

# Utlandsfödda växthusföretagare ser tillväxtmöjligheter

TORBJÖRN HANSSON OCH LENA EKElund

Under sommaren 2012 gjordes en intervjuundersökning av tio växthusföretagare i Skåne där alla är utlandsfödda. Bakgrunden är att många av växthusgrönsaksföretagen som startat under de senaste 10-15 åren har en utländsk bakgrund. Syftet med studien har varit att få en bild över erfarenheter vid etablering, syn på tillväxt, utveckling och hot utifrån utlandsfödda företagares synvinkel. Intervjuerna gjordes vid besök ute hos odlarna. Företagarna fick beskriva sin bakgrund och när och på vilket sätt man kom i kontakt med trädgårdsbranschen. Man fick också försöka precisera de tre bästa och sämsta sidorna med att vara trädgårdsföretagare. Vidare fick man frågan om hur man upplevde kontakter med olika intressenter i samband med etablering och hur kontakterna med samma intressenter är idag.

## Företagarnas bakgrund

Företagarna som deltagit i studien är i åldrarna 37-75 år med medelåldern 55 år. Ursprungsländer är forna Jugoslavien, Polen och Vietnam. De flesta har kommit till Sverige i vuxen ålder (20-34 år) och har förutom grundskola och ibland gymnasium också i fler fall någon form av yrkesutbildning från sitt hemland. Exempel på sysselsättning i hemlandet är svetsare, cementarbete, bagare, kontorsarbete.

Några av företagen har deltagit i svenska för invandrare, men långt ifrån alla. Exempel på utbildningar i Sverige är svetskurs, svarvurs, bussförarutbildning. Någon har gått kurs i starta eget och någon har högskoleutbildning. Ingen av odlarna har haft någon erfarenhet från odling i sitt hemland. Det vanligaste är att de i Sverige haft en anställning under längre eller kortare tid (t.ex. i livsmedelsindustri, gummifabrik, mekanisk industri, sock-

erbruk, bussbolag), men det finns exempel på odlare som när de kommit till Sverige direkt har kommit i kontakt med trädgårdsodling. Några har haft egna företag inom handel, restaurang eller städ.

## Etablering i växthusbranschen

Första kontakten med trädgårdsodling är oftast en tillfällighet. Flera berättar att de har haft någon bekant som behövde hjälp och som visade sig ha ett växthus. Kontakten har ofta lett till att man blivit intresserad och i flera fall har man kunnat arrendera eller ta över verksamheten av sin bekant. Flera har haft parallella verksamheter under en tid för att känna vilken bärkraft växthusverksamheten har.

De allra flesta av företagen äger sin anläggning, men i många fall har man arrenderat nuvarande eller annan anläggning under en tid. Någon köpte anläggningen för att man ville ha mark och fick på "köpet" även växthus. Förvärven har i samtliga fall skett under de senaste 15 åren. Företagens storlek idag varierar mellan 5 000 och 27 000 m<sup>2</sup> växthus med en medelareal om 13 300 m<sup>2</sup> och den totala arealen för företagen i studien uppgår till 133 000 m<sup>2</sup>. Större delen av växthusbeståndet är uppfört under 70-, 80- och 90-talet. Samtliga företag bedriver gurkodling och de står för 27 % av den skånska gurkanalen (uppgår till 487 000 m<sup>2</sup>). Anledningen till att man odlar just gurka



Växande gurkodling. Foto: Torbjörn Hansson

är i flesta fall att det "alltid" odlats gurka i anläggningen och man har tagit över den tidigare ägarens odlingskoncept. Det förekommer såväl helårsodling med full värme som säsongodling med begränsad värme.

Familjekretsen står i flera av företagen för en stor del av arbetsinsatsen (daglig skötsel, skörd, transport, kontor), dock har man i de större företagen en förhållandevis större andel med "extern" arbetskraft.

Omsättningen i företagen varierar från knappt 1 milj. kr till 10-12 milj. kr per år och försäljning sker via ekonomisk förening. Ett par av företagen bedriver även annan verksamhet än trädgårdsodling.

## Företagarens syn på sig själv

De flesta säger sig vara nöjda med valet att vara trädgårdsföretagare. Någon säger att man "är nöjd när man kommit till nollresultat". Någon tycker att det ger en stabil ekonomi, men "jag kan inte säga att jag älskar jobbet". De som inte är nöjda anger den svaga prisbilden som skäl. Någon är tydlig och säger att man inte är nöjd – "man går i gummistövlar och kommer ingenstans".

Det mest positiva med att vara trädgårdsföretagare är friheten och att få bestämma själv, att t.ex. utveckla företaget och se det växa. Några tycker det är roligt att man får jobba med teknik. Någon, som jämför med restaurangbranschen, tycker det är positivt med trädgård, för "man slipper kundkontakter och får säkra betalningar". Andra positiva saker som nämns är att få arbeta med familjen, att det är en god arbetsmiljö. Tillfredsställelse att leverera fina produkter och att man tycker det är spännande att se att det växer, nämns också.

Mest negativt är stress och mycket arbete med långa dagar. Dåliga priser och svårigheter med ekonomin är andra saker som nämns. Negativt är också att behöva spruta. En oro för att det alltid händer oförutsedda saker nämns och någon pekar ut bl.a. snöproblem under vinter.

