# Förstudie

## Kunskapslyft och resursförstärkning för livsmedelsproducenter i Region Kalmar län

Agnetha Wibell 2024, Hushållningssällskapet KKB

KUNSKAP FÖR LANDETS FRAMTID

**Kort sammanställning**

**Bakgrund**

**Frågeställningar, fokusgrupper och analys:**

**1a/1b. Utvecklingsambitioner, efterfrågan och eventuella hinder**

A. Primärproduktion

B. Småskalig livsmedelsproduktion

C. Storskalig livsmedelsproduktion

**2. Stöd att komma i gång**

A. Primärproduktion

B. Småskalig livsmedelsproduktion

**3. Vardaglig drift**

A. Primärproduktion

B. Småskalig livsmedelsproduktion

C. Storskalig livsmedelsförädling

**4. Kompetensresurser**

Tillgång till personal, konsekvenser pga kompetensbrist, svårigheter i att hitta rätt kompetens

A. Primärproduktion

B. Småskalig livsmedelsproduktion

C. Storskalig livsmedelsförädling (inkl storskaliga primärproducenter)

**5. Önskvärda kompetenser**

A. Primärproduktion/B. Småskalig livsmedelsproduktion

C. Storskalig livsmedelsproduktion

**Mötesplats-förslag på aktiviteter och insatser**

**Samlad analys-förslag på kompetenshöjande insatser**

# Kort sammanställning

Livsmedelssektorn har olika utmaningar och behov där vardera kategorien har specifika förutsättningar och kräver riktade insatser.

Primärproducenter står inför utmaningar som brist på arbetskraft, höga investeringskostnader och komplexa regelverk. Säsongsberoende produktion och behov av hållbara odlingsmetoder är också centrala utmaningar. Insatser som utbildning i jordhälsa, effektiv bevattning och hållbarhet samt ekonomiskt stöd för automatisering och teknik är viktiga för att stärka denna grupp. Samarbete kring logistik och marknadsföring kan också bidra till att lösa gemensamma problem.

Småskaliga producenter kämpar med begränsade resurser, höga kostnader och svårigheter att rekrytera personal med rätt kompetens. Digitalisering, direktförsäljning och mathantverk är områden där utbildningsbehovet är stort. Det finns också ett behov av bättre anpassade regelverk och stöd för certifieringar och transporter samt distribution. Logistiken kring distribution av färskvaror är problematisk, och regelverk upplevs ofta som anpassade för stora aktörer, vilket gör att små företag hamnar i kläm. Genom att skapa nätverk och erbjuda riktad rådgivning kan små producenter stärkas och bidra till en diversifierad och hållbar livsmedelssektor. Marknadsföring är en kritisk utmaning. Flera företagare beskriver svårigheter att nå ut till nya kunder och använda sociala medier effektivt, ofta på grund av tidsbrist och begränsad kunskap. Trots dessa hinder drivs företagarna av passion och stolthet över sina produkter. De ser potential i sina verksamheter men efterlyser bättre stöd för marknadsföring, enklare regelverk och lösningar för samordnad distribution – avgörande för att deras företag ska kunna överleva och växa.

Storskaliga producenter möter utmaningar inom kompetensförsörjning, hållbarhet och innovation. Specialistkunskaper inom automation, El, VVS och kvalitetsstyrning är avgörande, samtidigt som generationsväxling och rekrytering av unga talanger är kritiska frågor. Företagen behöver stöd för att implementera ny teknik och möta ökade hållbarhetskrav. Samarbete med utbildningsinstitutioner och internationella nätverk kan stärka deras konkurrenskraft och bidra till långsiktig tillväxt. Idag finns en brist på erfarna chefer, och således en efterfrågan på dem.

Region Kalmar läns livsmedelssektor har stor potential för att växa och utvecklas men behöver stöd anpassat till de olika gruppernas behov. Genom att fokusera på utbildning, samverkan och regelverksförenkling kan regionen skapa en konkurrenskraftig och hållbar livsmedelsproduktion som gynnar både företag och samhälle.

# Bakgrund

Förstudien är genomförd på uppdrag av Region Kalmar län under 2024 av Agnetha Wibell, Projektledare på Hushållningssällskapet KKB, och i samverkan med en styrgrupp bestående av Rose-Marie Winqvist, fd Regionalt sakkunnig vid LRF Syd, Annie Roos Universitetslektor i företagsekonomi vid Linnéuniversitetet, Karin Eklund Projektledare livsmedel och besöksnäring Länsstyrelsen Kalmar län, Katarina Johansson Samordnare Kompetensförsörjning Näringsliv och kultur vid Region Kalmar län och Anna Carin Pålsson Industricoach Livsmedelsutveckling Sydost IUC i Kalmar Län.

Uppdraget ligger i linje med den svenska livsmedelsstrategin vilken syftar till att stärka svensk matproduktion och att öka vår självförsörjningsgrad i landet. Livsmedelsnäringen spelar en central roll för Kalmar län och den regionala livsmedelsstrategin har bland annat som mål att fler människor ska välja livsmedel från länet. Regionen har gynnsamma natur- och klimatförhållanden, ett brett spektrum av både små och stora företag, samt stor potential för tillväxt, fler arbetstillfällen och ökad omsättning. Det finns ca 3000 företag i regionen som är verksamma i kedjan mellan ”jord till bord” med ca 9000 anställda. Livsmedelsnäringen i Kalmar län har en högre tillväxt än näringslivet totalt men antal företag minskar. Branschen ska långsiktigt och hållbart öka sin konkurrenskraft, produktivitet och innovationsförmåga. Handlingsprogrammet för perioden 2023–2025 omfattar flera områden, såsom förnyelse, forskning och innovation, kompetensförsörjning, trygg livsmedelsförsörjning, regional matidentitet och måltidsupplevelser m fl. Målet är att stärka branschens långsiktiga hållbarhet genom ökad konkurrenskraft, förbättrad produktivitet och en högre grad av innovation. (Källa Regional Utveckling Kalmar län)

Ett delmål i strategin är att fler människor ska välja livsmedel producerade i Kalmar län men då bör företagens villkor stärkas för att möta upp en framtida efterfrågan. Företagen måste intensifiera sin konkurrenskraft och sin lönsamhet men då krävs åtgärder för att möta upp branschens efterfrågan av rätt kompetens.

Dessvärre har industrin det svårt med rekrytering vilket på lång sikt kan hindra modernisering, försvåra hållbar produktion och, som ett resultat av detta, försämra vår framtida försörjningsförmåga. (Källa: *Var ska livs-medelsindustrin hitta 20 000 nya medarbetare?* Livsmedelsföretagen) I projektet uppger drygt hälften av företagen som svarat på enkäten att det är mycket svårt eller svårt att hitta rätt personal som passar in i deras verksamhet.

En del av Region Kalmar läns ansvar är att driva utvecklingsfrågor som är riktade mot kunskap och kompetens. Denna studie kan ses som en del i regionens regionala utvecklingsstrategi i vilken handlingsprogrammet för regionen ingår och som syftar till att stärka arbetskraften i länet och ringar in flera av områdena: kompetensutveckling, kompetensförsörjning och utvecklingsbehovet hos länets livsmedelsproducenter.

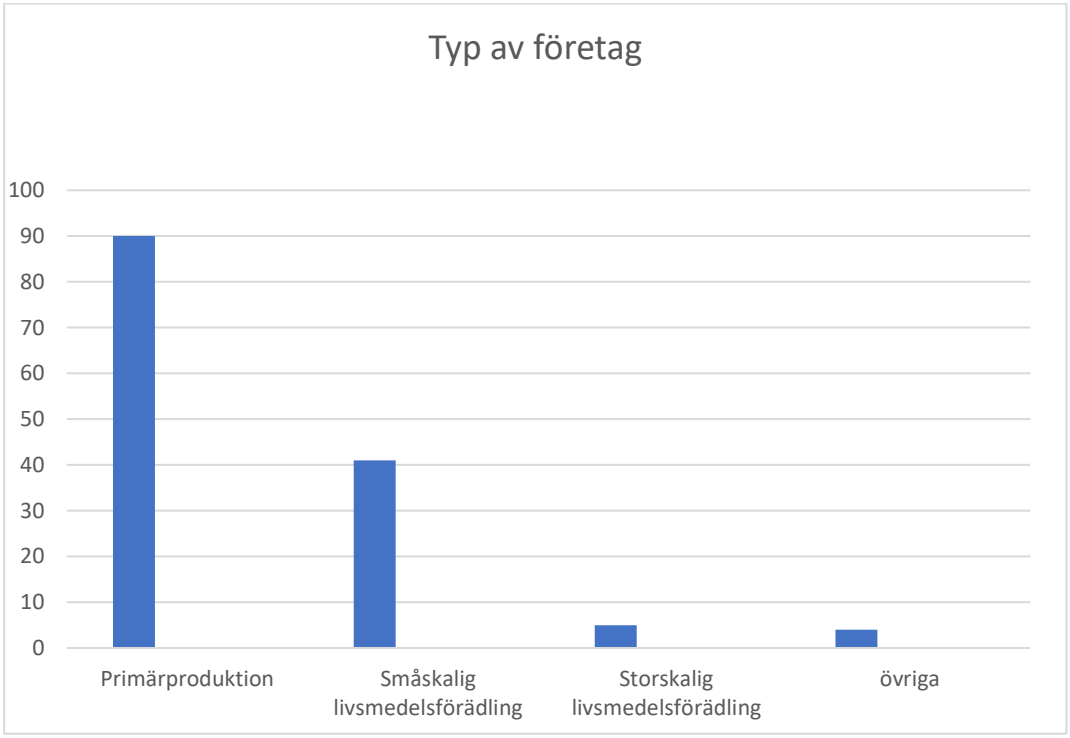
Syftet med denna förstudie är att presentera insatser som kan möta upp efterfrågade behov hos livsmedelsföretagen. För att kunna göra det då måste vi först ringa in vad som hindrar företagens möjligheter att växa och utvecklas. Vi har med hjälp av svar från vår enkät, djupintervjuer, samt specifika frågor och svar till de större arbetsgivarna i länet sammanställt, analyserat och redovisat resultatet i denna förstudie.

Varje kapitel i förstudien inleds med en frågeställning och en redogörelse av svaren vilka därefter tolkas och sammanfattningsvis ges både kortsiktiga och långsiktiga svar på förbättringsåtgärder.

Studiens samtliga resultat kan ligga som stöd för motiverade framtida åtgärder varför vi i sista delen av förstudien redogör för diverse förslag på aktiviteter och kompetenshöjande insatser.

Förstudiens slutsatser grundas på dels 123 enkätsvar, dels 11 djupintervjuer av olika livsmedelsföretag med avseende på antalet anställda, branschinriktning och placering i länet och dels frågor om behovet om kompetensförsörjning till de allra största arbetsgivarna (3) i länet. Sammanlagt är det 137 verksamheter som svart oss i någon form i denna studie. Av djupintervjuerna är 27% primärproducenter, 27% småskaliga livsmedelsproducenter, 27% småskaliga livsmedelsproducenter/primärproducenter 19% storskaliga livsmedelsproducenter.

