone Steiness, Charlotte Torp Jensen, Daniel Uhrskov Hilleberg og Steen Roar Hillebrecht, for deres bidrag i workshops og projektarbejde.