



HANDBOK FÖR ANDELSJORDBRUK

ANDELSJORDBRUK SVERIGE
MAJA SÖDERBERG (RED)

Copyright, 2020, respektive författare samt
Rosasko förlag
Redaktör: Maja Söderberg
Grafisk form: Jorge Zapico
ISBN: 978-91-983165-1-3

Foto framsidan:
Simon Paulin (vänster, center)
Maja Söderberg (höger)

Denna handbok är resultatet av ett flerårigt projekt, till vilket många andelsjordbrukare och engagerade bidragit. Den är ingen manual utan ett försök att samla och dela information, inspiration och erfarenheter av andelsjordbruk i Sverige.

Handboken är i huvudsak skriven av grönsaksodlare och kommer därför oundvikligen innehålla många exempel från grönsaksandelar; men även från lamm och biodling. Andelsjordbruk, med alla sina variationer, är detsamma oavsett produktionsgren och vår förhoppning och absoluta ambition är att den ska vara till nytta för alla som är intresserade av denna modell.

Styrelsen, Andelsjordbruk Sverige 2019-2020:

Anders Berlin
Dana Wagler
Emma Lundberg
Maja Söderberg
Maria Danielsson
Matilda Svahn



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling. Europa
investerar i landsbygdsområden

INNEHÅLL

1. ANDELSJORDBRUK	5
2. GRÖNSAKSANDEL	18
3. HONUNGSANDEL	28
4. LAMMANDEL	31
5. KOMBINERADE ANDELAR	36
6. RELATIONSBYGGANDE	37
7. EKONOMI & LÖNSAMHET	47
8. STARTA & DRIVA FÖRETAG	63
9. LAGAR & RIKTLINJER	74
10. STARTA ANDELSJORDBRUK	84
FÖRFATTARPPRESENTATIONER	88



Foto
Maja Söderberg

1. ANDELSJORDBRUK

Föreningen Andelsjordbruk Sverige definierar andelsjordbruk eller CSA som:

ett direkt partnerskap som bygger på människans relation mellan en grupp konsumenter och en eller flera producenter, varigenom risker och belöningar från jordbruk delas, genom ett långsiktigt, bindande avtal.

Detta innebär:

1. DIREKT PARTNERSKAP

I ett andelsjordbruk finns en direkt relation mellan bonden (producenten) och andelsägaren (konsumenten).

2. LÅNGA AVTAL

Vanligtvis brukar avtalet löpa under en säsong eller ett år. Som andelsägare hos en grönsaksgård lovar du att t ex köpa grönsaker av bonden under en hel säsong. Det ger bonden både trygghet och möjlighet till långsiktig planering.

3. DELADE RISKER OCH BELÖNINGAR

En andel av skörden eller djuret har ett fast pris. Det innebär att ett bra år får andelsägaren mer för pengarna och mindre ett sämre år. I praktiken kompenserar dock ofta en gröda för en annan. Blev det av någon anledning dåligt med rödbetor ett år blev det kanske en lyckad morotsskörd och därmed mer morötter istället.

Den Europeiska definitionen av ett andelsjordbruk eller Community supported agriculture (CSA) är:

Community Supported Agriculture (CSA) is a direct partnership based on the human relationship between people and one or several producer(s), whereby the risks, responsibilities and rewards of farming are shared, through a longterm, binding agreement.

**AV MATILDA SVAHN
OCH MAJA SÖDERBERG**

Källor
Ur Andelsjordbruk
Sveriges stadgar som
antogs 2016-03-07

urgenci.net

Mer om andelsjordbruk:
Avsnitt 1 av podcasten
"Gräshoppor och gråärter"

JÄMFÖRELSE MELLAN ANDELSJORDBRUK OCH ANDRA FÖRSÄLJNINGSKANALER

Här är ett försök att illustrera likheter och skillnader mellan olika försäljningskanaler:

	GROSSIST	BUTIK	REKO-RING / LOCAL FOOD NODES	GÅRDSBUTIK	ANDELSJORDBRUK
LEVERANS	Bonden levererar. Ibland hämtar grossist hos bonden.	Bonden levererar.	Bonden levererar och säljer.	Konsumenten kommer till gården.	Bonden levererar till utlämningsplats eller konsumenten hämtar på gården.
SVINN	Svinn hos grossist och butik. Svinn hos bonden p.g.a. höga krav på utseende.	Butiksvinn. Svinn hos bonden p.g.a. höga krav på utseende.	Eftersom bonden vet exakt hur mycket hen ska ta med minimeras svinn.	Svårt att beräkna mängder som kommer att säljas.	Direktkontakt gör att mindre sorteras bort hos bonden. Osäker påverkan hos konsumenten.
PRISSÄTTNING	Beroende på aktuella marknadspriset.	Beroende på aktuella marknadspriset.	I konkurrens med andra på marknaden och aktuella butikspriser.	I konkurrens med andra på marknaden och aktuella butikspriser.	Priset per säsong, gärna genom dialog med konsument. Kilopriset kan bli mindre relevant pga. andelar innehåller många produkter och andra värden.
MELLANHÄNDER	Grossist och butik lägger på x% på priset.	Butik lägger på x% av inköpspriset	Nej	Nej	Nej
RISKDELSNING	Nej, bonden tar hela risken.	Nej, bonden tar hela risken.	Nej, bonden tar hela risken.	Nej, bonden tar hela risken.	Ja, risken delas mellan bonden och andelsägaren.

1.1 VAD INNEBÄR ANDELSJORDBRUK?

BEGREPPET ANDELSJORDBRUK

AV ANDERS BERLIN

Kortfattat kan man säga att begreppet andelsjordbruk är när du säljer en andel av din årsproduktion av t ex grönsaker till en konsument. Ni ingår ett avtal där konsumenten förbinder sig att köpa en andel av grönsaksproduktionen under säsongen. I takt med att grönsakerna mognar och skördas tillfaller de konsumenten.

Detta innebär ett ökat engagemang hos konsumenten. Utan mellanhänder uppstår ett nära förhållande mellan producent och konsument. I gynsamma fall uppstår en dialog som handlar om kvaliteten och hälsosamheten av den mat vi producerar samt hur den produceras, dvs hur jorden och miljön behandlas och påverkas.

Det speciella med andelsjordbruk är att produktionen gemensamt planeras i början av säsongen. Genom att konsumenten ges en möjlighet att påverka upplägget och urvalet av produkter blir förväntningarna rätt ställda. Producenten lovar att producera det konsumenten vill ha och konsumenten lovar att betala den summa som behövs för att kunna upprätthålla en uthållig produktion både ekonomiskt och miljömässigt. Utfallet tillfaller konsumenten vare sig det blir

en under- eller överproduktion. Partnerskapet mellan producent och konsument formaliseras genom ett bindande avtal.

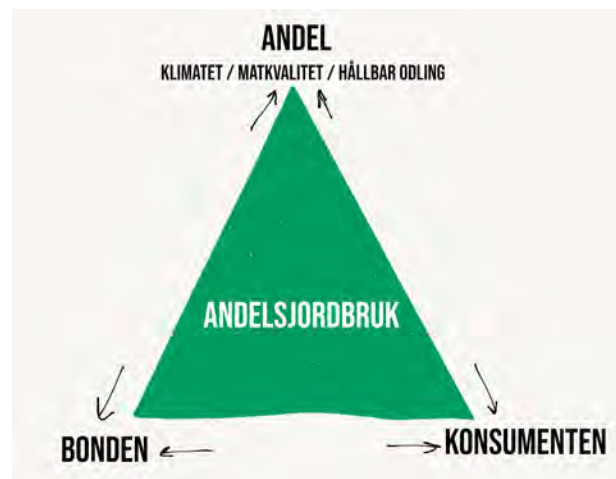
Modellen andelsjordbruk uppstod ursprungligen i Japan i samband med att den ekologiska rörelsen där växte fram. Japanska konsumenter, framförallt kvinnor, sökte säkrare livsmedel fria från kemikalier och odlade på ett naturligt sätt. Detta praktiserades av bönder med mindre gårdar som höll på att rationaliseras bort. En direkthandel startades där konsumenterna förband sig att köpa säsongens produkter av småbönderna. I Japan kallades modellen för teikei. De två japanska tecknen i teikei illustrerar två händer som möts. De bönder som använde modellen fick det stöd de behövde för att överleva. Mötet mellan medvetna konsumenter och skickliga småbönder blev en positiv kraft som ledde till att man enades om tio grundprinciper för teikei. Läs mer om andelsjordbrukets historia längre fram i det här kapitlet.

I engelskspråkiga länder kallas modellen för Community Supported Agriculture, CSA.

VILKA ÄR VINNARNA I DAGENS SVERIGE?

Man finner framförallt tre vinnare i denna modell.

Den första vinnaren är konsumenten. Matkvaliteten blir högre eftersom grönsakerna skördas när de är som bäst på säsongen och skörden kan ske strax innan de når konsumenten. Uthålliga odlingsmetoder ger



förutsättningar för en bra matkvalitet. Dessutom blir maten prisvärd eftersom man tar bort alla mellanhänder.

Den andra vinnaren är producenten. Med säsongproduktion kan odlingen planeras bättre då förutsättningarna redan är bestämda. Antal andelar är till största delen bestämt från början. En rättvisare ersättning kan erhållas (Fair Trade). Med rätt antal andelsmedlemmar uppnås en omsättning man kan försörja sig på. Man kan bättre förvalta jorden som odlas (agroekologisk odling).

Den tredje vinnaren är naturen och klimatet.

Naturen gynnas: Då odlingsmetoder som är i bättre samklang med naturen tillämpas gynnas matjorden, mångfalden och ekosystemtjänsterna.

Ett minskat klimatavtryck: Andelsjordbruk bidrar till en ökad konsumtion av lokal och säsonganpassad mat. Utan mellanhänder minskar energiförbrukningen. Svinnet minskar och transportkostnaderna hålls nere. Matavtrycket från varje konsument minskar. Den stabila ekonomin i ett andelsjordbruk gör det lättare att driva det fossilfritt. Med hjälp av konsumenterna kan nödvändiga omställningar påskyndas.

RÄTT STORLEK

Dialogen mellan producent och konsument är det som utmärker andelsjordbruk.

Ett andelsjordbruk i balans klarar sig utan att tillväxt när rätt antal andelar uppnåtts. Andelsjordbruksmodellen utgör alltså ett alternativ till marknadsekonomiska modeller både vad gäller prissättning och ständig tillväxt. Istället uppmuntrar modellen till att hitta en storlek som skapar en ekonomisk balans i dialogen mellan producent och konsument. Om tillräcklig areal finns kan jorden brukas utan utarmning. Ekologisk och agroekologisk odling, permakultur och andra regenerativa odlingsmetoder tillämpas.

EN GRÄSROTSRÖRELSE

Andelsjordbruk är en gräsrotsrörelse. Den startade i slutet av 60-talet parallellt med den ekologiska rörelsen i Japan. I dialogen på gårdsnivå, mellan producent och konsument, skapas och utvecklas varje andelsjordbruk efter just sina förutsättningar. Det betyder att varje andelsjordbruk är unikt och lokalt anpassat i allt från jordmån till innehåll i andelarna. Värden som matkvalitet, miljö och på senare tid även klimatet kommer i fokus. De positiva värdena i de ursprungliga grundprinciperna kan återskapas i bildandet av varje nytt andelsjordbruk med en hållbar produktion och ett minskat klimatavtryck som målsättning.

Modellen har även svårigheter. Konsumentens ökade engagemang ställer högre krav, både på konsumenten själv och på producenten. Det blir en utmaning att värva och behålla medlemmar. Här kan dialogen med konsumenten vara till hjälp då de positiva värdena för mat, miljö och klimat tas upp i samtalet. I dialogen finns även praktiska faktorer att diskutera som: Vad innebär en andel? Vad är värdet på andelen? Hur ska andelen distribueras? Finns det mervärden, som tillgång till gården och produktionen eller andra tjänster?

Hur dialogen ser ut beror på det enskilda andelsjordbrukets förutsättningar och i vilken företagsform det drivs.

Källor

URGENCI www.urgenci.net

European Handbook on
Community Supported
Agriculture

The alternative food
movement in Japan:
Challenges, limits, and
resilience of the teikei
system Kazumi Kondoh

Mat & Klimat, Johanna
Björklund Pär Holmgren
Susanne Johansson

Sharing the Harvest,
Elizabeth Henderson och
Robyn Van En

VARFÖR ANDELSJORDBRUK?

MAJA SÖDERBERG

Några av fördelarna som vi, ur producentperspektiv, har upplevt med andelsjordbruk är:

1. SÄLJ FÖRST, PRODUCERA SEN – SÄKRARE EKONOMI FÖR PRODUCENTEN

När vi startade valde vi modellen andelsjordbruk för att vi upplevde att det var det enda, eller i alla fall det tryggaste, sättet att veta att vi skulle få vår skörd såld redan första säsongen. Genom att sälja andelar innan vi började odla, men också genom att fråga andelsägarna om vad de ville att andelarna skulle innehålla, fick vi en bra grund att planera första odlingssäsongen utifrån.

2. MARKNADSFÖRING PÅ VINTERN – ODLING OCH LEVERANSER UNDER SÄSONGEN

Vi gör försäljning och marknadsföring under vintern, för att sedan kunna fokusera helt på odling och leveranser under säsongen.

3. FÅ BETALT FÖR MERVÄRDENA

Vi ville inte att våra grönsaker skulle säljas som bulk och blandas med sådana som odlats och bearbetats med industriella metoder. Vi ville att de skulle uppskattas och ätas av människor i vår närhet som gavs möjlighet att uppskatta odlingsmetoder, sortval etc. Jag hade tidigare jobbat på en välskött mjölkgård och tyckte då att det var väldigt synd att mjölken därifrån blandades med mjölk från andra gårdar. Och aldrig kom någon konsument och besökte gården och såg arbetet och kärleken som lades ner där.

4. FÖRMEDLA KUNSKAPER

Jag drivs delvis av hur roligt det är att vara med och bidra till att våra andelsägare ökar sin konsumtion av grönsaker, hur de blir bättre på att följa säsong och minimera sitt svinn. Det är härligt att introducera en ny grönsak för någon eller att väcka intresset för varifrån maten kommer hos ett barn. För att bli en framgångsrik andelsjordbrukare tror jag att man bör tycka om att förmedla kunskaper, matglädje och upplevelser, inte bara att producera bra mat.

1.2 ATT VARA ANDELSÄGARE

Här kommer några ord om hur det är att vara andelsägare hos Three Oaks Community Farm utanför Norrköping:

Det bästa med att vara med i ett andelsjordbruk är mångsidigheten, att få ha tillgång till så fina grönsaker och även kunna fråga och hämta/få information om just dina grönsaker. Kanske hur det har vuxit, om skörden varit stor eller ej och varför. Inblicken i hur det fungerar och växer gör att man får helt annan respekt för sin mat. Framförallt när man lärt känna den som odlar stora delar av din mat så smakar och känns allt så mycket godare och bättre.

Känns som alla människor behöver ta sig en funderare på var deras mat faktiskt kommer ifrån och inte bara basera sina inköp på pris. Att man inte kan ha allt jämt, är något vi måste tänka på och agera efter. Just därför så känns det så häftigt att ha fått chansen att hoppa på detta, känns som tiden verkligen är rätt för det.

Bästa beslutet vår familj tagit!

Vi har längtat efter att formen andelsjordbruk skulle komma till Sverige! Att vara en del av ett andelsjordbruk är för oss många saker. Det handlar till exempel om solidaritet med de som odlar vår mat. Att odlarna ska ha en garanterad inkomst för utfört arbete. Det handlar också om att vi har insyn i att vår mat odlas i ett hållbart jordbruk, ett som tar hand om jorden, tänker på kretslopp och platsen. Att vi får mat som är odlad utan kemikalier och konstgödsel. Mat som är hälsosammare för oss, bättre för biologisk mångfald och har en mindre belastning på ekosystemet.

Efter ett år som andelsägare har det kommit att handla om så mycket mer. Om community och relationer, om vänskap och möten med nya fina människor. Torsdag blev en veckans lyckodag. Få träffa vår bonde och andra medlemmar, dela med oss av recept och tips från veckans matlagning och så spännande med nya fina grönsakssorter varje vecka!

Överraskningsmomentet är nästan det bästa, det som först upplevdes som ”vad ska vi göra med den?” blev snart till kreativitet och lust i matlagningen. Vi fick anpassa vår matlagning till det vi fick, det som faktiskt är i säsong här och nu, inte det vi skrev på inköpslistan. Trots att vi redan innan upplevde att vi åt hälsosamt och miljömedvetet gör den överdrivna tillgången till allt hela tiden i matvarubutikerna att denna aspekt lätt tappas bort. Vi upptäckte också att saker som vi inte trodde kunde vara i säsong faktiskt kunde vara det.

Kort sagt gott, socialt, miljövänligt och lärorikt! Att vara andelsägare har varit helt upp till vår höga förväntan och så mycket mer.

Att vara andelsägare hos en grönsaksodlare som finns i mitt närområde innebär ett mycket stort värde för mig på många sätt. Det har bl.a. underlättat för mig i min strävan att välja mer och mer vegansk mat, vilket känns bra för hälsan och

OSCAR, MALIN & BERTIL

JANE OCH PETER

ANNALENA

bidrar till att minska klimatavtrycket. Att veta var grönsakerna kommer ifrån och att de verkligen är ekologiskt odlade ger mig trygghet eftersom jag vill vara noga med vad jag äter. För mig är det värdefullt att kunna ge mig själv så bra och ren mat som möjligt. Det har också utvecklat min matlagning och gjort den mer variationsrik. Detta eftersom jag numera utgår från grönsakerna och baserar min matlagning på dem. Jag kompletterar med ganska få produkter från mataffärer. Det är dessutom en stor glädje varje gång jag hämtar grönsakerna! Att få växla några ord med odlaren, kanske med någon annan prenumerant och att komma hem med en vacker, brokig låda färggranna grönsaker, tjuvsmaka lite här och där och börja fundera på vad jag ska laga. Grönsakerna är faktiskt mycket smakrikare än de som finns att handla i affärerna!

In many ways, we joined our local CSA for mundane, practical reasons. It was cost-effective and time-effective. And, of course, it didn't hurt that our kids would have a bounty of fresh, organic food every week. What we couldn't foresee is how it would reorient our weeks and alter our perspectives. Pretty quickly, the crescendo of our family rhythm shifted from the weekend to our mid-week CSA pick-up. Everybody – even, I believe, the two 1-year-olds among us – started looking forward to what Dana would have for us. And the rest of our decision-making flowed from what treasures we received. The world makes it really easy not to think about certain things: where our food comes from, who grows it, how they do so and what values they have, if any at all. (Whoever's interest it is for us not to think probably isn't a great global or ecological citizen.) What's truly great about being part of a CSA – in addition to practicalities like budget and health – is that it flips food-as-a-chore around and turns it back into what it should be, a pleasure.

REBECCA AND MATT

Känner mig lycklig varje torsdag när jag hämtat min kasse. Att få en kasse full med nyskördade grönsaker är härligt. Har hittat på nya recept, planerar matlagningen mera, beroende på vad kassen innehåller. Ibland har jag fått fråga vad man kan göra med en viss grönsak som varit ny för mig. Har nån gång hänt att något blivit lite tråkigt i konsistensen men det går att göra något av det i alla fall. Om inte, så har jag djur som gärna äter grönsaker, behöver inte slänga något, allt kommer till nytta.

MONA

1. Mindre matsvinn – man är mer angelägen om att ta till vara på allt man får eftersom det blir en närmare relation till producenten och en större förståelse för arbetet bakom grönsakerna. Nu är det t.om. intressant att ta hand om blast m.m.
2. Helhetstänket kring förpackningar, möjligheten att lämna kompost för de som vill etc.
3. Att teckna sig över längre tid gör att man vet att det kommer mat under lång tid utan att behöva "tänka" på det.
4. Att lära känna andra prenumeranter, möjlighet till arbetsdagar etc., den sociala biten kring maten
5. Känns rätt att stödja hållbar, lokal utveckling istället för massproduktion. Att faktiskt betala för vad det kostar inte utnyttja människor i processen.

PIA



Foto
Jorge Zapico

1.3 DET BÖRJADE I JAPAN

AV ANDERS BERLIN OCH MAJA
SÖDERBERG

Andelsjordbruk finns nu i stora delar av världen under olika namn. Modellen och idéerna föddes i Japan i slutet av 60-talet tillsammans med den ekologiska rörelsen i landet. I Japan heter modellen teikei och det japanska tecknet beskriver två händer som möts och kan översättas med ord som samverkan, Kooperation, partnerskap och liknande. En annan översättning i sammanhanget är ”ge bonden ett ansikte” eller ”sätta bondens ansikte på maten”. Samtidigt som teikei växte fram i Japan såg man i Sverige skyltar utefter vägarna med en bild på en bonde med keps och texten ”en utrotningshotad art”.

Under 60- och 70-talet var Japan inne i en period av extremt snabb ekonomisk tillväxt. Industrialiseringen av landet och jordbruket skedde i rasande tempo, vilket skapade stora miljöföroreningar. Under perioden inträffade ett antal stora föroreningsskandaler i landet. En av de mest tragiska var *minamata disease* – kvicksilverförgiftning orsakad av utsläpp från industrin. Många blev sjuka, missbildningar skedde och tusentals människor dog. I spåren av dessa skandaler växte det fram en oro för matsäkerheten, särskilt i urbana områden. Fler och fler bönder blev medvetna om de skadliga effekterna av jordbrukskemikalierna och började anamma ekologiska produktionsmetoder.

Första fröet till teikei såddes när oroade hemmafruar gick samman med universitetsforskare för att lära sig mer om matsäkerhet och miljöföroreningar. De första teikeigrupperna bildades ur sådana här studiegrupper.

EKORÖRELSEN BASERAS PÅ TEIKEI

Bildandet av den Japanska ekologiska jordbruksorganisationen 1971 svetsade samman bönder och konsumenter och resultatet blev att många teikeigrupper bildades under 70- och 80-talet. På årsstämman 1978 antog den Japanska Ekologiska Jordbruksorganisationen tio principer för teikei. Den japanska ekorörelsen startade alltså med teikei och har gjort det till en princip att jobba för att etablera teikeisystem. På den engelska versionen av sin webbsida skriver de: ”Teikei är inte bara en praktisk idé, utan också en dynamisk filosofi som genom interaktion får människor att fundera över en bättre livsstil, vare sig man är producent eller konsument.”

TEIKEI SPRIDS ÖVER VÄRLDEN

1978 etablerades det första andelsjordbruket i Schweiz. Upplägget var snarligt

det japanska, men ingen har kunnat påvisa om det fanns någon koppling, och i så fall hur den skulle ha sett ut. En gissning som Elisabeth Henderson gör i boken *Sharing the harvest* är att någon av de västerlänningar som besökte japanska teikei-gårdar tog med sig idén hem. De tidiga schweiziska andelsjordbrukarna har berättat att de hämtade inspiration från kollektiva gårdar i Chile under Allende-tiden samt från bonderörelsen i Bretagne i Frankrike.

På 80-talet etablerades det första andelsjordbruket i Tyskland, där inspirerat av antroposofiska idéer och biodynamiskt jordbruk. Modellen har sedan dess fått en bred spridning i de europeiska länderna. I USA startade det första andelsjordbruket 1986 och man valde att översätta begreppet till Community Supported Agriculture (CSA). Under 80- och 90-talet ökade antalet nordamerikanska andelsjordbruk stadigt, för att nå över 1000 ungefär vid millennieskiftet.

Andelsjordbruk finns idag i över hela världen. På Urgencis webbsida finns en (icke-heltäckande) förteckning. Eftersom de flesta andelsjordbruk är små och enbart agerar på en lokal marknad är det inte helt lätt att föra statistik över hur många det finns, varken i Sverige eller i världen. Ofta är andelsjordbruken dessutom bundna till en eller flera personer, mer än till en fysisk plats/gård. Därför tillkommer ständigt nya, medan andra lägger ner i takt med att livet för andelsjordbrukarna tar nya vägar.

ANDELSJORDBRUK I SVERIGE

Det första svenska andelsjordbruket etablerades av Anders och Karin Berlin på Ramsjö Gård utanför Uppsala 2001. Idén tog de med sig hem från en studieresa i slutet på 90-talet, då de besökte en rad ekologiska gårdar på den amerikanska västkusten, där modellen hade etablerat sig. I 90-talets Sverige samarbetade Anders och Karin med konsumentgrupper, så kallade "matfronter" som köpte in livsmedel direkt från lokala bönder för att sedan dela upp dessa mellan sig. Grupperna var i en fas då de började tröttna och i det läget samlade Anders och Karin tre familjer över en fika och började diskutera andelsjordbruk som ett alternativ. Det var ur den lilla gruppen som andelsjordbruket på Ramsjö gård föddes. På mötet diskuterade man vilka grönsaker som skulle ingå i en andel och hur stor en andel borde vara. Någon var duktig på marknadsföring och tog fram en broschyr och alltsedan dess har deras andelsjordbruk rullat på.

Därefter dröjde det till 2014/2015 då flera andelsjordbruk startade parallellt. Mellan några fanns en koppling, t ex hade Terez Bergfeldt som startade Torsåkers gårdsprodukter samt Britta Nylinder som startade Kollinge torpargård båda varit volontärer på Ramsjö gård. Andra hämtade främst sin inspiration från USA och Europa. Föreningen Andelsjordbruk Sverige bildades 2015 av åtta andelsjordbrukare. Projektet "Andelsjordbruk – säkrad avsättning för lokalproducerade livsmedel" som drevs av Länsstyrelsen i Västra Götaland 2015-2018 har sannolikt också haft en inverkan på modellens spridning i landet, då det inkluderade både informationstillfällen, studieresor och utbildningar.

Sedan 2015 har andelsjordbruksmodellen spridit sig snabbt i Sverige och ingen-ting tyder på att spridningen har avstannat. Även om vi inte kan säga säkert vad det beror på handlar det gissningsvis om att modellen möter efterfrågan på närheten mellan konsument och producent samt ger en säkrare inkomst för de småskaliga jordbrukarna.

Källor

Devik, Alexandra (red),
Håndbok for andelsland-
bruk, Andelslandbruk
Norge

Henderson, Elizabeth och
Van en, Robyn, *Sharing
the harvest – a citizen's
guide to community
supported agriculture*

Japan's Organic
Agriculture Association:
[http://www.joaa.net/
english/teikei.htm](http://www.joaa.net/english/teikei.htm)

Urgenci.net

TEIKEIS TIO GRUNDPRINCIPER

ÖVERSATT FRÅN ENGELSKAN AV MAJA OCH THEODOR SÖDERBERG

1. PRINCIPEN OM ÖMSESIDIGT SAMARBETE

Grunden för partnerskapet ligger inte i handeln själv, utan i den vänskapliga relationen människor emellan. Därför bör både producenterna och konsumenterna hjälpa varandra utifrån en ömsesidig förståelse. Denna relation bör etableras utifrån reflexion över tidigare gjorda erfarenheter.

2. PRINCIPEN OM AVSIKTIG PRODUKTION

Producenterna bör genom dialog med konsumenterna, ha som mål att, inom gårdens kapacitet, producera maximal mängd och maximal variation av råvaror.

3. PRINCIPEN OM ATT ACCEPTERA RÅVARORNA

Konsumenterna bör acceptera alla råvaror som har odlats enligt den föregående dialogen mellan de båda grupperna. Deras diet bör så långt som möjligt utgå från de här råvarorna.

4. PRINCIPEN OM ÖMSESIDIGA EFTERGIFTER VID BESLUTET OM PRIS

När man bestämmer priset ska producenten ta full hänsyn till besparingarna av arbetstid och kostnader som görs när märknings- och packningsprocessen förkortas. Producenten ska också ta hänsyn till att hela skörden blir accepterad. Konsumenterna ska ta full hänsyn till fördelarna av att få nyskördad, säker och smakrik mat.

5. PRINCIPEN OM FÖRDJUPADE VÄNSKAPLIGA RELATIONER

Den kontinuerliga utvecklingen av detta partnerskap kräver ett fördjupande av vänskapsrelationerna mellan producenterna och konsumenterna. Det kan bara uppnås genom att maximera kontakten mellan parterna.

6. PRINCIPEN OM SJÄLVDISTRIBUERING

Transporten av råvarorna ska, fram till utlämningsplatserna, utföras av antingen producent- eller konsumentgrupperna, utan att vara beroende av professionella distributörer.