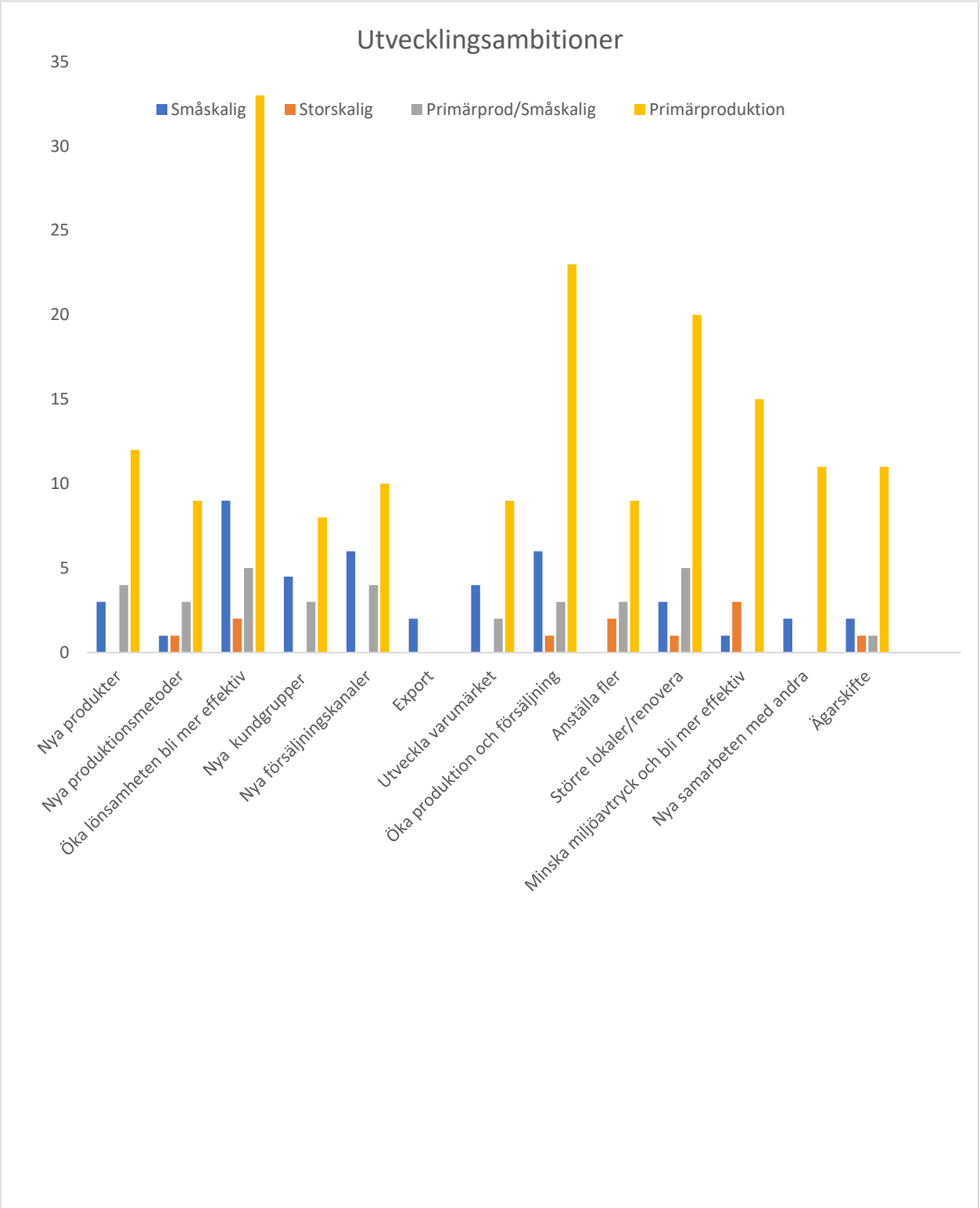
Vi har mejlat enkäten eller skickat den som sms till 1448 adresser/telefonnummer. Vi har en uppfattning om att en stor del av verksamma livsmedelsproducenter har blivit exponerade av den. Det är ca 9% av dessa som svarat på enkäten. Verksamheter som varit delaktiga i förstudien har sammanlagt ca 1966 antalet anställda av totalt ca 9000 anställda inom livsmedelsindustrin i länet, det representerar ca 22% av de sammanlagt anställda i Region Kalmar län. De 11 företag som vi har genomfört intervjuer med ligger som ett komplimenterande svar och ger oss en mer nyanserad bild till enkätsvaren under respektive frågeställning.




Det är 123 som svarat på enkäten och 9% svarar att de både är primärproducenter och småskaliga livsmedelsproducenter. Sammanlagt är det olika 141 verksamheter samlat under 123 livsmedelsproducenter som svarat på enkäten. I tabellerna har vi delat in kategorierna i fyra grupper där den fjärde är primärproduktion/småskalig. Textanalysen utgår ifrån tre olika kategorier och önskar man mer i detalj studera fokusgruppen primärproduktion/småskalig kan man utläsa de värdena i respektive tabell.

## 1a. Inom de närmsta åren, vilka är utvecklingsambitionerna? Välj ett eller flera alternativ. (tot 123 svar)

För att få en mer nyanserad bild om vilka hinder verksamheter står inför för att växa och utvecklas har vi först ställt frågan om deras strävan och verksamhetsmål. Vi är också intresserade av om det finns en skillnad mellan våra olika fokusgrupper och vad i sådana fall det kan bero på.



Fritextsvaren visar att förutom de mer traditionella målen kring lönsamhet, effektivitet och hållbarhet finns det även strukturella hinder, såsom exempelvis regelverk och infrastruktur och utmaningar gällande arbetskraft, där praktiska lösningar som deltidspersonal men också där kollektivtrafik och infrastruktur är avgörande. Vi kan se en tendens till ökad polarisering mellan expansion och avveckling, där vissa vill växa och diversifiera medan andra ser nedläggning som en sista utväg. Detta speglar både möjligheter och allvarliga utmaningar inom sektorn som behöver adresseras för att stödja långsiktig hållbarhet och tillväxt.

A. Primärproduktion

Primärproducenternas svar visar en kombination av ekonomiska, effektivitetsmässiga och hållbarhetsdrivna ambitioner, vilket speglar en medvetenhet om att framgång inom livsmedelsindustrin kräver en balans mellan ekonomisk tillväxt och miljöansvar. Att dessa mål är så pass diversifierade indikerar att producenterna har ett helhetstänk kring sin utveckling, där förbättring av lönsamhet och effektivitet är grundläggande, men där tillväxten måste ske på ett hållbart sätt för att långsiktigt lyckas i en konkurrensutsatt och alltmer miljöfokuserad marknad.

Dessa ambitioner är dessutom samverkande, där ökad effektivitet kan stödja både lönsamhet och minskat miljöavtryck, medan utökade samarbeten kan hjälpa till att uppnå dessa mål genom delade resurser och gemensam innovation.

När vi i personliga möten träffar primärproducenter bekräftas analysen och ambitionerna visar på en strävan att expandera och diversifiera verksamheten, effektivisera arbetet och samtidigt behålla sin närhet till kunder och kvalitet i produktionen. Företagen visar på en stark vilja att utveckla sina verksamheter genom innovation, samarbete och långsiktigt hållbara strategier. Det innebär att diversifiering och förädling är centrala för att skapa mervärde och bredda marknaden men även effektivisering genom investeringar i teknik och utrustning är nycklar för att möta arbetsbörda och öka produktion. Många gånger lyfts förbättrad marknadsföring och kundrelationer fram som avgörande för att stärka konkurrenskraften. Men även vikten vid att samverka med andra aktörer för att ta del av andras resurser och kunskap. Slutligen är hållbarhet det som genomsyrar ambitionerna, både ekonomiskt och miljömässigt.

B. Småskalig livsmedelsproduktion

De identifierade utvecklingsområdena hos målgruppen speglar en stark vilja hos företagen att växa och utvecklas, men också de praktiska hinder som ofta står i vägen. Effektivitet, produktion, och försäljningsmöjligheter är tätt sammankopplade – en förbättring inom ett område kan stärka de andra. Samtidigt är begränsade resurser, både i form av tid, arbetskraft och investeringar, återkommande utmaningar som behöver adresseras. Genom att fokusera på områden såsom stöd, utbildning, rådgivning kan företagen inte bara övervinna sina utmaningar, utan också skapa en stabil grund för framtida tillväxt och konkurrenskraft.

I samband med intervjuer med småskaliga livsmedelsproducenter möter vi företag som präglas av starka ambitioner, men dessa står i kontrast till ekonomiska realiteter, resursbrist och personliga begränsningar. Visionerna om ökad effektivitet, nya produkter och starkare samverkan är tydliga, men en strukturerad plan och externa resurser krävs för att dessa ska bli verklighet. Samtidigt lyser en känsla av tungt och mödosamt arbete igenom och om en osäker framtid. Det visar på ett behov av stöd för att säkra långsiktig hållbarhet och lönsamhet.

C. Storskalig livsmedelsproduktion

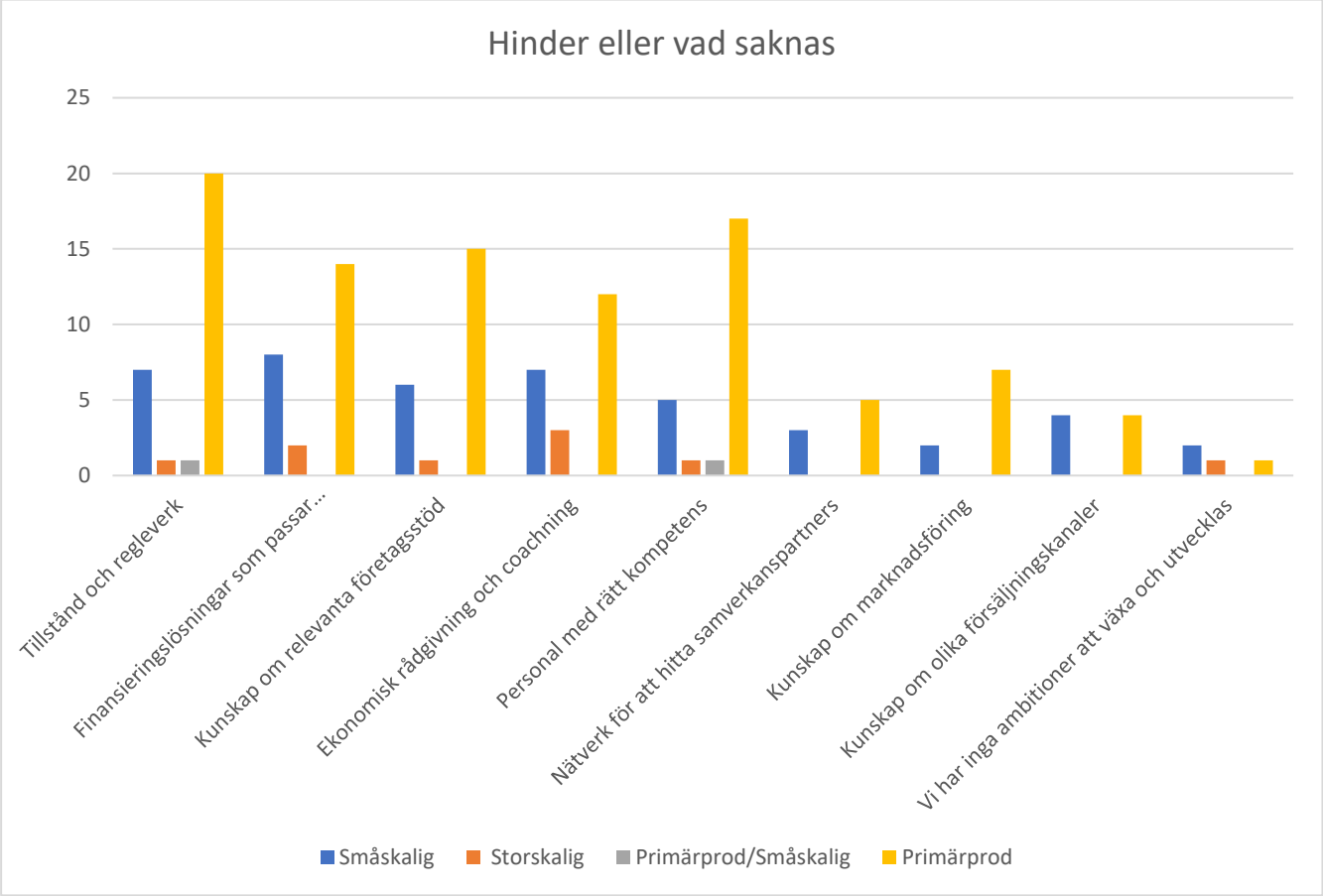
Företagens utvecklingsambitioner för de kommande åren fokuserar på att stärka intern kompetens, attrahera nya generationer till livsmedelsindustrin och skapa bättre samarbeten inom branschen.

