



Texten är automatiskt genererad. Vi har i nuläget endast möjlighet att erbjuda transkriberingar i obearbetad form.

Lantbruket står inför en stor utmaning med att attrahera unga personer och konkurrensen om deras uppmärksamhet är stor. Har de gröna näringarna vad som krävs för att vara tillräckligt intressanta som arbetsgivare? De flesta är överens om att lantbrukets attraktionskraft är en av de viktigaste framtidsfrågorna om vi ska ha en fungerande livsmedelsproduktion. Så vad känner generation Z inför branschen? Hur är en attraktiv arbetsgivare och vad säger forskningen om vad unga värderar på arbetsmarknaden? Det kommer ni få svar på idag.

Välkomna till podden Landet, en podd som görs av Landsbygdsnätverket och som leds av mig, Sandra Neergaard-Petersen.

Mitt emot mig idag har jag, Henrik Svensson, lantbrukare och arbetsgivare från Labbarps gård i Bankeryd. Hej hallå hallå! Sen har vi Anna Ross från projektet Jobba grönt som vi strax ska få höra mer om. Hej Anna! Hej hej! Också Anders Parment som är generationsforskare vid Stockholms universitet. Hej Henrik, Jag börjar med dig. Du är ju själv arbetsgivare på ett lantbruk. Varför tycker du att det är viktigt att ta upp lantbrukets attraktionskraft och rollen som just lantbruket har? Det är ju helt livsavgörande för mig som anställd att det finns folk som är intresserade av att jobba inom det här och att jag har några tilltänkta kandidater för rekrytering i framtiden. Och man behöver liksom jobba långsiktigt för att kunna bygga upp ett intresse för från ungdomarna att kunna.

Att vi ska sticka ut och vara lite skarpare än kanske våra kollegor. Kan man säga att det är ett bristyrke att vara lantbrukare idag? Både och ibland. Det kan vara svårt att få tag på vissa kompetenser och sen är det alltid svårt att få tag på de här riktiga stjärnspetsarna som kan allt och.

Ja. Du sa att det kan saknas vissa kompetenser. Vilka kan det vara? Kan det ge något exempel där? För egen del så kan vi väl se att vi har väl kanske inte helt enkelt att hitta de här riktigt vassa djurskötarna som vi behöver till vår huvudverksamhet som är mjölkproduktionen.

Djurskötare. Djurskötare och djurskötare är ju idag. När vi kör med robotar så är det nästan ett halvt steg mot förman, kanske på ett flertal istället. Det är mycket övervakning och det är management och planering. Och ja, idag har vi inte det här traditionella mjölkkningsarbetet som kräver en fysisk insats på samma sätt. Visst är fysiska insatser idag med, men lite mer huvudverksamhet än vad det var förr kanske.





Anna, du är projektledare på det här Jobba grönt. Kan du berätta lite kort vad det är projektet går ut på? Ja, det är ett projekt som går ut på att få fler folk till det gröna näringslivet. Vi vill både de som ska plugga och de som ska jobba, de som ska starta företag inom det gröna näringslivet. I första hand vänder vi oss till dem som ska välja till gymnasiet och försöka få in dem på naturbruk. Sen så är rikta oss också till dem som ska läsa på högskola och då tänker vi SLU i första hand. Men även att man kan ha inriktning mot det gröna näringslivet och alla våra branscher. När man läser på andra utbildningar som tekniskt och ekonomi och så.

Vi vänder oss också till yrkesbytare. Det finns många som är trötta på sitt jobb och som vill komma närmare naturen och så där. Därför får vi mycket frågor, speciellt om trädgård och då är det kvinnor i min egen ålder, någonstans mellan 40 - 55 som är intresserade av att odla lite mer som yrke.

Så vi är en ganska bred målgrupp helt enkelt. Men hur väl känner de unga till de utbildningar och jobb som finns inom branschen?