7. PRINCIPEN OM DEMOKRATISK ORGANISERING

Båda grupperna bör undvika att enbart ett fåtal ledare styr över aktiviteterna. Detta uppnås bäst genom demokratisk organisering där alla delar på ansvaret. De särskilda förutsättningarna för medlemmarnas familjer bör också tas i beaktande enligt principen om ömsesidigt samarbete.

8. PRINCIPEN OM FORTSATT LÄRANDE BLAND GRUPPERNA

För att undvika att deras engagemang och aktiviteter enbart handlar om att distribuera säker mat bör både producent- och konsumentgruppen lägga stor vikt vid att tillsammans studera och vidareutveckla sina kunskaper.

9. PRINCIPEN OM ATT BEHÅLLA EN LÄMPLIG STORLEK PÅ GRUPPEN

Det fulla utförandet av innehållet i de ovanstående principerna blir svårt att uppnå om antalet medlemmar eller den geografiska spridningen i grupperna blir för stor. Det är anledningen till att de båda ska hållas på en lämplig storlek. Utvecklingen av den här rörelsen ska istället främjas genom att öka antalet grupper och samarbetet mellan dessa grupper.

10. PRINCIPEN OM KONTINUERLIG UTVECKLING

Från början kan, i de flesta fall, varken producenter eller konsumenter njuta av så bra förutsättningar som har nämnts ovan. Därför är det nödvändigt för båda grupper att välja samarbetspartners man tror på och aktivt jobba tillsammans med att utveckla och förbättra det ömsesidiga samarbetet över tid.



Foto
Simon Paulin

1.4 GRUNDVÄRDERINGARNA

GRUNDVÄRDERINGARNA FRÅN JAPAN

Grundvärderingarna från det japanska teikei-systemet har i mycket följt med när andelsjordbruksmodellen har spridit sig över världen. Den Japanska ekologiska jordbruksorganisationen beskriver bakgrunden till det ekologiska jordbruket och teikei så här (i vår översättning från deras något knaggliga engelska):

Ett ekologiskt sunt jordbruk är i slutändan självförsörjande. Matens grundläggande funktion är att vårda livet och jordbrukets grundläggande funktion är att producera mat till jordbrukarens egen familj. För att föda din familj måste du vara självförsörjande. Du måste odla olika grödor i lämplig mängd och föda upp viss boskap. Skalan på ditt jordbruk ska inte vara för stor. Detta är ett hållbart sätt att driva jordbruk – med egen kompost och dynga från djuren till gödning, där ni själva producerar fodret till boskapen och utsädet ni behöver. I “teikei”-systemet ska konsumenterna (vanligtvis stadsbor) förses med ett överskott av producenternas grödor och produkter. På ett sätt kan man säga att de kan räknas som en enda stor familj.

Mat är inte menad att säljas för ekonomiska vinstsyften. Självklart är effektiviteten inte så viktig som för tillverkningsindustrin, farliga kemikalier ska inte användas och massproduktion hör inte hemma i jordbruket. Det viktiga är att skapa naturlig produktivitet genom ekologisk användning av gödselmedel från organiska material som är tillgängliga på platsen. Jordbruket bör vara fullt av vitalitet och ske i harmoni med naturen.

Källa

Japan organic agriculture association
<http://www.joaa.net/english/teikei.htm>

Den Japanska ekologiska jordbruksorganisationen skriver vidare:

Enkelt uttryckt så vill den japanska rörelsen för ekologiskt jordbruk få jordbruket att fungera som det är menat att göra. Många delar av det japanska jordbruket är idag deformerade; tekniska system, ledning, filosofi, distributionssystem, konsumtionsstrukturer, jordbrukspolicys och så vidare. Vi är en

gräsrotsrörelse som ska förbättra de deformerade systemen genom att förändra vårt eget sätt att leva och tänka.”

*Länken för att ladda ner
deklarationen hittas i
[http://handbok.andelsjordbruksverige.se/
grundvarderingarna](http://handbok.andelsjordbruksverige.se/grundvarderingarna)*

Och vidare:

Den mest karakteristiska metoden vi har etablerat i vår rörelse är “teikei” (samarbetet mellan producenter och konsument). Du kommer att bli förvånad över att upptäcka hur det förändrar konsumenternas levnadssätt likväl som producenternas sätt att driva sina jordbruk, allt genom interaktionen mellan grupperna. Naturligtvis har de nu sitt eget kreativa sätt att distribuera.

GRUNDVÄRDERINGARNA I DEN EUROPEISKA ANDELSJORDBRUKSRÖRELSEN

Många av tankarna från Japan känns igen i den Europeiska deklarationen för andelsjordbruk, som antogs 2016 av Urgenci, det internationella nätverket för andelsjordbruk:

Andelsjordbruk är inte en statisk modell. Den är dynamisk, som en trädgård: den utvecklas och växer när den används och sköts om. Varje partnerskap inom rörelsen är självständigt. Vi är också överens om dessa grundläggande principer som vår gemensamma grund att bygga vidare rörelsen med andelsjordbruk på:

- Hållbart brukande av vatten, frö, mark och andra allmänningar genom de agroekologiska principerna och praxis som finns i denna deklaration och Nyéléni-deklarationen 2015.
- Mat är en rättighet, inte en vara bland andra.
- Produktion på mänsklig skala som är förankrad i lokala förutsättningar och kunskaper.
- Rättvisa arbetsvillkor och anständiga inkomster för alla inblandade.
- Respekt för miljön och djurs välfärd.
- Färska, lokala, säsongsbetonade, hälsosamma och mat med mångfald som är tillgängliga för alla.
- Samhällsbyggande genom direkta och långsiktiga relationer med delat ansvar, risker och belöningar.
- Aktivt deltagande baserat på förtroende, förståelse, respekt, öppenhet och samarbete.
- Ömsesidigt stöd och solidaritet utan gränser.

MATSUVERÄNITET

Matsuveränitet är rätten till hållbar och hälsosam mat av hög kvalitet och därtill rätten och kraften att bestämma vilken mat det ska finnas tillgång till. Andelsjordbruk definieras av de sociala och ekonomiska principerna vi vill dela i vårt livsmedelssystem: engagemang och fördelning av risker och belöningar som ett uttryck för solidarisk ekonomi och öppet partnerskap. Inkluderande demokratisk styrning, medborgerlig aktivism och rätt att kollektivt besluta om grunderna i sitt eget livsmedelssystem. Som ett uttryck för matsuveränitet är det centralt i andelsjordbruksrörelsen.

Urgenci kräver, tillsammans med andra aktörer i det civila samhället (såsom La Via Campesina som organiserar 200 miljoner småskaliga producenter) matsuveränitet. Urgenci har särskilt fokuserat på följande aspekt:

Vi arbetar för decentralisering av livsmedelskedjor, främjar diversifierade marknader baserade på solidaritet och rättvisa priser, och korta leveranskedjor med intensifierade relationer mellan producenter och konsumenter i lokala nätverk för att motverka expansionen och makten hos de stora livsmedelskedjorna. Vi vill ge byggstenarna för människor att utveckla sina egna matdistributionssystem och låta jordbrukarna producera och bearbeta mat till sina egna samhällen. Detta kräver stödjande regler för livsmedelssäkerhet och lokal matinfrastruktur för småbrukare. Vi arbetar också för att maten vi producerar når alla människor i samhället, inklusive personer med liten eller ingen inkomst.

SOLIDARISK EKONOMI

Andelsjordbruk är mer än bara ett alternativt marknadsföringssystem. Producenter och konsumenter måste arbeta tillsammans för att skapa lokala, sociala och ekonomiska former baserade på förtroende. I de solidaritetsbaserade samhällena stöds producenterna under hela säsongen i form av förskottsbetalningar, båda parter delar också riskerna och fördelarna med jordbruk, och i många fall syftar ”solidaritet” också till att inkludera låginkomsttagare.

EN REAKTION PÅ PROBLEMEN I EN GLOBALISERAD VÄRLD

Utvecklingen av andelsjordbruk har varit en naturlig reaktion på problemen som kommer sig av industriella systemstrukturer i en globaliserad värld. Dessa strukturer tenderar att fokusera på andra värden än att säkerställa människors grundläggande behov, stödja social och kulturell mångfald och självförsörjning.

Några av de vanligaste problemen som andelsjordbruk möter är:

- Förlust av småskaliga gårdar och den infrastruktur de behöver.
- Kontroll av stora företag som i första hand använder livsmedelssystemet för att öka aktieägarnas vinst.
- Förlust av matsäkerhet när människor blir beroende av ett litet antal stora fossilberoende processer (som produktion av bekämpningsmedel, mekanisering etc.). Dessa stora system saknar mångfald och kan vara mer sårbara för kollaps i kristider. De är också beroende av frön som produceras av stora företag som inte kan reproduceras: hybrider, patenterade frön etc.
- En irreversibel skada av jordens mull – basen för växtligheten.
- Nedbrytning av biologisk mångfald orsakad av storskalig industriodling.
- Dåligt djurskydd i den storskaliga industrin.
- Stora miljökonsekvenser vid långväga transport av livsmedel.
- Hälsoproblem orsakade av hårt processad mat och ohälsosamma matvanor.
- Brist på tillgång till ekologiska och lokala livsmedel för låginkomsthushåll.
- Avfolkning av landsbygden.
- Brist på förtroende och förståelse mellan konsumenter och producenter.



Foto
Maja Söderberg

2. GRÖNSAKSANDEL

Den stora merparten av de som arbetat med denna handbok ägnar sig åt grönsaksodling och mycket av materialet i boken bygger därmed på grönsaksproducenters erfarenhet. Vissa delar av det jag redogör för nedan finns därför behandlat mer specifikt i andra kapitel.

AV EMMA LUNDBERG

2.1 UPPSTART AV ETT ANDELSJORDBRUK MED GRÖNSAKSPRODUKTION

Året innan jag startade andelsjordbruk odlade jag samma yta och sålde på marknader. Jag förde bok över allt jag producerade och kunde därför uppskatta på ett ungefär hur mycket jag kunde producera på denna yta.

LÄR KÄNNA DINA ANDELSÄGARE

Med hjälp av vänner och bekanta (delvis blivande andelsägare) tog jag reda på vad som skulle kunna vara en rimlig mängd grönsaker i varje veckas leverans. Vi kom fram till en till två sorters mättande grönsaker, en till två sorters lök, sallat/bladgrönt/grönkål, någon färsk krydda, baljväxter och så någon mindre vanlig grönsak, som fänkål eller pumpa. I den enkät andelsägarna svarade på efter första säsongen var den stora majoriteten mycket nöjd med detta och skulle inte ha velat ha mer, då de var mer måna om att inte slänga grönsaker än att få så mycket som möjligt för pengarna.

Kollegor till mig har löst frågan om andelsägarnas önskemål på andra sätt. Några har gjort marknadsundersökningar för att få veta vad andelsägarna efterfrågar beträffande mängd och typ av grönsaker.

När jag har frågat mina andelsägare varför de ville bli andelsägare får jag vitt

skilda svar som rymmer allt från att gå ner i vikt och äta mer ekologiskt till att lära sina barn om var maten kommer ifrån. Dessa svar fick mig att inse att det är omöjligt att tillgodose alla önskemål. Hur man förhåller sig till dessa önskemål kan bero på hur ens lokala marknad ser ut. För mig som verkar på landsbygden är det viktigt att nå ut till en bred kundgrupp som innefattar flera olika intressegrupper eller "typer". Detta har jag gjort genom att, i den mån det är möjligt, försöka tillgodose något önskemål från flera av dessa typer. För den odlingsintresserade typen så anordnar jag öppen odling (en dag med guidad tur och fika på odlingen), för kock-typen odlar jag gourmetaubergine och för typen som vill lära sig att använda mer grönsaker så skickar jag med tillagnings- och förvaringstips i veckobrevet.

Att tillgodose dessa behov för varje typ av andelsägare har jag alltså implementerat i andelsjordbrukets struktur. Vad jag däremot inte kan eller vill ta hänsyn till är varje andelsägars personliga önskemål, så som preferenser kring grödor eller upphämtning.

PLANERING AV ODLING OCH VARIATION

När jag hade bestämt mig för vad jag ville leverera varje vecka samt hur många veckor jag ville leverera, så började jag "räkna baklänges". Jag gjorde skisser på vad varje leverans skulle innehålla och ungefär vilken vecka jag skulle leverera det. Sedan tog jag helt enkelt det datum jag ville leverera grödan minus grödans utvecklingstid och visste på så sätt ungefär när jag skulle så. Jag gjorde även en uppskattning av mängden av varje gröda vid varje leverans och fick sedan försöka att räkna ut hur många radmeter eller plantor som krävdes för att uppnå denna mängd. Då det var mitt första år räknade jag med ett svinn på totalt trettio procent genom hela kedjan, för att vara på den säkra sidan. Trots att jag till syvende och sist sällan följde leveransplaneringen så hjälpte den mig att få en bra variation av grönsaker spridda över säsongen.

Jag antecknar även vad som ingår i varje leverans. Detta hjälper mig undvika att leverera samma gröda för många veckor i sträck. Dessutom ger det mig en tydlig bild av hur en ungefärlig vecka ser ut och därmed ett svar att ge när potentiella andelsägare frågar hur mycket som "ingår i en andel".

Säsongen 2019 var vi två som jobbade på andelsjordbruket; vi odlade till fyrtio andelar och lämnade ut grönsaker på fyra orter. Då vi har sortfavoriter som inte är särskilt jämna i mognaden kan vi inte erbjuda låt säga broccoli till samtliga andelsägare samma vecka. Eftersom vi för bok över vad vi levererar och kan vi utan större problem se till att alla andelsägare får ungefär samma sak i kassen, utslaget på hela säsongen. Om man önskar leverera samma gröda till samtliga och dessutom samma vecka är det en god idé att leta efter fröer med jämn mognad.

LEVERANS: MÄNGD OCH INNEHÅLL

Hur stor är då en andel eller hur mycket grönsaker får man en ungefärlig vecka? För enkelhetens skull har jag bara en storlek på andel, men för att tillmötesgå singelhushåll och de som vill ha mindre grönsaker erbjuder jag även halv andel, vilket innebär leverans varannan vecka, istället för varje. Denna fråga om andelars storlek tror jag löses på lika många sätt som det finns andelsjordbruk i Sverige. Vissa har två eller flera storlekar, andra säljer andelar baserade på hur mycket grönsaker en genomsnittlig vuxen beräknas äta.

Vi packar varje kasse och lämnar dem sedan på fem olika utlämningsplatser; på två av dessa lämnar vi direkt till kund och på tre lämnar vi kassarna för upphämtning närmaste timmarna. Då våra utlämningsplatser är lokaler som caféer och butiker har vi ingen möjlighet att låta andelsägarna plocka ihop sina egna kassar. Det finns dock andelsjordbruk som vid utlämning har grönsakerna i backar och sedan sätter upp en skylt med en lista på grödorna varje andelsägare ska plocka med sig. Flera tillhandahåller även en byteslåda där man som andelsägare kan lämna det man inte tycker om och istället ta något annat.

För att hålla koll på hur andelsägarna använder sina grönsaker har vi i slutet av säsongen gjort en enkel enkät där andelsägarna får svara på om de slänger något, av vilken anledning samt vilken gröda det brukar att vara.

SÄSONGSFÖRLÄNGNING

En annan aspekt av en andels storlek är hur lång period man levererar. Detta kan man ju styra efter sina omständigheter; vill man ha jämn arbetsbelastning över året, har man möjlighet att slutsörda och förvara i jordkällare osv. Många andelsjordbruk jobbar med så kallad säsongsförlängning genom att odla i tunnlar och växthus. För vår del har det varit bättre att koncentrera arbetsbelastningen och istället leverera till fler under en kortare period.

Vi har ingen möjlighet att förvara stora mängder grönsaker och har därför velat hålla det hela så enkelt så möjligt: direkt ur jorden ner i kassen och hem till andelsägaren. Vi tvättar inte grönsakerna då det försämrar vissa gröders lagringsduglighet utan packar dem direkt i papperskassar. Vissa typer av bladgrönt lägger vi i en plastpåse och sprutar lite vatten på hjälp av en blomspruta för att behålla fukt.

VÄRDESKAPANDE

Som småskalig odlare är det sällan priset som är ens konkurrenskraft. Istället erbjuder vi andra värden: högkvalitativa livsmedel, kunskapsförmedling samt en mötesplats för människor och mat.

För att skapa en regelbunden kontakt med andelsägarna och för att påminna om leverans skickar vi på utlämningsdagen en veckokrönika till dem. I den berättar vi kortfattat om hur det ser ut på odlingen och vad kassen innehåller denna vecka. Detta är även en värdefull kanal för att sprida information om varför vi kan leverera, eller inte leverera, en specifik gröda. Om andelsägarna inte får några bönor (kanske dessa blev angripna av bönstjälkflugor) så får de åtminstone kunskap om varför, vilket för många andelsägare är ett mervärde. När bönsörden slagit väl ut och de får mycket på en gång så ger vi tips på hur de kan förvälla och frysa in bönorna eller tillaga dem på nya sätt.

Något många andelsägare uttryckt tacksamhet för är just dessa tillagningstips som vi nu samlat på vår hemsida. De är väldigt enkla och idén om denna ”receptbank” är sprungen ur viljan att göra det lättare för dem att tillaga våra grönsaker och därmed minska sitt svinn. Andra andelsjordbruk har löst detta receptutbyte med en facebookgrupp där andelsägarna kan dela sina tips med varandra. Denna typ av utbyte har även skett då vi anordnat öppen odling och andelsägarna har fått möjlighet att träffas.



Ett annat sätt att skapa mervärde och att röra sig från ett definerbart marknadsspris är att helt enkelt erbjuda sådant som inte finns på marknaden. Det kan vara allt från frilandsodlade tomater till en uppsjö potatis- eller vitlökssorter.

Foto
Johan Sjöstedt

RISKDELNINGEN

”Att dela på risker och belöningar” ingår i Andelsjordbruk Sveriges beskrivning av vad som definierar ett andelsjordbruk. Vad detta innebär är dock inte helt självklart. När jag startade var jag väl medveten om att jag på många sätt inte visste vad jag gav mig in på. Min största skräck var att det skulle bli för lite grönsaker, att det inte skulle räcka. Därför odlade jag ungefär dubbelt så mycket som jag ansåg att andelarna skulle innehålla (eller sålde hälften så många andelar som jag hade kapacitet för, det beror på hur man ser det) och sålde sedan överskottet på Bondens egen marknad. Alla andelsägare var väl införstådda med detta och visste även varför jag gjorde på detta sätt. Detta var en trygghet under mitt startår. Året därefter hade jag bättre koll på läget och vågade därmed fler andelar.

Källor

Mattsson, K. 2015.
Kvalitet och lagring. s. 24.

Ögren, E. & Bunnvik, C,
(red.) 2015. Ekologisk
grönsaksodling på friland.
Kurspärm Jordbruksverket.
P10.

2.2 ATT FASTSTÄLLA VÄRDET OCH SAMMANSÄTTNINGEN PÅ EN ANDEL

När man startar upp ett andelsjordbruk är det viktigt att skapa en hållbar ekonomi. Det ingår i modellen andelsjordbruk där konsumenten stödjer den hållbara produktionen. Konsumenten köper en andel av säsongens produktion. Andelen blir därför produkten i ett andelsjordbruk. Det blir därför viktigt att fastställa sammansättningen och värdet på andelen.

AV ANDERS BERLIN

För att få fram vad en andel innebär behövs en dialog mellan konsumenten och producenten. Konsumenten kan bestå av en kärngrupp av de nya medlemmarna eller samtliga medlemmar som träffas för att diskutera vad och hur mycket av varje grönsak kunden vill ha. Hur grödorna ska odlas, hur de ska komma till kunderna (självplock, leverans) samt vilka mervärden de önskar (recept, gårds-

besök, kunskap om hantering av grödorna) är frågor man kan behöva diskutera. I diskussionerna inom vårt andelsjordbruk på Ramsjö gård utgick vi från vad en person äter per vecka och diskuterade därefter om en andel ska avse en person eller en familj. Vi som odlare förde fram vad som kan produceras efter rådande förutsättningar och efter personliga önskningar, vilka mängder som är möjliga och när. Vi talade också om vilken årlig ersättning (lön) vi behövde för att driva andelsjordbruket och vad vi då räknat ut vad en andel skulle behöva kosta. Tillsammans är dialogen ett givande och tagande mellan konsument och producent. De val konsumenten gör kan ses som en resurs för att tillsammans skapa ett jordbruk med hållbarhet i både ekonomi och ekologi. Vad man kommit fram till i dialogen bör beskrivas i ett avtal.

Om man är nystartad och saknar kunder så kan man börja med att titta på vad andra andelsjordbruk erbjuder. Det ger underlag till vad en andel kan innehålla och kosta.

Den överenskomna andelen består av olika slags grönsaker och olika andelsjordbruk uttrycker mängden i allt från antal grödor per leverans, vikt, sträckmeter, eller helt enkelt med hjälp av foton på tidigare- eller tänkta leveranser.

Om inte tillräcklig odlingsmark finns att tillgå kan arealen vara en begränsande faktor. Alla odlingsplatser är unika och har en gräns för vad de kan ge i avkastning med ett fortsatt uthålligt odlingsystem.

BIDRAGSKALKYL

Man kan utgå från bidragskalkyler för att räkna ut vilken timersättning som är möjlig samt vilken areal och hur många arbetstimmar som krävs. Den kostnad man har behöver räknas ut för alla grödor. Därefter får man fram sin totala lön som motsvarar en kostnad i kalkylen. Förutom sin lön har man också samkostnader såsom odlingsmaterial och maskiner.

Omsättningen, dvs hur många andelar du behöver producera, behöver då motsvara dina utgifter.

I en bidragskalkyl har du samkostnader, vilka är desamma för alla grönsaker som odlas, dvs administration, maskiner, redskap etc. Du har särkostnader vilka är de specifika kostnaderna för grödan, kanske behöver du hyra in särskild arbetskraft eller maskin osv.

Prissättningen på andelen kan baseras på bidragskalkyler men också på inspiration från ekologiska matpriser i butik, på grönsaksmarknader etc.

När andelsvärdet och antalet leveranser under säsongen har bestämts kan det årliga andelsvärdet räknas fram.

$$\text{Värde leveransandel} * \text{antal leveranser} = \text{Årligt andelsvärde}$$

För att veta hur många andelar som behövs för den ersättning som producenten behöver tas årsomsättningen och delas med värdet på en andel.

$$\text{Årsomsättning} / \text{årligt andelsvärde} = \text{Antal andelsmedlemmar}$$

Detta ger antal andelar motsvarande önskad årsomsättning. När denna siffra

Läs mer

En förenklad bidragskalkyl finns i den digitala versionen av handboken.

Som andelsodlare av grönsaker kanske man måste göra 40-50 bidragskalkyler.

Den sammanfattande kalkylen blir unik för varje andelsjordbruk.

<http://handbok.andelsjordbruksverige.se>

Mera bidragskalkyler och ekonomisk vägledning finns i Jordbruksverkets skrift:

Ekonomi- kalkyler för odling av grönsaker på friland, Johan Ascard, Bengt Håkansson och Marcus Söderlind



Foto
Matilda Svahn

fås fram kan det vara bra att gå tillbaka till sin bidragskalkyl och göra en rimlighetsbedömning. Är det möjligt att producera det antal andelar som behövs för att få den önskade årsomsättningen?

Som andelsjordbrukare kommer du att känna ett ansvar att producera de grönsaker dina medlemmar förväntar sig. Men uppnår du inte det antal medlemmar du behöver kan du använda ytterligare försäljningskanaler samtidigt som du strävar efter att öka ditt medlemsantal.

AVTAL

Då andelens sammansättning, värde, innehåll, distribution m.m. är bestämd utformas ett samarbetsavtal. Vid upprättande av avtal med medlemmarna är det viktigt att förklara hur allt med handeln av andelsprodukten fungerar. Det kan vara en beskrivning med ett formulär för underskrift. Du kan läsa mer om avtal i kapitel 6.5.

Ett annat sätt att upprätta ett avtal är att ha en avgift vid ansökan till en andel i andelsjordbruket där avtalet godkänns genom betalning av medlemsavgiften. I samband med detta har medlemmen skriftligen informerats om alla villkor i avtalet.

Det är vanligt runt om i världen att andelsbetalningen delas upp i en medlemsavgift och en avgift per levererad låda.

2.3 AREAL PER ANDEL

Vilken areal du behöver per andel beror på flera olika faktorer och arealanvändningen skiljer sig mycket mellan olika andelsjordbruk.

- **Odlingsmetoder:** Olika odlingsmetoder ger olika stor avkastning per ytenhet. En traktorbaserad odling kräver mer yta än en som sköts för hand eller med mindre maskiner eftersom radavstånd, bäddavstånd etc, behöver

AV MAJA SÖDERBERG OCH
DANA WAGLER

anpassas så att traktorn och maskinerna får plats.

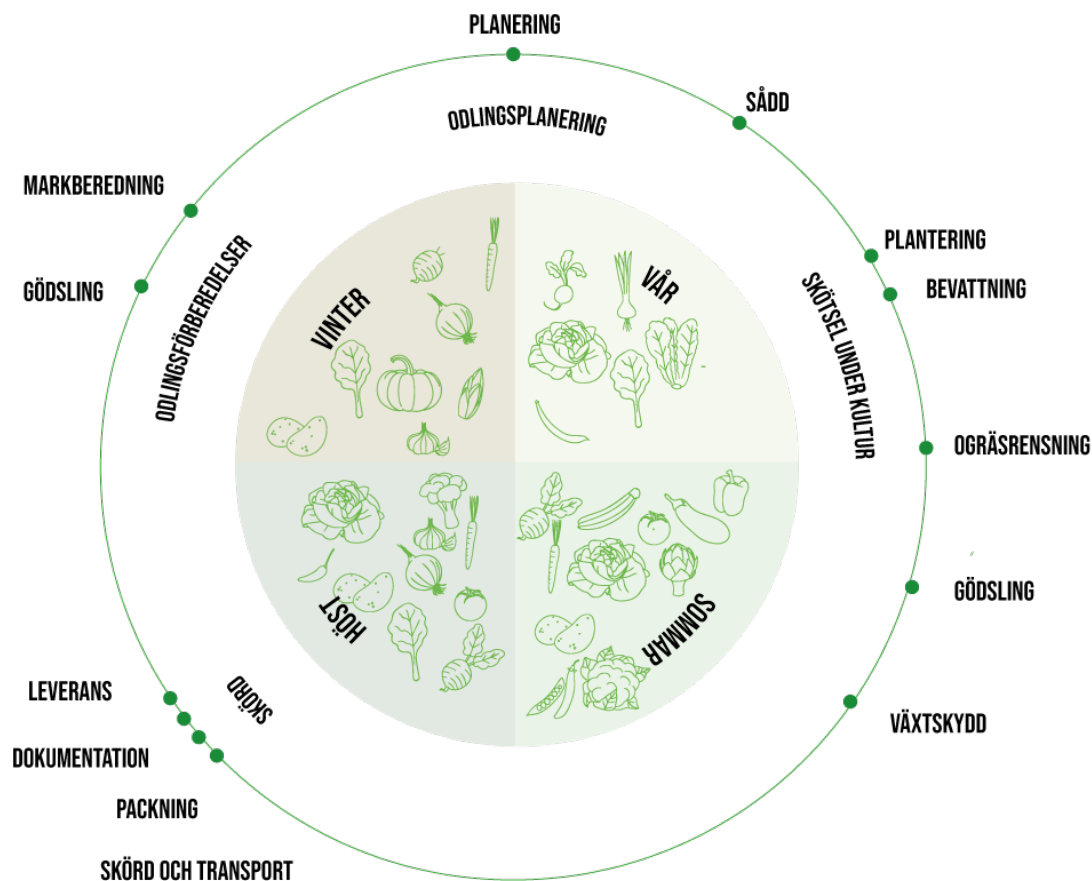
- **Mängden grönsaker per leverans:** Ett andelsjordbruk kan ha fler kg grönsaker än ett annat i sina andelar, men kanske inte lägger tid på att tvätta grönsakerna. Någon annan har mer arbetsintensiva eller ”dyrbara” grönsaker i sina andelar och då kan mängden i en andel bli mindre men ändå lika mycket värd som en andel som består av mer rotsaker och lök.
- **Antal leveranser per säsong:** Om man levererar i fem månader eller åtta spelar också in, även om en del av säsongsförlängningen kanske sker genom att man hinner med en extra skörd före och/eller efter huvudgrödan.
- **Val av grödor:** Potatis och pumpa är exempel på grödor som kräver stor yta. Däremot kräver de, om man gör rätt, jämförelsevis liten arbetsinsats att odla. Så har man ont om yta kanske man väljer bort de mest ytkrävande grödorna och beroende på vilka grödor man väljer eller väljer bort kan arealen som behövs variera mycket.
- **Val av sorter:** Ett annat sätt att minska arealåtgången är att välja sorter med kort utvecklingstid. Då hinner man lättare med flera skördar på samma ytenhet än om man väljer långsammare sorter.
- **Mängden grüngödsling/träda:** Grüngödslingsytor och ytor som ligger i träda, kanske under ett marktäcke, tar yta utan att ge skörd. Men att låta en yta vara grüngödslad eller täckt kan vara en smart strategi för att öka avkastningen per ytenhet i det långa loppet samt för att minska arbetet med att rensa rotogräs i odlingen.
- **Odlingszon:** Det säger sig självt att det är lättare att hinna med flera skördar per ytenhet ju varmare klimatet är där man odlar. Ytan som behövs bör därför bli större i exempelvis zon 5 än i zon 1 – i alla fall om man tillämpar successiva kulturer.