I mötet med representanter från storskalig produktion berättar de att de antingen står inför eller planerar att satsa på utbildning och kompetensutveckling för personalen och dessutom är eller ska engagera sig i nätverk för att stärka rekrytering och dela erfarenheter med andra aktörer. Ett mål är att öka intresset för livsmedelsproduktion bland unga genom att stötta utbildningar och erbjuda kortare kompletteringskurser. Jämställdhet och mångfald prioriteras också, där tidigare framgångar inom produktionen ses som en styrka.

Vidare vill företagen förbättra samarbeten mellan småskaliga producenter, utveckla starkare varumärken och utöka distributionsnätverk. De strävar också efter att synliggöra lokalt producerade produkter i butiker och stärka kopplingen mellan små producenter och offentlig sektor genom bättre upphandlingsmöjligheter. Ambitionerna präglas av en långsiktig vision för hållbar tillväxt och en starkare livsmedelssektor.

## 1b. För att kunna uppnå ambitionerna, finns det något som saknas eller vilka är hindren? Välj ett eller flera alternativ

**(123 svar)**




**Förtydligande av text i tabell ovan:**
Finansieringslösningar som passar verksamheten

Fritextsvaren bekräftar att regelverk, ekonomiska utmaningar och kompetensbrist är centrala hinder i verksamheterna. Särskilt anmärkningsvärt är frustrationen kring myndigheter, hotet från konkurrens på globala marknader och bristen på tid för utveckling. Med framtida insatser som kan förbättra villkoren för verksamheterna behövs bland annat ett tydligare och enklare regelverk, former av ekonomiska skydd och stöd för lokal produktion, insatser gällande generationsskifte, arbetskraft och kompetensutveckling. Genom att adressera dessa hinder kan branschen ges bättre förutsättningar att utvecklas hållbart över tid.

I tabellen kan vi utläsa att livsmedelsproducenterna begränsas av onödigt komplexa regelverk, ekonomiska utmaningar och kompetensbrist. Genom förenklade processer, bättre finansieringsstöd och ökad kompetensförsörjning kan förutsättningarna för utveckling och tillväxt stärkas. Regelverk och tillståndsprocesser verkar vara det mest betydande hindret för livsmedelsproducenterna just nu. De upplever administrativa krav som komplicerade, tidskrävande och resurskrävande, vilket hämmar innovation och expansion. Förenkling av processer och tydligare krav skulle kunna skapa mer utrymme för utveckling och tillväxt.

Ett annat hinder är brist på finansieringslösningar vilket i sig utgör ett centralt hinder för investeringar och tillväxt. Branschen har behov av riktade finansieringsprogram för att stödja expansion och teknikinvesteringar, men också ekonomisk rådgivning och coachning för att hantera strategisk planering och lönsamhet. Dessutom är bristande kännedom om företagsstöd ett hinder. En förbättrad informationsspridning kan öka tillgången till nödvändiga resurser. Slutligen är svårigheter att hitta och behålla personal med rätt kompetens är en strukturell utmaning. Det gäller särskilt specialistkunskaper inom livsmedelsproduktion, teknik och försäljning. En hjälp på vägen kan vara att samverkan med utbildningsaktörer för att säkerställa relevant kompetens men även arbete med arbetsförmedlingar för att koppla rätt arbetskraft till företagens behov.

A. Primärproduktion

Efter intervjuer med primärproducenter kan vi se flera gemensamma hinder som sticker ut hos den gruppen. Det är höga kostnader för investeringar, arbetskraft och maskiner men också bristen på personal som påverkar produktionen och utveckling av verksamheten. Dessutom upplevs byråkrati och regelverk som komplext, resurskrävande och ineffektivt för framför allt mindre producenter. Den höga arbetsbelastningen gör att strategisk planering, kompetensutveckling och marknadsföring nedprioriteras och bristande digital kompetens och tid hindrar företag från att nå ut till fler kunder och stärka sin konkurrenskraft.

B. Småskalig livsmedelsproduktion

I mötet med småskaliga livsmedelsproducenter blir det tydligt att de står inför en komplex och ofta övermäktig verklighet där passion och kreativitet möter strukturella, ekonomiska och personliga hinder. Drivkraften att skapa något unikt – en produkt som bär hantverkets stolthet, lokal förankring och en hållbar tanke – blir ofta den energi som håller verksamheten vid liv. Men mellan raderna syns en kamp: kampen för ekonomisk överlevnad, kampen för att synas och nå ut, och kampen mot system som inte är anpassade för de små, trots att dessa är kärnan i landsbygdens näringsliv. Ekonomin är den röda tråden i många av utmaningarna. Produktionskostnaderna är höga medan intäkterna hålls tillbaka av kundernas priskänslighet och den tuffa konkurrensen från storskaliga aktörer. Den småskaliga producenten möter regelbundet en osynlig vägg: kunden säger sig vilja ha lokala och hållbara produkter, men när de står i butiken styr priset ofta valet. Det är frustrerande när det unika värdet i småskalig produktion inte synliggörs, varken i marknadsföringen eller i prissättningen.

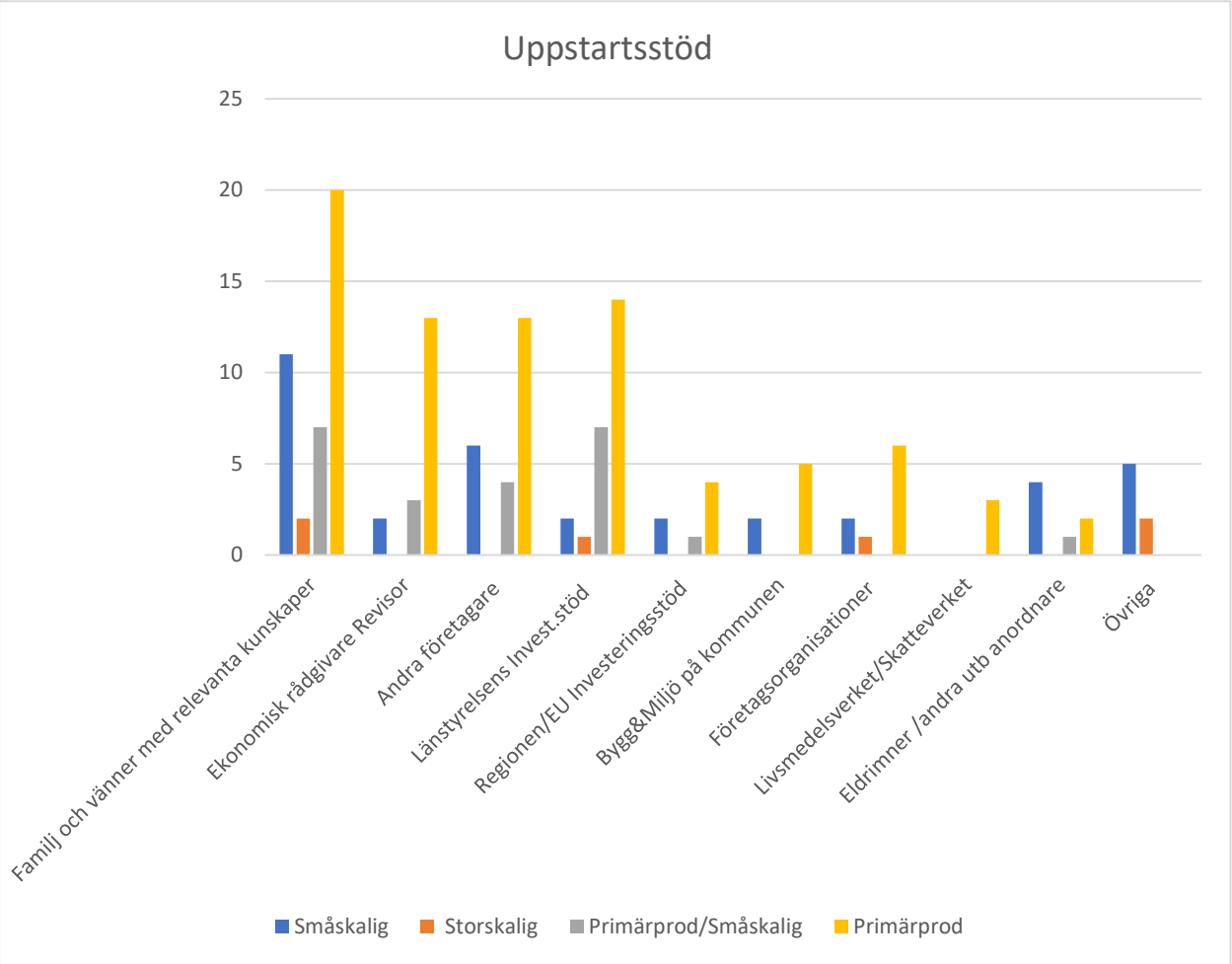
Företagen står inför betydande hinder som påverkar deras möjlighet att uppnå sina utvecklingsambitioner. Ett återkommande tema är behovet av stöd och resurser, där både företag uttrycker att de saknar tillgång till anpassad rådgivning och en central resurspool. Regelverk upplevs ofta som otydliga och inte anpassade för småskalig produktion, vilket medför höga kostnader för certifieringar och transporter. Detta skapar extra administrativa och ekonomiska påfrestningar som begränsar deras handlingsutrymme.

Samtidigt finns en känsla av att ekonomiska regler och stödsystem inte är anpassade för de mindre företagen. Höga kostnader för skyltning, överreglerad kontroll från myndigheter och svårigheter att söka investeringsstöd är exempel på strukturella hinder som inte bara hämmar tillväxt utan också försvårar möjligheterna att överleva. Många gånger är marknadsföringsutmaningen alltför övermäktig för många småproducenter. Att både producera, sälja, förädla och marknadsföra kräver kompetens och tid som sällan finns. Sociala medier upplevs som en potentiell lösning, men utan rätt kunskap och stöd faller den möjligheten snabbt.

C. Storskalig livsmedelsproduktion

Kompetensbrist är en avgörande faktor, särskilt för det företag som arbetar med tekniskt avancerade processer. Svårigheten att rekrytera och behålla personal med specialistkompetens, särskilt vad gäller teknisk drift och underhåll, gör att innovation och expansion bromsas. Generationsväxling och kunskapsöverföring utgör också en risk, där en åldrande arbetsstyrka och en begränsad rekryteringsbas kan leda till kunskapstapp. Samtidigt kämpar företagen med att attrahera unga talanger, då dagens unga ofta har andra förväntningar på arbetsmiljö och karriär.