Ja, när det här projektet startade upp typ 2016 - 2017 så gjorde man en undersökning som visade att det var inteså att man valde bort de här yrkena utan det var faktiskt att man inte visste att de fanns som en möjlighet. Okej, många tror att bonde det föds man till precis som man föds till kung. Så är det inte riktigt utan man kan komma in i branschen ändå. Sen ska man vara ärlig och säga att det här livetsom inom lantbruk kanske inte passar alla heller för det är speciellt. Sen så tror jag att vi kan, det passar fler än man tror. Men vad är rätt strategi för att hitta dem? Hur jobbar ni för att nå ut? Ja, vi jobbar egentligen med tre på tre sätt kan man säga. Det första är att vi försöker kontakta studie och yrkesvägledare och det gör vi på alla möjliga sätt. Men det mest effektiva är att vi gör något så gammaldags som att vi ringer upp dem. De är inte fler än att man faktiskt kan ringa dem alla på ett år. Och så pratar vi med dem och berättar om branscherna och visar in dem på vår webb som är själva navet. Och sen är vi väldigt mycket på sociala medier. Det är väl det som jag jobbar med mest just nu och framförallt på TikTok har vi börjat varaför att nå de här unga som ska välja naturbruk.

Där är strategin att vi ska visa upp hur det är att gå på naturbruksgymnasium och vi ska skapa stolthet bland de som är där idag. Så därför är jag mycket ute på naturbruk och filmar dem. Är det humor för den underhållningskanal. Det är inte en informationskanal där man gör det med glimten i ögat, skapar igenkänning och så. Och sen så hoppas jag på att vi kan nå dem som är närmast i bubblan. Ja. Det är de här generation Z som vi kanske vill åt då. Anders, du är ju en generationsforskare på Stockholms universitet och om vi pratar om generation Z, alltså de som är födda mellan 1995 och 2012, vad säger din forskning att de värderar när de väljer arbetsgivare? De värderar mycket emotionella faktorer, trivselfaktorer. Så har vi till exempel Ungdomsbarometern som gör generella studier och titta på





ett miniatyrsvrige. Man frågar ungefär 15 000 människor varje år och där ser man att det som kommer högst är emotionella faktorer som att ha roligt på jobbet, högt i tak, kunna utveckla sig själv, göra någonting där min utbildning passar, kunna ha work life balance. Men work life balance är inte riktigt att alltid jobba 8 till 5 utan det är inte individuellt. Det beror ju på från person till person. Vi har olika drivkrafter och önskemål om arbetstid medan det här med hög lön och karriärmöjligheter och framgångsrikt företag, det är sådant som företagen tror är viktigt men som inte är så viktigt för generation Z. Jaha, okej. Men då kanske de föregående generationerna som har varit mer intresserade av det. Men exakt, jag är 51. När jag gick ut utbildningen så fanns det en. Då var det konsultföretag som sa så här. Ha alltid en resväska packad i hallen för att en delägare kan ringa och säga att du ska åka till New York om 3 timmar. Och det var faktiskt två personer som hade resväskan packad i hallen. Då var det någon som ringde. Det var mer som en grej för att man skulle känna sig viktig och att snart business class till New York. Men det hände liksom aldrig. Men det är inget som lockar Generation Z. De kanske inte har någon packad resväska. Men resa mycket i tjänsten. Det är inte så jätteroligt. Bli upphämtad 04:30 på morgonen för att åka taxi till flyget och sedan åka någonstans. Det är liksom förra generationen att ha guldkort på SAS. Nya generationen är gärna hemma i miljö där de trivs och med sina vänner och kompisar och familj och sådana saker. Vilka yrken kan du säga att de dras till? Helst? Alltså problemet här är ju att det är en viss typ av yrken som exponeras väldigt mycket i medier. Det är liksom Google och det är Spotify och det är lastbilar och sånt där och därför blir det sådant som man också väljer när man får frågor om sådana rankningar. Så jag tycker man ska titta snarare på kriterierna hos unga och jag tycker att Anna berättade. Hon berättar helt rätt att göra underhållande filmer. Det är mycket viktigare att filmen är underhållande och fångar en att den håller bra kvalitet. Enligt Ungdomsbarometern. 91 procent av generation Z tycker att företag är pinsamma i sociala medier. Det är enormt underskott och där ingår ju också företagsom lägger mångmiljonbelopp varje år på att nå unga.