	LIVSLOTTEN	FÖRÄDLAD	LISSELSTUGANS	NYBRUKARNA	RIKKENSTORP	TJELDERVIK GÅRD	THREE OAKS COMMUNITY FARM
ODLINGSZON	3	3	4	4	4-5	1	2
EKOCERTIFIERAD	Nej	Nej	KRAV	Nej	Nej	KRAV	Nej
TOTAL ODLINGSYTA	1800 kvm	1400 kvm	10000 kvm	9000 kvm	-	6700 kvm	1000 kvm
INGÅR POTATIS?	Nej	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja
GRÖNGÖDSEL*	-	500 kvm	200 kvm	-	-	-	-
ODLINGSMETOD	Bäddar	Bäddar	Rader	Bäddar och rader	Bäddar	Bäddar och rader	Bäddar
ANTAL ANDELAR	40	25-45	50	150	29	119	24
STORLEK PER ANDEL	Till 1-2 personer	Till 1-5 personer	Till 2-4 personer	Till 1-2 person	Till 2 personer	Till 2 personer	Till 2-4 personer
ANTAL LEVERANSER	18	11	15	28-29	-	22	24
KVM/ANDEL	45	30	-**	60	70	56	17
*Yta med grüngödsel / täckning / träda under hela säsongen.			**De har andra försäljning- skanaler också. Andelsjordbruk utgjorde 50% av omsättningen.				

2.4 ODLINGSPLANERING

Här följer ett allmänt resonemang om principerna vid planering för ett andelsjordbruk med inriktning på grönsaksodling. Varje andelsjordbruk är unikt och man väljer de planeringsverktyg som passar.

AV ANDERS BERLIN



Figuren sammanfattar de viktigaste momenten i planeringen. Mitt i figuren finns ett skördeschema där grönsakerna man odlar presenteras. Ett sådant schema är ett åskådligt sätt att presentera produkterna med deras variation och säsongsberoende.

Vi brukar börja planeringen med en trave frökataloger under vinter eller tidig vår, efter att den förra säsongen har avslutats. När grödor och sorter bestämts för kommande säsong, gärna i dialog med andelsmedlemmar, kan planeringen börja. Ett excel-dokument eller liknande är bra att använda för att få det överskådligt. När medlemsantalet är känt och mängden av varje grönsaksandel är bestämd kan fröer beställas. Vid beställning tas hänsyn till grobarhet, frökvalitet och säsongsvariation.

Med dokumentation från tidigare år kan man göra en växtodlingsplan för årets grönsaksbäddar. Då kan även kompost, organiskt gödselmedel, plantjord och andra odlingsmaterial beställas.

Tidpunkter för sådder, planteringar och andra odlingsinsatser kan sedan planeras baklänges från skördetillfällena. Skördetillfällena bör följa skördeschemat

som presenterats för andelsmedlemmarna.

Att hålla en välplanerad växtföljd i sina bäddar öppnar för en bibehållen frisk jord samt färre överraskningar i skörderesultatet. Man följer en rotationsplan för grödorna där hänsyn tas till växtodlingssjukdomar, ogräsförekomst samt jordens näringsbalans.

Odlas tomater i växthus eller tunnlar direkt på odlingsmarken kan en god växtföljd upprätthållas om växthustunneln är flyttbar.

Lika viktig som planering före säsongen är dokumentation under säsongen. Dokumentationen används för kommande års planering men kan också behövas för redovisning mot omvärlden. Som exempel krävs redovisning av fosforbalansen vid certifiering av växthusodling. Dokumentationen kan skapas i form av journaler som såjournal, planteringsjournal och aktivitetsjournal, antingen på papper eller digitalt.

Vid skörd görs en packlista där grönsakerna för veckans leverans listas. Innan skörd bör en inventering göras för att fastställa att tillräckliga mängder av de olika grönsakerna finns tillgängliga. Regelbunden inventering är viktig för att kontrollera grödornas kondition.

Distribution kan även kräva viss planering om flera leveransställen finns. Medlemmarna ska informeras om när grönsakerna kan hämtas. Nybrukarna har exempelvis skapat en Leveransplanerare som presenteras i kapitel 7.6.

På senare tid har digitala planeringsverktyg lanserats på marknaden i främst i USA, t ex tend.com.

Odlingsplaneringen kan variera mycket mellan olika andelsjordbruk pga storlek och upplägg.

Läs mer

Växtföljd, ekologisk
grönsaksodling på friland
Åsa Rölin
Jordbruksverket

Växtnäringsbalans,
ekologisk grönsaksodling
på friland
Åsa Rölin
Jordbruksverket

2.5 EXEMPEL PÅ ODLINGSPLANER

Vad jag önskade att vi, när vi planerade vår första säsong, hade haft några olika odlingsplaneringar att ta hjälp av! För att få ett hum om hur mycket vi behövde odla, hur många olika sorter vi skulle satsa på och när det var lagom att så och plantera olika grödor. Jag är säker på att vi då hade kunnat undvika en del misstag och felplaneringar. Att kopiera någon annans odlingsplan rakt av är antagligen ingen bra idé, eftersom förutsättningarna skiljer sig från gård till gård. Men att ta hjälp av hur andra tänker och planerar kan däremot verkligen vara värdefullt.

Vår odlingsplanering blir aldrig riktigt färdig, utan vi fortsätter att justera och vidareutveckla den för varje säsong utifrån nya erfarenheter, önskemål från andelsägarna och för att vi själva vill testa nya metoder eller grödor.

AV MAJA SÖDERBERG

Exempel på odlingsplaner från olika andelsjordbruk finns att ladda ner i den digitala versionen av handboken:

<http://handbok.andelsjordbruksverige.se>

JOE'S TIPS TILL NYA ANDELSJORDBRUKARE

AV JOE EGAN I SAMTAL MED MAJA SÖDERBERG

– Tänk långsiktigt och ha inte för bråttom!

Joe Egan driver tillsammans med kollegor andelsjordbruket Nybrukarna i Småland. Här är hans tips till dig som planerar att starta ett andelsjordbruk inom grönsaksodling:

- Besök andra andelsjordbruk och grönsaksodlare innan du själv sätter igång. Be att få delta i olika moment, inte minst skörd, packning och leveransrutiner, och lär av hur andra gör.
- Sälj inte för många andelar första säsongen. Bättre att få nöjda kunder och bra vidare spridare.
- Fokusera på att få jorden bra och fri från roto gräs. Idealet, om du har möjlighet, skulle vara att täcka jorden i två år innan du börjar odla i den.
- Odlar inte upp för stor areal – bättre att odla mer intensivt, lyckas med sina grödor och inte förlora kontrollen över t ex ogräset. Det ger dessutom en högre skörd.
- Odlar inte för många grödor och sorter från början. Vi odlingsnördar hamnar lätt i att det är så roligt, men det är klokare att börja med ett mindre utbud och sedan bygga ut det efterhand.

Sammanfattningsvis så handlar mina tips om att tänka långsiktigt och inte ha för bråttom i uppstarten. Om att undvika att knäcka sig de första åren av t ex ogräs som växer ifrån en, ångest över om man kommer klara att producera vad man lovat, dåliga rutiner som gör att saker tar längre tid än vad de behöver etc.



Foto
Lina Delde

3. HONUNGSANDEL

Inspirerad av andelsjordbruket startade jag andelsbiodling i Sverige 2016. Vi biodlare använder både orden andelsbiodling och andelshonung när vi beskriver våra verksamheter. Namnet kan ge en fingervisning om vad det är kunden betalar för, biodlingen som koncept eller slutprodukten honung, men måste inte göra det. Numera (2020) är vi ca 50 biodlare som helt eller delvis säljer andelar av honungsskörden och konceptet är mycket uppskattat bland våra kunder!

VAD KAN INGÅ I EN ANDEL?

I början använde sig alla av mitt upplägg vilket var:

- 10% av honungen från en kupa.
- 4–5 nyhetsbrev varje år.
- möjlighet att besöka bigården tillsammans med mig (studiebesök/bisafari)
- möjlighet att få honungen utan etikett och i eget val av burk/flaska.
- egen Facebook-grupp för varje bikupa med uppdateringar och möjlighet att dela frågor och svar.
- 10% rabatt på mina övriga bi-produkter såsom täckvax, bivaxdukar etc.

DESIGNA DITT EGET UPPLÄGG

Välj ut det du tycker är roligast och strunta i det andra! Om du gillar att skriva nyhetsbrev eller ordna bisafari, gör just det då. Huvudsaken är att kunderna vet vad det är som ingår när de väljer att köpa in sig på andelar hos dig. Själv har jag numera övergått till nyhetsbrev via mejl istället för Facebook-grupper och lägger mindre tid generellt på uppdateringar i Facebook-grupperna. Dessutom har jag inte längre en grupp per kupa, det visade sig vara alldeles för arbetsamt när det blev fler än två. Vissa andelsbiodlare ger garanterad skörd, andra säljer andelar i hela bigården istället för individuella kupor och ytterligare några erbjuder både stora (10%) och små (5%) andelar. Andelarna kostar 400-650 kronor och kan vara hela eller en del av biodlarens verksamhet. Själv gör jag också ett avläggarprojekt varje år där kunden köper in sig på en andel i en ny

**AV TESSAN NORDEMAN,
BIGÅRD BIRGITTA**

Tessan var först i Sverige med att sälja honung i andelsform. Hon är också initiativtagare till nätverket Andelsbiodling i Sverige.

avläggare och på så sätt får följa ett bisamhälle från start. Kunderna röstar tillsammans fram namnet på kupan och har förtur på andelar till nästa säsong då bisamhället börjar producera honung.

FÖRDELAR FÖR BIDLAREN

En av anledningarna för mig att börja med andelsbiodling var att så många människor ville tala om bin med mig, besöka mina bikupor och på många sätt var engagerade i frågor som rörde bin. Att samla alla dessa människor som redan fanns i min närhet gjorde det roligare och enklare för mig att dela med mig av kunskap och dessutom gav det mig andra fördelar såsom att jag har en garanterad intäkt tidigt på säsongen, inte behöva stå med några lager länge efter slungning och dessutom får en del hjälp i bigården och vid slungning. Särskilt som ny biodlare tycker jag att detta koncept har varit till hjälp att utöka min biodling och jag har snabbt behövt läsa på för att göra nyhetsbrev men också få andras hjälp med sådant jag inte kunde själv, såsom att skapa en logga, skyltar och snickerier. Mitt engagemang skapar engagemang hos mina andelsägare!

TIPS OCH TRIX FÖR ATT BÖRJA MED ANDELSHONUNG

Börja smått, med några kupor i taget. Jag började med att annonsera i mitt eget nätverk om möjligheten att bli andelsköpare och det tog bara lite mer än en halvtimme innan jag hade sålt mina tio första andelar! Jag tror det är viktigt att erbjuda det som du kan ge – det som kommer vara genomförbart för dig. Tänk också på att vara lyhörd för vad andelsköparna vill ha. Själv genomförde jag enkla enkätundersökningar de första två åren, för att ta reda på vad de såg som viktigast och kunna skapa ännu bättre förutsättningar för nöjda kunder. För många, har jag märkt, är honungsskörden inte det viktigaste utan delaktigheten i biodlingen.

ADMINISTRATION OCH REGLER

Det är viktigt att känna till de regler som gäller för sin verksamhet och som hobbybiodlare eller småföretagare rekommenderar jag alla att läsa Skatteverkets och Livsmedelsverkets broschyrer om detta. I korthet så är det olika beskattning beroende på om du säljer livsmedel eller tjänster/andra produkter. Är det honungen du säljer så gäller 12% moms för livsmedel, medan det istället blir 25% moms om andelsbiodlingen är en övrig vara/tjänst. Skillnaden kan vara en gråzon men om det t ex ingår mycket annat än honung i ditt erbjudande eller att du tydligt skriver ut att kunden äger bin som andelsbiodlare så blir din andel en övrig vara/tjänst medan en del i honungsskörden plus nyhetsbrev/enstaka studiebesök (som då anses ha ett ringa mervärde) räknas som livsmedel.

Om du tar emot besök i din bigård så gäller det också att informera andelsägarna om riskerna med detta, ta reda på eventuella allergier mot bistick och se över hur dina och deras försäkringar täcker eventuella skador och olyckor. Om du ofta tar emot gäster i bigården kan det vara möjligt att få ut ett allergi-kit från din hälsocentral med antihistaminer, kortisonpiller och i särskilda fall adrenalinpenna. Jag rekommenderar också att alla besökare erbjuds att låna skyddskläder för att göra besöket så tryggt som möjligt.

ÖVRIGA BIPRODUKTER

Sådant som du vill sälja men som inte är honung går ju också att erbjuda dina andelsägare när du ändå har direktkontakt med dem. T ex bivax för att göra egna ljus, täckvax till salvor eller bivaxdukar, pollen till egen müsli, kurser i att

Läs mer:

Säker honung:
Biodlarnas nationella
branchriktningar för
hantering av honung.

Försäljning av
små mängder.
Livsmedelsverket

På biodlarna.se finns en
sammanfattning över
skatteregler och biodling

tillverka egna biprodukter eller presentkort på andelar. Att vara andelsbiodlare är att skapa en relation med sina kunder och ofta har det som konsekvens att de är nyfikna på vad mer som kommer från bikupan. Dessa produkter kan endera ingå i andelen eller säljas separat beroende på vad du och kunden tycker blir enklast.

TESSANS TIPS OCH TRIX

- Gör det du gillar och är bra på och kommunicera det tydligt till kunden.
- Var ärlig i din kommunikation om vad som ingår i en andel så att du kan skapa rimliga förväntningar hos din kund. Vissa erbjuder en ”garantimängd” honung per andel, andra gör det inte. Oavsett hur du väljer att göra så bör kunden veta det innan hen köper en andel.
- Ta hjälp av dina andelsägare och låt dem berätta vad de tycker om din verksamhet. Det kan bli din väg att växa som biodlare. Då vet du också att när du gör extra insatser så kommer de att vara välkomna.
- Var inte för snabb i att bestämma ditt koncept utan prova dig fram, fundera över vad som blir enkelt och roligt för både dig och kunderna. Är det bikuporna ute i skogsgläntan som ger den härligaste upplevelsen när de besöker sina bin eller är det i slungrummet när de får smaka nyslungad honung för första gången? Detta är vardagsmat för biodlaren men för dina andelsköpare är det fantastiska möjligheter som gör att de vänder sig till dig hellre än att bara köpa honung i butiken.
- Sälj presentkort på andelar – nöjda andelsköpare sprider gärna din verksamhet i sina nätverk och låter det inte fantastiskt spännande att få en honung-sandel i julklapp?
- Lova inte för mycket.



Foto
Jorge Zapico

4. LAMMANDEL

Att sälja kött, skinn, ull och andra produkter från får och lamm i andelsform har också börjat sprida sig under de senaste åren.

Nio gårdar (2019) har valt att göra det via sajten andelslamm.se som drivs av lammproducenterna Marie och David Naraine i Dalsland.

Andra har gjort egna koncept, exempelvis Hamragård i Halland. De kallar sitt koncept för "andelsfår", eller "hyr en tacka".

4.1 EXEMPEL ANDESLAMM ®

Andelslamm® föddes 2016 på vår gård i Köpmannebro. Eftersom vi hade bakgrunden i en helt annan bransch än jordbruket ifrågasatte vi varför slakterierna skulle bestämma vilket pris vi skulle få för vårt lammkött. Vi funderade på hur man bäst kunde nå ut direkt till konsumenterna och ville hitta ett nytt sätt att sälja vårt lammkött på.

Vi testade "Leasa ett lamm" men det visade sig att folk inte ville veta vilket djur de skulle äta upp! Följden blev Andelslamm® som lanserades året därpå, under våren 2017, med möjlighet för konsumenter att köpa in sig i en andel av besättningen. Tack vare en del uppmärksamhet såldes 12 andelar första året, 20 året därpå och ca 30 år tre.

Konceptet kändes så bra att det skulle kunna skalas upp på nationell nivå och möjliggöra för fler mindre gårdar att förbättra sin likviditet. 2019 bestämde vi oss för att bygga om plattformen och öppna den för fler fårgårdar. Det blev nio gårdar som anslöt sig och plattformen är öppen för fler.

Konsumenterna är mycket nöjda och vi rekommenderar alla som trivs med kundkontakt, vill berätta om sin verksamhet och är beredda att marknadsföra sig

**AV MARIE OCH
DAVID NARAINÉ**

lokalt att starta ett andelsjordbruk.

SÅ HÄR FUNGERAR PLATTFORMEN ANDESLAMM ®

Man får en egen presentationssida. Här har gården möjlighet att berätta för kunden om vilken ras man föder upp och de fördelar man ser som specifika. Man säljer själv sina andelar men får fördelen av en gemensam plattform. Andelslamm® är ett skyddat varumärke och kan inte användas av andra än de som anslutit sig till plattformen.

Kunden köper in sig i en andel av en lammbesättning och får utdelning i form utav kött eller kött och päls. Andelsägaren förbinder sig inte att utföra något arbete utan det är ett sätt för lammproducenten att säkra avsättningen för de lamm som föds och producerar miljönytta.

ANDESPRIS ISTÄLLET FÖR KILOPRIS

Kunden köper en andel tidigt på säsongen och får utdelning i form av kött från ett helt lamm. Genom att sälja hela djuret sätter vi värdet på hela djuret och den miljötjänst får och lamm gör. Kostnaden för ett lamm är densamma oavsett om det väger mycket eller lite. Därför säljer man lamm "på rot" med fokus på kvalitet och miljönytta. Andelslamm® har dock regler för hur små lamm man kan leverera. Det kommer att bli olika vikter beroende på vilken gård konsumenten väljer att köpa sin andel ifrån.

DELAD RISK OCH BELÖNING

Alla andelsjordbruk bygger på en delning av risken och belöningen. Blir skörden bra får konsumenten större utdelning. Så är det även med Andelslamm®. Kunden får kött från ett helt lamm. Är tillväxten gynnsam växer lammen och det bli fler kilo kött. Är tillväxten sämre får kunden nöja sig med en minimivikt. När det gäller oförutsedda händelser såsom rovdjursangrepp, sjukdomar eller dödsfall är det fårbonden som tar hela risken. Andelsägaren har bara köpt en andel vilket innebär att inget specifikt lamm har utsetts, utan det ska finnas en backup hos fårbonden att kunna ersätta för eventuella förluster. Vår rekommendation är därför att inte sälja fler än 60% av de födda lammen som andelar.

ANDRA MERVÄRDEN

Andelslamm® kräver att producenten är öppen och transparent gentemot sina andelsägare och låter dem komma till gården minst en gång per säsong för att visa hur lammen föds upp. Då har kunden möjlighet att ställa eventuella frågor och får en bättre förståelse. Bonden kan stolt visa upp det arbete som ligger bakom. Andelsägaren får en koppling till det öppna landskapet i sitt närområde där betesdjuren går. Man får dessutom en koppling till matens ursprung. Man ser med egna ögon att djuren har det bra och att man är en del i det positiva kretslopp som skapas. Ibland känns det som om mervärdena är viktigare än köttet.

FÅ BETALT I FÖRVÄG

Införsäljningen börjar redan i januari och det är inte ovanligt att man får betalt tidigt. Kunden skriver på ett avtal med köpevillkor och efter betalning får de ett intyg på sitt innehav av andel. Man ökar på så sätt likviditeten i företaget. Som andelsgård får man hela beloppet betalt direkt från kunden.

FÖRDELAR FÖR GÅRDEN

En stor fördel för anslutna gårdar är direktförsäljningen till konsument med betalning i förväg. Man slipper också slåss om kunderna på hösten när alla ska sälja sina lammlådor, eftersom lammen redan är sålda. Endast de lammen som är sålda går till slakt. Man kan fortfarande sälja köttlådor (till ett högre pris) när efterfrågan är som störst. Man behöver inte sälja till underpris till slakteriet på hösten.

VAD KRÄVS?

För att ansluta sig till Andelslamm® och använda sig av namnet Andelslamm®, gäller följande. Gården skall ha ett SE-nr och följa Jordbruksverkets regler. Gården betalar en produktionsavgift för sin presentation på plattformen Andelslamm® samt en årlig avgift. Djuren måste slaktas på ett godkänt slakteri. Köttet ska vakuum-förpackas och märkas upp. Kunden och gården måste skriva på ett avtal om det som är överenskommet. Som ansluten till Andelslamm® får man hjälp med avtal och de papper som krävs gentemot kund. Man sköter själv all korrespondens med kunden, men oftast kommer beställningen genom plattformen Andelslamm®. Man har skyldighet att svara kunden inom ett dygn – snabba svar ger fler nöjda kunder. Kunden hämtar köttet på gården. Man säljer aldrig alla lamm som andelar, det måste finnas en backup för oförutsedda händelser. Det krävs att lammproducenten själv jobbar aktivt med att marknadsföra och sälja sina andelslamm; det tar tid att arbeta upp en trogen kundkrets. All korrespondens med andelsägare sköter andelsgården, man informerar kunden i god tid före slakt när det finns möjlighet att hämta sin andel.

MARKNADSFÖRING

Som ansluten gård betalar man för gemensam marknadsföring. Digitala kanaler och lokalpress används för att nå ut och sköts från huvudkontoret. Ju mer bonden själv jobbar med att marknadsföra i sitt område, ju bättre kommer det att gå.

4.2 ANDELSFÅR PÅ HAMRAGÅRD

AV CAMILLA STEN

HamraGård är en liten gård i Åsa, norra Halland, som drivs av oss, syskonen Johan och Camilla Sten. På gården har vi utegrisar och ryafår, men även spannmålsodlingar och vallar. HamraGård är ett helintegrerat jordbruk och vi står även med ett litet ben i besöksnäringen. För ca tre år sedan generationsskiftade vi och tog över efter våra föräldrar. Vi var då, och är fortfarande, övertygade om att det finns en framtid för småskaligt periurbant jordbruk. Vi är övertygade om att kommunikationen med konsumenten är en av förutsättningarna för att överleva som småskalig och att ekologisk hållbarhet, relationsmat och cirkulär ekonomi är framtiden.

I gårdsbutiken får vi mycket frågor om djuren, jordbruket och köttet. Vår inställning är att alla frågor förtjänar ett svar, och vi väljer att vara transparenta oavsett om det gäller bekväma frågor eller slaktmetoder och kolinlagring. Vi upptäckte att det finns ett kunskapshål och ett stort kommunikationsglapp mellan konsumenterna och oss jordbrukare. Vi pratade inte samma språk helt enkelt. Ur de tankarna föddes "hyr en tacka" som vi kallade konceptet det första året. Vi bjöd in folk att hänga med på hela fåråret och lära sig mer om fårskötsel och hållbart, ekologiskt jordbruk. De hyr en tacka och får del av allt hon producerar under ett år, på köpet får vi säkrad avsättning och betalt i förväg. Kunden får en upplevelse, "sitt får", och lär sig varifrån maten kommer och vi får en möjlighet att visa verkligheten. Det blev uppskattat och i år påbörjar vi tredje året.

Konceptet bygger på tre studiebesök på gården under året. Vi tittar på tackorna, och lammen när de kommit. Vi pratar om ryafår, och om fårskötsel. Vi tittar på det som händer på gården och med fåren just nu och vad som hänt sedan sist. I januari/februari träffas vi första gången. Då delas tackorna ut, hyrestagarna får sitt hyrescertifikat och ett häfte om fårskötsel. De träffar sin tacka och stiftar bekantskap med henne. Givetvis får de namnge henne. Vi pratar om baggsläpp, dräktighet och om hur fåren har haft det under vintern. Vi tittar på vinterfoder och stallar. I mars/april träffas vi igen, lagom tills lammen kommit. Vi tittar på lammen. Kanske finns det flasklamm som behöver matas. Vi pratar om lamning och sånt som kan hända vid lamningen. Vi pratar om ull och klippning, och vad vi gör med ullen. I juli/augusti träffas vi och tittar på lammen på sommarbetet. Vi tittar på vallar, hagar och spannmål. Vi pratar om frånskiljning och om lammslakt och vad som händer sedan. Vi tittar på tackorna som går på sitt bete och på baggarna i sin hage.

Vi har valt att ta med alla aspekter av fårskötseln. När vi pratar om id-märkning visar vi märken och förklarar vad siffrorna på brickan innebär och så visar vi tången. Ibland finns det ju lamm som ska märkas och då kanske vi gör det under besöket. När vi pratar om slakt visar vi slaktmasken för de som vill. Vi tar tillvara all ull från våra får så givetvis pratar vi mycket om ull som textilt material och ullens väg till färdig tröja.

I slutet av året får kunden ungefär det som en tacka producerar under ett år:

- kött från ett lamm
- ett lammskinn
- ett kilo ullgarn

Vi vill hålla konceptet personligt, så vi tar max fem tackor per grupp och max två grupper om året. Eftersom det är vanligt att en hel familj hyr en tacka så blir det mycket folk per studiebesök även om det bara handlar om fem uthyrda tackor.

ERFARENHETER

Första året ville vi starta när fååret startar i oktober vid baggsläppet. Men vi insåg snart att det var svårt att hitta folk som ville börja projektet på hösten. Vi fick rådet att dra igång i januari istället, och när vi kunde marknadsföra det som julklapp ökade antalet kunder!

Första året kallade vi det "hyr en tacka" och det visade sig att folk inte riktigt förstod vad som avsågs. Svaret blev ofta – ååh va kul, men vår trädgård är ju för liten. Så därför ändrades namnet till Andelsfår. De som haft Andelsfår hos oss kallar det ofta "fårkursen."

Vår tänkta målgrupp var medvetna barnfamiljer som gärna skulle spendera en och annan lördagsutflykt på vår gård. Vi missbedömde det hela lite då den främsta målgruppen har varit par med utflugna barn och folk som själva funderat på att skaffa får och flytta ut på landet. Dock har effekten blivit precis som vi önskat; information, kommunikation och folkbildning har stått i fokus.

TIPS OCH TRIK

- Bjud på din kunskap. Du kan mycket som för dig är självklart, men som är svårtillgänglig kunskap om man aldrig haft nära kontakt med får och jordbruk tidigare.
- Händer det något oförutsatt, som dödsfall eller rovdjurangrepp, kommunicera det tydligt till kunden. Vi tar själva den ekonomiska förlusten i detta fall och kunden erbjuds att byta får, eller få produkterna från en annan tacka.
- Uppmana kunden att ta med kläder gjorda för oländig terräng med lera. Och ha några extra par gummistövlar för de som inte tagit med sig.
- Specificera noga i förväg vad som ingår och vad som händer vid olika oförutsedda händelser.
- Dela upp betalningen och använd anmälningsavgift för att säkra kunderna. Få vill betala en stor klumpsumma utan fördrar flera mindre betalningar över året.
- Hyrestagarna blir ofta stamkunder i gårdsbutiken. Ta vara på det!

5. KOMBINERADE ANDELAR & HELKOSTANDELAR

KOMBINERADE ANDELAR

Givetvis kan man kombinera olika produkter i sina andelar utifrån vad man producerar på gården. Det kan exempelvis vara grönsaker + ägg eller varför inte honung + grönsaker + lammkött. Man kan då lägga upp sina andelar så att andelsägarna betalar en andel av gårdens produktion. Så är t ex andelarna hos Marcellos Farm i Skåne upplagda, där ingår både grönsaker och nötkött. Eller kanske man vill göra det valbart för andelsägarna om de vill inkludera ägg eller kött i deras andel eller ej.

Ett annat exempel är Norrfrid Naturbruk som har nöt-, lamm- och fläskkött i sina andelar.