## 2. Har verksamheten fått stöd att komma i gång och utvecklas? I sådana fall, av vilka? Välj ett eller flera alternativ (123 svar)




Under övriga:
Almi, HS byggrådgivare, Startstöd Jordbruksverket, Lokala vattenvårdsprojekt

Fristextsvaren bekräftar att det är många producenter har förlitat sig på eget arbete och egna resurser snarare än att få stöd. Detta speglar både en stark entreprenöriell anda och en brist på tillgängligt stöd. Att det finns en frustration kring stödsystem och upplevda orättvisor i hur stöd fördelas, vilket kan skapa både ilska och uppgivenhet. Men även att stöd kräver tid och kunskap och det upplevs som komplext och svårtillgängligt som för mindre företag kan vara en tröskel.

Sammanfattningsvis visar resultaten i tabellen på vikten av både informella och formella stödsystem. Vi väljer att lyfta fram primärproducenter och småskaliga producenter i analysen. De storskaliga livsmedelsproducenterna i denna studie, i vilka förädlingsföretagen ingår, är oftast bondeägt/familjeägt eller en företagsorganisation.

Men 56% av alla de verksamheter som svarar oss i enkäten säger att familj och vänner fyller en avgörande funktion, medan Länsstyrelsens/regionens investeringsstöd (41%)och ekonomisk rådgivning (20%) är centrala men ofta upplevs som svåråtkomliga.

Bristen på tillgängligt stöd och upplevda hinder i processerna pekar på behovet av förenklade stödsystem för små producenter, bättre information och vägledning kring befintliga stöd, stärkt

rådgivning och samverkan som kan hjälpa producenter att navigera ekonomiska och administrativa utmaningar. Dessa insikter ger en tydlig bild av både stödbaserade framgångsfaktorer och de brister som måste åtgärdas för att småskaliga livsmedelsproducenter ska kunna växa och utvecklas långsiktigt.

A. Primärproducenter

Efter djupintervjuer med primärproducenter gör vi följande sammanfattning: ambitionerna handlar om att bygga en hållbar verksamhet som kan växa i volym, effektivitet och produktutbud, samtidigt som det finns ett tydligt behov av bättre struktur, resurser och stöd. De största hindren är tid, ork och de ekonomiska och regelmässiga begränsningarna som gör det svårt att ta nästa steg. Stöden som primärproducenterna har fått är begränsade och upplevs som svåra att tillgå eller anpassade för större verksamheter. De flesta har förlitat sig på egna medel och hårt arbete. Det finns en tydlig efterfrågan av ekonomiska stöd som är lättare att söka och mer småskaligt anpassade. Man vill gärna se en förenkling av byråkratiska processer samt bättre informationsspridning om stöden men också mer information om praktiskt stöd för arbetskraft och kompetensutveckling.

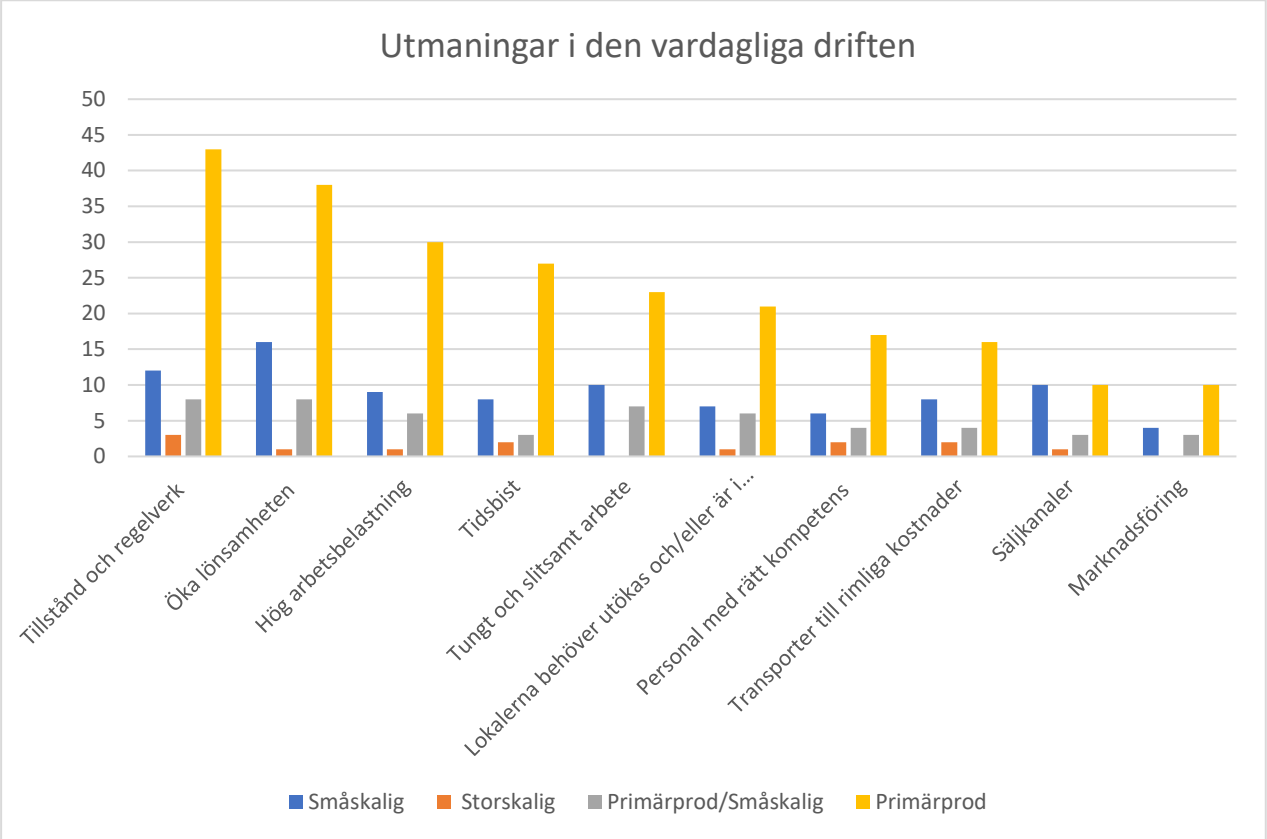
B. Småskaliga livsmedelsproducenter

I möten med småskaliga producenter förstår vi att stöderfarenheterna för de olika företagen varierar, men det finns en gemensam uppfattning om att stödsystemen ofta är svåra att navigera och inte alltid möter behoven hos småskaliga producenter. Försök att söka bidrag för resurseffektiviseringar har avslagits med motiveringen att verksamheten är för liten. Andra försök till stöd för öka kunskapsspridning om lantbruk (skolbesök etc), har också misslyckats, vilket skapar en känsla av att småskaliga aktörer inte prioriteras.

För vissa har stöd från rådgivande instanser, som Eldrimner eller Hushållningssällskapet, varit avgörande för att möjliggöra investeringar och utveckling.  Det finns exempel där startstöd från Landstinget möjliggjorde investeringar i utrustning och en framgångsrik etablering. Samtidigt har otydliga och kostsamma regler från myndigheter, särskilt Livsmedelsverket, varit ett återkommande hinder för många verksamheter.

Företagarna uttrycker en stark önskan om nätverk och mötesplatser för kunskapsutbyte och samverkan, särskilt med fokus på produktutveckling, marknadsföring och innovativa lösningar. Trots utmaningarna finns en tydlig vilja att driva verksamheterna framåt och hitta nya vägar för att överkomma hinder, även om stödsystemen ibland upplevs som motarbetande snarare än hjälpande.

## 3. I företagets vardagliga drift, vilken/vilka av dessa alternativ ser du som utmaningar? Välj ett eller flera alternativ




Förtydligande av text i tabell ovan:
Lokalerna behöver utökas och/eller är i behov av upprustning

Tabellanalys:

**Tillstånd och regelverk** är en tydlig utmaning, särskilt för primärproducenter, då de upplevs som komplicerade och tidskrävande. Dialog med myndigheter behövs för att förenkla processer. **Lönsamhet** är en stark frekvent utmaning och påverkar alla andra områden – låga intäkter, höga kostnader och begränsad effektivitet är centrala problem.

**Hög arbetsbelastning**, särskilt under säsongsperioder, skapar påfrestningar på grund av arbetskraftsbrist och ojämn fördelning. Flexibel arbetskraft och automatisering kan avlasta detta. **Tidsbrist**, nära kopplad till lönsamhet och arbetsbelastning, hindrar innovation och utveckling. Optimering av arbetsflöden är en lösning.

**Tungt och slitsamt arbete** pekar på behov av bättre arbetsverktyg, teknik och mekanisering för att minska den fysiska belastningen. **Kompetensbrist** gör det svårt att rekrytera rätt personal, särskilt på landsbygden. Utbildning och incitament för unga kan bidra.

Höga **transportkostnader** och ineffektiv logistik är återkommande utmaningar som kan lösas genom samarbete kring transporter och logistikcentra. **Marknadsföring och säljkanaler** får lägre

prioritet men är viktiga för att nå nya marknader och öka lönsamheten. Strukturella förändringar i transporter och regelverk kan göra stor skillnad.

Företagens vardagliga drift präglas av flera återkommande utmaningar. Ekonomiska och logistiska problem är särskilt påtagliga, där lönsamhetsfrågor, ineffektiv logistik med små leveranser samt hög arbetsbelastning under säsongsperioder skapar betydande hinder. Samtidigt är arbetskraft och demografi en utmaning, då brist på engagerad arbetskraft och en åldrande befolkning påverkar företagens kapacitet att växa och utvecklas.

Politiska och byråkratiska hinder försvårar också verksamheten, med kortsiktiga politiska beslut, omfattande byråkrati och regionala skillnader i regler och avgifter som bromsar utvecklingen. Miljörelaterade frågor, såsom skador orsakade av vildsvin och vargangrepp samt bristen på stöd för ekologisk produktion, skapar ytterligare frustration. Slutligen påverkar bristfällig infrastruktur, exempelvis dålig kollektivtrafik under helger och lågsäsong, tillgängligheten och effektiviteten i det dagliga arbetet.

Tillsammans utgör dessa faktorer en komplex bild av de utmaningar som företagen står inför i sin vardagliga drift.

A. Primärproduktion

Hos primärproducenterna, vilka av några vi personligen har träffat för intervju, kan vi ringa in en rad komplexa och sammanlänkade utmaningar som rör allt från arbetsbelastning och byråkrati till ekonomi och marknadsföring. Svårigheter för producenten är att det oftast **är ett m**anuellt arbete, från produktion till leverans, vilket leder till hög arbetsbelastning och begränsar möjligheterna till utveckling. Man upplever **k**rångliga regelverk och administrativ börda kring investeringsstöd och ekologisk produktion vilket skapar frustration och ekonomiska förluster. Investeringskostnaderna är höga och med låg lönsamhet i vissa projekt som i förlängningen påverkar ekonomin negativt. Den manuella produktionen innebär hög fysisk belastning och ineffektivitet. Avsaknaden av automatisering gör arbetet tidskrävande. Företagaren brister även i digital närvaro och kompetens vilket i sig begränsar möjligheten att nå nya kunder.

Trots hög efterfrågan av företagens produkter begränsas de av brist på resurser för att möta behovet. Lokala samarbeten och aktiviteter som Skördefesten är lovande men resurskrävande. Med hög arbetsbelastning är riskerna stora för utmattning, och det blir svårt att finna tid och energi för att utveckla verksamheten. Det finns ett behov av stöd för att minska arbetsbördan och prioritera lönsamma idéer.