Anna och Henrik. Vad tänker ni om det som Anders säger om Generation Z? Anna du skrattade väldigt mycket här. Men vad säger du om det? Anders berättar om deras värderingar av yrkesval. Nej, men jag känner igen det där väldigt väl och Ja, jag tror att det stämmer. Man kan inte säga att en generation är på ett visst sätt, utan det är också mycket som intressen och sådant som styr.

De är väldigt klustrade känns det som, så att de som är intresserade i våra näringar, de som är intresserade av motorer och bilar och EPA traktorer, då kanske det kan skilja lite i ålder. Man kan vara ung från 12 till 25 - 30 på Tik Tok till exempel. Älskar våra filmer som har med motorer att göras så jag tänker att dels är det väl en





generationsfrågamen också en intressefråga hur man betar sig och vad man önskar och vart man vill jobba någonstans. Henrik, vad tror du om det du hör Anders berätta. Jag kan väl känna igen lite av det här. Det kanske är generationen innan också som kan värdesätta en rätt flexibel arbetslösning. Och så har jag det väl idag också, att vissa kommer att gå som katten lite när det passar dem. Är det liksom inte någonting som är tvunget att göras vid ett visst tillfälle så om det är någon som har sov morgon till halv nio tioså funkar det och då kör de på på kvällen istället. Vissa kan jobba lite mindre under vintern för att man är lite tröttare då. Jag har inget bekymmer med det för de har dragit ett lass under säsongen. Vad det gäller lön och sånt här så kan jag nästan säga att jag blir nästan förvånad om det är någonsom frågar vad de har i lön eller att de tycker att de ska ha mer för alla är att det är inte säkert att de anställdas ens vad de har i lön utan de är. Det är inte alltid det är överordnat utan det är mycket annat. Vad de får göra för typ av sysslor, vad de har för maskiner, maskiner att jobba med, att de får jobba mycket när de vill och lite när det passar dem. Det som Anders sa här nu tidigare då att nya generationen kanske inte bryr sig lika mycket om att göra karriärer eller att lönen inte spelar lika stor roll som vad man faktiskt utför på jobbet. Både Anna och Anders nickar med henne. När du pratar med Anders, finns det några förändringar som underlättar eller gör det svårare för gröna näringar att locka generation Z till sin arbetsplats som du ser? En stor utmaning är ju mediebilderna. Och jag ska också säga att det första jag gör, den första att hålla med om att generation är verkligen inte den enda förklaringen till människors intressen, hur de betar sig. För mig har det varit ingången i att förstå människors samhällsutvecklingen. Det finns många andra faktorer man kan titta på. Så även om intresset för till exempel motorer och fordon minskar över tiden, enligt Ungdomsbarometern så. Samtidigt är det så att intresset för att göra någonting bra för samhället ökar. Intresset för hållbarhet ökar. Och hållbarhet för unga är inte bara miljömässig hållbarhet utan också social hållbarhet. Och här tänker jag att jobba. Inom svenskt lantbruk gör man både samhällsnytta och socialt hållbart. Det är avtalsmässiga löner och det är liksom goda villkor och det är också miljömässigt hållbart eftersom man bidrar till en mer hållbar näringskedja. Jag tycker man ska se på den ingången, men det är klart, liksom mediebilderna har man liksom lite kanske emot sig. Jag tror egentligen på att man skulle hejla en sån här tv-produktion eller någonting sånt där där unga människor blir lantbrukare. Lite grann som Annas förslag här, fast i lite större skala. Så att man presenterar jobbet för unga för att det finns en mediebild att det är kul att vara artist. Men hon sitter och åker runt väldigt mycket och det kan vara utmattande. Man har föreställningar som unga om vad som är ett meningsfullt arbetsliv och vad som inte är det som inte riktigt stämmer. Här är det mycket bättre om det, som i





det här fallet att det är verkligheten, är bättre än mediebilderna. Det har varit tvärtom att mediebilderna är bättre än verkligheten. Då har man ju problem. Ja, vi får se om det är något produktionsbolag eller så som snappar upp den idén och känner sig manade att driva det vidare. Men Henrik, hur gör du för att hitta rätt kompetens? Och lika viktigt, hur jobbar du för att din personal ska trivas och stanna kvar? Ja, men dels är det ju att hålla dem med maskiner och utrustning som förenklar deras arbetsdag och även göra dagen intressant. Att vi har en hel del ny teknik och försöka ligga i framkant. Det är de efterfrågar som de uttalat efterfrågar att de vill jobba med. Tekniken är kanske inte det allt är, men på något sätt har det kommit till en viss standard och det kan vara att vissa märken av maskiner attraherar mer.