AV EMMA LUNDBERG OCH
MAJA SÖDERBERG

*Exempel på andelsjordbruk
med kombinerade andelar:*

<http://marcellosfarm.se>

[http://norrmete.se/vara-gardar/
klovsta/](http://norrmete.se/vara-gardar/klovsta/)

HELKOSTANDEL

Tar man tanken om kombinerade andelar ytterligare ett steg så hamnar man på helkostosandelar. I USA finns ett antal andelsjordbruk vars andelar innehåller allt det deras andelsägare behöver i matväg: grönsaker, frukt, mejeri, ägg, kött av olika slag, örter, bär osv. Oss veterligen finns det (ännu) inte någon i Sverige vars andelar innehåller ett så brett utbud.

*Exempel på andelsjordbruk
med helkostosandelar:*

<https://thecharm.farm/>

www.goodkeeperfarm.com/

Idén om helkostandel tycker vi är spännande och den rymmer allt från frågor om preferenser – vegan, vegetarian, köttätare – till frågor om förutsättningar: Vad kan vi producera för livsmedel i Sverige?

SAMARBETE PRODUCENTER EMELLAN

Ett sätt att skapa kombinerade andelar eller helkostosandelar är genom samarbete mellan lokala producenter. Ett samarbete kan innefatta allt från en gemensam kylbil, gödsel och lagring till packning, och givetvis en kundkrets.

Slakteri, mejeri och andra förädlingslokaler kanske även de byggs upp inom ramen för samarbetet, eller också finns kanske redan den infrastrukturen i trakten.

Ett annat sätt är givetvis att bygga upp en gård som själv producerar alla de slags livsmedel som ger en fullvärdig diet.

FRAMTIDEN

Svensk småskalig livsmedelsproduktion förändras ständigt och vi ser fram emot att följa och skapa vad som en dag skulle kunna kallas en helkostandel.



Foto
Matilda Svahn

6. RELATIONSBYGGGANDE, KOMMUNIKATION & MARKNADSFÖRING

AV MAJA SÖDERBERG OCH
DANA WAGLER

I ett andelsjordbruk har producent och konsument direktkontakt och i olika andelsjordbruk ser den kontakten olika ut. De allra flesta har ett eller flera tillfällen om året då alla som är med i andelsjordbruket är extra välkomna till gården i samband med någon typ av arrangemang. Att ha en öppenhet kring verksamheten är centralt, likaså att utvärdera eller på andra vis låta de som är med att påverka verksamheten.

Det finns inget facit på hur man bygger relationer mellan andelsägare och bonde. Det finns lika många lösningar som det finns andelsjordbruk och det är ju precis det som är det fina! Varje andelsjordbruk kan skapa sina relationer på det sätt som passar just dem. Och även inom ett och samma andelsjordbruk kan ju aktiviteterna och kommunikationen variera år från år. Men hämta gärna inspiration från varandra!

I det här kapitlet kan du läsa om hur olika andelsjordbruk tänker kring relationsbyggandet.

6.1 MARKNADSFÖRINGSFILOSOFI

TJELDERVIK GÅRD

AV MATILDA SVAHN

Min grundtanke när det gäller marknadsföring är att om jag gör ett bra jobb och mina andelsägare är nöjda så har jag redan där gjort den allra viktigaste marknadsföringen.

Hur vet jag då om mina andelsägare är nöjda? Denna säsong (fjärde säsongen) har 70% av fjolårets andelsägare valt att fortsätta prenumerera. Tidigare år har det legat på 50%. Denna siffra ger mig ju en signal om hur nöjda mina andelsägare är. Dock kan ju även de som valt att sluta varit nöjda, men slutat av andra orsaker. För att få lite djupare inblick i vad mina andelsägare tycker får de vara med och utvärdera. De har fått göra en utvärdering i mitten av säsongen och en utvärdering i slutet av säsongen. Där får jag en bra uppfattning om hur de upplever det att vara med i andelsjordbruket.

Hur gör jag då för att mina andelsägare ska bli så nöjda som möjligt? Självklart handlar det om att producera grönsaker av hög kvalitet, men för mig handlar det också om att leverera en upplevelse och inte enbart grönsaker. Att andelsägarna ska känna att de blir delaktiga i andelsjordbruket. Att de får uppleva säsongen och dess skiftningar. Att de får kontakt med var maten kommer ifrån och hur den blir till. Att de får en relation till maten, till producenten, till naturen. Hur skapar man då denna upplevelse?

TRÄFFAR

Vi bjuder vid två tillfällen in till träff här på gården. Precis innan säsongen drar igång har vi en kick off, då vi bjuder på en enkel ramslökssoppa, berättar om andelsjordbruket, visar runt i odlingarna och umgås. Sedan har vi även en skördefest i augusti då vi bakar vegetarisk vedugnspizza och får tillfälle att umgås (denna fest får de som kommer betala en liten summa för). Dessa två träffar är viktiga för relationsbygget, andelsägare emellan och mellan mig som producent och andelsägarna. Det skapar en god känsla och en känsla av community.

Efter önskemål från andelsägare har det hänt att vi bjudit in till arbetsdagar i odlingarna. Dock upplever vi där att viljan kanske finns, men att det i praktiken inte är så många som kommer. Vi vill inte heller lägga någon kravbild på andelsägarna att de ska vara med och arbeta, utan upplever att de flesta valt att vara med för att de av olika anledningar inte vill eller kan odla själva.

MÖTET VID LEVERANS

De flesta av andelsägarna träffar vi även varje vecka vid leverans. Våra andelsägare får välja mellan att hämta på gården eller i Visby där vi står på en parkering under en timme. Det blir ett positivt möte där direkt feedback sker och där jag som producent får chans att inspirera och berätta om veckans grönsaker. Dessa kontinuerliga träffar under hela säsongen skapar en fin relation mellan producent och andelsägare.

SOCIALA MEDIER

Vi har en grupp för andelsägare på Facebook. Där delar vi bilder, filmer och små lägesrapporter från odlingarna och även andelsägare delar recept och bilder

på vad de tillagat av grönsakerna. Här har vi möjlighet att kommunicera våra värderingar, hur vi tänker och hur vi arbetar.

STORYTELLING

Varje vecka får andelsägarna ett recept och en liten krönika. I krönikan försöker jag förmedla upplevelsen av att odla. Jag målar upp vad som händer i odlingarna, vad som rör sig i huvudet på odlaren eller berättar om en viss grönsak. Här ryms både glädjeämnen och misslyckanden. Detta blir en form av storytelling som skapar samhörighet och engagemang.

I säsongens första grönsakskasse ingår en snygg pärm där de samlar sina brev och recept, det ger texten värde och status. Har någon missat en veckas krönika och recept t ex för att de varit bortresta, märker jag att de är mycket angelägna om att få en ny kopia. Mina andelsägare har i utvärderingen tydligt sagt att de uppskattar att få det på pränt istället för digitalt.

ÖVRIG MARKNADSFÖRING

KURSER

Vi gillar att marknadsföra inte bara med ord, utan gärna med grönsaker, och att förmedla en känsla och upplevelse. Därför marknadsför vi oss gärna genom kurser som vi håller här på gården under lågsäsong. När människor får se och smaka och känna på en grönsak eller vara med och brygga öl eller kombucha eller baka gotlandslimpa så får de en upplevelse av oss och det vi gör. Detta säger så mycket mer än ord i en annons på sociala medier.

Vi anordnar kurserna i samarbete med Studieförbundet vuxenskolan, vilket gör att vi når ut till många fler genom deras kanaler. Våra andelsägare får lite rabatt på kurserna och det blir också ett trevligt sätt att hålla kontakt med dem under lågsäsong. Det är dessutom fantastiskt bra ur marknadsföringssynpunkt, eftersom de ofta spontant berättar och gör reklam för andelsjordbruket för de andra kursdeltagarna.

MARKNADER

Vi har valt ut ett par bra marknader då vi står och säljer grönsakskassar, främst i marknadsföringssyfte. I mötet med människor får vi chans att förmedla en känsla och en upplevelse. Vi säljer då grönsakskassar, och inte som traditionellt grönsaker i lösvikt, för att konceptet ska bli tydligt och för att vi ska utmärka oss gentemot andra grönsaksförsäljare.

Sammanfattningsvis handlar det mycket om att på olika sätt förmedla en känsla och en upplevelse. Att vara en Personlig Bonde, helt enkelt!

6.2 DEN SOCIALA JORDBRUKSREVOLUTIONEN

För några andelsägare, eller ”prenumeranter” som vi kallar våra andelsägare, handlar det bara om att få tillgång till grönsakerna vi producerar. Men för de flesta handlar det om något mycket större. Jag ser andelsjordbruk som ett sätt att skapa en ny kultur kring mat – eller kanske att återförenas med den kultur som en gång var. Jag tror att vi är inne i en ny sorts epok inom jordbruket där

AV DANA WAGLER



Foto

Mattias Söderberg

vi kombinerar bitar från den industriella jordbruksrevolutionen med den nya sociotekniska världen. Jag kallar det för den ”sociala jordbruksrevolutionen”.

Som andelsjordbrukare har vi en unik möjlighet att fylla ett tomrum i konsumtionssamhället. Människor är flockdjur och vi är beroende av relationer med andra för att må bra. Tack vare it-teknik har det aldrig varit lättare att skapa forum för gemenskap. Andelsjordbruk är ett sätt att praktiskt förverkliga denna gemenskap. Därför står relationsbyggande står i fokus på Three Oaks Community Farm.

FÖRENING ISTÄLLET FÖR FIRMA

När jag ville bli bonde ville jag inte producera något anonymt som skulle stå på en varuhylla. Jag ville genom mat skapa något vackert tillsammans med andra.

Coompanion är en organisation som erbjuder kostnadsfri rådgivning till de som vill starta verksamheter tillsammans med andra och de finns i hela Sverige. De har specialiserat sig på att hjälpa verksamheter med fokus på socialt företagande som vill göra samhällsnytta. Hos dem kändes det som att jag hade hittat hem med min vision för odlingen. Jag fick hjälp av dem med att välja föreningsform, hitta samarbetspartners, skriva stadgar och allt annat för att komma igång med det praktiska. Dessutom har de agerat bollplank för att tydliggöra verksamhetens syfte.

FLER HJÄRNOR ÄR BÄTTRE OCH ROLIGARE ÄN EN

Att vara bonde kan innebära mycket ensam tid på gården. Att driva verksamheten tillsammans med andra kan vara ett sätt att göra arbetet mer socialt och dynamiskt. Även om jag själv sköter allt det praktiska med odlingen känns det ändå mycket värdefullt att dela visionen med fler.

Three Oaks är en ekonomisk förening där fem personer sitter i styrelsen varav en arbetar på Coompanion och en är pensionerad grönsaksodlare. Odlingen ligger på min grannes mark och arrenderas av föreningen och därför sitter även han med i styrelsen. I övrigt sitter två andra andelsjordbrukare i styrelsen, som driver

egna verksamheter. Under 2020 kommer också två grönsakprenumeranter att ingå i styrelsen. Vi håller öppna styrelsemöten – alla är välkomna att delta. Jag sitter själv inte med i styrelsen men deltar på alla möten. För mig passar det här upplägget bra eftersom jag vill ha lite distans från odlingen och inte styra över alla beslut som tas och värdesätter högt vad andra kommer med för olika synpunkter och kompetens.

FORUM FÖR RELATIONSBYGGANDE PÅ THREE OAKS: PRENUMERANTERNAS EGEN FACEBOOKGRUPP

Som lantbrukare känner jag att jag har ett ansvar att koppla samman människor med maten de äter, men också att vara lyhörd för de behov och önskemål som konsumenterna har. Three Oaks har en sluten Facebookgrupp som vi tycker fungerar väldigt bra för att sprida information på ett enkelt och snabbt sätt. Gruppen är ett viktigt verktyg för att kommunicera både praktiska saker som att dela recept, annonsera aktiviteter kopplat till gården och få hjälp med upphämtning. Varje vecka lägger jag ut information (och påminnelser) om kommande leverans. Men vi använder också gruppen som ett diskussionsforum. Ibland skickar jag ut ”lägesefterfrågningar” och märker att det är många som är beredda att kommentera och ge feedback vilket förstås är väldigt givande och värdefullt. Här är jag noga med att ställa öppna frågor som till exempel ”hur upplever ni variationen i utbudet av grönsakerna ni fått än så länge?” istället för ”är ni nöjda med grönsaksutbudet än så länge”?

Det känns verkligen som att vi har lyckats skapa ett levande community tack vare Facebookgruppen och att vi driver verksamheten tillsammans vilket var precis min förhoppning.

OPEN FARM POLICY

På Three Oaks är transparens den kanske allra viktigaste komponenten i verksamheten. Vi vill att våra prenumeranter ska känna sig informerade och delaktiga i det som händer på gården och framförallt att de ska känna sig trygga med sin investering. Därför driver vi en öppen gård där alla är välkomna att komma och se hur deras mat odlas och hanteras.

Vi började säsongen 2019 med att bjuda hem prenumeranterna till gården för en kick-off en vecka innan första leveransen. Vi grillade och åt tillsammans ute vid odlingen och därefter ledde jag en guddad rundvandring på odlingarna och visade vad de skulle kunna förvänta sig få med i leveranserna de närmaste veckorna.

Det visade sig att många prenumeranter var intresserade av att arbeta praktiskt i odlingen så jag ordnade tre arbetsdagar under sommaren som i år kretsade kring att bygga en stor odlingstunnel till tomater och gurkor. Många deltog och berättade att det var roligt ”att göra nytta” och känna att de hade haft möjlighet att kunna bidra till odlingen. Några har till och med redan frågat vad de gemensamt kan bygga/göra nästa år!

Vi avslutade säsongen med en knytismiddag på gården. Under kvällen bollade vi idéer inför nästa säsong och alla fick skriva fritt vad de hade för önskemål på en stor tavla som jag fotade av och la upp på Facebookgruppen där alla kunde fortsätta kommentera.

FORTSATT KONTAKT ÄVEN UNDER VINTERN

Direktkontakt skapar ett annat sätt att konsumera som många upplever som mer genuint och äkta än att handla i affären. Många prenumeranter stannar gärna en stund och pratar med mig och med varandra. Även om jag inte har något vetenskapligt bevis så tror jag att vi mår bra av denna veckostund. ”Grönsaksbandet” som håller oss samman har vuxit sig starkt under säsongen och prenumeranterna har önskat att vi ska fortsätta träffas och hålla kontakt även under vintern för att diskutera olika teman som berör gården eller mat i stort.

KOLLEGOR ISTÄLLET FÖR KONKURRENTER

Fokus i denna text har legat på relationsbyggandet mellan producenten och konsumenten. Men det finns såklart andra relationer kopplade till gården som är minst lika viktiga.

Hur ser vi egentligen på mat – är den bara ytterligare en handelsvara som vi förbrukar? Vad skulle mat kunna vara istället? Och hur ser vi på varandra – är vi ett hot mot varandra eller finns det sätt vi skulle kunna arbeta tillsammans och dra nytta av våra olika styrkor? Jag tycker att vi har mycket att vinna på att samarbeta istället för att tävla. Och jag tycker att mat förtjänar en större plats i vår dagliga närvaro.

Jag skulle gärna vilja se ett större samarbete på gårdar och mellan olika gårdar. Jag skulle hemskt gärna kunna erbjuda fler av de produkter mina andelsägare efterfrågar, nämligen frukt, bär, honung och ägg. Mark, infrastruktur och kunskap finns men tiden räcker i mitt, och många andras fall, tyvärr inte till. För att kunna erbjuda ett ökat utbud skulle ett förslag kunna vara att fler driver olika verksamheter på samma gård eller att man går ihop med närliggande gårdar och bildar kombinerade andelar eller helkostandelar tillsammans. Jag ser även ett stort värde i att koppla ihop dem som vill producera mat småskaligt med större, etablerade bönder. Samägande av redskap, maskiner och infrastruktur är ett annat exempel på hur vi kan bygga relationer och samtidigt spara pengar och minska vår miljöbelastning. Hur vi förhåller oss till varandra och skapar relationer tror jag har potentialen att inverka positivt på vår resurshantering inom matproduktion nu och i framtiden.

HJÄLP KONTROLLANTER OCH MYNDIGHETER ATT HJÄLPA DIG

I kapitlet 9 skriver vi att livsmedelsreglerna är gjorda för industrin och därmed kan vara svåra att tillämpa i ett andelsjordbruk eller andra småskaliga jordbruk. Därför är det extra viktigt, tycker jag, att genom dialog skapa en positiv relation med myndigheterna. Det tror jag kan leda till ett bättre anpassat regelverk på sikt. Ett bra samarbete ger större utrymme för kreativitet och kompromisser.

TIPS FÖR ATT FÅ ETT POSITIVT BEMÖTANDE FRÅN KONTROLLANTER:

- Var påläst. Berätta vad du gör och varför.
- Var transparent.
- Våga ställa frågor.
- Kom med egna förslag och lösningar. Myndigheterna har inte heller alla svar!
- Hänvisa gärna till andra gårdar som har liknande lösningar.
- Var trevlig! Kontrollanterna är inte ute för att ställa till för oss. De vill samma sak som vi – att se till att maten produceras på ett säkert sätt.

6.3 HITTA DINA ANDELSÄGARE

AV MAJA SÖDERBERG

Tiden du får ägna åt att rekrytera andelsägare tenderar att minska från år till år. Vid uppstart får du sannolikt lägga mest tid, för att sedan lägga mindre och mindre för varje år som går.

Visionen är väl att inte behöva lägga någon extra tid alls för detta efter några år, utan att ha en kölista att ta in andelsägare ifrån när någon slutar. Men oavsett hur duktig du som producent är, kommer det ändå att vara en viss rörlighet bland andelsägarna. Så räkna med att behöva ta in ett antal nya inför varje säsong.

VIKTIGT ATT HITTA RÄTT ANDELSÄGARE

Utforma din marknadsföring så att du lockar de kunder du vill ha. Gissningsvis kommer du t ex inte att vilja konkurrera med billigast pris – gör då inte en marknadsföring som fokuserar just på priset – utan fokusera istället på sådant som du är bra på såsom mervärdena man får genom att bli andelsägare. Andelsägare som inte har förstått konceptet kan dränera dig på energi. Var därför noga med att alla förstår vad de går med i.

FÖRELÄSNINGAR OCH EVENEMANG VID UTLÄMNINGSPLATSER

Det brukar vara enklare att nå ut med marknadsföring lokalt och att bjuda på en trevlig kväll med bildvisning, föreläsning och provsmakning på orterna där du planerar att lämna ut dina varor är därför en bra idé. De blivande andelsägarna får dessutom träffa dig direkt. Att lägga lite tid på sådana här events kan vara väl investerad tid, inte minst vid uppstart, eller när man vill rekrytera andelsägare till en viss plats. Dessutom är ett event lätt att sprida i sociala medier, och en bra anledning att sätta upp affischer/dela ut flyers eller tom få en artikel i lokalpressen.

FLYERS DÄR DU TROR ATT DINA POTENTIELLA ANDELSÄGARE FINNS

Att lägga flyers i brevlådor kan ha viss effekt, framför allt i mindre byar och i kombination med annan marknadsföring. Men betydligt bättre effekt får flyers om man lägger dem där personer med intresse för hållbarhet, jordbruk och mat rör sig, t ex på strategiska kaféer, restauranger och i samband med evenemang om närliggande ämnen.

WEBBSIDA

En välbyggd webbsida gör t ex att personer som söker på google kan hitta dig. Men det kanske främsta syftet med en webbsida är att de som hört talas om ditt andelsjordbruk på något annat sätt kan fördjupa sig och läsa mer. Och såklart boka en andel.

SOCIALA MEDIER

Fundera på i vilka sociala media dina potentiella andelsägare finns. Troligtvis är det smart att finnas på flera plattformar. Skilj på budskapet i sociala medier som enbart kan ses av dina befintliga andelsägare (i t ex en sluten Facebookgrupp) och det som är öppet för alla och därmed mer fungerar för att locka nya andelsägare. Använd sociala media för att bjuda in till events (där själva inbjudningen/marknadsföringen av eventet samtidigt är en marknadsföring av dina andelar). Testa vid behov att sponsra vissa inlägg, t ex “nu släpper vi årets andelar”. Ett tips då är att tydligt välja vilken/vilka orter som är viktiga att

sprida inlägget i.

REPORTAGE I ETABLERAD MEDIA

En artikel i lokalpressen eller ett inslag i lokalradio får ett oerhört genomslag. Så tveka inte att tipsa lokalmedia om att du startar, om intressanta förändringar/ investeringar du gör, om ett event eller annat av nyhetsvärde. Ofta räcker det med att skicka ett mejl eller slå en signal till rätt person på redaktionen.

PERSONLIGA KONTAKTER

Underskatta inte dina vänner och bekanta. Ofta är det de första som tecknar sig som andelsägare. Tveka inte inför att rekrytera dem. Be också dina vänner på sociala medier att hjälpa dig med marknadsföringen genom att t ex dela inlägg eller bjuda in till events.

REKO-RING/TORGFÖRSÄLJNING

Använd försäljningen i REKO-ring, på torg eller marknader som marknadsföring av dina andelar. Skicka med kunderna en broschyr, ta tillfället i akt och berätta för dem och skriv om ditt upplägg i REKO-annonsen. Och var inte med där varje gång, utan skapa en längtan efter dina produkter.

6.4 ERFARENHETER AV RECEPTBLAD

I ett andelsjordbruk har man den fantastiska möjligheten till direktkontakt till dem som äter maten man producerat. Många av dem är dessutom väldigt matintresserade och är öppna för att testa nya grönsaker och recept. Vi skickar med ett receptblad i samtliga grönsakskassar. I en av våra årliga utvärderingar angav hela 78 % att receptbladet "fyller en viktig funktion i min låda".

Våra receptblad i Nybrukarna innehåller följande delar:

- **Vad kassen innehåller:** Här har vi lärt oss att det underlättar om man håller sig lite vag. Varje kasse måste kunna få vara unik, någon får kanske broccoli och någon annan blomkål. Då vi skriver "blomkål eller broccoli". Ett annat tips är att ha med en formulering såsom "Med reservation för eventuella justeringar vid skörd och packning". På så sätt gör det inte så mycket om man missar att packa en grönsak eller om en grönsak inte räckte till alla.
- **Om några av grönsakerna:** Det kan vara tillagningstips, lagringstips eller förädlingstips, fakta om grönsaken eller en liten beskrivning om sorten eller hur odlingen har gått till. Vi väljer oftast ut de lite udda grönsakerna att skriva om samt de som kommer för första gången för säsongen. Och levererar man en grönsak som inte är helt perfekt, brukar det vara en bra idé att förklara detta och beskriva varför. Vi jobbar ju för att tillsammans med andelsägarna minska svinnet, och då brukar det gå bra att leverera t ex en palsternacka med skördeskada, bara man berättar om det och tipsar andelsägaren om att t ex skära bort området runt skadan före tillagning.
- **Rapport från odlingarna:** Vi har ju lovat att man ska få följa sina grönsaker från jord till bord, och då fyller den här delen en viktig funktion. Här berättar vi om vad vi har arbetat med under veckan som gått och hur saker och ting växer och utvecklas. En erfarenhet är att man inte får glömma bort att skriva om sådant som går dåligt.
- **Recept:** Recepten brukar vara väldigt uppskattade. Oftast väljer vi att göra

AV MAJA SÖDERBERG

Exempel på receptblad finns att ladda ner i den digitala versionen av handboken:

<http://handbok.andelsjordbruksverige.se>

recept med de grönsaker som är lite ovanliga, eller som andelsägarna tycker är svåra att använda. Eller också komponerar vi ett recept utifrån innehållet i den aktuella kassen.

- **Fast del med info:** Vad som alltid finns med i receptbladet är info om hur man avbokar kassar, kontaktuppgifter till oss odlare, att vi levererar våra grönsaker osköljda och tips på hur man sköljer blad, en varning för sniglar och annat som kan gömma sig i grönsakerna...
- **Ev aktuell info:** Text om det är dags för andelsägarträff eller liknande.

6.5 AVTAL

Att det finns en tydlighet om hur andelsjordbruket fungerar och vad som gäller skapar grunden för en bra gemenskap och positiva relationer. Men att kommunicera så att alla involverade har en samstämmig bild är inte alltid så lätt, särskilt när andelsjordbruket blir större. Man kan inte heller ta för givet att alla läser mejl, bilagor och annan skriftlig information, varför det kan vara smart med ett uppstartsmöte innan säsongen drar igång, men också att upprepa centrala delar i budskapet.

AV MAJA SÖDERBERG

Exempel på avtal från olika andelsjordbruk finns att ladda ner i den digitala versionen av handboken:

<http://handbok.andelsjordbruksverige.se>

6.6 CERTIFIERING OCH ANDELSJORDBRUK

ANDELSJORDBRUKSCERTIFIERING?

Det finns ingen "Andelsjordbrukscertifiering". Modellen är fortfarande ny i Sverige, och den nationella föreningen Andelsjordbruk Sverige har valt att i ett sådant här tidigt skede inte försöka begränsa eller styra in andelsjordbruken åt något visst håll. Inom föreningen pågår en diskussion om hur andelsjordbruk ska definieras, vad svenska principer för andelsjordbruk skulle kunna innehålla och hur dessa skulle formuleras. Som andelsjordbrukare kan du delta i detta arbete genom att bli medlem i föreningen. Info kommer också att publiceras på andelsjordbruksverige.se.

AV MAJA SÖDERBERG

EKOLOGISK CERTIFIERING OCH ANDELSJORDBRUK

Andelsjordbruk handlar om mycket mer än om det som tas upp i regelverken för ekologisk produktion. Samtidigt bygger idén om andelsjordbruk på samma grundvärderingar som det ekologiska jordbruket. Men det finns inte något krav på att andelsjordbruk ska vara ekologiskt certifierade. Vissa andelsjordbruk väljer att certifiera sig, andra inte.

HUR PÅVERKAR ANDELSJORDBRUKSMODELLEN BEHOVET AV ATT CERTIFIERA SIG?

Eftersom modellen innebär en stor transparens i produktionen, med regelbunden kontakt direkt mellan bonde och andelsägare har jag upplevt att behovet av en tredjepartscertifiering är betydligt mindre än om man säljer sina varor genom mellanhänder.

Det finns även andra typer av certifieringar, t ex lokala eller regionala ursprungscertifieringar som Östgötamat. Men troligtvis har inte ett andelsjordbruk något behov av en sådan certifiering eftersom man säljer direkt till konsument.

VARFÖR CERTIFIERA SIG? – HORNNUDDENS PERSPEKTIV

AV KARIN SJÖSTEDT, HORNNUDDENS TRÄDGÅRD

När vårt arrendeavtal skrevs 1988 var det självklart att vi skulle certifiera oss för ekologisk odling genom den tre år gamla föreningen KRAV. En certifiering ansåg vi, redan då, gav signaler till våra kunder (såväl grossister som torgkunder, restauranger och butiker) att vi var seriösa ekologiska odlare som ville att vår kundkrets skulle vara trygg med att vår odling sköttes enligt reglerna för ekologisk odling.

Då, i början av 1990-talet, hörde vi ett flertal gånger att vi som odlade ekologiskt ansågs vara ”flumnissar” som inte hade koll på något mer än att vi ansåg oss vara mer miljövänliga än vanliga odlare. Denna inställning förstärkte givetvis behovet av en certifiering, att någon kom och kontrollerade oss, kollade att administrationen sköttes och att det inte stod några säckar med NPK i gömmorna. Denna inställning finns inte i samma utsträckning nu, men den är inte utrotad.

Nu, drygt 30 år senare, anser vi fortfarande att det behovet finns. För oss är en certifiering en kvalitetssäkring för de slutkunder, konsumenter, som vill bidra till en hållbar framtid genom att äta schysst mat. Trots allt ger en certifiering tyngd och ökar trovärdigheten. Du kan inte ta till oekologiska metoder när det ”skiter sig” utan att få reprimander. Det är oerhört viktigt att vi som odlar ekologiskt lever upp till våra kunders förväntningar för varumärket ”ekologiskt”.

Trovärdigheten för ”ekologiskt” är inte starkare än den svagaste länken i kedjan. När någon använder formuleringar som ”enligt ekologiska principer” säger det egentligen ingenting mer än att det finns goda ambitioner. Dock är det många konsumenter som inte förstår skillnaden och det kan på sikt komma att påverka trovärdigheten hos den ekologiska odlingen eftersom det inte finns några regler för hur man odlar ”enligt ekologiska principer”.