Sammanfattningsvis är de största utmaningarna för den dagliga driften en hög arbetsbelastning, byråkrati och ekonomiska begränsningar

B. Småskalig livsmedelsproduktion

Utmaningarna för de småskaliga livsmedelsproducenterna som vi träffat för intervju är mångfacetterade och ofta sammankopplade. Det är ekonomiska hinder, såsom höga kostnader för råvaror, utrustning och personal är genomgående utmaningar. Det är också regelverk och byråkrati, med otydliga krav från myndigheter och kostsamma certifieringsprocesser vilket försvårar verksamheternas utveckling. Företagarna lider även **b**rist på tid, kompetens och resurser för att kunna jobba med marknadsföring och synlighet, man skulle vilja nå ut till kunder på ett mer effektivt sätt. Det är även svårt att rekrytera personal med rätt kompetens och att behålla dem inom branschen.

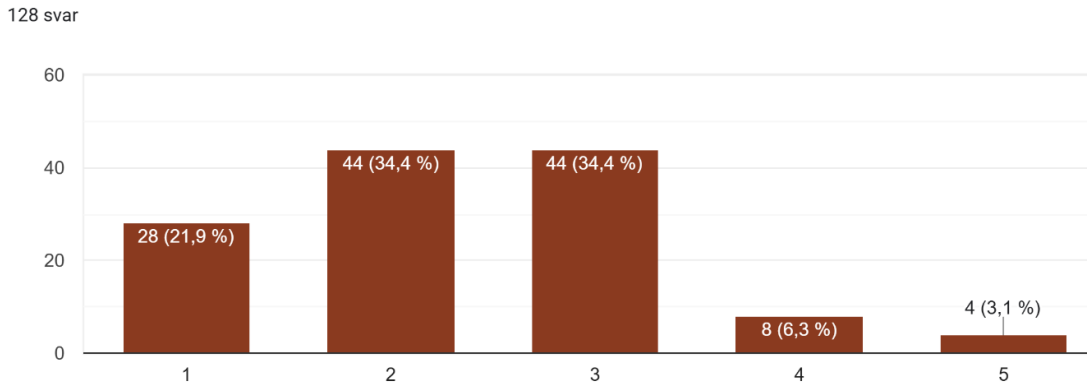
Utöver dessa finns bredare strukturella utmaningar, såsom priskonkurrens med stora aktörer, regelverk och certifieringskostnader, samt logistiska hinder. För små och medelstora företag blir det extra betungande att hantera produktion, marknadsföring och distribution på ett effektivt sätt.

C. Storskalig livsmedelsförädling

I ett av företagets dagliga verksamhet spelar automatisering, personalhantering och arbetsplatskultur en central roll. Produktionen är högteknologisk och kräver både teknisk kompetens och kontinuerligt underhåll, vilket skapar ett stort behov av utbildad personal inom automation och teknik. Samtidigt möter företaget utmaningar i att rekrytera och behålla säsongsarbetare, särskilt för längre perioder mellan mars och augusti. Flexibilitetskraven från yngre anställda är också en utmaning som måste balanseras med skiftsystemens krav.

Företagets ansträngningar för att skapa en attraktiv arbetsmiljö, såsom erbjudanden om måltider, friskvårdsbidrag och närvarande ledarskap, bidrar till hög trivsel och med ambitionen om en platt organisationsstruktur. Dessa insatser stärker företagets interna kultur och gör de anställda till naturliga ambassadörer för verksamheten. Dock kvarstår fördomar om industrijobb som en bromsande faktor för att attrahera fler unga till branschen.

## 4. Kompetensbrist är något som ofta lyfts fram hos företag som ett hinder att växa och utvecklas. Vi ställde frågan  om hur lätt eller svårt det var att hitta önskvärd personal till sin verksamhet.




Siffran 1 motsvarar mycket svårt medan 5 motsvarar mycket lätt.

De flesta kategorierna i fokusgrupperna svarande anger att det är svårt eller mycket svårt att hitta kompetent personal som passar verksamheten (kategori 1 och 2 utgör tillsammans 56 % av svaren). Endast en liten andel dvs några få primära producenter och småskaliga livsmedelsförädlare upplever att det är lätt eller mycket lätt att rekrytera lämplig personal (kategori 4 och 5 (9 %)). Detta tyder på att kompetensförsörjning är en betydande utmaning för företagen, vilket kan påverka deras drift och tillväxt negativt. De storskaliga producenterna befinner sig endast i tabellerna 1-3.

A.Primärproduktion

Hos de företagarna som vi träffat för intervju är det utmanande att hitta kompetent personal som passar verksamhetens specifika behov. Arbetsuppgifter är många gånger fysiskt krävande, ofta utomhus och under varierande väderförhållanden, vilket kräver personer som är uthålliga och arbetsvilliga. Man betonar att specifik utbildning inom jordbruk eller agronomi inte är ett krav för att arbeta hos några av dem. Arbetsuppgifterna kan läras på plats, och det viktigaste är att den anställde har rätt inställning och förmåga att hantera tungt och repetitivt arbete. Men att hitta någon med dessa egenskaper, som dessutom kan ta eget ansvar och är villig att arbeta inom ett mindre företag med begränsade resurser, är en utmaning.

Vidare saknar flera företag viss kompetens inom försäljning och marknadsföring, vilket gör att de skulle behöva någon resurs med säljerfarenhet för att hjälpa företagen att växa. Att hitta någon med både praktisk och kommersiell kompetens, och som dessutom är villig att arbeta med de specifika förutsättningarna i ett litet jordbruksföretag, är svårt.

B. Småskalig livsmedelsproduktion

De småskaliga livsmedelsproducenternas försök att rekrytera ny personal, även med annonser, ger sällan önskat resultat. Bristen på utbildning eller erfarenhet bland unga gör det svårt att hitta kvalificerade kandidater. Företagare som vi mött menar att rekrytering är en av de största utmaningarna för verksamheten. Svårigheter i att hitta och finansiera rätt person, begränsar möjligheten att avlasta och utveckla företagen. Specialiserade uppgifter, i framför allt förädlingsprocesserna, kräver erfarenhet och hantverksskicklighet, och det finns få personer med sådan kompetens. Företagen ger oss exempel på förlorad nyckelpersonal, vilket lämnat ett kunskapsgap.

Yrkena i branschen uppfattas som fysiskt krävande och mindre attraktiva, vilket gör att få söker sig till branschen. Utbildningssystemet förbereder inte tillräckligt många för att möta branschens krav, och de som utbildar sig väljer ofta andra karriärvägar. Det finns en uttalad önskan hos fokusgruppen om ett ökat samarbete närmare skolor och utbildningsinstitutioner för att höja yrkets attraktionskraft. Man ser även till behovet av att investera i modern teknik och bättre arbetsförhållanden för att göra yrket mindre fysiskt påfrestande. Det finns även en önskan om att marknadsföra branschen och yrken som en karriärmöjlighet med fokus på dess hantverksmässiga och kreativa aspekter.

C. Storskalig livsmedelsförädling (inkl storskaliga primärproducenter)

För de större livsmedelsföretag i regionen, med sammanlagt 1300 anställda, är behovet av ny kompetens framöver begränsat men fokuserat på specifika områden. Det mest akuta behovet som är gemensamt för de större företagen ligger inom mekanikeryrket, särskilt med inriktning på VVS och elektriker. För närvarande hanteras detta genom att hyra in personer från andra företag.

En företagsledare säger att:
När det gäller övrig personal finns det inga direkta behov av att anställa för tillfället. Eventuellt kan enstaka tjänster bli lediga inom produktionen. Om detta skulle ske är kompetens inom företagets specifika område det som efterfrågas.

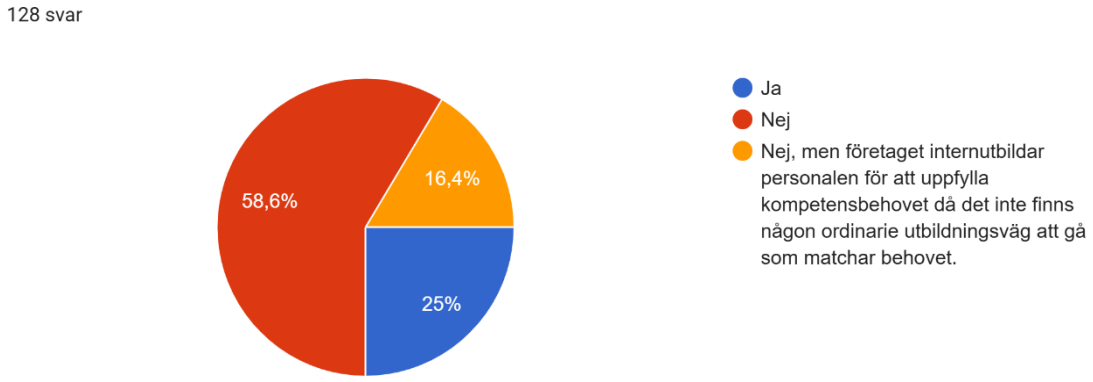
En annan verksamhetsledare kommenterar läget:
Vid nyrekrytering framöver kommer fokus att ligga på att hitta medarbetare med erfarenhet från livsmedelsbranschen, gärna från andra större producenter i länet. Specifika kompetenser som

processhygien värdesätts högt, eftersom det är centralt för verksamheten. Personlig lämplighet är också en viktig faktor, och för rätt kandidater finns möjlighet till en längre upplärningsperiod för att anpassa sig till arbetsuppgifterna och företagets rutiner.

En tredje berättar:
Marknadsläget är just nu utmanande med en period av lägre orderingång, vilket innebär att det inte finns något anställningsbehov för stunden. För att möta denna situation har beslut tagits om att inte ersätta pensionsavgångar som är på väg inom närtid.

Sammanfattningsvis är rekryteringsbehovet för närvarande mycket begränsat hos de större arbetsgivarna i vår fokusgrupp, och verksamheterna anpassar sig efter rådande marknadsläge genom att vara återhållsam med nyanställningar.

## Har verksamheten avstått eller inte kunnat vidareutvecklas på grund av kompetensbrist?




Diagrammet nedan visar att en majoritet av verksamheterna inte har avstått eller misslyckats med vidareutveckling på grund av kompetensbrist. Dock uppger 32 företag att de har gjort det, vilket tydliggör att kompetensbrist är en betydande utmaning för en fjärdedel av de som svarat oss.

Knappt 16 % anger att de internutbildar personalen för att möta kompetensbehoven, eftersom det saknas lämpliga utbildningsvägar som matchar deras krav. Detta understryker vikten av både tillgängliga utbildningar och företagens egna initiativ för kompetensutveckling.

A. Primärproduktion

Av de verksamheter vi träffat i samband med studien säger sig flera att de har påverkats av kompetensbrist, vilket har begränsat deras möjligheter att utveckla verksamheten och nå sina ambitioner. En av de största utmaningarna ligger i förädling av bär och grönsaker.  Många har ambitionen att skapa fler förädlade produkter, men saknar nödvändig kunskap och tid för att effektivt planera produktion och distribution. Utan dessa resurser blir det svårt att ta nästa steg i förädlingsverksamheten.

Ett annat hinder är bristen på kompetens inom försäljning och marknadsföring. Avsaknaden av en tydlig strategi och kunskap inom dessa områden har gjort det svårt för företagen att nå ut till nya kunder och marknader, inklusive restauranger och större aktörer. Detta begränsar försäljningspotentialen och gör att verksamheten inte fullt ut kan dra nytta av de möjligheter som finns.

