



## **Projektrapport för Tillväxt Trädgård Projekt nr 151**

### **Trädgårdslyft Halland – utveckling av de halländska växthusföretagen för att möta framtiden**

#### **Sammanfattning**

En kursdag genomfördes med sju växthusföretag tillsammans med rådgivare från Cascada AB, Växa Sverige, LRF Trädgård och LRF Halland. Gruppen enades om att det vore väldigt bra att skapa erfagrupper på nytt. Erfagrupperna kan bli ett verktyg för odlarna i deras förändringsarbete, ge kunskapslyft samt en stärkt position att för att kunna driva gemensamma frågor inom näringen. Det beslutades att kursledningen ska undersöka möjligheter att få stöd till start av erfagrupper. Medel ska sökas från Landsbygdsprogrammet, regionen och eller andra finansiärer. Med hjälp av startmedel blir det enklare att administrera träffarna och eventuellt en möjlighet att ha expertmedverkan på träffarna.

#### **Genomförande**

Starten på Trädgårdslyft Halland innebar en kursdag som handlade om behovsinventering hos de halländska växthusföretagen. Denna dag och sammanfattande förstudie har finansierats av Tillväxt Trädgård. Rubriker som togs upp under dagen handlade om tänkta behov hos företagen så som investeringar, företagsledning och personalfrågor, samt teknik- och produktutveckling, försäljning, ägandeform och samarbete. Under dagen fick deltagarna också höra om olika nya företagsverktyg som LEAN hos trädgårdsföretagen samt hur man med hjälp av grafiska redovisningar kan få en tydligare bild av företagets ekonomi och de olika produktionsgrenarna. LRF Trädgård berättade om sitt arbete för att främja näringen.

Kursdagen på Agrocenter i Falkenberg var en mycket givande dag. På dagen deltog sju olika trädgårdsföretag. Två av företagen är större producenter av prydnadsväxter, ett företag har specialiserat sig på pluggplantproduktion och övriga producerar växthusgrönsaker i både mindre och större skala. Från Länsstyrelsen Västra Götaland kom en deltagare och tillsammans med en rådgivare från Cascada, tre deltagare från Växa Sverige, samt representanter för LRF Trädgård och LRF Halland, så. Två andra växthusföretag hade anmält sig, men fick förhinder i sista stund. Företagen har dock lämnat synpunkter kring deras behov angående framtiden.

## **Resultat av diskussionerna**

### ***Ledarskap och LEAN***

Efter Emelie Oskarssons föredrag om LEAN Lantbruk, konstaterade deltagarna att en hel del av LEAN-arbetet görs redan, men att man har varit dålig att skriva ner och dokumentera detta. På ett av de deltagande företagen försöker man fånga upp goda idéer och belöna detta, som ett sätt att skapa engagemang hos personalen. Det är nämligen väldigt positivt att man söker efter ständiga förbättringar i de olika arbetsmomenten. Vidare, Emelie Oskarsson tipsade alla hur bra och effektivt det blir när alla växthusavdelningar får ett tydligt skyltat nummer och alla växthusbord egna nummer likaså. Då undviks fel i arbetet när båda parterna vet vad man pratar om, eller till exempel när utomstående reparatörer ska hitta snabbt till rätt plats.

### ***Produktutveckling och marknadsföring***

Under punkten produktutveckling och marknadsföring diskuterades det faktum att en del krukväxt/blomproducerande företag upplever att försäljningen är väldigt säsongsbetonad och att säsongerna är kortare och intensivare än förr. Då gäller det att ligga rätt i säsongen, annars blir kassationerna stora. Eller så ska man försöka variera produkten med olika tillbehör som julpynt, glitter med mera, för att sälja dem under en längre period. Ett alternativ är att göra något mycket exklusivt i en liten skala, till exempel sälja stora, grenade julstjärnor till hotell, restauranger och andra offentliga miljöer i november till december.

Idag går det inte att sälja blommor/växthusprodukter utan att ha en aktiv och varierande marknadsföring. Och dessutom, som producent måste man vara lyhörd för konsumenternas önskemål. En del av sortimentet ska alltid ligga i framkanten och följa trenderna.

Det diskuterades också vikten att ha mer information om företaget på själva blomkrukan, eftersom plastförpackningen runt blomman slängs. Genom information på krukan kan man profilera företaget, varumärket och den svenska produktionen. Regelverket kring växtpass och spårbarhet diskuterades också och det kan komma att finnas krav på växtpass om växten ska säljas direkt till konsument.

Väljer man att handla sina blommor direkt hos det odlade företaget innebär detta att besöket även blir en upplevelse. Då är det bra om det finns någon sittgrupp för kunder, eventuellt gratis wi-fi eller möjlighet att ta sig en kopp kaffe. Allt detta gör upplevelsen ännu mera positiv och på så sätt skapas mervärden för både kunder och företag. Det är också fördelaktigt om utbudet i gårdsbutiken är brett och därmed är det en bra idé att ta in produkter från andra producenter för att komplettera de egna sortimentet. På detta sätt kan stora och mindre växthusföretag samverka med varandra. Har man en gårdsbutik kan det också vara ett alternativ att göra inspirerande arrangemang eller möblera ett demonstrationsrum med blommor och grönt av olika slag i ett så kallat "show room".