Att en (KRAV-)revisor kommer och kontrollerar din verksamhet är en kvalitetssäkring som har många fördelar. Det är ett tillfälle till inläring och risken för att något som inte får hända händer minskar. Att en oberoende person kollar dina leverantörsfakturer, ditt utsäde och att du sköter din miljöhusesyn bidrar till att din verksamhet blir mer seriös och trovärdig. En KRAV-certifiering handlar inte bara om att du inte använder kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel – den är så mycket mer. Det innebär också att din kund får mer för pengarna oavsett hur mycket du behöver höja priset för att kompensera utgiften för certifieringen. För dina kunder är certifieringen troligtvis ett tecken på att du är en seriös ekologisk odlare som håller dig till genomtänkta regler.



Foto
Matilda Svahn

7. EKONOMI & LÖNSAMHET

När man startar ett andelsjordbruk är det viktigt att lägga grunden för en hållbar ekonomi. Lyckas man inte med det kommer det att bli svårt att driva verksamheten vidare på lång sikt. Bonden behöver en rimlig lön och föreningen/företaget en stabil ekonomi. Den ekonomiska hållbarheten ingår som en viktig del i modellen andelsjordbruk där konsumenten stödjer den hållbara produktionen och delar på riskerna.

I det här kapitlet fördjupar vi oss i frågor kring prissättning och mängder i en andel. Vi skriver om finansieringsmöjligheter för uppstart och investeringar, dels i form av bidrag och dels i form av crowdfunding. Vi dyker ner i effektivisering och logistik som sätt att öka lönsamheten och slutligen diskuterar vi kompletterande verksamheter i företaget.

7.1 PRISSÄTTNING OCH MÄNGDER

När du som andelsjordbrukare prissätter dina varor finns det ett flertal olika aspekter att ta hänsyn till. Här har vi delat in dessa i tre huvudsakliga delar, kostnader, pris och mängd, eftersom dessa har en direkt relation till varandra. Om t ex priset är lågt måste antalet andelar öka för att du ska kunna täcka samma kostnader, eller kostnaderna minska för att du inte ska behöva producera fler andelar. Ofta gör förutsättningar eller värderingar att någon del är svårare att förändra än de andra. Då måste de andra delarna anpassas efter det. Nedan följer en beskrivning av de olika delarna och olika sätt att förhålla sig till dem.

AV KLARA MÖRK

TID OCH KOSTNADER

Om arbetet är betalt kommer den största kostnaden med största sannolikhet att vara arbetstiden, dvs lön till den som producerar varan eller varorna. Därför är det viktigt att fundera på vilken lön producenten behöver ha för att både kunna

och vilja fortsätta arbeta, samt göra en tidsuppskattning av arbetet. Det finns också de andelsjordbruk där andelsägarna själva utför en del eller allt arbete. Då minskar kostnaderna betydligt och priset för varje andel kan sänkas i enlighet med det.

Ett sätt att sätta priset är att bestämma en skälig timlön, bokföra all tid man lagt på odlingen, och sedan se det som en kostnad som ska täckas av priset på varje andel.

En fördel med detta är att priset bättre avspeglar kostnaden för att producera varorna, och producenten får skäligt betalt. Nackdelen är att priset riskerar att bli högt och andelsägarna därmed färre, vilket ytterligare ökar kostnaden per andel. Som nystartad andelsproducent kan det dessutom vara svårt att uppskatta hur mycket tid man kommer att lägga och hur mycket tid som är rimligt att lägga. Sannolikt kommer man inte att vara så tidseffektiv i början, och det kan kännas svårt att motivera att andelsägarna ska betala för det. Samtidigt krävs en viss lön för att andelsjordbruket ska bli ekonomiskt hållbart. Tänk igenom både hur mycket lön ni tycker att producenten bör ha – en mållön. Fundera också över vilken som är den lägsta lönenivån för att kunna fortsätta. Att diskutera vad som är en moraliskt acceptabel högsta- respektive lägsta- lönenivå är också intressant. Det blir sedan ett spann att förhålla sig till och ett mål att hela tiden försöka jobba mot att producenten ska få betalt enligt mållönen.

PRIS

Det är ganska vanligt att producenterna också säljer eller har sålt sina varor på en marknad eller något annat forum, och då måste förhålla sig till marknadsvärdet på varje enskild grönsak eller annan vara vid prissättning. Ett sätt att sätta pris är att jämföra med marknadspriser på grönsaker och utifrån det beräkna ett värde på varorna i varje andel. Nackdelen är att man då missar mervärden som finns i att vara just andelsägare, och oftast försöker konkurrera med massproducerade varor som transporterats långt. Dels är varorna från andelsjordbruken nästan alltid färskare och har generellt mer smak än de i butiken som transporterats långt, dels är utbudet ett annat.

I andelsjordbruken finns sorter som inte klarar långa transporter eller fungerar i större skala. Samtidigt kan man hävda att det i andelsjordbruk inte är varje enskild vara andelsägaren betalar för, utan en andel av skörden, vilket gör marknadsvärdet för varje enskild vara mindre relevant. Förutom en andel av skörden betalar man för mervärdet i hur varan har producerats och för relationen till jorden, platsen och producenten. Det är ett mervärde som kan vara svårt att prissätta, samtidigt som det faktiskt har sina kostnader i framförallt producentens arbetstid.

Det är viktigt att förmedla till andelsägarna vad det är de betalar för, och vad som skiljer detta från att köpa en liknande vara i mataffären. De flesta andelsjordbruk tillhandahåller recept, nyhetsbrev och olika former av besök eller arrangemang på gården som konkreta mervärden. En variant kan vara att utgå från någon form av marknadspris för produkterna, och sedan göra ett tillägg på en viss procentsats för olika mervärden som andelsjordbruket tillför.

Priset signalerar också någonting till konsumenterna. Ett för lågt pris kan signalera sämre kvalitet, och avskräcka en del. Ett högt pris kan skapa stora förväntningar på service och kvalitet. Ta reda på ungefär hur högt pris



Foto
Simon Paulin

andelsägare och potentiella andelsägare kan tänka sig att betala. Där har du din maxgräns om du inte söker dig andra andelsägare. Fundera sedan på vilket pris du tycker är rimligt.

ANTAL ANDELAR OCH MÄNGD

För de andelsjordbruk som initierats och drivs till större del av andelsägarna själva kan antal andelar och mängd vara den parameter som är mest fast. Alla andelsägare som är med ska få en andel och utifrån detta sätts pris och engageras en eller flera producenter för att producera detta.

De flesta andelsjordbruk är dock producentdrivna och då blir det viktigare att fundera på hur många andelar du kan producera på den tid du planerat att lägga på andelsjordbruket. Vilka investeringar är du beredd att göra? Är andelsjordbruket en mindre bisyssla i en privat trädgård kanske du bara odlar lite mer än till husbehov och sköter allt utan större infrastruktur eller investeringar i särskilda redskap och maskiner. Är det en del av en större jordbruksverksamhet kanske många maskiner och infrastruktur för att producera i större skala redan finns tillgängliga. Om du har begränsad tillgång till mark sätter det begränsningar för vilka mängder du kan producera. Att producera större mängder på mindre areal kräver också generellt en högre andel manuellt arbete.

Mängden i en andel beror på hur många den är avsedd för och hur mycket de kan göra av med. När det gäller färskvaror som grönsaker behöver andelsägarna känna att de hinner använda dem innan de blir dåliga. För andra varor såsom kött som kan frysas och honung som kan förvaras länge blir det mindre viktigt att de ska hinna göra slut på det under en viss tid.

Vad som räknas som en andel grönsaker varierar mycket mellan andelsjordbruken. En del räknar varje individ i ett hushåll som en andelsägare, medan andra räknar en andel per hushåll. Flera erbjuder olika storlekar på andelarna beroende på hushållets behov, och en del erbjuder också olika inriktning på innehållet. Ytterligare några andelsjordbruk låter medlemmarna

DISKUSSIONSFRÅGOR OM PRISSÄTTNING

AV ANGELICA LORENTZON

När du som andelsjordbrukare prissätter dina varor finns det ett flertal olika aspekter att ta hänsyn till. Du kan dels utgå dels ifrån dina personliga värderingar och ideal och dels från hur din faktiska omgivning ser ut. Men faktum är att om du lyckas eller inte har att göra med om någon köper dina varor. Här följer några exempel på resonemang och diskussionsfrågor, som kan ge dig inspiration för hur just du väljer att sätta dina priser.

- Jag vill ha betalt för min nedlagda tid så jag bokför all tid jag lägger ner på andelsjordbruket och tar en skälig timlön, detta ger mig mitt andelspris.

Hur ser man till att effektiviteten bibehålls, att timmarna man lägger ner är effektiva?

- Jag tittar på aktuella marknadspriser (jag bortser dock dumpade priser) och fyller kassarna med innehåll utifrån detta. På så sätt känner kunden att de får i alla fall samma värde som i butik. Jag tar ett genomsnitt över säsongen och räknar ihop värdet av alla veckors innehåll utifrån det.

Men det finns mervärden i andelsjordbruket i form av av recept, träffar m.m. Ska de inte betala även för det? Dessutom smakar grödorna mer än i butik. Blir det inte mycket jobb att räkna varje vecka?

- Jag studerar genomsnittliga priser på en gröda under säsong och sätter ett pris som jag bibehåller säsongen igenom, jag anpassar mig efter hur jag upplever att kvaliteten på min gröda är, är den bättre än i butik blir den dyrare. Därefter fyller jag veckans andel utifrån min egen prislista.

Men tycker inte kunden att det blir för lite innehåll om man tar jättemycket betalt för en viss gröda och den är så mycket billigare i butik?

- Jag sätter ett pris utifrån hur mycket jag tycker det borde kosta och så att folk har råd med det.

Men hur ser du till att du får så mycket att du kan leva på det? Bidrar det inte till en negativ spiral för övriga andelsjordbrukare som inte kan leva lika billigt som du?

- Marknaden får bestämma, jag lägger mig initialt på en genomsnittsnivå eller lite högre och försöker sedan få så mycket betalt som möjligt, marknaden kring mig bestämmer. Jag behöver få betalt ordentligt för att kunna leva på det här.

Men ska mat behöva vara så dyr? Kommer kunderna att vilja stanna kvar om de upplever maten på gränsen till för dyr? Hur går det med relationsbyggandet?

Hoppas att detta gav dig lite att klura på. Det kan ta några år innan du landar i det som fungerar bäst för dig med alla de förutsättningar du har.

bestämma helt själva vad de vill ha varje vecka av det som finns tillgängligt. Ju fler alternativ konsumenterna har, ju mer administration kräver det att hålla ordning på det och mer tid för att packa varorna. Ett sätt att komma ifrån det är att låta konsumenterna skörda och packa själva, men det kräver i sin tur en tydlighet och organisation kring vad de kan ta och inte. För få valmöjligheter kan å andra sidan avskräcka andelsägare från att vara med, och det är därför viktigt att hitta en balans som fungerar för bägge parter.

Hur ni lägger upp andelarna beror dels på hur ni vill arbeta, hur pass flexibel man kan tänka sig att vara för att nå fler konsumenter, men också på vilken typ av andelsägare som är med och var odlingen är. Bor andelsägarna så nära att de själva kan komma och skörda eller plocka ut sin andel? Har de eller kan de få tillräckliga kunskaper för att veta vad de ska skörda eller våga ta någon ovanligare grönsak? Kan de få komma lite när de vill eller måste platsen vara övervakad? Hur många är de? Kommer det att bli trångt och rörigt om alla ska hämta eller skörda samtidigt? Det vanligaste i Sverige idag är att producenterna skördar allt själv och sedan antingen packar det individuellt till varje hushåll eller låter andelsägarna själva packa sin andel.

VARIATION I MÄNGD OCH UTBUD

För grönsaker varierar vanligtvis både mängd och sort över säsongen. I början samt i slutet av säsongen kan innehållet vara mindre, medan det ofta är mer under högsommaren och tidig höst. Faktorer som påverkar är hur du har planerat dina grödor, vädret och andra oförutsedda omständigheter. Det är lätt att som ovan andelsägare förvänta sig att få en jämn och förutbestämd mängd, särskilt som det ur ett konsumentperspektiv finns många liknande koncept där man t ex kan beställa hem en matkasse eller prenumerera på en grönsakslåda utan direkt relation till producenten. Var därför noga med att informera dina andelsägare om hur det kan bli och vad som händer på fältet. Om det är första året ni odlar kan ni försöka beskriva ungefär vad ni planerar ska ingå i en andel under olika veckor. Har ni redan odlat ett år kan det vara jättebra att ha några foton på vad som ingått eftersom bilder ofta är lättare att ta till sig för en ovan.

7.2 KOMPLETTERANDE VERKSAMHETER

Många av andelsjordbruken i Sverige kompletterar själva andelsjordbruket med andra verksamheter. För de som exempelvis inte har leveranser under vintern, behövs kanske en annan inkomstkälla då. Här är några exempel på kompletterande verksamheter som befintliga andelsjordbruk sysslar med.

AV MAJA SÖDERBERG

- **Andra försäljningskanaler:** En del säljer all sin skörd som andelar. Andra kombinerar modellen med exempelvis torgförsäljning, gårdsbutik REKO-ringar, restauranger etc. Kombinerar man andelsjordbruket med andra försäljningskanaler gäller det att vara tydlig i hur uppdelningen sker.
- **Kurser i förädling:** Många håller kurser i förädling/mathantverk, det kan vara kurser i mjölkstyrning, ölbrygging, brödbak osv.
- **Specialistkurser:** Arrangera kurser utifrån sin specialistkunskap t ex odling, lammuppfödning, biodling etc.
- **Föreläsningar:** Att föreläsa om sin verksamhet, om sin/sina specialiteter (grönsaksodling, biodling, trädbeskärning osv.)
- **Projekt kopplade till andelsjordbruket:** Att ansöka om medel för utveck-



lingsprojekt är ett annat sätt att både utveckla sig själv och sitt företag eller kanske utveckla nya innovationer.

- **Konsulttjänster:** Hyra ut sig själv och/eller sina maskiner inom sina kunskapsområden, det kan vara allt från trädgårdsdesign, skogsarbete, trädbeskärning, marknadsföring och layout osv.

Foto
Mattias Söderberg

7.3 CROWDFUNDING

Våren 2017 genomförde vi i Nybrukarna en crowdfundingkampanj för att finansiera inköp av ett nytt och större tunnelväxthus. Kampanjen gick mycket bra och vi fick in hela 37 000 kr! Det räckte till en växthustunnel på 160 kvm samt bevattningsutrustning till denna.

AV MAJA SÖDERBERG

Det var ett sätt att bygga och fördjupa relationer, både med lokalsamhället och med våra befintliga andelsägare. Crowdfundingkampanjen gav oss också nya andelsägare. Eftersom vi betalade tillbaka i form av grönsaker, blev växthuset avbetalt redan första säsongen.

Så här la vi upp vår crowdfundingkampanj (Man kunde betala via swish, bankgiro eller be om faktura):

- **500 kr:** Icke-andelsägare fick en grönsakskasse med extra mycket växthusgrödor (främst tomat, gurka och paprika). Andelsägare fick extra mycket växthusgrödor under hela säsongen. Båda fick dessutom inbjudan till vår "tomatfest" samt ett tack på vår webbsida.
- **1 000 kr:** Icke-andelsägare fick två grönsakskassar med extra mycket växthusgrödor. Andelsägare fick extra mycket växthusgrödor under hela säsongen. Båda fick dessutom inbjudan till vår "tomatfest" samt ett tack på vår webbsida.
- **2000 kr eller mer:** Inom den här kategorin gjorde vi överenskommelser med några företag utifrån deras önskemål. Någon fick leveranser av tomat och gurka till sina anställda, andra en sponsorskylt på växthuset.
- **Minisponsor:** För summor under 500 kr fick man enbart ett tack på webbsidan.

MARKNADSFÖRING AV CROWDFUNDINGKAMPANJEN

Vi använde oss inte av någon befintlig sajt eller plattform som samlar crowdfundingkampanjer, utan gjorde en sida på nybrukarna.se där vi presenterade kampanjen. Vi skickade mejl till våra befintliga andelsägare. I övrigt gjorde vi några olika inlägg på Facebook där vi spred kampanjen och hänvisade till vår crowdfunding sida på nybrukarna.se. Dessa inlägg delade vi nybrukare på våra privata Facebooksidor samt i några lokala Facebookgrupper.

NÅGRA TANKAR KRING CROWDFUNDING

Vi valde att göra hela kampanjen på vår egen webbsida. Men bra att veta är att det även finns färdiga plattformar för crowdfundingkampanjer som man kan använda sig av. Jag har själv inte testat dessa, men det finns säkerligen både för- och nackdelar med att använda en sådan.

Vi fick väldigt bra erfarenhet från crowdfunding och föredrar absolut crowdfunding framför att ta ett lån för att finansiera en investering. Det känns också som en modell som passar väldigt bra ihop med värderingarna bakom andelsjordbruk. Vi kommer säkerligen att använda metoden igen, men vi har resonerat att det nog är smart att vänta några år innan vi drar igång en ny, så att andelsägarna och lokalbefolkningen inte tröttnar på oss.

7.4 BIDRAG OCH STÖD

Här har vi samlat de bidrag och stöd som vi känner till som kan passa för andelsjordbrukare. Se inte detta som en komplett lista, vi har säkert missat många möjligheter.

AV KLARA MÖRK

STARTSTÖD FRÅN JORDBRUKSVERKET

- 1. Vem kan söka?:** Du måste vara under 40 år för att söka. Startstödet är ett verktyg för att unga kvinnor och män ska kunna bygga upp en egen verksamhet och skapa en konkurrenskraftig primärproduktion för framtiden. Minimikraven är att du har avslutat gymnasium och dessutom trädgårds- eller lantbruksutbildning på gymnasienivå. Utbildningskravet för trädgårds- eller lantbruksutbildning kan du komplettera med under tre år från att ansökan är inlämnad. Skriv in vilka erfarenheter du har, även till exempel lärarjobb, ekonomikunskap, säljerfarenhet, utvecklingsprojekt.
- 2. Hur mycket får man?** Startstödet är totalt på 250 000 kronor. Beloppet betalas ut vid två tillfällen, den första utbetalningen är på 150 000 kronor och du ansöker om att få ut pengarna i samband med beslutet om stöd. Den andra utbetalningen ansöker du om då du uppnått det du skrivit i ansökan, men senast 45 månader efter beslutet om stöd.
- 3. Vilken företagsform ska jag ha?** Startstödet betalas ut per person vilket gör att en enskild firma är väl anpassad till stödformen. Är ni flera som driver ett företag kan det löna sig att ha varsin enskild firma och söka stödet var och en. Det går bra att söka även om man har en del i ett aktiebolag eller handelsbolag, men sysselsättningsgrad och andra villkor för stödet kan påverkas om man är flera i företaget.
- 4. När söker jag stödet?** Stödet ska sökas när du har startat ett företag men senast 6 månader efter att verksamheten är igång. Ett företag som startar helt ny verksamhet kan vara äldre, men får inte ha sysslat med primärproduktion

tidigare.

5. **Hur söker jag?** Stödet söks löpande via Jordbruksverkets e-tjänster och du behöver ha ett Bank ID för att logga in. Du hittar mer information om stödet och e-tjänsten på www.jordbruksverket.se.
6. **Att tänka på vid ansökan:** Ansökningarna handläggs av Länsstyrelsen. Länsstyrelsen prioriterar företag utifrån lönsamhet genom att värdera företagarens ersättning per timme inom startstödet.

Det är bra att få med så mycket om din affärsidé som möjligt i ansökan, men ansökan kan och behöver ofta kompletteras under handläggnings-tiden (lämna alltså hellre in den och tänk att du kan komplettera senare). Handläggningstiderna är ofta långa, så var ute i god tid.

Ansökningarna handläggs enligt regionala och nationella urvalskriterier. Gå igenom den bifogade tabellen med ”Regionala urvalskriterier” och skriv en kort motivering till de villkor du anser att du uppfyller. Du hittar tabellen tillsammans med utdrag från den regionala handlingsplanen och bedömningsgrunderna till poängsättningen på www.lansstyrelsen.se.

När du fyllt i dina motiveringar, laddar du upp bilagan och skickar in den via ”Mina Sidor” på www.jordbruksverket.se.

STÖD TILL UNGA JORDBRUKARE FRÅN JORDBRUKSVERKET

Ett stöd för dig som är 40 år eller yngre och som har startat ett jordbruksföretag för första gången. Du kan få stödet för högst 90 hektar och du kan som mest få stödet i 5 år. Ersättningsnivån kan variera från år till år. För 2018 var stödbeloppet 58,71 euro för varje hektar jordbruksmark som du fick gårdsstöd för.

STÖD FÖR INVESTERINGAR INOM JORDBRUK, TRÄDGÅRD OCH RENNÄRING FRÅN JORDBRUKSVERKET

Om du gör investeringar över 100 000 kr finns det möjlighet att söka investeringsstöd. Investeringsstödet gäller till exempel växthus, tunnlar, träd och buskar för odling av frukt och bär, nya anläggningar för dränering eller anläggningar för torkning och lagring av skörd. I de flesta fall kan du få stöd för högst 40 procent av utgifterna.

Investeringsstödet söks löpande via Jordbruksverkets e-tjänster för företagsstöd och projektstöd och handläggs av Länsstyrelsen. Mer information om vilka typer av investeringar du kan få stöd för, samt länk till e-tjänsten finns på www.jordbruksverket.se.

GÅRDSSTÖD FRÅN JORDBRUKSVERKET

Om du har en gård med minst 4 hektar mark kan du söka gårdsstöd. Det är ett arealbaserat inkomststöd som syftar till att främja lantbruket, bidra till ökad konkurrenskraft och hålla landskapet öppet.

Du måste ha minst 4 hektar mark och stödrätter för att få gårdsstöd. Läs mer om gårdsstödet och vad en stödrätt är på www.jordbruksverket.se.

MILJÖERSÄTTNINGAR FRÅN JORDBRUKSVERKET

När du odlar och sköter din mark på ett sätt som är bra för miljön kan du söka miljöersättning, till exempel för att sköta, bevara eller restaurera betesmark, slåtterängar eller skogsbeten.

Ersättning för ekologisk produktion och omställning till ekologisk produktion kan du också söka. Det krävs certifiering (KRAV eller EU-ekologisk). För grönsaker och potatis kan man få 5 000 kr per hektar, för frukt och bär är arealersättningen 7 500 kr per hektar vilket gör att det kan vara en intäkt även för mindre odlingar. Du kan också få ersättning för att hålla svenska utrotningshotade husdjursraser. Ersättningarna handläggs av Länsstyrelsen och minsta belopp som betalas ut är 1 000 kr per stödform. Läs mer om de olika ersättningsformerna på www.jordbruksverket.se.

Miljöersättningen innebär ett femårigt åtagande och söks via SAM Internet som du hittar här på www.jordbruksverket.se.

LEADERSTÖD

Har du en idé, där du i samverkan med fler aktörer kan utveckla området där du bor? Då kan du söka pengar från Leader som stödjer lokalt ledd utveckling på landsbygden.

Du söker projektbidraget direkt från ditt Leaderområde och varje område har en lokal utvecklingsstrategi som visar vad man prioriterar för insatser. Tänk på att ditt projekt ska passa den lokala utvecklingsstrategin. Ofta handlar det om projektidéer för att skala upp verksamheten och skapa nya arbetstillfällen.

Du kan få hjälp och stöd med ansökan via ditt Leaderkontor.

REGIONALT STÖD TILL FÖRETAGSUTVECKLING

Du kan söka regionala företagsstöd löpande under året. Stöden varierar från region till region så gå in på din regions hemsida för att se vad som finns där du bor.

UTVECKLINGSMEDEL FRÅN ALMI

Förutom att erbjuda företagslån brukar även Almi förmedla utvecklingsmedel från nationella och regionala utfärdare. Så ett tips är att kolla vad ditt lokala Almikontor har för medel att söka.

7.5 LOGISTIK OCH EFFEKTIVITET

Oavsett vad du producerar för livsmedel och hur du producerar det är balansen mellan tid och lönsamhet en avgörande parameter för att verksamheten ska hålla i längden. Ett sätt att effektivisera logistiken och samtidigt öka lönsamheten är att ta bort eller minimera alla moment som inte direkt ökar värdet i slutprodukten. I det här kapitlet kommer jag berätta om olika verktyg andelsjordbruket Three Oaks Community Farm tillämpar för effektivisering och logistik. Dessa metoder är egentligen inte direkt kopplade till andelsmodellen utan kan passa alla verksamhetsformer.

AV DANA WAGLER

LEAN ARBETSFLÖDE PÅ GÅRDEN

I början av handboken beskrivs det japanska konceptet teikei. Nu kommer vi att återvända till Japan men istället pratar om konceptet Lean:

Lean är en metod som först utvecklades på Toyotas bilfabriker för att iden-



Foto
Jorge Zapico

tifiera, minimera och eliminera alla faktorer som inte skapar ett värde. Även om den är skapad för att användas i en industri så är det väldigt mycket som går utmärkt att tillämpa [på en gård]. En första tanke när man börjar sätta sig in i Lean är att det bara handlar om att kunna producera mer på kortare tid. Så behöver det inte vara. Tvärtom är det dina egna mål som ska vara i fokus. Det är du som avgör vad som är av värde [i din verksamhet] oavsett om du odlar [eller producerar] till försäljning eller till husbehov. Har du dina mål klara för dig är Lean framförallt ett redskap för att nå de målen.

Källor
Ringqvist, Jonas Ordning
och Reda i Odlingarna,
Del 1, Tidningen Åter
3/2019

Men hur kommer man fram till sina mål? För mig har Allan Savorys Holistic Management Framework varit avgörande för att komma fram till mina egna mål. Jag skriver mer om vad detta är och hur man gör i kapitel 8.2.

The lean farm
Ben Hartman

När målbilden har klarnat kan man börja titta på hur man ska kunna uppnå sina mål på bästa sätt. För detta tycker jag att de fem stegen i Ben Hartmans bok 'The Lean Farm' kan vara bra verktyg:

- Behåll endast de verktyg/maskiner som ökar värdet på produkten
- Låt kunden definiera värdet
- Identifiera stegen som ökar värdet på produkten
- Ta bort allt som inte ökar värdet
- Tillämpa praktiken ständig förbättring

Nedan kommer jag att presentera delar av Ben Hartmans bok i egen översättning, samt mina egna och andras erfarenheter och tillämpningar av Lean inom andelsjordbruk.

BEHÅLL ENDAST DE VERKTYG/MASKINER SOM ÖKAR VÄRDET PÅ PRODUKTEN

Lean går ut på att hålla ordning och reda på våra arbetsplatser.

Grönsaksproducenten Jonas Ringqvist från Bossgården sammanfattar den första principen så här:

För många saker som man inte använder innebär inte bara att det är svårt att hitta det man faktiskt behöver. Saker tar inte bara plats i lador och uthus. De tar också plats i vårt medvetande och stjälar tid och kraft från tankar på det som

är viktigt. Det handlar om saker som behöver lagas som man inte hinner med, men som man återkommande får syn på och får lite dåligt samvete av. Det kan handla om saker som man har en idé om att man någon gång vill använda, men egentligen inte har tid till. Dessa saker stjäl uppmärksamhet och tankekraft och oftast känner man en lättnad när man väl gör sig av med dem. Så att rensa ut saker som inte behövs skapar inte bara plats i ens medvetande utan hjälper till att fokusera på det som skapar värden, både i livet och i produktionen.

På Ben Hartmans gård sorterar de verktyg/maskiner två gånger per år. De säljer eller skänker bort de som inte använts och placerar dem som används flitigt lättillgängligt så nära där de ska användas som möjligt.

LÅT KUNDEN DEFINIERA VÄRDET

Att låta kunden definiera värdet är inte samma sak som att kunden sätter priset på er produkt. Det som Ben Hartman menar med att definiera värdet är att vi producenter har ett ansvar att producera precis det som konsumenten vill ha när de vill ha det och i den mängd de vill ha det. Men även om det finns en klokhet i hans tankesätt kan det vara begränsande att hårdra den principen. Konsumenten kan ju bara utgå från det hen känner till. Det kanske finns grödor som vi producenter kan introducera och genom tips och recept lära konsumenten att se värdet i. För t ex en köttproducent kanske det handlar om att höja värdet i framdelsköttet. Det viktiga är dock, tycker jag, är att ha ett forum för dialog, så att företagsrelationen kan förbättras för varje år. Direktkontakten med konsumenterna via andelsjordbruksmodellen ger en ypperlig möjlighet till denna sorts kommunikation.