Effektiva arbetsmetoder och nya jordbrukstekniker är ytterligare ett område där kompetensbrist påverkar. På grund av begränsad tid och kunskap om innovativa lösningar känner de att arbetet inte alltid är så effektivt som det skulle kunna vara. Säsongsarbete och en intensiv arbetsbelastning gör det dessutom svårt att delta i kompetensutveckling, vilket i sin tur hindrar införandet av nya metoder och innovationer.

Rekryteringen av rätt personal är också en utmaning. Företagen har svårt att hitta arbetskraft som är självgående, drivna och initiativtagande, vilket är avgörande för att avlasta ägarna och utveckla verksamheten. Eftersom verksamheten inte kräver formell utbildning, baseras rekrytering ofta på inställning snarare än kvalifikationer, vilket kan leda till att specialistkompetens saknas när den behövs.

Nätverkande och samarbete har identifierats som en viktig möjlighet, men begränsad tid och erfarenhet inom detta område har gjort att flera företag inte kunnat utnyttja potentialen i att dela kunskap och erfarenheter med andra producenter. Ett starkt nätverk skulle kunna ge värdefullt stöd och öppna upp för nya samarbeten, men utan tid och nätverkskompetens är detta svårt att realisera.

Sammanfattningsvis ser flera av företagen som svårt att växa och vidareutvecklas på grund av bristande kompetens inom förädling, marknadsföring, effektivisering och nätverkande, samt utmaningar med att rekrytera rätt personal. Dessa hinder begränsar deras möjligheter att utnyttja verksamheternas fulla potential.

B. Småskalig livsmedelsproduktion

Företagen har delvis avstått från vidareutveckling på grund av en utbredd kompetensbrist som påverkar flera centrala områden av verksamheten. Svårigheter att rekrytera utbildad och kvalificerad personal har begränsat företagens kapacitet. Det är särskilt svårt att hitta arbetskraft som kan ersätta pensionsavgångar och möta branschens krav. Trots samarbeten med utbildningsaktörer som Lernia är det få praktikanter som valt att stanna kvar i yrket, vilket ytterligare försvårar långsiktig personalförsörjning.

Inom marknadsföring och kundkontakt saknas både digital kompetens och strategisk förståelse, vilket har resulterat i inkonsekvent och bristfällig marknadsföring. Företagen har haft svårt att nå nya kundgrupper och stärka sin synlighet, särskilt på digitala plattformar som Facebook och Instagram. Begränsad kunskap inom detta område har gjort det svårt att bygga ett starkt varumärke och utveckla kundrelationer.

Strategiska investeringar har också hindrats av kompetens- och resursbrist. Företagen har haft ambitioner att skapa en självförsörjande verksamhet baserat endast på lokala råvaror, men dessa planer har inte kunnat realiseras på grund av bristande stöd och svårigheter att etablera samarbeten med lokala producenter. Dessutom saknas ekonomiska resurser och rådgivning för att genomföra nödvändiga investeringar.

Brist på specialiserad kompetens påverkar företagens utveckling. Avsaknaden av skickliga mathantverkare försvårar utvecklingen av ett bredare och mer attraktivt produktutbud, vilket skulle kunna locka nya kundsegment. Detta begränsar möjligheterna att differentiera sig på marknaden och möta kundernas efterfrågan på unika och visuellt tilltalande produkter.

Sammanfattningsvis har bristen på kompetens inom rekrytering, marknadsföring, strategiska investeringar och specialiserade roller begränsat företagens utvecklingsmöjligheter. Utan en tydlig strategi för att attrahera och behålla kvalificerad personal, förbättra marknadsföringen och genomföra långsiktiga investeringar kommer företagens tillväxtpotential fortsätta att vara begränsad.

C. Storskalig livsmedelsförädling

I möten fokusgruppens större företag är kompetensbristen påtagligt begränsad för flera företags möjligheter för att växa och expandera. Bristerna har begränsat utveckling och expansion, där företag med avancerade produktionsprocesser, har haft svårt att rekrytera den specialistkompetens som krävs för att möta sina ambitioner. Det gäller särskilt de företag med tekniskt krävande processer som både kräver kunskap om hantverket och om färdigheter inom automatiserade produktionssystem. Bristen på sådana experter har lett till att företag istället tvingats förlita sig på internutbildning, vilket tar tid och resurser.

Automatiserade produktionssystem kräver tekniker med specialistkunskaper inom automation, el och underhåll. Företagen har haft svårt att hitta personal som kan hantera reparationer och teknisk utveckling, vilket hämmar implementeringen av mer avancerade teknologiska lösningar. Dessa brister påverkar produktionens effektivitet och begränsar företagens möjligheter att snabbt anpassa sig till nya teknologier.

Många företag står inför en generationsväxling där erfarna medarbetare närmar sig pensionsåldern. Bristen på unga medarbetare med specialistkompetens försvårar överföringen av kunskap och erfarenheter, vilket riskerar att vitala färdigheter går förlorade. Dessutom är det svårt att attrahera unga talanger, särskilt på mindre orter, då de ofta efterfrågar flexibla arbetsvillkor och har andra förväntningar på arbetsmiljön. En röst från en storskalig företagsledare inom livsmedelsförädling säger att” Det är svårare och svårare att hitta personer som vill jobba fem-skift, och hur gör vi då i framtiden när hela vår produktion måste gå dygnet runt, vi jobbar ju med färskvaror? ”

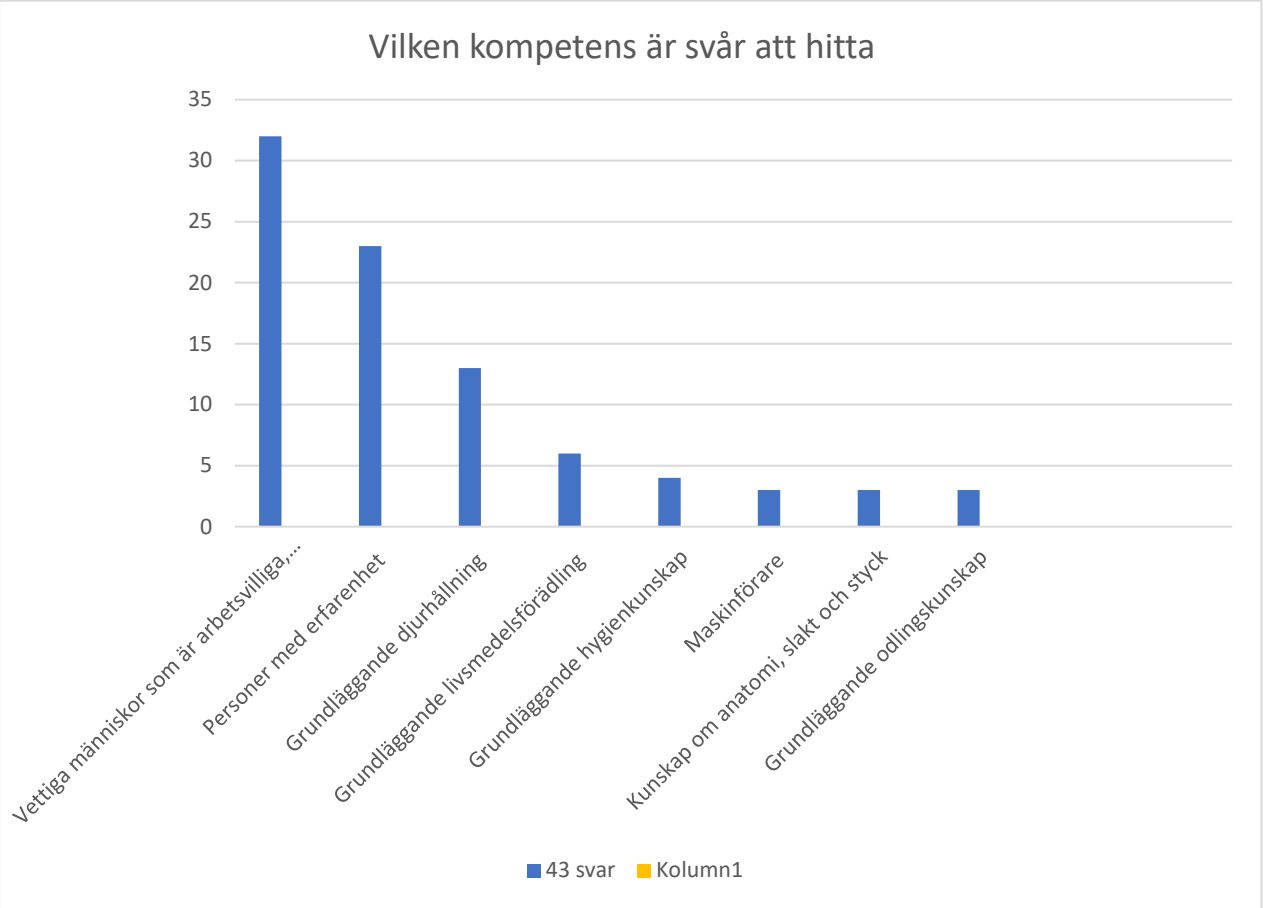
Rekryteringen av säsongsarbetare är en utmaning, särskilt då många unga saknar intresse för de tekniska och industriella arbetsuppgifter som produktionen kräver. Företagen har också svårt att locka arbetskraft för mer arbetsintensiva uppgifter som skörd och hantering av råvaror, vilket påverkar produktionskapaciteten, särskilt under högsäsong.

Kompetensområden som är svåra att rekrytera:

1. Specialistkompetens inom livsmedelsförädling.
2. Teknisk kompetens inom automation, underhåll och kvalitetsstyrning.
3. Ledarskapskompetens med tekniskt fokus.
4. Digital marknadsföring och kundrelationer.
5. Logistik och transporthantering.
6. Ekonomisk och strategisk planering.

Kompetensbristen påverkar företagen på flera plan, från operativa till strategiska nivåer. Den begränsar deras förmåga att expandera, effektivisera produktionen, utveckla nya produkter och nå nya marknader.