Så har vi tänkt i 20 år tillbaka att just vi kan inte ha för dåliga grejer för att kunna attrahera det folk som vi vill ha. Vi kanske försöker vara lite över medel hela tiden. Jag tänker att det här utifrån hur man trivs på sin arbetsplats också, rent socialt och så där. Hur jobbar ni med att det ska bli en bra grupp och så tänker ni på det när ni rekryterar och även under arbetets gång?

Lite så är det ju. Nu har vi ju haft ett stim här med ungdomar från naturbruksgymnasiet.

De yngre har ju bättre koll på de här som söker jobb och sånt där och gör en bedömning om vad de tycker om de är bra eller inte. Och likaså blir det ju de får in sådana som de kan tänka sig jobba med också.

Ja Anna. Vilka delar i projektet lyfter ni inom Jobba grönt som attraktiva när ni pratar om arbete inom de gröna näringarna? En sak som många själva tycker från branschen är ju det här att man lever nära årstiden. Man är ute och får och får jobba med någonting som är på riktigt och någonting som också är viktigt på riktigt brukar vi säga. För det här är ju både viktigt för samhället och det är lösningen på morgondagens klimatfrågor och alltihop allt det där. Vi sitter på ett stort och viktigt uppdrag inom matproduktion och lantbruk. Och även skogen då. Så dels att det är viktigt att man är nära naturen, att ett omväxlande yrke, att det finns allt vi behöver, både de som har tjockaste pannbenet och verkligen kan jobba till jobbet är klart på gårdsnivå, men vi behöver också här supersmarta människor som kan lösa de utmaningarna både med klimatet och kanske också det här ekonomiska hållbarheten. Vi har haft lite bekymmer det sista tiden så att det finns så mycket mer än man tror, där vi ofta pratar om att det är fritt och roligt. Ja, om man får bli smutsig kan man få bli också. Ja, man kan bli trött och många längtar lite efter att få jobba sig trötta med kroppen och anstränga sig.

Ja men vilka utmaningar finns för att locka de här unga in i yrkena? Det finns ju en hel del fördomar också om yrket. Dels att man inte alla kan bli det. Sen är det ju det hur de här gårdarna faktiskt är belägna, att det kan vara lite svårt att ta sig dit om man inte har





körkorteller om man inte bor i närheten.Vi kan absolut konkurrera med många yrken och det är inte så dåligt betaltsom man kanske kan tro.Men vi har inte höglönejobb.

Sen får man säga också den här bilden av branschen som lyckligtvisinte syns så mycket på sociala medier där ungdomarna.Lantbruket kan ju framstå som lite besvärligt om man säger så.Det är kris hela tiden och man går ut på barrikadernaoch bilden av bonden i massmedia kan ofta varaatt det är en gnällig gammal gubbe som står där.Nu överdriver jag lite men det är.Lika med föräldrarna.Matas vid och de har ju faktiskt en stor betydelse också när man väljer då.Ja Anders, vad säger du om det?Du hör Henrik och Anna berätta om.Att det finns en sak till som är väldigt viktig.Henrik är ju en lantbrukare av kött och blod.I många andra branscher så tar anonyma riskkapitalister överoch de skruvar hela tiden på sin affärsmodellför att minimera kostnader och maximera intäkter.Det blir väldigt girigt.Jag tror att det här är oerhörtunga människor är oerhört allergiska mot att jobba i en sådan verksamhetdär någon sitter långt bort och driver hela verksamhetenmed någon slags excelark.Här är ju Henrik med oss och pratar med oss just nu,men han är med ute i verksamheten.Han köper påkostade maskiner, han känner till gruppdynamiken,han låter dem komma sent om de vill det.Han uppskattar att de stannar kvar länge när det passar och han behöver hjälp.Jag tror att det där är verkligen en modell som fungerar bra,för vi ser i bransch efter bransch att de här anonyma företagenstora kedjorna.Det blir både tråkigt för kunden och tråkigt att jobba där.