IDENTIFIERA STEGEN SOM ÖKAR VÄRDET PÅ PRODUKTEN

När man har kommit fram till de olika stegen som har en direkt påverkan på värdet av slutprodukten är det viktigt att lägga fokus på att effektivisera just de stegen. När man tänker på det så är det faktiskt inte så många steg i produktionskedjan som faktiskt ökar värdet. Grönsaksodlaren Ben Hartman har identifierat tre steg i sin produktion som skapar värde nämligen; att så frö, skörda grönsaker och tvätta grönsaker. Man kan också tänka på det så här: vilka steg är helt nödvändiga för att få fram produkten? De här stegen kommer naturligtvis att vara olika beroende på vad, hur och var man producerar. På grönsaksodlingen Three Oaks Community Farm är inte tvättning helt nödvändigt men däremot buntning/paketering av de olika grönsakerna på grund av min leveransmetod. Maja Söderberg från andelsjordbruket Nybrukarna anser att tvättning också kan minska värdet eftersom vissa grönsakers hållbarhet faktiskt minskar vid tvättning. Hon anser även att tvättning kan leda till att tiden mellan skörd och leverans blir längre (inte lika nyskördad) samt att känslan av att det kommer 'direkt ur jorden' försvinner.

TA BORT ALLT SOM INTE ÖKAR VÄRDET PÅ PRODUKTEN

Enligt Lean klassas allt, som inte ökar värdet på en produkt, som svinn. Svinnet kan delas in i tio olika kategorier. Även om det inte går att ta bort allt svinn ur produktionen så kan man hela tiden aktivt arbeta för att minimera det.

- **Överproduktion:** investerade resurser i något som inte säljer.
- **Väntetid:** produkter eller människor som står och stampar.
- **Onödiga transporter:** för mycket körning = mindre tid i produktionen.
- **Överarbete:** saker man gör som kunden inte märker eller bryr sig om.
- **För mycket inventarier:** oanvända grejer man köpt in eller för många produkter på lagret.
- **Onödiga rörelser:** arbete som inte ökar värdet på produkten.
- **Dålig produktkvalitet:** lägre styckpris eller pris per kg.
- **Onödig ansträngning:** onödig energiinsats för att utföra ett steg i produktionskedjan.
- **Ojämn produktion och försäljning:** oförutsägbarhet i verksamheten.
- **Oanvänd talang:** slöseri med potential.

Lean ska inte förväxlas med billigt. Det handlar inte om att producera mat så billigt som möjligt. I grunden handlar Lean om att hitta vad konsumenterna värdesätter och att styra produktionen därefter samt att inspirera producenter att leverera högt värderade livsmedel med höga vinstmarginaler. "Food is not a commodity to be produced as cheaply as possible. It is the living matter that fuels our systems" skriver Eliot Coleman i sin bok Four season harvest.

Källa
Four season harvest
Eliot Coleman

SÄKER FÖRVARING OCH TRANSPORT AV LIVSMEDEL

När produkten når fram till kunden måste man kunna bevisa att den är säker att konsumera. Det finns olika riktlinjer och regler för olika livsmedel och detta diskuteras i detalj i kapitel 9.

Hur man väljer att förvara sina produkter kommer att variera beroende på vad det är man producerar och vad man har för befintlig infrastruktur eller budget för att bygga om eller bygga nytt. När man har skaffat sig kunskaper om livsmedelshygien är nästa steg att fundera igenom hur man kan förvara sina produkter på smidigaste tänkbara sätt. Tänk igenom ditt arbetsflöde och ergonomi noggrant innan du bygger om eller bygger nytt. Under de första åren kan det vara klokt att inte lägga allt för mycket resurser på statisk infrastruktur innan man hunnit testa hur den fungerar i praktiken ett tag.

Det optimala är att man förvarar produkterna i anslutning till eller i närheten av där de hanteras före förvaring. Detta för att minska onödig transport (tid och energi) och optimera utnyttjandet av lokaler. Detsamma gäller när produkterna sedan ska ut till konsumenterna. Se gärna till att det går att köra upp till eller i närheten av din förvaring.

Att vara lantbrukare innebär ofta att vi flyttar omkring på saker. Om vi frågar oss själva varför, hur och när vi flyttar på dessa saker går det sannolikt lättare att komma fram till hur vi kan minimera flyttandet och göra det som krävs så smidigt och lättamt som möjligt.

SLUTLIGEN I KUNDENS HAND

Det finns många olika sätt varorna man producerat kan hamna i kundens hand. En del producenter kör varorna direkt hem till kund, andra kör ut varorna till en eller flera utlämningsställen eller kommer överens om att varorna ska hämtas på gården. Huvudsaken är att det blir smidigt för båda parter.

På Three Oaks Community Farm har vi två olika upphämningsalternativ,

antingen i samband med REKO-utlämningen i Norrköping eller på gården. Alternativen skiljer sig lite grann och jag ska beskriva hur vi gör i båda fallen.

- **Hämtning i Norrköping:** I Norrköping tar prenumeranterna själva med sig något att packa veckans andel i. Grönsakerna står framme i en rad lådor med färdiguppdelade portioner. Varje prenumerant tar en portion av varje grönsak och packar ner i sin medtagna kasse, låda eller korg. En portion kan t ex vara två brocolihuvuden eller 300 g ärtor. Det står även en 'byteslåda' där man får lämna något man kanske inte tycker om och istället ta något annat samt en skylt med en lista över veckans skörd så man kan dubbelkolla att man fått med allt. En del grönsaker som t ex tomater och bönor packas i återanvändningsbara plastlådor. Det är tänkt att prenumeranterna diskar och återlämnar dessa lådor vid nästa upphämtningstillfälle. Det här systemet minskar användning av förpackningar betydligt vilket vi tycker är viktigt. Grönsaker som inte hämtas skänks till Matbanken via Hela Människan i Norrköping som lagar fredagsbuffé till behövande.
- **Hämtning på gården:** För de som hämtar på gården står grönsakerna redan färdigpackade i kylan i papperskassar. Andelsägarna får en kod till kylan i början av säsongen så att de inte behöver passa tider. Det står även en skylt där med veckans skörd och de får självklart också tillgång till en byteslåda. Om man väljer att hämta på gården finns det större flexibilitet i upphämtningstiden eftersom andelsägarna får komma efter en viss tid på skördedagen fram till helgen när det passar. Grönsakerna som inte hämtas på gården skänks antingen till mig, min granne eller mina höns.

KOMMUNIKATION MELLAN PRODUCENTEN OCH KONSUMENTEN

Hur man kommunicerar med sina andelsägare kommer naturligtvis att variera från gård till gård. Det kan vara värt att tänka igenom hur och när man ska kommunicera med andelsägarna före säsongstart för att det ska kunna göras så smidigt som möjligt. Gränsen mellan att vara personlig och effektiv kan vara hårfin. För mig har det varit viktigt att vara överens med mina andelsägare om hur kommunikationen går till. Min erfarenhet är att andelsägarna uppskattar regelbunden information, som är tydlig, kortfattad och lättillgänglig. Överlag verkar det som att tydlighet kring "regler" och en rimlig begränsning av valmöjligheter uppskattas.

VAD BEHÖVER MAN T EX KOMMUNICERA KRING I ETT ANDELSJORDBRUK?

- aktuell information
- rapporter från produktionen
- leveranser/upphämtning
- betalning och fakturor
- förseningar eller av/ombokning av leveranser
- events/händelser
- utvärdering

VILKA OLIKA KOMMUNIKATIONSMEDEL FINNS?

- post
- mejl
- sociala medier
- hemsida
- telefon
- SMS

NÅGRA ORD OM STANDARDISERING

Alla odlingsbäddar på Three Oaks är 75 cm breda och 10 m långa. Bredden bestämde jag för att de flesta småskaliga odlingsverktyg och maskiner som numera säljs är av den bredden. Om man har en kratta som är bara 30 cm bred behöver man kratta dubbelt så mycket som om man har istället har en som är 75 cm. Standardiserade bäddar betyder även att all fiberduk, insektsnät och annat material passar på alla bäddar. “Att slippa lägga tid på att leta efter ’rätt’ sak sparar mycket tid. Den tiden kan användas till betydligt roligare eller nyttigare saker” skriver Ringqvist (*Tidningen Åter nr 3 2019*). Det kanske inte låter som en stor grej men om man räknar ihop tiden alla dessa till synes små moment kräver över en dag, en vecka och ett år kan man spara förvånansvärt mycket tid och energi genom att standardisera alla moment i arbetsflödet. För mig är att arbeta systematiskt i en välstrukturerad arbetsmiljö ett rent nöje!

7.6 EXEMPEL PÅ LEVERANSPLANERARE

För att minimera och underlätta vår logistik har vi skapat ett verktyg för detta, vi kallar den “Leveransplaneraren”. Den har verkligen underlättat vårt arbete i allt från skörd, packning och leveranser till avbokningar och leveransmeddelanden.

ANVÄND VÅR LEVERANSPLANERARE!

Därför har vi nu publicerat den som öppen källkod, vilket innebär att andra producenter kan ladda ner, modifiera för sina behov och installera den. Verktöget är utvecklat av Nybrukarnas Simon Gate i Ruby, med Google Sheets som databas.

ANDELSÄGARNA AVBOKAR SJÄLVA

Genom att låta våra andelsägare själva logga in i Leveransplaneraren och sköta sina avbokningar (och påbokningar i de fall planerna förändras) sparar vi odlare massor av tid, men undviker också många misstag. Innan vi hade Leveransplaneraren fick vi nämligen avbokningar via en mängd olika kanaler (Facebook, SMS, mejl, telefon, när vi stötte på en andelsägare etc). Detta gjorde att vi missade avbokningsmeddelanden, glömde skriva ner dem och hade heller inget bra system för vart vi skrev in dem. Det är också en ganska trist och meningslös kommunikation att ha med andelsägarna, bättre då att satsa på att kommunikationen man har handlar om viktiga saker.

Avbokningen är öppen för våra andelsägare t om tisdagar samma vecka som leveransen sker.

SKÖRD- /PACKLISTA

När avbokningen har stängt får vi odlare fram en korrekt skörd- /packlista, som gör det enkelt att skörda rätt mängder, minimerar misstag och underlättar vid packningen.

Vid skörd är det siffrorna längst ut till höger vi utgår ifrån, dvs hur många enheter av varje storlek som ska skördas. Exempelvis kanske vi skördar ett salladshuvud till en andel, två salladshuvuden till två andelar och tre salladshuvuden till tre andelar.

AV MAJA SÖDERBERG

Länk

Leveransplaneraren
finns på:
[https://github.com/
nybrukarna/
leveransplaneraren](https://github.com/nybrukarna/leveransplaneraren)

Vecka 46

V46	Rottne	Växjö C	Linneuniversitetet	Biskopshagen	Tjüreda	Tolg	Bråna	Lädja	Ör	
1 andel	4	18	0	11	3	7	1	3	2	49
2 andelar	1	3	0	1	1	4	2	1	3	16
3 andelar	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2
	5	21	0	12	4	12	4	4	5	67

onsdag

V46	Rottne	Växjö C	Linneuniversitetet	Biskopshagen	
1 andel	4	18	0	11	33
2 andelar	1	3	0	1	5
3 andelar	0	0	0	0	0
	5	21	0	12	38

torsdag

V46	Tjüreda	Tolg	Bråna	Lädja	Ör	
1 andel	3	7	1	3	2	16
2 andelar	1	4	2	1	3	11
3 andelar	0	1	1	0	0	2
	4	12	4	4	5	29

SKÖRD DIREKT I KNIPPEN/PÅSAR UNDERLÄTTAR

De flesta grödorna skördar vi direkt i korrekt mängd. Vi börjar med att räkna upp rätt antal gummiband/påsar/kartonger eller liknande. Sedan kan man i lugn och ro skörda på tills dessa är slut. Då vet man också att man skördat rätt mängd. Att slippa hålla räkningen under skörden är väldigt värdefullt: då kan man prata med varandra, lyssna på en ljudbok eller liknande samtidigt som man skördar. På bilden ovan skulle det bli 49 till 1 andel, 16 till 2 andelar och 2 till 3 andelar, om vi skördar till båda leveransdagarna samtidigt. Vill vi istället bara skörda till onsdagens leverans blir det 33, 5 och 0. För grödor som man inte vill knippa/packa brukar vi istället räkna ett fast antal enheter per back, och inte för många så att det blir svårt att kontrollräkna. Läger man t ex 15 buntar lök per back, är det sedan lätt att räkna antalet backar. Eftersom buntning tar tid försöker vi undvika det så långt det går.

En annan fördel med den här metoden är att det vid packningen finns en automatisk kontrollfunktion. Har man packat klart kassarna med en andel och det fortfarande finns två salladspåsar kvar, kan man anta att man har glömt att lägga sallad i två kassar...

ETIKETTER

Eftersom vi har olika storlekar på våra kassar – och framöver planerar vi även att kunna erbjuda flera olika varianter av kassar – är det viktigt att varje kasse är märkt med andelsägarens namn. På så sätt minimerar vi risken att någon tar fel kasse. Vi har provat utan märkning, men lärt oss att det blir många fel då... Att skriva namn för hand tar ruskigt lång tid, och av erfarenhet vet vi också hur lätt det är att göra fel. När vi packar omkring 70 kassar/vecka är det helt enkelt inte rimligt.

Leveransplaneraren genererar automatiskt etiketter som det bara är för oss att skriva ut. Dessa fungerar också som en automatisk kontroll över att man

NYBRUKARNA

packat rätt antal kassar av de respektive storlekarna och för de respektive utlämningsplatserna: Blir det etiketter kvar har man packat för få kassar. Blir det kassar kvar när etiketterna är slut, har man packat för många...

MÖJLIGGÖR MÅNGA UTLÄMNINGSPLATSER

För att minimera vår och våra andelsägares klimatpåverkan har vi valt att ha hela nio utlämningsplatser. Det innebär två leveransrundor för oss odlare. Men det möjliggör för de flesta av våra andelsägare att cykla eller promenera för att hämta sin kasse, eller iallafall stanna till med bilen på väg hem från jobbet. Leveransplaneraren gör det enkelt för oss att hålla ordning på hur många kassar som ska till vilken plats och gör det därmed smidigt med ett sådant upplägg.

LEVERANSMEDDELANDEN VIA SMS

Vi har även inkluderat en SMS-tjänst i vår leveransplanerare. Genom den kan vi enkelt skicka leveransmeddelanden till våra andelsägare eller kategorier av andelsägare utifrån utlämningsplats och storlek på kassen. På så sätt blir andelsägarna inte "spammade", utan får bara exakt de meddelanden som berör dem. Tidigare har vi använt oss av vår Facebookgrupp för andelsägare för detta, men den här typen av meddelanden har fungerat väldigt dåligt där. Alla andelsägare är inte med i gruppen, alla har inte notiser från gruppen påslagna och att meddelandet ibland kommer långt ner i flödet är några av problemen vi haft.



Foto
Andreas Sjöberg

8. STARTA & DRIVA FÖRETAG

I det här kapitlet har vi samlat fakta och erfarenheter från olika andelsjordbrukare. Du får tips om planering, både lång- och kortsiktig. Vi berättar om “holistiskt management” som en metod för skapa en kontext, eller filosofi, som sedan hjälper dig vid beslutsfattande. Vi jämför olika företagsformer och ger bokförings- fakturerings- och försäkringstips. Vi delar våra erfarenheter av att anställa och ta hjälp av volontärer.

8.1 PLANERING

OM PLANERING, MÅLBILD OCH INVENTERING

AV EMMA LUNDBERG

För att kunna göra en planering är det viktigt att veta vad det är man planerar för, dvs vad som är målet. Är det att erbjuda ett brett utbud av olika grödor eller är det att kunna leverera hela året? Är det att få en bra timpenning eller är det att gå ner i arbetstid?

I detta skede är det viktigt att skilja på målbilden och vad som krävs för att nå dit; målbilden är grunden till den långsiktiga planeringen och de rådande omständigheterna är grunden till den kortsiktiga.

Efter att ha formulerat sitt mål är det dags att göra en inventering av resurser såväl som behov. Resurser och behov kan innefatta allt från mark, skåpbil och kunskap till en snäll granne med en traktor. När man formulerat sina behov är det bra att göra en plan för hur man ska skaffa sig det man behöver; denna typ av arbete lämpar sig av naturliga skäl för lågsäsong.

VARFÖR PLANERA?

Planeringen har för mig en huvuduppgift: att effektivisera. Den direkta asso-

ciationen är att den effektiviserar arbetstiden, men min upplevelse är att den ”effektiviserar” ledigheten minst lika mycket. Detta då jag med en bra planering faktiskt kan släppa jobbet när jag är ledig, eftersom planeringen gör det lätt att snabbt komma in i jobbet efter ledighet.

Nedan kommer jag diskutera planering utifrån tre olika (men självklart nära besläktade) perspektiv; den övergripande planeringen för livet som andelsjordbrukare, den säsongsbaserade planeringen och sist men inte minst den ständigt återkommande veckoplaneringen.

A. PLANERING FÖR LIVET SOM ANDELSJORDBRUKARE

Arbetet som livsmedelsproducent (och egenföretagare i allmänhet) handlar om att ständigt prioritera och fatta beslut. Då man själv bestämmer över sitt arbete finns det heller ingen att fråga. Till en början kunde alla dessa beslut göra mig stressad, så med tiden har jag gjort justeringar för att minska antalet små beslut och få mer energi över till de större.

Man skulle kunna säga att planering bygger dels på fakta, dels på antaganden. För att kunna göra en vettig planering (och minimera andelen antaganden) gör man gott i att skaffa sig så mycket fakta som möjligt. I det här fallet är fakta personlig erfarenhet och därmed något man tillskansar sig över tid och av denna anledning är en planering för livet som andelsjordbrukare i allra högsta grad ett fortlöpande arbete.

B. ATT PLANERA EN SÄSONG

Den för mig mest påfrestande perioden under odlingssäsongen brukar vara just planeringsperioden, eftersom så många beslut ska tas då. Vad som är positivt är att jag kan välja att ta dessa beslut under en i andra avseenden stressfri period. Under planeringsperioden fördelar jag sådd, skörd och plantering över säsongens veckor och har på så vis en ungefärlig bild av vad varje vecka bjuder på för göromål. Denna planering ger mig även en bild av vilka veckor jag skulle kunna ta emot studiebesök eller dylikt.

Denna period kan även vara lämplig att använda till att kommunicera med andelsägare. Kommunikation med andelsägare innefattar i detta fall dels själva säljarbetet, dels delgivandet av information om vad det innebär rent praktiskt att vara andelsägare. Tydlig kommunikation minimerar antalet frågor under högsäsongen; det kan även vara bra att försäkra sig om att de är helt införstådda med vad andelsjordbruksmodellen innebär. Jag gör detta i form av ett avtal. Det kan även vara idé att fundera på hur man vill förhålla sig till önskemål som kan uppstå: Ska man få hämta en annan dag om man är bortrest? Blir man påmind om man inte dyker upp vid utlämningen? Det kan till en början vara lätt att ge vika för önskemål och se dem som engångsföreteelser. Blir det för många engångsföreteelser blir det emellertid svårt att få ihop logistiken och det kan därför vara klokt att ha tänkt över dessa frågor redan vid försäljning, då man på så sätt kan skaffa sig de andelsägare man vill ha.

C. ATT PLANERA EN ARBETSVECKA

Planering handlar minst lika mycket (om inte mer) om den psykologiska upplevelsen av arbetet som det faktiska arbetet. Strukturera fysiskt arbete, vila och planering på det sätt som passar dig och dina omständigheter bäst.

Se exempel på avtal och odlingsplaner på:

<http://handbok.andelsjordbruksverige.se>

När jag började odla för försäljning hade jag i princip en enda lång lista med saker som behövde göras, vilket gjorde mig stressad och dessutom aldrig gav mig känslan av att jag avslutade något. Numera gör jag veckoplaneringen på ett liknande sätt som säsongspanering; listar de arbetsmoment som förestår och fördelar dem sedan över veckans dagar. Vanligtvis gör jag detta på fredagen inför den kommande veckan och eventuellt helgen. Jag gör även en dagsplanering i början av varje arbetsdag.

Självklart händer det mycket oförutsett på ett andelsjordbruk och man får ständigt revidera sina planer. Dessa oförutsedda händelser till trots ger denna typ av planering mig en känsla av kontroll och därmed bättre förutsättningar att slappna av på och efter arbetet.

8.2 HOLISTISKT MANAGEMENT – ETT VERKTYG FÖR PLANERING OCH BESLUTSFATTANDE

Holistiskt management är en modell för planering och beslutsfattande. Jag har haft stor hjälp av den när jag skulle starta mitt andelsjordbruk och den fortsätter att hjälpa mig längs vägen. Modellen utgår från ett holistiskt perspektiv, där de personliga drivkrafterna tas med och där du värderar din verksamhet utifrån ekosystemet – men också utifrån människor och samhälle. Modellen är skapad av jordbrukaren Allan Savory, så även om den passar i många sammanhang, är den designad just för jordbrukare.

SKRIV EN HOLISTISK KONTEXT!

En holistisk kontext är som ett skriftligt manifest om allt som rör ditt liv, från dina grundvärderingar, relationer du har, vad du äger och hur du vill vara som människa.

Genom att skriva en holistisk kontext tydliggör du vilket liv du vill leva och varför. Processen tar tid och är utmanande. Men jag tror man har för mycket att vinna på det för att låta bli. Det blir mycket lättare för dig att fatta och delegera de dagliga besluten när du är klar över själva ramarna. Om du kommer driva verksamheten ihop med andra är det viktigt att ni skriver kontexten tillsammans.

- **Helheten:** Savory illustrerar gärna livet i helheter. Han skriver att vi existerar som en del av en större helhet och även andra helheter som överlappar och sammanlänkar varandra. Första steget är att identifiera och kartlägga din helhet. Helheten omfattar vilka tillgångar du har, både materiella, finansiella och mänskliga. Genom att definiera din helhet blir det tydligt inom vilka ramar du har möjlighet att fatta beslut.
- **Varför finns ni?:** Om verksamheten är en förening eller organisation är det viktigt att enas om en "budskapsfras", dvs en kort formulering som berättar vad organisationen är skapad för att göra eller uppnå.
- **Livskvaliteten:** Det finns fyra kategorier att reflektera över när det gäller livskvaliteten: ekonomiskt välbefinnande, relationer, utmaningar och

AV DANA WAGLER

En mer utförlig version av den här texten finns att läsa på:

<http://handbok.andelsjordbruksverige.se/holistic-management-som-planeringsverktyg/>



Bild
Holistisk kontext för
Nybrukarna.
Illustration:
Jorge Zapico

utveckling samt syfte och bidrag. Livskvaliteten speglar vad som motiverar dig och gör dig entusiastisk, din kollektiva känsla av vad som är viktigt och varför. Varför gör du vad du gör? Vem är du? Vem vill du bli?

ÖKOSYSTEMET SOM FUNDAMENT

Den holistiska kontexten vilar på ekosystemet som fundament. När mark ingår i din helhet, vilket det förmodligen gör om du är jordbrukare, beskriver du hur landskapet måste se ut långt i framtiden för att även framtida generationer ska kunna leva med den livskvalitet som du eftersträvar. Beskriv landskapet utifrån de fyra ekosystemprocesserna; vatten- och mineralkretslopp, succession och energiflöde. Beskriv också hur du vill bete dig gentemot dina medmänniskor så att de i sin tur vill fortsätta stötta och samarbeta med dig och på så sätt göra det möjligt att nå dina mål.

RESULTAT

När du börjar fatta beslut utifrån din holistiska kontext kommer du snabbt se resultaten. Detta för att besluten är väl förankrade och mer långsiktiga.

Källor:

Holistic Management,
a Commonsense Rev-
olution to Restore our
Environment
Allan Savory och Jody
Butterfield

Making Small Farm
Work och Regenerative
Agriculture
Richard Perkins

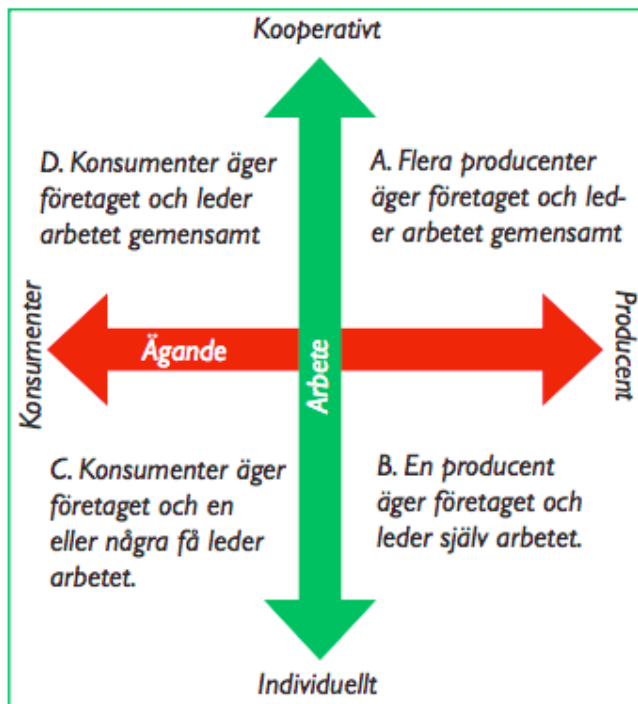
Foundations of Holistic
Management som man
kan ladda ner gratis
från Savory Institutets
hemsida

8.3 FÖRETAGSMODELLER FÖR ANDELSJORDBRUK

AV KLARA MÖRK

Andelsjordbruk, liksom andra företag, kan initieras och drivas på en mängd olika sätt. Något som är speciellt med andelsjordbruk är den nära kopplingen mellan producent och konsument, vilket i en del fall innebär att de är helt och hållet samma grupp. Hur och om uppdelningen mellan producent och konsument görs ger lite olika förutsättningar för ekonomi och regler.

Matrisen i nästa sida visar fyra olika exempel på förhållandet mellan arbete och ägande i andelsjordbruk.



FÖRETAGSMODELL A

En grupp människor har gått ihop för att gemensamt driva ett andelsjordbruk. Detta drivs oftast som aktiebolag eller ekonomisk förening eftersom medlemmarna då kan äga tillsammans utan att blanda in sin privata ekonomi. Produktionen ägs helt av föreningen eller företaget. Andelsägare kan vara mer eller mindre engagerade i planering och drift men har ingen formell makt eller ansvar. Eftersom det är flera

personer som är involverade i produktionen behövs tydliga strukturer för att fördela arbete och inkomster, för att se till att alla har tillgång till rätt information och för beslutsfattande. Regler och avtal kan behövas mellan medlemmarna i företaget för till exempel utträde/inträde och hur beslut ska tas. En del av detta regleras vanligen i stadgar.

Exempel på andelsjordbruk som drivs enligt modell A: Kollinge Torpargård, Torsåkers Gårdsprodukter, Nybrukarna.

FÖRETAGSMODELL B

En person eller en familj bedriver andelsjordbruket. Detta är förmodligen den vanligaste formen för svenska andelsjordbruk, såväl som för andra jordbruk. Detta drivs oftast som enskild firma eller aktiebolag eftersom det är en eller två ägare som ändå har delad privatekonomi. På samma sätt som i företagsmodell A, har andelsägarna ingen formell makt eller ansvar, men självklart kan de vara involverade i olika grad ändå. Graden av planering och struktur blir mer individuell, utifrån preferenserna hos de som driver gården.

Exempel på andelsjordbruk som drivs enligt modell B: Ramsjö gård, Mylla, Tjelderviks gård.

FÖRETAGSMODELL C

Denna modell är ännu ovanlig i Sverige, men finns utomlands. I denna modell är det en grupp konsumenter som har gått ihop för att starta andelsjordbruket. De har vanligen en ideell förening, men skulle också kunna ha en ekonomisk förening eller ett aktiebolag. Ett aktiebolag kräver dock att medlemmarna går in med ett aktiekapital och möjliggör samtidigt att olika medlemmar kan ha olika stor bestämmanderätt utifrån att de äger olika många aktier. Föreningen eller bolaget anställer sedan producenten för att sköta driften. All formell makt och ansvar vilar därmed hos konsumenterna, som gemensamt väljer vad de vill delegera till producenten att sköta. Här blir det viktigt att klargöra vad som förväntas av vardera part och komma överens om lön. Konsumenternas involvering i produktionen blir högre och ofta krävs det att alla medlemmar deltar i arbetsdagar som en del av betalningen för sin andel.

Ett exempel andelsjordbruk som drivs enligt modell C: Gartencoop (Tyskland).