## 43 företag svarade på frågan (11 st fler än som svarade Ja på föregående fråga!) :




Förtydligande av text i tabell ovan:
Vettiga människor som är arbetsvilliga, engagerade och intresserade

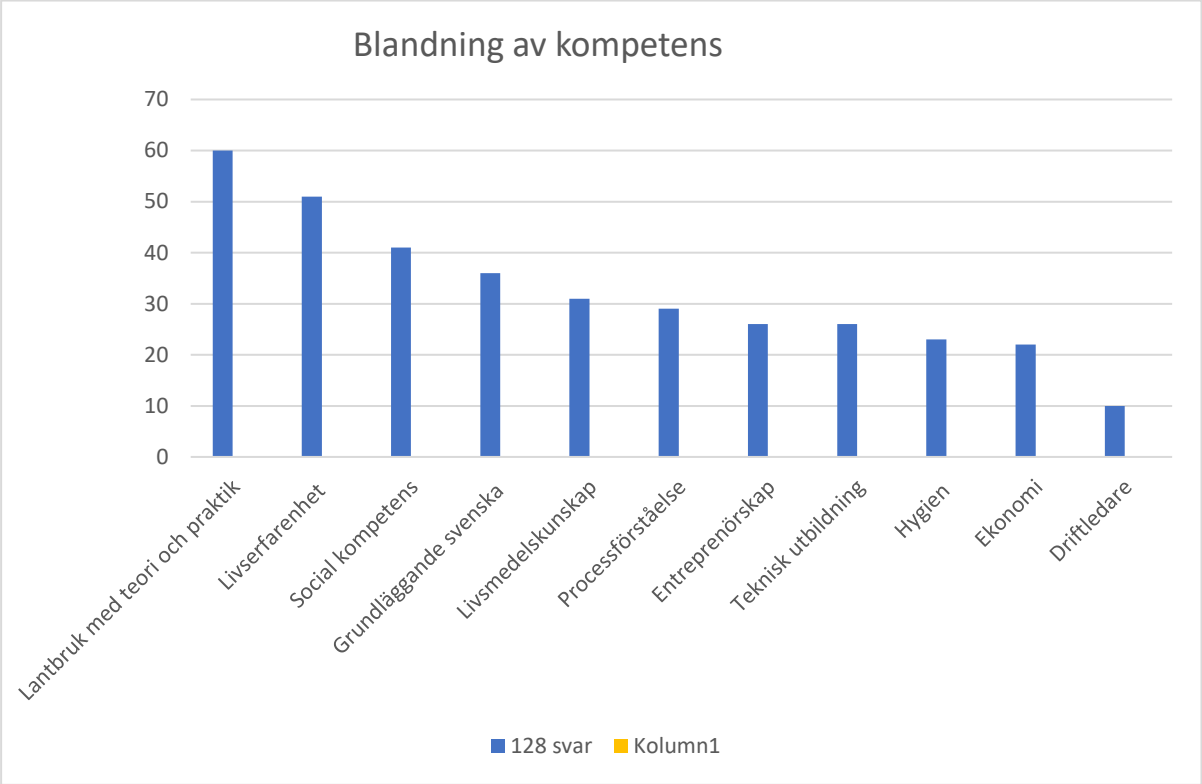
Analysen visar att arbetsgivare inom de undersökta sektorerna står inför flera utmaningar, med några särskilt kritiska teman. Det största behovet är att hitta arbetskraft med rätt attityd, arbetsmoral och engagemang. Även om det finns tillgänglig kompetens, är det svårare att finna personer med ansvarstagande och rätt inställning. Samtidigt pekar många arbetsgivare på en brist på grundläggande kunskaper inom områden som djurhållning, livsmedelsförädling, hygien, odling och produktionsteknik, vilket indikerar ett kompetensgap.

Företagen kämpar också med att attrahera och behålla erfaren personal, vilket tyder på svårigheter att inte bara hitta rätt kompetens, utan även att säkerställa långsiktig personalstabilitet. En annan utmaning är att rekrytera till ledarroller på mellannivå, där både ansvarstagande och ledarförmåga

efterfrågas. Detta gäller både små och stora aktörer inom livsmedelsförädling, vilket visar att behovet är brett och påverkar hela livsmedelssektorn.

För att möta dessa utmaningar behövs anpassade utbildningar och resurser, som yrkesutbildningar, praktikprogram och satsningar på teknisk och praktisk kompetensutveckling. Genom riktade insatser kan gapet mellan behov och tillgång minska, vilket är avgörande för att stärka sektorns långsiktiga hållbarhet och konkurrenskraft.

## 5.Vilken blandning av kompetens skulle ni vilja se att en blivande medarbetare skulle ha för att matcha verksamhetens behov?




Utifrån fokusgruppernas svar kan vi utläsa att de kompetenser som efterfrågas hos framtida medarbetare är en kombination av specifik yrkeskunskap och viktiga personliga egenskaper.
Den anställde ska vara självgående och klarar av självständigt arbete. Detta är återkommande i flera svar, vilket indikerar att företagen efterfrågar medarbetare som kan ta ansvar och arbeta utan ständig tillsyn, med rätt inställning och hög arbetsmoral. Det är mjuka och viktiga värden som framhävs som avgörande för att passa in i verksamheten men grundläggande svenska är ytterligare en betydande och viktig egenskap som efterfrågas. Språkkunskaper lyfts fram som en väsentlig faktor för att kunna kommunicera och samarbeta effektivt inom verksamheten, men även ur säkerhetssynpunkt.

De stora livsmedelsföretagen i regionen betonar att de inom de närmaste åren kommer behöva möta kraven på ökad digitalisering, både på kontoren och i den operativa verksamheten. Möjligheten att följa produktionen digitalt och ta fram rapporter som stödjer optimeringsarbete framhålls som en central faktor för framtida framgång.

Det finns också ett tydligt behov av att rekrytera framtida ledare och chefer, samtidigt som den tekniska kompetensen hos personalen behöver stärkas. Den digitala utvecklingen lyfts fram som en avgörande faktor att hänga med i, och datavana kommer bli en allt viktigare egenskap vid rekrytering av medarbetare.

Ett annat prioriterat område är förebyggande underhåll, där man ser behov av att säkerställa tillgänglighet och drift dygnet runt.

Sammanfattningsvis kan livsmedelsföretagen i regionen möta en del av framtida utmaningar genom att kombinera specifika yrkeskunskaper med mjuka värden och genom att satsa på ledarskapsutveckling och digitalisering. Dessa insatser kommer inte bara kunna säkerställa verksamheternas långsiktiga hållbarhet, utan även bidra till deras tillväxt och framgång i en föränderlig bransch.

A.Primärproduktion och B. Småskalig livsmedelsproduktion

I djupintervjuer med våra båda fokusgrupper framkommer tydligt vikten av en kombinerar praktiska färdigheter, teknisk och affärsmässig kompetens samt sociala och kulturella egenskaper för att möta de unika utmaningarna i deras verksamheter. Medarbetarna måste ha praktisk kompetensgrundläggande kunskaper inom jordbruk, djurhållning och livsmedelsproduktion.

Fysiskt arbete och uthållighet är avgörande för att hantera krävande uppgifter som skörd, förädling och underhåll. God hygien och noggrannhet är nödvändigt för att upprätthålla hög produktkvalitet.

Förmåga att hantera och underhålla maskiner och tekniks utrustning är kritisk. Effektiv arbets- och produktionsplanering krävs för att optimera logistik och minska svinn. För specialiserade områden behövs specifik teknisk kompetens.

Kunskap om marknadsföring på sociala medier och erfarenhet av kundhantering är avgörande för att öka synligheten och bygga varumärken. Förmågan att sälja produkter direkt till kunder, restauranger och andra stora aktörer är central. Kreativitet och innovation i marknadsföringsstrategier kan ge företagen konkurrensfördelar.

Det är också viktigt med medarbetare som har en ekonomisk förståelse och strategisk förmåga vilket är nödvändigt för att fatta välgrundade beslut om produktutbud och prissättning. Medarbetare bör kunna analysera kalkyler och bidra till att optimera lönsamheten. Administrativa färdigheter, som hantering av HACCP och andra regelverk, är också viktiga.

Medarbetare som har egna idéer och god initiativförmåga behövs för att identifiera och utveckla nya möjligheter. Detta kan inkludera utveckling av nya produkter, marknader och distributionsmodeller. Man bör kunna arbeta självständigt och ta ansvar för sina arbetsuppgifter. Flexibilitet, nytänkande och problemlösningsförmåga är nödvändiga för att hantera oförutsedda situationer, varierande arbetsuppgifter och för att möta de föränderliga kraven inom småskalig produktion.

En social och kulturell kompetens samt god kommunikationsförmåga och kundfokus är också avgörande för att bygga relationer med kunder och samarbetspartners. Engagemang för hållbarhet och närproducerad mat är en fördel, då det speglar verksamheternas värderingar. Förmågan att arbeta i små team och samarbeta mot gemensamma mål är också viktigt.

Olika rekryteringsstrategier för företagen kan vara att man samarbetar med lokala utbildningar och utvecklar lärlingsprogram. Genom att erbjuda praktikplatser och skapa nätverk med andra producenter kan de locka nya generationer av medarbetare.

C. Storskalig livsmedelsförädling

Företagen står inför flera kompetensbehov för att kunna möta nuvarande och framtida utmaningar. Specialistkompetens är avgörande, eftersom processerna oftast är avancerade och kräver flera års erfarenhet att bemästra ett mathantverk. Företagen utbildar många gånger egen personal eller samarbeta med lokala utbildningscenter för att säkerställa tillgång till rätt kompetens.

Teknisk kompetens är också central, då produktionen är helt automatiserad. Kunskap inom automation och elteknik är avgörande för att säkerställa en effektiv drift. Dessutom behövs underhållspersonal med färdigheter inom el och svetsning för underhåll och reparation.

För säsongsarbete prioriteras inställning, arbetsmoral och språkförståelse över formell utbildning. Företagen är öppna för anställda med olika etniska bakgrunder. Det finns goda exempel i vår fokusgrupp som har investerat i ledarskapsutbildningar för chefer, med särskilt fokus på arbetsmiljö och personalfrågor. I syfte om att förbättra arbetsmiljön och personalhanteringen har exempelvis ett företag utökat HR-avdelningarnas resurser.

Framtiden innebär utmaningar i form av en generationsväxling, där nya och yngre talanger behöver rekryteras. Unga vuxna ställer högre krav på flexibilitet i arbetstid och arbetsmiljö, vilket ställer nya krav på företagets rekryteringsstrategier. Sammanfattningsvis är företagen medvetna om sina kompetensbehov och arbetar aktivt för att möta dem genom utbildning, rekrytering och interna satsningar.

# Mötesplats-förslag på aktiviteter och insatser

Vi har i vår studie ställt frågan till företagen: ”Om vi skapar en mötesplats för företag, myndigheter och forskning, vilka delar skulle vara av intresse för just din verksamhet?” De mest populära alternativen visar att vår målgrupp efterfrågar praktiska och konkreta möjligheter:

**-Studiebesök (40 %):** Praktiska och interaktiva tillfällen att se och lära av andra verksamheter är det mest efterfrågade inslaget. Detta indikerar ett starkt behov av inspiration och kunskapsöverföring genom direkt erfarenhet.

**-Information om ny relevant forskning (38%):** Det finns ett tydligt intresse för att hålla sig uppdaterade om aktuell forskning som kan påverka deras verksamhet.

**-Sociala nätverk och tematiska träffar (34 %):** Nätverkande och diskussion kring gemensamma ämnen är också viktiga för vår målgrupp i studien, vilket tyder på att de värdesätter kontakt med andra aktörer inom samma bransch.

**-Omvärldsbevakning (30 %):** Man ser ett värde i att hålla sig uppdaterade om marknadstrender, politiska beslut och annan relevant omvärldsinformation som kan påverka ens verksamhet.

Resultaten visar att företagen vill ha snabbare och mer direkta åtgärder som skapar konkret värde. Det finns ett tydligt fokus på att prioritera aktiviteter som direkt kopplar till deras utmaningar och behov, samtidigt som de undviker långsiktiga och tidskrävande inslag som föreningsverksamhet eller kurser, med traditionell mening. Målgruppen uppskattar inspiration och nya insikter som kan omsättas i praktiken.

Här nedan följer några förslag på aktiviteter och insatser om hur en framgångsrik mötesplats skapas som är handlingsinriktad, uppdaterad och anpassad till företagens specifika behov. Fokus bör ligga på aktiviteter som engagerar deltagarna samtidigt som de skapar värdefulla kontakter och insikter.

**-Fokusera på praktiska insatser:** Studiebesök bör organiseras på ett sätt som ger direkt nytta och inspiration. Ett exempel kan vara att besöka en framgångsrik lokal livsmedelsproducent som implementerat nya hållbara teknologier eller nya forskningsrön med föreläsare från högskola/universitet.