Ja, du har ett ansikte, ett ansikte.Ja, precis. Sånt där uppskattar människor verkligen på arbetsplatsen.Det skapar nerv och det skapar närvaro.Det skapar också commitment och engagemang bland medarbetarna.

Ja, nu verkar det som.Henrik har uppenbarligen snappat upp vad generation Z,de som du anställt har velat ha.Men om vi pratar generellt har den gröna näringen och lantbruketdet som krävs för att blidka eller för att locka generation Z?Vad tror ni?Generellt Jag slänger ut frågan.Ja ja Anna Korta svar.Vill du bre ut dig lite mer Anna?Ja, jag tror verkligen att vi har det.Det är viktigt och det är omväxlande och det är framtiden.Jag tror det.Och Henrik. Jag tror att jag har haft de här tankarna i säkert 25 år.Att försöka spegla bilden, hur det ser ut i lantbruketoch vara väldigt öppen gentemot media och tagit möjliga chanserför att kunna påvisa hur våran dag ser ut.Och vi har ju ändå.Vi är ju ändå liksom en bransch som är utsatt för många våndoroch problem där vi har bekymmer och det blir krisoch det blir gnälligt och allting.Och jag menar, det är inte länge sedan man liksom kanske skämdesför att liksom tala om vad det var man gjorde.Men jag tog på mig den här T-shirten som är en gammal relikfrån millennieskiftet när jag satt i LRF-ungdomens riksstyrelse.Och vi måste sägatill lyssnarna hur den ser ut.Vi andra





här ser ju dig på en skärm med en svart t shirt med tydlig text i. Är det vitt eller rosa där det står bonde på bröstet? Ja, det är nog brons eller sånt där. Eller det skulle nog varit guld, men på den tidenså var det en hel del tjejer som sprang omkring på utställendär det står babe i någon rosa tiska. Då tänkte jag att då kan vi väl köra det här också och få fram de här tröjorna. Så det här är väl mitt stolta bidrag till branschen för att lyfta det positiva på något sätt. Och stoltheten. Stolt statement.

Och vet ni vad? Det är dags att bli dags att runda av. Så jag har en sista liten sak jag vill ha med från er om ni får säga en sak var för att få fler unga till de gröna näringarna, vad skulle det vara? Vi kan börja med dig Anna.

Det är roligt och det är viktigt. Folk kommer alltid behöva äta mat i framtidså det är ett framtidsyrke. Viktigt på riktigt var det du sa innan. Precis Anders, Vad har du att säga när. Det handlar om hållbarhet i alla tre dimensionerna ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet. Det handlar också om att ha ett handlar om hälsa, att ta fram bra och närproducerade produkter och det är också ett varierande jobb som borde tilltala många.

Och så har. Vi bonden här nu, Henrik. Sista ordet. Vad vill du säga? Jag skulle nog säga att det är nog en viktig bit att vi har duktiga arbetsgivare som vårdar sina anställda och skapar bra miljöer för det. Det ger inga på vatten i slutändan och branschen är fortfarande lite för

vi är fortfarande för små företagare för att ha vanan av det här med att vara arbetsgivare, så där har vi nog en bit att jobba på.

Tack så mycket alla tre som var med i dagens program och pratade om Generation Z och de gröna näringarna. Jag säger tack så mycket till Henrik Svensson, lantbrukare Anna Ross från projektet Jobba grönt och Anders Parment från Stockholms universitet. Tack så mycket för att ni var med! Tack, tack, tack! På Landsbyggsnätverkets webb kan du läsa mer om hur vi jobbar med hållbara gröna näringar. Podden Landet görs av Landsbyggsnätverket. Producent Ingrid Whitelock och jag heter Sandra Neergaard-Petersen. Tack för att ni har lyssnat.