FÖRETAGSMODELL D

Denna modell finns oftast hos gemensamhetsodlingar i Sverige. Här både äger och sköter konsumenterna hela produktionen själva, dvs de är både producenter och konsumenter. De går då in med all arbetstid själva, oftast utan ekonomisk ersättning. Eftersom arbetstiden annars är den största kostnaden gör det att de kan ha betydligt lägre kostnader och ekonomisk omsättning. Istället kräver det mycket tid av medlemmarna att både planera och utföra arbetet. Många händer möjliggör en stor del manuellt arbete, men svårigheten är att organisera alla, varierande förkunskaper hos medlemmarna och olika grad av engagemang gör oftast att produktionen inte blir lika optimerad. Det kan diskuteras om detta ens är ett andelsjordbruk eftersom konsumenter och producenter är desamma, men vi väljer ändå att ta upp modellen då flera av utmaningarna liknar de inom andelsjordbruk.

Exempel på jordbruk som drivs enligt modell D: Tillsammansodlingen (Möndal), Matparkens kollektivlott (Uppsala).

Länkar

coompanion.se
Coompanion erbjuder gratis rådgivning och stöd till de som vill starta företag tillsammans. Finns i alla län.

nyforetagarcentrum.se

almi.se

8.4 BOKFÖRINGS- OCH FAKTURERINGSTIPS

BOKFÖRINGSTIPS

Bokföring kan kännas knepigt att ge sig in på och det kan vara värt att ta lite hjälp till en början. Det kan också vara en stor hjälp att skaffa ett bra bokföringsprogram. Där finns en kontoplan färdig att använda, och du kan oftast enkelt plocka ut rapporter för bokslut, momsdeklaration och annat. En del bokföringsprogram har också en fakturerings tjänst. Är verksamheten liten kan det dock kännas som en för stor kostnad att betala för ett bokföringsprogram och fakturerings tjänst. Det finns godkända enklare gratisvarianter av bokföringsprogram också. Alla gratisprogram är dock inte godkända, så var noga med att kontrollera detta. Det ska kunna gå att spåra ändringar i din bokföring. Därför är det till exempel inte godkänt att bara ha sin bokföring i ett exceldokument, men däremot fortfarande godkänt att bara ha en handskriven bokföring som skrivs med bläckpenna. Föreningar och aktiebolag måste för det allra mesta ha en revisor, och då underlättar det en del att kunna exportera hela bokföringen i en .sif fil som revisorn sedan kan öppna. De flesta bokföringsprogram har den möjligheten.

AV KLARA MÖRK

MEDLEMSKAP – VARA ELLER TJÄNST?

Bland Andelsjordbruk Sveriges medlemmar drivs och ägs företagen ännu som i modell A och B, och konsumenterna är bara i begränsad omfattning involverade i produktionen. Därför bokförs också andelarna som försäljning av livsmedel med 12 % moms. En del tar förutom det också ut en medlemsavgift eller reservationsavgift av sina andelsägare. Medlemsavgifter är momsbefriade. För andelsjordbruk som bedrivs enligt modell C eller D kan medlemsavgifter vara huvudinkomsten, vilket bör vara fördelaktigt ur momssynpunkt. Teoretiskt skulle ett andelsjordbruk också kunna vara utformat så att det andelsägarna köper är en tjänst, men ur momssynpunkt skulle det inte vara fördelaktigt eftersom det är högre moms, 25%, på tjänster än på livsmedel.

Länkar

bokforingstips.se/
Jättebra stöd och hjälp för hur olika saker ska bokföras

FAKTURERING

Även om andelsjordbruk ibland lyfts fram som ett sätt att få in kapital för att täcka kostnader för investeringar i början av en säsong fungerar det sällan riktigt så. Andelsägarna är kanske inte alltid redo att besluta om de vill och kan

verksamt.se/starta/forbered-din-start/bokforing

ta emot grönsaker ett år fram i tiden, och visst utsäde behöver köpas in redan på hösten. Ett visst eget kapital behöver därför finnas i företaget eller föreningen. Dessutom kan det vara svårt för alla andelsägare att betala en så stor summa på en gång och flera andelsjordbruk erbjuder därför delbetalning.

8.5 ATT TA HJÄLP AV VOLONTÄRER – ERFARENHETER FRÅN TJELDERSVIK GÅRD

Att driva ett andelsjordbruk innebär mycket arbete, i synnerhet under högsäsong. Småskalig odling är ett hantverk som kräver mycket manuellt arbete och då kan det underlätta mycket att ha fler händer i jorden under den mest arbetsintensiva perioden. Om steget att anställa personal är ett för stort kliv rent ekonomiskt kan volontärbetare vara ett bra alternativ. Det finns flera olika volontärorganisationer.

AV MATILDA SVAHN

På Tjeldersvik Gård har vi de senaste två säsongerna haft volontärer genom nätverket wwoof (world wide opportunities on organic farms). Som gård går du med i nätverket och betalar en årsavgift på 40 Euro (2019). Du skapar sedan en profil på hemsidan (wwoof.se) där du presenterar din gård och beskriver vilken typ av arbete ni behöver hjälp med och i vilken omfattning volontärer förväntas arbeta. Grundtanken är att volontärer arbetar på gården mot mat och husrum. Varje gård sätter upp sina rammar, men praxis verkar ligga på 30 h arbete per vecka mot mat och husrum. Detta har vi upplevt som en bra nivå. Eftersom det är volontärbete, har det känts naturligt att det legat på en lite lägre nivå än ett heltidsarbete tidsmässigt. Arbetet på en gård under högsäsong kan ju pågå dygnets alla ljusa timmar, därför tror vi det är viktigt att ha tydliga arbetstider för volontärerna så att ingen upplever att de fått arbeta orimligt mycket. För att det ska fungera behövs ett ömsesidigt förtroende och en vilja att göra det till en positiv upplevelse från både gårdens och volontärernas håll.

Vi har varit mycket nöjda med att ha volontärer. Det har i de allra flesta fallen fungerat mycket bra och varit en positiv upplevelse både för oss som gård och för volontärerna. Båda parter får lämna omdömen om varandra på hemsidan efter avslutad vistelse. Dock har vi haft ett fåtal som varit omotiverade och inte fungerat väl vare sig med de andra volontärerna eller med oss som värdar och som därför fått lämna gården i förtid. Detta är något man som värd måste vara beredd att kunna hantera. För att undvika detta är det viktigt att vara tydlig i sin profil och arbetsbeskrivning på hemsidan. Det kan även vara klokt att ta en telefon- eller skypekontakt med volontären innan man säger ja till en förfrågan att komma till gården. Då får man en lite bättre bild av personen i fråga.

Den största fördelen vi ser med att ha volontärer är att ha fler händer i jorden under högsäsong. Det minskar arbetsbelastningen och skapar en härlig känsla av att vara ett team som jobbar tillsammans. Det är också fantastiskt roligt att få ta intryck och få del av andras erfarenheter. Vi har haft turen att ha två agronomstudenter som volontärer, vilket ju var mycket intressant och utvecklande även för oss. De flesta volontärerna har dock haft mycket liten erfarenhet av odling, men så länge det finns en god motivation och ett intresse för att lära har detta inte varit något problem. Det är mycket berikande att ha så många

Länkar

wwoof.se
workaway.info



olika kulturer och språk på gården. Det är lite som att resa, fast världen reser till dig istället för att du reser ut i världen.

Gebrihiwet Sultan, anställd
hos Nybrukarna 2018

Nackdelar är att det ju är sårbart att förlita sig på volontärer som du inte med säkerhet kan veta att de verkligen dyker upp. Det kan också visa sig vara en person som inte passar in på din gård. Men vår erfarenhet säger att de ovan nämnda nackdelarna hör till undantagen. Det gäller dock att hitta en bra balans mellan privatliv och volontärlivet på gården, upplevde vi. Även om vi var nöjda med de allra flesta volontärerna upplevde vi alltmer ett behov av att värna vårt privatliv. Här behöver man tänka efter och sätta upp regler för sin egen gård så att det blir den positiva upplevelse det är tänkt att vara.

Foto:
Maja Söderberg

8.5 ATT ANSTÄLLA

VÅGA ANSTÄLLA!

Det finns en stor glädje i anställa – i att man faktiskt skapar jobb, i att få en kollega, i att kunna åka på semester och veta att verksamheten rullar på. Eller kanske att få in nya kunskaper och idéer. Att anställa tvingar en dessutom ofta att förbättra rutinerna i företaget. För att den anställda ska kunna arbeta effektivt behöver man strukturera sin verksamhet så att någon annan förstår den – vilket samtidigt brukar leda till att man inser att man gör vissa saker i onödan, eller i alla fall onödigt krångligt.

AV MAJA SÖDERBERG

Hos många finns det en rädsla för att anställa, man tror att det är svårt och krångligt. Jag tycker att mycket av den rädslan är obefogad. Precis som med allt annat behöver man sätta sig in i vad det innebär och ta ställning till de olika alternativ som finns. Men på det här området har myndigheterna faktiskt gjort det enkelt och tydligt. All information finns på verksamt.se. Så var inte rädd för att anställa när ni har behov och ekonomi för det. Och det man inte kan från början lär man sig längs vägen.

ANLITA MED F-SKATT

Det allra enklaste sättet att ta in hjälp är att anlita en person som har F-skattsedel, en företagare alltså. Denne fakturerar för sina tjänster/timmar

och du betalar fakturan precis som vilken annan faktura som helst. Du betalar en högre timlön eftersom arbetsgivaravgifter, försäkringar, pension, friskvård och annat som en anställd kan tänkas kosta ska täckas av dennes företag. Du behöver inget anställningsavtal eller annat avtal, men vill du vara säker på att personen dyker upp och inte väljer ett annat uppdrag, kanske du ändå vill avtala ett visst antal timmar, eller ett visst uppdrag som ska slutföras.

DAGS ATT ANSTÄLLA

När du bestämt dig för att anställa någon är det två saker du behöver göra:

- **Registrera dig som arbetsgivare**

När du första gången ska betala ut ersättning för arbete ska du registrera dig som arbetsgivare. Det gör du enkelt på verksam.se.

- **Skriva ett anställningsavtal**

Vad ett anställningsavtal måste innehålla hittar du på verksam.se. Mitt tips är att ladda ner en mall från någon seriös aktör som en fackförening eller ett företag som jobbar med löneprogram/bokföring. Det finns några olika anställningsformer – välj den som passar ert upplägg bäst. Du kan läsa om de olika formerna på verksam.se.

ERFARENHETER FRÅN ATT ANSTÄLLA MED NYSTARTSSTÖD

En riktig win-win tyckte vi i Nybrukarna det var när vi anställde en nyanländ. Denne fick sitt första jobb i Sverige och fick dessutom möjlighet att träna svenska, lära känna många svenskar, fick svenska referenser etc. Tack vare nystartsstödet fick vi en riktigt duktig anställd till en låg kostnad, men vi fick också odlingskunskaper vi inte själva besatt och inte minst många intressanta samtal under arbetets gång. En bransch som vår är perfekt som första jobb för en nyanländ eftersom man inte behöver kunna särskilt bra svenska för att förstå vad man ska göra – det går ju bra att demonstrera och sedan jobba bredvid varandra.

En person med rätt till nystartsstöd behöver inte vara nyanländ utan det kan även vara en långtidsarbetslös eller någon som varit sjuk en tid.

Läs mer

Läs mer om
Nystartsstöd hos
arbetsformedlingen.se/

[verksam.se/driva/anstalla/
nar-du-ska-anstalla](http://verksam.se/driva/anstalla/nar-du-ska-anstalla)

8.6 FÖRSÄKRINGAR OCH PENSION

Här nedan listas några olika försäkringar, som kan vara relevanta för ett andelsjordbruk. Försäkringsbolagen paketerar dessa så att de passar ert andelsjordbruk. Kanske behövs det inte så omfattande försäkring i början, utan man får bygga på i takt med att man växer och ekonomin tillåter det. Men att se till att de som jobbar på, och besöker andelsjordbruket, är försäkrade kanske är ett minimum. Och en tjänstepension till bonden är kanske rimligt så snart ekonomin tillåter?

- **Medhjälpförsäkring:** Som andelsjordbruk är det viktigt att andelsägare, volontärer, anställda och andra som hjälper till eller besöker odlingarna är försäkrade.
- **Försäkring av skörden:** Det finns försäkringar av grödorna som gäller vid brand, hagel, frost etc. Ofta är de dock väldigt dyra och troligtvis inte anpassade, eller värda att teckna, för ett andelsjordbruk.
- **Ansvarsskydd:** En försäkring för din verksamhet om du får skadeståndskrav för person- eller sakskada från någon utomstående. Som matproducent skulle det kunna vara om det värsta händer och dina

AV MAJA SÖDERBERG

produkter har blivit kontaminerade och orsakat att någon blivit sjuk eller förgiftad av dem.

- **Egendomsskydd:** Detta brukar vara en grundförsäkring som omfattar lokaler och inventarier. Men om andelsjordbruket startar med väldigt lågt värde i lokaler, maskiner och redskap är det inte säkert att den är meningsfull från start. Tänk att ni behöver kunna klara att driva verksamheten vidare även om ni får exempelvis ett inbrott eller skadegörelse.
- **FORA-försäkring** (tjänstepension och försäkring av anställda): Genom den är företagets samtliga anställda försäkrade och den inkluderar även tjänstepension. Om du ska anställa en person med någon typ av stöd brukar arbetsförmedlingen kräva att företaget har en FORA-försäkring.

Detta var några exempel på försäkringar som kan vara aktuella för ett andelsjordbruk. Men givetvis väljer ni försäkringsskydd efter just er verksamhet och era förutsättningar.

8.7 ERFARENHETER AV TIDSSKRIVNING

AV KLARA MÖRK

Vi på Kollinge Torpargård började med tidsskrivning dels för att vi ville se vad vi la tid på, dels för att vi bestämde att fördela lön i odlingskooperativet utifrån hur många timmar man arbetade. Första åren var det också värdefullt för startstödet då vi behövde kunna visa att vi verkligen arbetade med minst en heltidstjänst på gården för att få behålla startstödet. Det var svårt för oss att få startstödet, mycket för att andelsjordbruk var nytt i Sverige och handläggarna på Jordbruksverket var skeptiska till att vårt småbruk skulle kunna bidra med någon inkomst. De trodde snarare och att vi skulle omvandla det till en hobbyodling istället. Vi hade också utgått från många av Jordbruksverkets pärmar när vi gjorde vår budget och odlingsplanering och ville kunna utvärdera om vi la rimligt mycket tid på våra odlingar i förhållande till det som vi såg som kommersiellt gångbart. Pärmarna är dock uppdelade på några vanliga grödor såsom morötter eller tomater och vi tänkte därför först bokföra hur mycket tid vi la på varje gröda. Det blev snabbt ohanterligt och ointressant. Vi har för många grödor, och att bokföra utifrån växtgrupper kändes inte som intressant data.

KATEGORIER

Första året hade vi ett stort papper på väggen och försökte beskriva vad vi hade gjort utifrån kategorier medan vi skrev ner vår tid. Det blev många kategorier, vi tre tolkade dem lite olika, och det blev svårt att läsa ut tydliga mönster ur sammanställningen. Men den gav oss en första överblick av vilka arbetsmoment vi ägnade mycket tid åt. Därefter enades vi om ett antal kategorier och vad de innefattade. Eftersom alla inte hade smartphones gjorde vi månadsblanketter i Excel som vi satte upp på väggen. Sedan dess har vi hållit oss till ungefär samma kategorier med några mindre justeringar.

Det visade sig att vi sysslar mycket mer med administration än vad modellerna från Jordbruksverket som vi utgått från gjorde. Det beror på att vi ägnar mycket tid åt att kommunicera med alla kunder. Till viss del var det moment vi kunde effektivisera med enklare fakturering, utskick av generell information och enklare metoder för om någon t ex ville avbeställa sin låda. Till viss del var det sådant som kändes värdefullt att lägga tid på, som att skriva nyhetsbrev med

recepttips eller etablera personlig kontakt med varje medlem.

Ladda ner

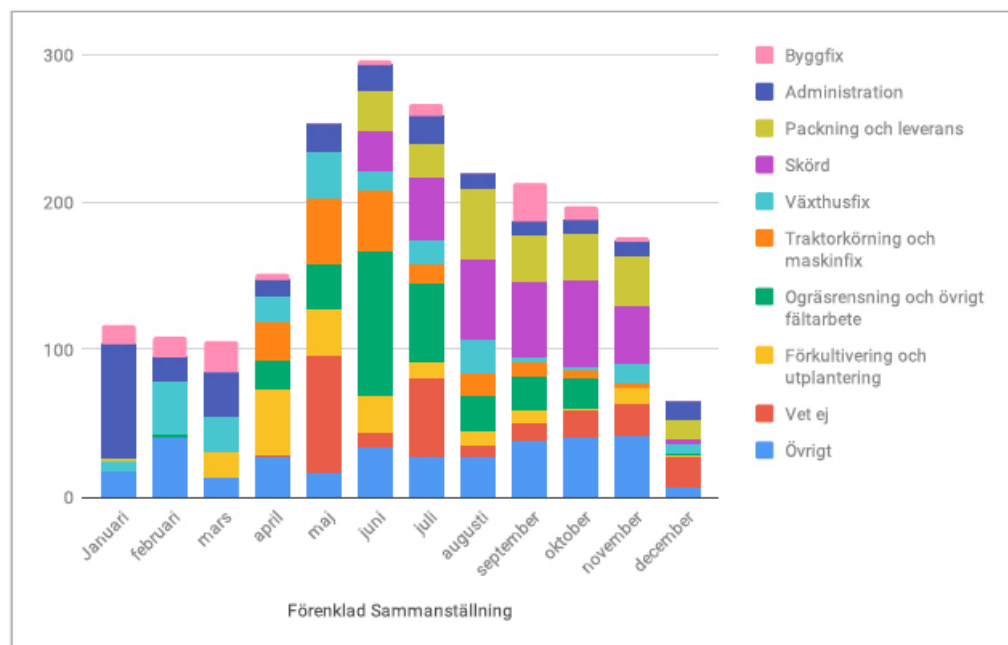
Vi kör traktor och använder diesel, och ser det som svårt i den odling vi har nu att helt komma ifrån det. Men vi ville gärna se hur mycket traktor vi körde, kunna jämföra med andra typer av jordbruk och se om vi kunde minska traktortiden. Vi insåg också att vi la en hel del tid på att laga och fixa med alla gamla maskiner. Även om det ibland kan vara kul, finns det en gräns när maskinerna inte längre är vare sig ekonomiskt, miljömässigt eller tidsmässigt effektiva. Bokföring av hur mycket tid vi la på maskiner gjorde det lättare att jämföra med den tid arbetet tar utan maskin.

Med bokföringen av tid kunde vi tydligt identifiera vilka moment vi la mest tid på, såsom skörd och packning, och prioritera att effektivisera de momenten. Genom att jämföra år från år kan vi också se att åtgärder för att effektivisera faktiskt har gett resultat.

Självklart kan man se allt detta även utan statistik på det, och det är möjligt att vi hade vidtagit samma åtgärder och tänkt på samma vis även utan statistik. Jag vill egentligen inte råda någon att föra eller inte föra statistik, utan mer dela med mig av det material vi har, som vi själva saknade när vi startade och skulle försöka beräkna hur mycket tid det var rimligt att lägga på olika moment i odlingarna.

*Kollinge Torpargårds mall
för att registrera arbetid:*

<http://handbok.andelsjordbruksverige.se/erfarenheter-av-tidsskrivning/>



*Tidsbeskrivning på
Kollinge Torpargård
2018*



Foto
Maja Söderberg

9. LAGAR & RIKTLINJER FÖR LIVSMEDELSPRODUKTION, HANTERING & FÖRÄDLING

När man blir frustrerad över djungeln av lagar och riktlinjer som reglerar livsmedelsproduktion, hantering och förädling kan det vara bra att komma ihåg att de syftar till att alla livsmedel ska vara säkra. Att skaffa sig kunskaper om risker kring mat är faktiskt väldigt viktigt – för bland det värsta som skulle kunna hända oss som producenter är väl ändå om någon skulle bli sjuk av vår mat?

Andra regler, t ex de om gödsling, syftar till att minimera näringsläckaget och därmed övergödningen från jordbruket, också det något vi hoppas att alla andelsjordbrukare tycker är viktigt.

Att veta vilka lagar och regler som gäller för den som ska producera, förädla och sälja livsmedel är tyvärr inte helt lätt. Men de allra flesta svaren finns på Livsmedelsverkets- och Jordbruksverkets webbsidor. Därifrån kan man sedan gräva ner sig allt djupare.

I arbetet med det här kapitlet har vi utgått från frågor som vi samlat in vid några olika events och workshops med andelsjordbrukare och blivande andelsjordbrukare.

**AV MAJA SÖDERBERG
OCH DANA WAGLER**

I arbetsgruppen som har arbetat med att hitta svar och referenser på frågorna i detta kapitel har följande personer ingått:

Maria Danielsson
Linda Isaksson
Dana Wagler
Maja Söderberg

Samtliga texter i det här kapitlet är granskade av Sara Furenhed från Jordbruksverket.

Lagarna och reglerna är tyvärr inte alltid anpassade efter småskaliga producenter och riktas i nuläget inte alls mot andelsjordbrukare. Istället är många av dem skrivna för industriella system. Men eftersom det är de enda som finns rekommenderar Jordbruksverket att man strävar efter att möta de befintliga regelverken och tolka dem i våra olika kontexter så gott det går. Och tänk på att allt blir lättare om man försöker se kontrollerna och kontrollanterna som en hjälp för oss att producera säkra livsmedel.

9.1 LAGAR RESPEKTIVE BRANSCHRIKTLINJER

LAGARNA

Numera är nästan alla regler om livsmedel utarbetade inom EU, och gäller för hela EU. I Sverige gäller även nationella regler om livsmedel i form av lagar, förordningar och Livsmedelsverkets föreskrifter.

BRANSCHRIKTLINJER GÖR DET LÄTTARE

Nationella branschriktlinjer är branschens egna beskrivningar av hur företagen kan göra för att uppfylla livsmedelslagstiftningens krav. Företagarna måste följa bestämmelserna i lagar, förordningar och föreskrifter, men nationella branschriktlinjer är frivilliga att följa.

På Livsmedelsverkets webbsida finns en sammanställning över aktuella lagar och förordningar inom livsmedelsområdet samt till samtliga branschriktlinjer.

9.2 REGISTRERA DIG

1. REGISTRERA FÖRETAGET

När du startar företag ska du registrera detta hos Bolagsverket och Skatteverket, vilket du enklast gör på [verksam.se](https://www.verksam.se).

2. REGISTRERA FÖRETAGET FÖR PRIMÄRPRODUKTION

Alla som driver andelsjordbruk räknas som primärproducenter och ska registrera sig för primärproduktion. Registreringen gör du hos din Länsstyrelse, antingen digitalt eller via blanketten du hittar på Livsmedelsverkets webbsida.

Ska du dessutom förädla livsmedel, hålla större djur eller bin och/eller öppna gårdsbutik behöver du även följande registreringar:

3. OM DU SKA FÖRÄDLA LIVSMEDEL

Anmäl detta till kommunen. Vänd dig till miljökontoret i din kommun.

4. OM DU SKA HA NÖTKREATUR, GRISAR, FÅR, GETTER, FJÄDERFÅ OCH/ELLER BIN

Anmäl djurhållning. Det gör du genom att registrera produktionsplats hos Jordbruksverket.

5. OM DU SKA ÖPPNA GÅRDSBUTIK

Anmäl gårdsbutik till kommunen.

Länkar

[verksam.se](https://www.verksam.se)
[livsmedelsverket.se](https://www.livsmedelsverket.se)
[jordbruksverket.se](https://www.jordbruksverket.se)

9.3 REGLER OCH RIKTLINJER VID EVENTS

Serverar du mat i samband med företagets eller föreningens interna verksamhet behöver du inte registrera dig som livsmedelsföretag. Inte heller om du säljer mat i mindre omfattning, dvs mindre än tio gånger per år.

Källa: De nationella riktlinjerna för säker mat i samlingslokaler

Däremot är det alltid ditt ansvar att maten du serverar är säker. Det är naturligtvis förbjudet att servera något som kan skada konsumenten. Denna regel gäller alla som erbjuder mat åt andra oavsett hur lite eller hur få det gäller. "Livsmedel skall inte släppas ut på marknaden om de inte är säkra"

Källa: Artikel 14 i EU-förordning 178/2002.

För andelsjordbruket innebär detta att så länge du har koll på livsmedelshygien samt använder hygieniska lokaler kan du, utan att registrera detta eller söka tillstånd någonstans, servera mat vid mindre än tio events per år för andelsägare och andra.

De nationella riktlinjerna för säker mat i samlingslokaler kan vara till hjälp för andelsjordbruket. De nationella branschriktlinjerna för utomhusmatlagning är också mycket användbara.

VAD GÄLLER OM DU VILL SERVERA ALKOHOL VID EVENTS?

Vill du även servera alkohol är det alkohollagen som gäller. För att inte behöva söka serveringstillstånd för detta gäller att serveringen:

- avser ett enstaka tillfälle för i förväg bestämda personer,
- sker utan vinstintresse och utan annan kostnad för deltagarna än kostnaden för inköp av dryckerna, och
- äger rum i lokaler där det inte bedrivs yrkesmässig försäljning av alkohol- eller lättdrycker.

Samtliga tre punkter ska vara uppfyllda.

AV MAJA SÖDERBERG
OCH DANA WAGLER

Källor och länkar

De nationella riktlinjerna
för säker mat i
samlingslokaler
Artikel 14 i EU-förordning
178/2002.

De nationella
branschriktlinjerna för
utomhusmatlagning

Systembolaget

9.4 LIVSMEDELFÖRÄDLING

När du ska förädla livsmedel ska du tänka på att:

1. **Kontakta miljökontoret i din kommun**, de bedömer om du behöver registrera din verksamhet, vilket du i så fall gör hos dem.
2. **Skaffa dig kunskaper om livsmedelssäkerhet/livsmedelshygien**, föreslagsvis genom att gå en kurs i Livsmedelshygien och HACCP. Vårt råd är att välja en kurs som riktar sig till småskaliga livsmedelsproducenter. På så vis blir innehållet bättre anpassat till din verksamhet. Sådana här kurser finns också i online-versioner.
3. **Göra en faroanalys (HACCP-plan)**: HACCP är en förkortning av Hazard Analysis Critical Control Point. På svenska blir det faroanalys med kritiska styrpunkter. Det innebär i praktiken att man har en beskrivning för vilka faror som kan uppkomma och hur man motverkar eller åtgärdar dem. Farorna handlar om allergener, bakteriologiska, kemiska och fysikaliska (föremål) faror.

AV MAJA SÖDERBERG
OCH DANA WAGLER



Foto:
Mattias Söderberg

DET VIKTIGASTE FÖR ATT PRODUCERA SÄKRA LIVSMEDEL ÄR ATT LIVSMEDELSFÖRETAGAREN:

- har hygieniska lokaler
- har tillräckliga kunskaper i livsmedelshygien
- har rutiner som förebygger risker i verksamheten
- gör egna kontroller

HYGIENISKA LOKALER

Det är möjligt att använda det privata köket om det går att ordna det hela på ett hygieniskt bra sätt. Reglerna för livsmedelslokaler gäller alla livsmedelsföretagare. Syftet med reglerna är att alla livsmedel som produceras ska vara säkra att äta. Reglerna är målstyrda och det innebär att man kan uppfylla kraven på olika sätt.

OM DU BEHÖVER RÅDGIVNING

Börja med att prata med miljökontoret i din kommun. Deras roll är dock inte att vara rådgivare, utan kontrollanter, vilket gör att de har en begränsning kring att ge konkreta råd. Men mycket hjälp finns ändå att få därifrån, inte minst kan de berätta vilka lagar och regler som gäller, hur kontrollerna går till, etc.

Behöver du mer rådgivning rekommenderar vi att du vänder dig till exempelvis Eldrimner som ger bra rådgivning och utbildningar kring småskaligt mathantverk.

KAN ORGANISERINGEN SOM ANDELSJORDBRUK HA BETYDELSE FÖR OM MAN BEHÖVER REGISTRERA SIN FÖRÄDLINGSVERKSAMHET ELLER EJ?

På träffar inom Andelsjordbruk Sverige har det kommit upp frågor kring om själva organisationsformen andelsjordbruk kan påverka vilka lagar och regler som gäller vid förädling inom andelsjordbruket. Vi ställde frågan till Livsmedelsverket och Pontus Elvingsson som är statsinspektör svarar så här:

- Förädling av grönsaker, t ex syrning, är processer som kräver en viss grad av organisation och kontinuitet. Därför bör livsmedelsföretagarebegreppet uppfyllas även om omfattningen inte är särskilt stor.
- Vilken organisationsform som man väljer spelar mindre roll för om en verksamhet ska registreras eller ej.