Studiebesöket kan inkludera:

- En rundtur i verksamheten för att visa praktiska exempel på lösningar.
- Ett workshopsegment där deltagarna får diskutera hur liknande initiativ kan appliceras i deras egna verksamheter.
- Nätverkande mellan deltagarna och värdorganisationen.
- Föreläsning om ex generationsskifte

**-Undvik byråkrati och formaliteter:** Föreningsverksamhet som erbjuds bör omformuleras till informella samverkansaktiviteter, som tematiska dialoggrupper eller regionala innovationscirklar. Detta kan skapa ett mer dynamiskt forum för idéutbyte utan att kännas för tungrott.

**-Skräddarsy aktiviteter:** Kurser och teknisk information kan paketeras om för att fokusera på specifika branschutmaningar. Till exempel kan en kort kurs om digitalisering inom livsmedelsproduktion genomföras i kombination med praktiska case-studier och direkt rådgivning.

**-Integrera omvärldsbevakning som en del av de aktiviteter som erbjuds, till exempel:**

- Vid studiebesök: Inkludera en kort presentation om aktuella marknadstrender eller politiska beslut som kan påverka branschen.
- Tematiska träffar: Organisera diskussioner kring omvärldstrender, som hållbarhetskrav, digitalisering eller konsumentbeteenden.
- Digital plattform: Skapa ett nyhetsbrev eller en digital plattform där företag löpande kan få uppdateringar om relevanta utvecklingar.

**-Stärk nätverkande:** Sociala och tematiska träffar bör organiseras med fokus på dialog och relationer mellan aktörer. Ett exempel kan vara att skapa en "Innovationsträff" där olika företag får presentera sina utmaningar och gemensamt arbeta fram lösningar med stöd av forskare och myndighetsrepresentanter.

Övriga alternativ vilka fick lägst antal röster när vi ställde frågan "Om vi skapar en mötesplats för företag, myndigheter och forskning, vilka delar skulle vara av intresse för just din verksamhet?":

***Föreningsverksamhet som främjar samverkan*** har fått lågt stöd, vilket kan tyda på att företagen inte uppfattar det som effektivt eller relevant för deras behov. De kan uppleva föreningsverksamhet som tidskrävande eller otydlig i sitt värde.

***Information och demonstration om teknisk utrustning*** är ett alternativ som nästan helt är ointressant för vår målgrupp. Det kan bero på att tekniska behov redan hanteras via andra kanaler eller att det är en nischad fråga som inte är relevant för majoriteten.

***Kurser;*** formell utbildning ses inte som en prioritet. Detta kan bero på att man redan har interna resurser för kompetensutveckling eller att de föredrar snabbare och mer praktiska insatser. Det var ändå 29 verksamma som svarade att man önskade kurser inom specifika områden som tex:

-**Produktion och förädling av livsmedel**; det finns ett behov av kurser som är direkt kopplade till praktiska färdigheter och specifika livsmedelsprodukter. Kurser som kombinerar teori och praktik skulle vara attraktiva här. Flera svar handlar om praktiska kunskaper för att förbättra eller utveckla livsmedelsproduktion, exempelvis: lufttorkning och fermentering, slakt och styckning för lokala slakterier hållbar livsmedelsproduktion och anpassning till klimatförändringar.

-**Jordbruk, odling och hållbarhet;** det finns ett intresse för jordbruksrelaterade kurser, både praktiska och strategiska, med fokus på hållbarhet, effektivitet och innovation. Många av svaren fokuserar på områden relaterade till jordbruk och hållbarhet, exempelvis: ekologisk odling och växthusodling, jordhälsa och praktiska metoder, vallodling, majsodling och bevattning. odling av udda grödor som svamp och frukt, hållbarhetsfrågor, exempelvis rustning inför klimatförändringar.

**-Ekonomi och företagande;** företagen söker verktyg för att förbättra sin ekonomiska styrning, digitala närvaro och affärsutveckling. Kurser som riktar sig till

entreprenörer med fokus på konkreta, mätbara resultat skulle möta detta behov. Flera svar berör behovet av att stärka företagskunskaper, ekonomi med uppföljning av nyckeltal, effektivisering och lönsamhet, starta hemsida och webshop, marknadsföring, inklusive digital marknadsföring och nätverkande.

-**Djurhållning och relaterad verksamhet;** kurser inom området bör vara praktiska och ge konkreta verktyg för att förbättra djurhållning och stärka den lokala produktionen. Fritextsvaren pekar också på ett behov av kunskap inom djurhållning, fårskötsel, bin och alternativ produktion, vallodling och djurfoder, diskussioner om myndigheters roll och stöd för djurhållare.

**-Innovativa och specialiserade områden;** innovativa kurser som hjälper företag att ligga i framkant och utforska nya marknader skulle attrahera dessa deltagare. Vissa svar pekar på intresse för att utforska nya och nischade områden, odling av kulturspannmål, lufttorkning och fermentering, produktion av udda grödor och landsbygdsutveckling, alternativa produktionsmetoder och återbruk.

-**Kritiska synpunkter och utvecklingsbehov;** det kan vara värdefullt att inkludera dialog och samverkan med myndigheter som en del av kursuppläggen för att möta dessa behov. Vissa svar reflekterar frustration och önskemål om förbättring, kritik mot myndigheter och önskan om stöd för djurhållare och landskapsvård, behov av att rusta sig för framtida klimatutmaningar.

Förslag på kurser:

- **Utforma målgruppsanpassade kurser**, i vilka man utgår från dessa teman och skapa kurser som riktar sig till olika grupper, t.ex. livsmedelsproducenter, jordbrukare och entreprenörer.
- **Kombinera teori och praktik**, där praktiska moment, studiebesök och konkreta case-studier bör integreras för att ge omedelbar nytta.
- **Fokusera på hållbarhet och innovation**. Innebär att hålla kurser som kopplar till framtida utmaningar, som klimatförändringar, hållbarhet och nya produktionsmetoder.
- **Samarbeta med myndigheter och experter** genom att skapa forum där företagare kan få svar på praktiska frågor och fördjupa sin förståelse för regler och möjligheter.

# Samlad analys-förslag på kompetenshöjande insatser

Livsmedelssektorn i Kalmar län står inför betydande utmaningar men har en stark grund av engagemang, kvalitet och potential för innovation. Genom att fokusera på kompetensutveckling, förenklade regelverk, finansiering, samverkan, hållbarhet och digitalisering kan regionen skapa förutsättningar för en konkurrenskraftig och hållbar livsmedelssektor. Dessa åtgärder kommer inte bara stärka branschen utan även bidra till deras tillväxt.

Många, främst småskaliga producenter, har ofta begränsade resurser och kunskap för att bygga starka varumärken och nå ut till nya marknader. Förstudien identifierar flera gemensamma utmaningar som hindrar livsmedelsproducenter i Kalmar län från att nå sin fulla potential. Det är en utmaning för företagen att det råder en kompetensbrist vilket innebär att man har svårigheter med att rekrytera och behålla personal, särskilt inom specialistområden som automation, livsmedelsförädling och marknadsföring. En pågående generationsväxling är också ett hinder för att växa och utvecklas då det försvåras av bristen på unga medarbetare som är villiga att arbeta i branschen. Utmaningarna finns även i **r**egelverk och byråkrati som upplevs som resurskrävande, komplexa och tidskrävande, vilket hämmar innovation och expansion. Ett annat bekymmer är de ekonomiska utmaningarna med finansieringsproblem och otillräckliga stödprogram vilket begränsar möjligheterna till investeringar och långsiktig utveckling. Branschen påverkas många gånger av en ojämn arbetsbelastning vilket skapar stress och begränsar strategisk planering. En bristande kollektivtrafik och ineffektiv logistik försvårar produktion och distribution, särskilt för landsbygdsföretag.

Trots detta så råder det en styrka, innovationsvilja och engagemang där företagen visar en stark vilja att utveckla hållbara och innovativa lösningar. Den lokala kopplingen och höga produktkvaliteten är konkurrensfördelar som kan utnyttjas med rätt stöd. Den småskaliga producenten drivs av en passion för sitt hantverk, vilket skapar unika produkter med stort mervärde.

Företagen efterfrågar praktiska och konkreta aktiviteter som studiebesök, tematiska träffar och kurser. Men även förenklade regelverk och bättre stödsystem för småskaliga producenter. Man önskar se en ökad samverkan mellan myndigheter, forskning och producenter, med långsiktiga lösningar för kompetensförsörjning och generationsväxling. Men även stöd i någon form för att möta framtida utmaningar som klimatförändringar och digitalisering.

**Förslag på insatser**

**-Kompetensutveckling och rekrytering**

- **Utveckla målgruppsanpassade kurser:** Kurser inom områden som jordbruk, livsmedelsförädling, marknadsföring och digitalisering bör kombineras med praktiska moment för att ge direkt nytta.
- **Samarbeta med utbildningsinstitutioner:** Skapa lärlingsprogram och praktikplatser för att locka unga till branschen.
- **Fokusera på ledarskapsutveckling:** Erbjud ledarskapsutbildningar för att stärka mellanchefer och framtida ledare.

**- Regelverk och administrativ förenkling**

- **Förbättra stödprocesser:** Förenkla ansökningsförfarandet för investeringsstöd och anpassa stödprogram för småskaliga producenter.

- **Tydliggör regelverk:** Skapa tydligare riktlinjer och ökad rådgivning för att hjälpa producenter att navigera administrativa krav.

**- Ekonomiskt stöd och finansiering**

- **Riktade finansieringsprogram:** Inför stöd som underlättar investeringar i hållbara och innovativa teknologier.
- **Ekonomisk rådgivning:** Erbjud coaching och utbildning inom lönsamhetsoptimering och strategisk planering.

**-Samverkan och nätverkande**

- **Skapa mötesplatser:** Organisera tematiska träffar och innovationsträffar för att främja kunskapsutbyte mellan aktörer.
- **Underlätta samarbeten:** Stöd regionala nätverk som kopplar samman små och stora aktörer för att dela resurser och utveckla gemensamma projekt.

**- Hållbarhet och innovation**

- **Satsa på klimatberedskap:** Erbjud kurser och rådgivning kring hur producenter kan anpassa sig till klimatförändringar.
- **Uppmuntra hållbar teknik:** Stöd investeringar i lösningar som minskar miljöpåverkan och ökar effektiviteten.

**- Digitalisering och marknadsföring**

- **Stöd digital transformation:** Erbjud kurser inom e-handel, sociala medier och digitala verktyg för marknadsföring och kundhantering.
- **Utveckla digitala plattformar:** Skapa forum och nyhetsbrev som ger omvärldsbevakning och stöd för att navigera marknadstrender.

Slutord:

Jag vill personligen tacka de som ställt upp och avsatt tid för djupintervjuer tillsammans med mig men också alla dem som svarat på enkäten. Det gläder mig att man har tagit sig tid att svara på den trots att man sannolikt får en uppsjö av liknade förfrågningar i sin inkorg eller som sms.

Tack kära kollegor, Sylvia Larsson, Sofie Alvarsson, Emelie Tillander HS Västernorrland, och förstudiens styrgrupp för ert stöd, inspel, tips och goda råd. Ert samlade engagemang har varit av stor betydelse.

För mig personligen har det varit upplyftande att få tillfälle att utföra en studie som denna. Jag har fått en djupare förståelse för en företagares vardag i branschen vilket jag bär med mig i mina framtida uppdrag. Jag hoppas naturligtvis att denna förstudie kommer att komma livsmedelsföretagen till gagn i någon form under kommande år.

**Agnetha Wibell**
www.hushallningssallskapet.se | 0480-15670 | Agnetha.wibell@hushallningssallskapet.se

Hushållnings sällskapet