När det gäller växthusgrönsaker, diskuterades det ivrigt behovet att skapa färdiga måltidslösningar. Man ska inte enbart sälja tomater, utan ett helt recept med tomat som en viktig ingrediens. Många av dagens kunder behöver och uppskattar färdiga förslag och lösningar.

Vikten av marknadsföring på sociala medier som Facebook var också en punkt som togs upp och diskuterades.

### ***Samarbete, odlarföreningar och LRF Trädgård***

Det är oerhört viktigt att LRF Trädgård fortsätter med sitt arbete för att verka för en förbättrad och förenklad kemikalielagstiftning i Sverige. För att det ska finnas en trygghet i odlandet och villkoren kring preparatens användning, ska lobbyarbetet vara väl i fas med producenternas behov. Helst ska EU-lagstiftningen tolkas lika i Sverige som i övriga EU, för att skapa lika odlarvillkor.

Den viktigaste punkten blev diskussionen kring behovet att skapa erfagrupper för att stärka odlarkårens vi känsla och för att få ett verktyg att diskutera och lösa olika problemområden tillsammans. Erfarupper har funnits tidigare, men när odlarkåren har minskat, har dessa försvunnit. Nu hade deltagarna önskemål om erfagrupper som tar upp allmänna rubriker som marknadsföring eller till exempel tester med olika jordkvalitet, så att alla olika grenar av växthusföretag kan ha nytta av dessa träffar. Cirka 4 träffar per år ansågs vara ett lämpligt antal för att hålla dialogen och samarbetet levande. Erfagrupper ansågs också kunna vara ett verktyg i företagets förändringsprocess då man kunde få viktiga synpunkter från andra deltagare om man så önskar.

### ***Investeringar***

Rådgivare Jonas Möller Nielsen från Cascada berättade om vikten att ha en investeringsplan och att försöka hålla fast i den. Detta för att företaget ska vara rustad för förändringar hela tiden. Kommer man efter med sin investeringsplan, blir de nödvändiga investeringarna större och tyngre och svårare att genomföra. Han påpekade också hur viktigt det kan vara att ibland låna kapital för större investeringar för att kunna genomföra dem i rätt tid så att företaget bibehåller sin konkurrenskraft.

### ***Företagande***

Genom LRF och LRF Trädgård finns det möjlighet att delta i olika företagsutbildningar eller använda kursmaterialet som finns tillgängligt på nätet. Man kan till exempel använda materialet "Affärsmannaskapets grunder" som ett ämne på en erfaträff.

Vidare, Helena Jauhiainen från LRF Trädgård berättade om de fördelar som den svenska produktionen har och som är viktiga att lyfta och visa för beslutsfattarna och konsumenterna. De svenska växthusföretagen skapar arbetstillfällen året om. I Sverige är vi också duktiga på att använda fossilfri spillvärme som växthusens värmekälla. Odlingssättet i växthus är effektivt eftersom det skapas stora värden på en liten yta. Dessutom så har grönsaker och prydnadsväxter en hälsofrämjande effekt och de bidrar till landets självförsörjningsgrad.

Gruppen diskuterade även hur man löser framtida anställningar. Det är viktigt att det finns trädgårdsutbildningar i Sverige så att odlingstraditionen lever vidare. I dagsläget är det få utbildningar och man behöver arbeta med branschen attraktionskraft. Det talades också om möjligheterna att vidareutbilda arbetskraft med utländskt ursprung. Jonas Möller Nielsen berättade till exempel att han arbetar som mentor för två ingenjörer från Syrien som nu ska vidareutbildas inom växthusteknik.

### ***Analys av företagsekonomi***

Efter rådgivaren Claes Åkerbergs föredrag om grafiska produktionsgrensanalyser, diskuterades hur man på bästa sätt kunde anpassa dessa lantbrukskalkyler till växthusproduktion, särskilt hos de företag som har en mycket varierande blomsterproduktion året om. Kalkylerna och förutsättningarna är väldigt olika för tulpandrivning eller odling av julstjärnor. Hur mycket av värmen eller arbetskraften ska förbrukas av de olika produktionsinriktningarna? Vad är lönsammast, vad blir resultatet?

Dagen avslutades med vidare diskussioner och kursledningen lovade återkoppla till alla deltagare genom en sammanfattning av dagen och arbeta vidare med frågan kring erfagrupper.

Falkenberg 2016-10-17

Pauliina Jonsson, rådgivare Växa Sverige

Bilagor:

Kursmaterial

Ekonomisk redovisning