Källa
Livsmedelslokaler och
livsmedelshygien.
Livsmedelsverket.se

Livsmedelslokaler och livsmedelshygien.
Livsmedelsverket.se

HACCP och flexibilitet.
Livsmedelsverket.se

Guide till småskalig livsmedelsförädling – en inblick i lagstiftningen. Eldrimner.

- Vilka uppgifter som måste lämnas skriftligt på etiketter beror på bl a om produkten säljs direkt till konsumenten eller inte. Är den färdigförpackad på konsumentens begäran kan merparten av uppgifterna lämnas muntligt.
- Vissa aktiviteter får göras inom ramen för primärproduktionen, se kommissionens vägledning vad som kan anses tillhöra aktiviteter inom primärproduktionen.
- På livsmedelsföretagare ställs vissa kunskapskrav på att de ska känna till sin process, faror och risker etc. Ni hittar dessa krav i bilaga II, KAPITEL XII, i förordning 852/2004. Det innebär att de minst ska kunna visa att de besitter kunskaperna när en inspektör kontrollerar verksamheten.
- En faroanalys måste kunna visas på plats. Om inspektören så kräver det ska den vara skriftlig. Se kommissionens särskilda överväganden för små verksamheter.

9.5 REGLER OCH RIKTLINJER FÖR GRÖNSAKSODLARE

De flesta av frågorna vi samlade in från andelsjordbrukare och blivande andelsjordbrukare inför författandet av det här kapitlet finns det svar på i de nationella branschriktlinjerna. Vi rekommenderar därför att man börjar med att läsa igenom dem och ha dem som utgångspunkt när man skapar rutiner och gör riskbedömning av de olika delarna av sin produktion.

FÖRDJUPAD INFORMATION FÖR GRÖNSAKSODLARE

Utöver det som står i branschriktlinjerna kan man såklart fördjupa sig, både i regler, riktlinjer, forskning och annat. Följande stycke bygger på frågor vi samlat in från andelsjordbrukare och blivande andelsjordbrukare och som inte omfattas av branschriktlinjerna.

VILKA REGLER OCH RISKER GÄLLER KRING GÖDSLING MED URIN?

- Urin får ej användas inom ekologisk produktion.
- Kan eventuellt ge förhöjda kadmiumhalter i grödan.
- Svar från Jordbruksverket om humanurin: "Om humanurin används som gödselmedel inom jordbruk så ingår det i definitionen "övriga organiska gödselmedel" och därmed regleras användningen enligt våra föreskrifter, Statens jordbruksverks föreskrifter och allmänna råd (SJVFS 2004:62) om miljöhänsyn i jordbruket vad avser växtnäring.
- Beroende på varifrån urinen kommer så kan det finnas ytterligare regler. I de flesta fall är humanurin ett hushållsavfall och då behövs normalt en anmälan eller en dispens från lokala renhållningsföreskrifter för att få ta hand om det eller eventuellt via ombud, t ex ett närliggande lantbruk. Detta söker du hos kommunens miljökontor. Denna hantering är ju inte kopplad till just spridning på åkermark, utan till att omhändertagandet sker på annat sätt än via kommunens hushållsavfallsmonopol.
- Tipset från Jordbruksverket är att kontakta miljökontoret för att få information vad som gäller i just din kommun.

AV MAJA SÖDERBERG
DANA WAGLER OCH SARA
FURENHED

Läs mer

Nationella branchriktlinjer för livsmedelssäkerhet vid produktion av frilandsodlade grönsaker och bär

Länkar och mer material finns på:
<http://handbok.andelsjordbruksverige.se/regler-och-riktlinjer-for-gron-saksodlare/>

VILKA REGLER GÄLLER KRING GEMENSAM KOMPOST OCH VID GÅRDSKOMPOST?

Frågan kommer från ett andelsjordbruk som funderade på att organisera en gemensam kompost vid sina odlingar där andelsägare och bybor skulle kunna lägga komposterbart material. Komposten skulle sedan skötas och användas av andelsjordbruket.

Svaret från Jordbruksverket är att respektive kommun ansvarar för frågor som rör kompostering. Kontakta miljökontoret i din kommun om du har den här typen av frågor. Jordbruksverket har också tagit fram en skrift om gårdskompost.

LAGRING OCH TRANSPORT

Elisabeth Ögren på Jordbruksverket ger tips och råd kring lagring och transport av grönsaker:

Kristina Mattssons häfte *Kvalitet och lagring* är det bästa vi har just nu vad gäller lagringstemperaturer. Och de bör man eftersträva även vid transport, om det inte är väldigt korta sträckor förstås. Har man många grönsaker och bara ett lager får man hitta en medelväg. Genom olika placering i lagret kan man ju också förändra miljön, jag menar vad som står närmast kylaggregatet osv. En del odlare jobbar med plastklädda lådor för att höja luftfuktigheten.

VÄXTSKYDD

Det viktigaste när det gäller växtskydd är att arbeta förebyggande såsom att planera en god växtföljd, att välja resistent sorter och att se till att plantorna är i god kondition (rätt mängd tillförd gödsel och vatten). Men ibland kommer en invasion av skadeinsekter eller vädret orsakar ett svampangrepp och då kan det bli aktuellt att använda växtskyddsmedel. Reglerna om integrerat växtskydd eller IPM (Integrated Pest Management) gäller alla som odlar yrkesmässigt. Mer information hittar du på sidan Integrerat växtskydd på jordbruksverket.se.

Läs mer

Kompostering. En handledning om kompostering på gårdsnivå.
Jordbruksverket

Kvalitet och lagring
Kristina Mattsson
Jordbruksverket

9.6 REGLER OCH RIKTLINJER FÖR BEVATTNINGSDAMM

För att anlägga en bevattningsdamm behöver du ansöka om tillstånd för vattenverksamhet hos Länsstyrelsen. Det kan också vara bra att diskutera utformningen av dammen med dem. Anlägger du en våtmark finns det stöd att söka via Länsstyrelsen, medan om du anlägger en mer traditionell bevattningsdamm så är det svårare att få stöd. Rådfråga din länsstyrelse.

AV MATILDA SVAHN

VATTENKVALITET

Vattnets hygieniska kvalitet kan variera mycket beroende på vattenkällan och dess omgivning. Något som också kan påverka vattenkvaliteten, är bevattningsanläggningens skötsel och underhåll. Det finns många olika ämnen som gör vattnet mer eller mindre lämpligt att använda till bevattning. Krav på bevattningsvattnets kvalitet varierar beroende på vilka grödor som odlas och när under växtperioden som bevattningen sker. Ju närmare skörd, desto renare vatten krävs i vissa fall. Vatten från sjöar och vattendrag kan innehålla smittsamma ämnen som kan sprida sjukdomar till både människor och djur. Är det känsliga grödor som ska bevattnas, dvs något som kan ätas direkt utan att

det tillagas först, kan det vara bra att man tar vattenprover och låter analysera vattnet. Det är framförallt halten av tarmbakterierna E.coli (Escherichia coli) och fekal-streptokocker samt eventuell förekomst av salmonella som ger en bild av vattnets hygieniska status. Vid vattenprovtagning bör man dock vara medveten om att det provsvar man får, endast gäller för det vatten som fanns där vid provtagningstillfället. Således ger vattenanalyser bara en fingervisning om vattenkvaliteten. I dagsläget finns det inga officiella standarder eller normer som reglerar bevattningsvattnets hygieniska kvalitet i Sverige, men arbete pågår för att ta fram sådana.

Vatten i öppna vattendrag och sjöar kan innehålla skadliga organismer med risk för smittspridning till människor och djur (patogener) om det t ex innehåller avloppsvatten från reningsverk eller enskilda avlopp. Även läckage från gödselvårdsanläggningar etc. kan påverka vattenkvaliteten negativt. I stillastående vatten kan också uppförökning av patogener äga rum. Detta kan medföra problem i grödor avsedda för direktkonsumtion som sallat, blomkål, broccoli och jordgubbar.

SÄKERHET

Dammar, fasta brunnar och fasta behållare som inte är slutna och där vatten eller annan vätska förvaras, ska ha skydd som begränsar risken för personskador till följd av fall i vattnet eller vätskan.

ALLMÄNT RÅD

Skyddet mot barnolycksfall är särskilt viktigt. Exempel på utformning som minskar risken för barnolycksfall är flacka stränder eller ett minst 0,9 meter högt staket som barn inte kan krypa under eller klättra över. Grindar i staketet bör inte kunna öppnas av barn.

9.7 REGLER FÖR ÄGG, MEJERI OCH HONUNG

REGLER OCH RIKTLINJER FÖR ÄGGPRODUCENTER

Vad gäller om man vill inkludera ägg i sina andelar eller sälja ägg i andelsform?

På sidan åtta i Livsmedelsverkets skrift Försäljning av små mängder finns en tydlig beskrivning av vad som gäller. Direkt på Livsmedelsverkets webbsida finns ännu mer info.

REGLER OCH RIKTLINJER FÖR BIDLARE

Vilka regler finns för den som vill sälja honung i andelsform eller inkludera honung i sina andelar?

- På sidan sex i Livsmedelsverkets skrift Försäljning av små mängder finns en tydlig beskrivning av vad som gäller för den som vill sälja honung i mindre mängd.
- Vi rekommenderar även *Säker honung, biodlarnas nationella branschriktlinjer för hantering av honung*.
- På Sveriges biodlares riksförbunds webbsida finns ett kapitel om livsmedelshygien.
- På livsmedelsverkets webbsida finns info om vad som gäller vid märkning av honung.

Läs mer

LRFs skrift: Bevattningsdammar – hjälp med planering, myndighetskontakt och konstruktion

Jordbruksverkets skrift
Bevattning i grönsaksodling

Boverkets byggregler
(BBR) avsnitt 8:952

AV MAJA SÖDERBERG
OCH DANA WAGLER

Läs mer

Säker honung
Biodlarnas nationella
branschriktlinjer för
hantering av honung

biodlarna.se
livsmedelsverket.se

Försäljning av små
mängder
Livsmedelsverket



Foto
Jorge Zapico

REGLER OCH RIKTLINJER FÖR MEJERI

Vad gäller om man vill sälja mejeriprodukter i andelsform eller inkludera mejeriprodukter i sina andelar?

- På sidan 11 i Livsmedelsverkets skrift *Försäljning av små mängder* finns en bra beskrivning för vad som gäller vid försäljning av mejeriprodukter i små mängder.
- Riktlinjer hittar du även i de nationella branschriktlinjerna *Hantverksmässig tillverkning av mejeriprodukter* del 1 och del 2, samt i *Nationella branschriktlinjer för hygienisk mjölkproduktion*.
- Vad som gäller kring opastöriserad mjölk hittar du på Livsmedelsverkets webbsida.

Läs mer

Hantverksmässig
tillverkning av
mejeriprodukter
del 1 och 2

Nationella branschriktlinjer
för hygienisk mjölk-
produktion

9.8 REGLER OCH RIKTLINJER FÖR KÖTTPRODUCENTER

FÖRUTSÄTTNINGAR FÖR ATT SÄLJA KÖTT I ANDELSFORM

Att sälja kött i andelsform är en ganska ny företeelse i Sverige och än så länge är det främst lammproducenter som anammat andelsmodellen. Frågor om hur man kan organisera köttförsäljning i andelsform har ställts på Andelsjordbruks Sveriges events och här har vi försökt samla de regler och riktlinjer man har att förhålla sig till.

REGLER FÖR STORA DJUR

Du får inte själv slakta, stycka och leverera kött från större husdjur som gris, nöt, kalv, får, lamm eller struts direkt till konsument eller lokal detaljhandel.

Du får inte heller sälja till exempel ett avlivat helt lamm eller gris. För sådan verksamhet gäller kraven i hygienförordningen, vilket innebär att du behöver ha en godkänd anläggning.

Däremot får du förmedla kött av sådana djur. När du skickar dina djur

AV MAJA SÖDERBERG
OCH DANA WAGLER

till ett godkänt slakteri kan du ta tillbaka färdigstyckat och förpackat kött från dina egna djur. Köttet får du sedan leverera till konsumenter från en registrerad detaljhandelsanläggning, till exempel en gårdsbutik, eller genom att transportera ut förbeställda köttlådor direkt från slakteriet till konsumenter.

Läs mer

Försäljning av små
mängder
Livsmedelsverket

livsmedelsverket.se

Branschriktlinjer för
småskalig slakt och
styckning av storboskap,
gris och lamm

Nationella branschriktlinjer
för livsmedels- och
fodersäkerhet vid lamm-
och nötköttsproduktion

Nationella branschriktlinjer
för livsmedels-
och fodersäkerhet vid
grisproduktion

Ur Jordbruksverkets skrift *Försäljning av små mängder*.

- På Livsmedelsverkets webbsida kan du läsa om vad som gäller för dig som vill starta ett slakteri eller en styckningsanläggning.
- På sidan 13 i Jordbruksverkets skrift *Försäljning av små mängder* finns tydlig info om vad som gäller vid försäljning av t ex köttlådor till konsument.
- *Branschriktlinjerna för småskalig slakt och styckning av storboskap, gris och lamm* riktar sig till slakterier och styckningsföretag
- *Nationella branschriktlinjer för livsmedels- och fodersäkerhet vid lamm- och nötköttsproduktion*
- *Nationella branschriktlinjer för livsmedels- och fodersäkerhet vid grisproduktion*

MEN KAN INTE ETT ANDELSJORDBRUK OMFATTAS AV UNDANDAGET FÖR HEMSLAKT?

Den här frågan har vi i Andelsjordbruk Sverige fått vid flertalet tillfällen. Därför har vi bitt Livsmedelsverket svara på den.

Hemslakt är förbehållet den person som på produktionsplatsen bedriver verksamheten och är boende där, därav namnet. Möjligtvis skulle personer i ett kollektivt boende på platsen som bedriver djuruppfödning kunna omfattas av hemslaktundantaget.

Pontus Elvingsson, statsinspektör på Livsmedelsverket

För att verkligen utreda möjligheterna vidare frågade vi även vad reglerna skulle säga om andelsägarna köpte djuret levande och registrerade sig hos Jordbruksverket som innehavare. På det svarar Pontus:

Huvudregeln är att hygienreglerna och kravet på besiktning av vissa djurslag inte gäller om djuren föds upp, slaktas och konsumeras i det egna hushållet. Avlivning av djuret ska dock ske enligt djurskyddslagen på ett korrekt sätt. Som jag ser det är det möjligt att varje andelsägare registrerar en produktionsplats och får ett s.k produktionsplatsnummer på sin hemadress. Djuren köps levande, transporteras dit och slaktas efter en tid hos den nya djurhållaren. En produktionsplats måste dock ha förutsättningar att kunna hålla djur dvs mark, stängsel etc. Det finns inte reglerat hur länge ett djur ska kunna vistas på den nya platsen innan ”hemslakt” kan ske. Fungerar alltså inte om man bor i en lägenhet eller på ett ställe där det finns restriktioner att hålla vissa djurslag.

REGLER FÖR FJÄDERFÄ OCH HARDJUR

Däremot hänvisar Pontus Elvingsson till djurslag som t ex kanin och fjäderfä för vilka han skriver:

Där [finns] ju särskilda undantagsregler för kraven på besiktning vilket innebär att slakt kan ske på produktionsstället och rätt stora volymer kan säljas direkt till konsumenter.

Så här formuleras dessa regler i Jordbruksverkets skrift *Försäljning av små mängder*:

- En producent får leverera kött från sammanlagt högst 10 000 fjäderfä och hardjur per år direkt till konsument, eller till detaljhandel i Sverige som levererar direkt till konsument.
- Fjäderfä avser tamfjäderfä som kyckling, höns, gäss, änder, pärlhöns och kalkoner, samt hägnad vildfågel som fasaner, duvor, vaktlar och raphöns. Strutsfåglar betraktas inte som fjäderfä.
- Hardjur avser kaniner, harar och gnagare.
- Djuren ska vara producentens egna och ska ha slaktats på producentens anläggning på gården.
- I samband med slakt måste reglerna om djurskydd vara uppfyllda. Kontakta Jordbruksverket för mer information.

REGLER FÖR SLAKT OCH STYCKNING AV FJÄDERFÄ OCH HARDJUR

Läs Livsmedelsverkets kontrollwiki “Minneslista vid godkännande: slakt av fjäderfä och hardjur” och “Minneslista vid godkännande: styckning av fjäderfä och hardjur”

REGLER FÖR FÖRÄDLING AV KÖTTRÅVAROR

För dig som även vill förädla kötttråvaran rekommenderar vi *De nationella branschriktlinjerna för hantverksmässig charktillverkning del 1, 2 och 3*.

Läs mer

Försäljning av små
mängder
Livsmedelsverket

livsmedelsverket.se

Branschriktlinjer
Hantverksmässig
charktillverkning
del 1, 2 och 3
Eldrimmer



Foto
Jorge Zapico

10. STARTA ANDELSJORDBRUK

Ett andelsjordbruk kan man gärna starta i liten skala och sedan bygga upp successivt. Du behöver varken ha egen mark eller göra några stora investeringar. Modellen passar också dig som redan driver ett jordbruk, men vill skapa närmare relationer och sälja direkt till slutkunderna.

AV MAJA SÖDERBERG

Behövs det ett andelsjordbruk där du bor? Vill du köpa din mat från ett andelsjordbruk? Det går alldeles utmärkt att starta konsumentdrivna andelsjordbruk! I Sverige är det än så länge producenter som har startat och drivit utvecklingen av andelsjordbruk. Men i andra länder tas initiativet ofta från konsumenthåll som sedan sluter avtal med en eller flera producenter. Så startade det t ex i Japan och så har utvecklingen drivits i exempelvis Norge.

10.1 STARTGUIDE FÖR PRODUCENTER

AV MAJA SÖDERBERG

Inget andelsjordbruk är det andra likt, och det är just det som är tjusningen. Genom att utgå från dina värderingar och lokala förutsättningar bygger du ett andelsjordbruk som passar dig och ditt lokalsamhälle. Använd gärna nedanstående frågor som stöd när du designar ditt andelsjordbruk, men låt de inte begränsa dig utan tänk gärna fritt och nytt!

1. SYFTE

- Varför vill du driva andelsjordbruk?
- Vilka grundvärderingar/vilken filosofi vill du bygga ditt andelsjordbruk utifrån?

2. GRUNDFÖRUTSÄTTNINGAR

- Har du mark, gård eller liknande att utgå ifrån? Beskriv den. Om inte, vad behöver du och hur hittar du den?
- Finns det någon befintlig verksamhet att bygga vidare på?
- Finns någon infrastruktur, redskap etc?

3. DIN AFFÄRSMODELL

- Vad ska du sälja – vad får man som andelsägare hos dig? Hur involverar du blivande andelsägare i processen för att bestämma detta?
- Vilka vill du ha som andelsägare? Privatpersoner? Definiera i så fall närmare. Restauranger, och i så fall vilka? Offentliga kök?
- Hur många andelar vill du sälja första säsongen? Hur många har du som mål på längre sikt?
- Hur skaffar du andelsägare?
- Hur bygger du relationer med andelsägarna och får dem att känna sig delaktiga i andelsjordbruket? Hur mycket vill du att andelsägarna ska vara involverade?
- Transparens – hur visar du andelsägarna hur din produktion går till?

4. PRODUKTIONEN

- Hur sprider du din produktion så att andelsägarna kan få återkommande leveranser?
- Under vilken period kan du leverera? Vill och kan du utöka den perioden?

5. LOGISTIK OCH PACKNING

- Hur får andelsägarna sina andelar? (utlämningsplatser, hämta på gården, hemkörning etc.)
- Hur minimerar du tiden för packning?
- Kan andelsägarna avboka? Hur många leveranser? Hur går det till?

6. EKONOMI OCH ORGANISATIONSFORM

- Vilka investeringar behövs för att komma igång? Hur finansierar du dessa investeringar?
- Vilken är din ”mållön”? Hur och när ska du nå den? Vilket är din ”minimilön”, dvs vad måste du ha i lön redan från början för att kunna fortsätta.
- Vad ska en andel kosta? Vad får andelsägaren för det priset? Betalar man även medlemsavgift eller bokningsavgift?
- Hur ska betalningen göras? Förskottsbetalning, månadsvis...?
- Hur länge binder sig andelsägaren? På vilket sätt avtalar ni detta?
- Organisationsform? Är du själv eller är ni flera? Vilken organisationsform passar era behov bäst?
- Hur planerar du för att ni som producenter ska må bra? Semester, arbetstider, friskvård osv?

7. REGISTRERING, LAGAR OCH REGLER

- Vilka lagar och regler berörs ditt andelsjordbruk av?

10.2 STARTGUIDE FÖR KONSUMENTDRIVNA ANDELSJORDBRUK

I Sverige har vi än så länge (vad vi vet) inga konsumentdrivna andelsjordbruk. I Norge är det däremot mycket vanligare och vi har därför valt att använda den startguide som vår norska systerorganisation Andelslantbruk Norge har gjort. (De har i sin tur utgått från guiden i boken *Sharing the harvest* av Elisabeth Henderson och Robyn Van En.) Vi har gjort en översättning från norskan, med några mindre justeringar.

ÖVERSATT OCH
BEARBETAT FRÅN NORSKAN
AV MAJA SÖDERBERG

1. INITIATIVTAGARNA BÖRJAR GÄRNA MED ATT HITTA ANDRA INTRESSERADE

- Via vänner och grannar.
- Via existerande grupper som t ex LRF, Förbundet Sveriges Småbrukare, Ekologiska lantbrukarna, skolor, arbetsplatser och andra institutioner.
- Via egen facebook-grupp eller via den existerande nationella facebook-gruppen Andelsjordbruk Sverige.

2. ARRANGERA INFORMATIONS- OCH/ELLER UPPSTARTSMÖTEN. MÖJLIG AGENDA:

- Vad är andelsjordbruk?
- Varför äta lokalproducerad mat?
- Varför behöver småskaliga producenter stödjas?
- Förväntad involvering från andelsägarna.
- Om intresset är stort nog; etablera en arbetsgrupp (interimstyrelse) eller kärngrupp.

3. ENAS OM NÅGRA CENTRALA ASPEKTER I DRIFTEN

- Önskar andelsägarna ekologisk mat?
- Är det viktigt att involvera barn?
- Kommer alla medlemmar att bidra med arbetstimmar eller kommer några istället att betala ett högre andelspris?
- Vilka (jordbruks)varor önskar sig andelsägarna?
- Hur önskar man att kommunikationen inom andelsjordbruket ska ske?
- Önskar andelsägarna etnisk och ekonomisk mångfald bland sina medlemmar?

4. ORGANISERA KÄRNGRUPPEN

- Ingå i samarbete med en eller flera bönder.
- Bli eniga om vilka arealer som ska brukas.
- Bestäm hur maten ska distribueras (hämtning på gården, självskörd, levererad till utlämningsplatser, hemlevererad etc).
- Fördela arbetsuppgifterna mellan andelsägarna (och bonden).
- Bestäm andelspriset och fastställ en betalningsplan/betalningsdatum
- Diskutera och godkänn föreslagen budget.
- Klargör andelsägarnas förväntningar på variationen och mängden mat.
- Bestäm spelregler för gårdsbesök såsom tider, parkering, skörderutiner, platser för umgänge etc.
- Enas om vem som äger utrustning som köpts av andelsjordbruket.

5. REKRYTERA FLER MEDLEMMAR TILL FÖRSTA SÄSONGEN

- Häng upp affischer och prata med vänner och bekanta.

Här finns den norska
versionen:
andelslandbruk.no/

I den här boken finns
en amerikansk version:
Sharing the harvest,
Elisabeth Henderson
och Robyn Van En

- Arrangera rekryteringsmöten.
- Informera existerande organisationer och andra relevanta grupper.
- Skicka ut pressmeddelande till lokalmedia.
- Ta kontakt med journalister som kan göra reportage om er.

6. KLARGÖR VAD MEDLEMMARNA ÅTAR SIG, T EX ATT:

- Förskottsbetala sin andel före säsongen, oavsett kvantitet och kvalitet på varorna, som på grund av väder och oförutsedda händelser kan variera (dela risken).
- Bidra på gården, i distributionen och/eller annat andelsjordbruksarbete (dessa saker måste klargöras).
- Skapa vid behov ett kontrakt som klargör vad det innebär att vara med i det här andelsjordbruket.

7. ETABLERAR DEN FORMELLA ORGANISATIONEN AV ANDELSJORDBRUKET

Bestäm vilken organisations- eller företagsform som passar era mål och värderingar bäst. Gratis rådgivning finns att få hos exempelvis Coompanion, Almi och Nyföretagarcentrum. Existerande möjligheter kan vara:

- En ekonomisk förening (kooperativ).
- En enskild firma.
- Ett aktiebolag.
- Ett aktiebolag med vinstutdelningsbegränsning.
- Ett handelsbolag.
- Som en del i ett befintligt företag/organisation.
- En ideell förening i kombination med någon av ovanstående t ex ett bolag som föreningen äger
- Ett samarbete mellan flera företag/organisationer

8. FINANSIERING AV EVENTUELLA INVESTERINGAR

Många andelsjordbruk startar med ett minimum av hyrd eller lånad mark och utrustning. På lång sikt måste investeringar och underhåll göras. Olika lösningar för att finansiera investeringar kan vara:

- Bonden köper in.
- Medlemmarna köper in via gemensamma insättningar eller som en del av andelspriset.
- Andelsjordbruket söker bidrag och/eller stöd (extern finansiering).
- Andelsjordbruket tar lån.
- Andelsjordbruket gör en crowdfundingkampanj.

FÖRFATTARPRESENTATIONER



MAJA SÖDERBERG (RED), NYBRUKARNA

Jag som varit redaktör för den här boken driver, tillsammans med mina kollegor, sedan 2014 andelsjordbruket Nybrukarna i Småland. Jag har tidigare skrivit de hållbara kokböckerna *Sju årstider i Majas kök* och *Majas klimatmat*. Under många år har jag föreläst och utbildat om hållbar mat. Nybrukarna är mitt sätt att kombinera min odlingspassion med engagemanget för hållbar mat.



EMMA LUNDBERG, LIVSLOTTEN

Jag driver andelsjordbruk i södra Östergötland sedan 2018 och brinner för något så enkelt och komplext som bra mat.



DANA WAGLER, THREE OAKS COMMUNITY FARM

Jag är grundaren och verksamhetsledaren på Three Oaks Community Farm. Jag har odlat till självförsörjning i tio år men nyligen valt att sadla om till andelsjordbrukare för att kunna dela skörden och matglädjen med andra. Min drivkraft ligger i att skapa en levande lokal matkultur i Norrköpingstrakten och samtidigt ständigt förbättra jorden och landskapet maten kommer ifrån. Att medverka i denna handbok har lett till att jag upptäckt en skrivarlust jag inte visste att jag hade!



MARIA DANIELSSON, RIKKENSTORP

Maria jobbar dels på gården och har bland annat huvudansvar för hönseriet. Hon är också miljövetare och jobbar som utbildningsledare för Yrkeshögskoleutbildningen Miljö och VA-teknik i Ludvika. Sedan 2016 håller hon tillsammans med sin man i kursen "Agroekologi – Småskalig odling i praktik och perspektiv" via Karlskoga folkhögskola.



ANDERS BERLIN, RAMSJÖ GÅRD

Sveriges första andelsjordbruk startades och drivs av Anders och hans fru Karin sedan 2001. Genom t ex många volontärer på gården har Ramsjö gård varit en viktig aktör för spridningen av modellen i Sverige.



MATILDA SVAHN, TJELDERVIK GÅRD

Matilda driver sedan 2016 andelsjordbruket Tjeldervik gård på Gotland. Hon tycker det är spännande att genom andelsjordbruket få vara med och återskapa människors relation till maten. Hon är utbildad lärare och håller under vintertid kurser i bland annat att baka gotlandslimpa i vedugn, ett gotländskt kulturarv.



ANGELICA LORENTZEN, FD RESTENÄSDALENS ANDELSJORDBRUK

Angelica Lorentzon, drev Restenäsdalens andelsjordbruk 2017-2018 med hjälp av Leader-bidrag. Utbildad biolog, hängiven permakultur och hållbar odling.



KLARA MÖRK, KOLLINGE TORPARGÅRD

Klara driver sedan 2015, tillsammans med sina kollegor, andelsjordbruket på Kollinge Torpargård.



JORGE ZAPICO, NYBRUKARNA

Jorge har utvecklat hemsidan och har gjort layout till handboken. Han jobbar deltid med Nybrukarna på sin gård och annars som forskare på Linnéuniversitet inom data och hållbarhet.

HANDBOKEN FINNS I DIGITALT FORMAT PÅ

[HTTP://HANDBOK.ANDELSJORDBRUKSVERIGE.SE](http://handbok.andelsjordbruksverige.se)