## Relationer vid etablering

Svårigheter med finansiering vid etablering av företaget är vanligt. Avsaknad av eller allt för lite eget sparade kapital har man fått som skäl till att banken inte beviljat lån. Närstående har i flera fall i stället hjälpt till vid finansieringen och det finns några exempel där tidigare ägare betytt mycket i samband med övertagandet (hjälp såväl av praktisk som av ekonomisk natur).

Man har genomgående haft mycket goda kontakter med leverantörer av förnödenheter vid etableringen. Oftast har man tagit över de leverantörer som tidigare ägare/brukare haft. Samma sak gäller för försäljningsorganisation. Bara ett fåtal har haft kontakt med myndigheter i samband med etableringen och den har då fungerat väl. Kontakter med andra odlare i samband med etableringen är ganska så begränsad och då rör det sig om

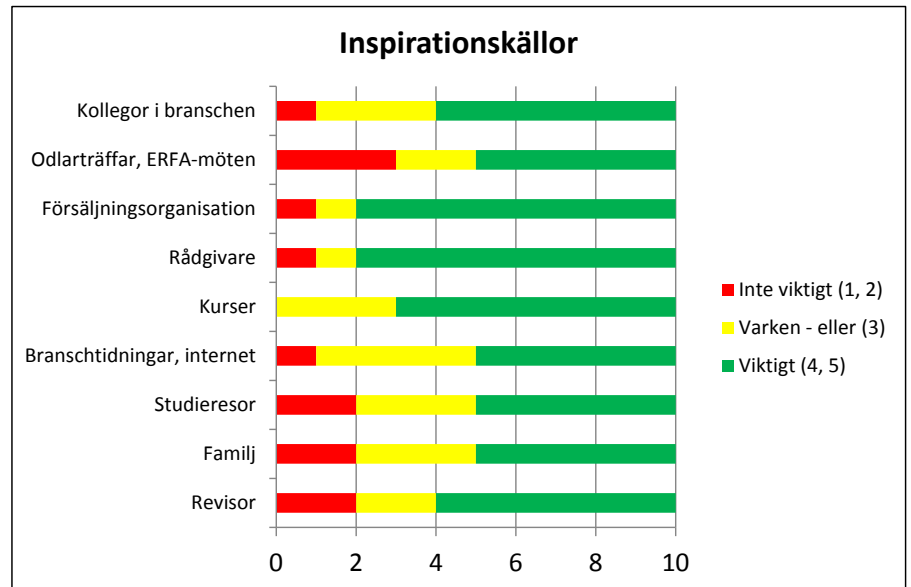


Diagram 1. Hur viktig är följande källor för att ge dig inspiration att utveckla ditt företag? Skala 1-5, där 1=inte alls viktig (röd) och 5=mycket viktig (grön)

kontakter med landsmän med liknande verksamhet. Några hade redan vid starten kontakt med rådgivare, men för flera har det skett först senare. Familjen nämns också som viktig i samband med etableringen. På frågan om det var något man saknade vid etableringen nämner flera mera kunskap om odling samt tillräckligt med kapital. Några hade önskat bättre kontakt med tidigare ägare.

## Relationer idag

De allra flesta har idag goda bankkontakter och det vanligaste är att man löst finansieringen vid förvärvet med banklån samt eget kapital. Kontakter med leverantörer är goda – "betalar man bara sina räkningar, så är alla nöjda".

Kontakterna med myndigheter såsom kommun och länsstyrelse upplevs i allmänhet som goda och man anser att myndigheterna gör sitt jobb. Det finns exempel där odlare i samband med bygge känt sig lurade i den kommunala hanteringen och där man upplevt att det som gällt som en överenskommelse vid det ena tillfället inte gällt vid nästa.

## Inspiration

Odlarna fick bedöma vad som är viktiga källor för inspiration genom att gradera olika inspirationskällor i en skala från 1

till 5 där 1=inte alls viktig och 5=mycket viktig (Diagram 1).

De viktigaste inspirationskällorna är rådgivare, försäljningsorganisation och deltagande i kurser. De flesta anlitar idag en eller flera rådgivare för företaget – i huvudsak för produktionen. Det kan vara privata rådgivare eller rådgivare kopplad till leverantör av förnödenheter. Kollegor är också viktigt men flera nämner att man helt enkelt inte har tid att träffa kollegor i branschen särskilt ofta. De man träffar är i så fall mestadels egna landsmän – "vi är kusiner", som någon uttrycker det. I stället blir rådgivaren en viktig part för förmedling av vad som händer i branschen liksom av kunskap och nya idéer. Det finns också exempel på odlare som i huvudsak träffar odlare som inte har invandrarbakgrund. Flera anger familj och revisor som viktigt inspirationskällor. Branschtidningar och internet tycker några är viktiga inspirationskällor liksom att delta i studieresor. Den punkt som fick lägst omdöme var odlarträffar, som många sällan eller aldrig deltar i. Särskilt de som varit i branschen en tid är medlemmar i LRF/GRO. De som är förhållandevis nya är inte med i branschorganisationen ännu eller känner inte till att det finns en sådan.

I så gott som alla företag finns i ägarfamiljen någon som har kunskapsbevis

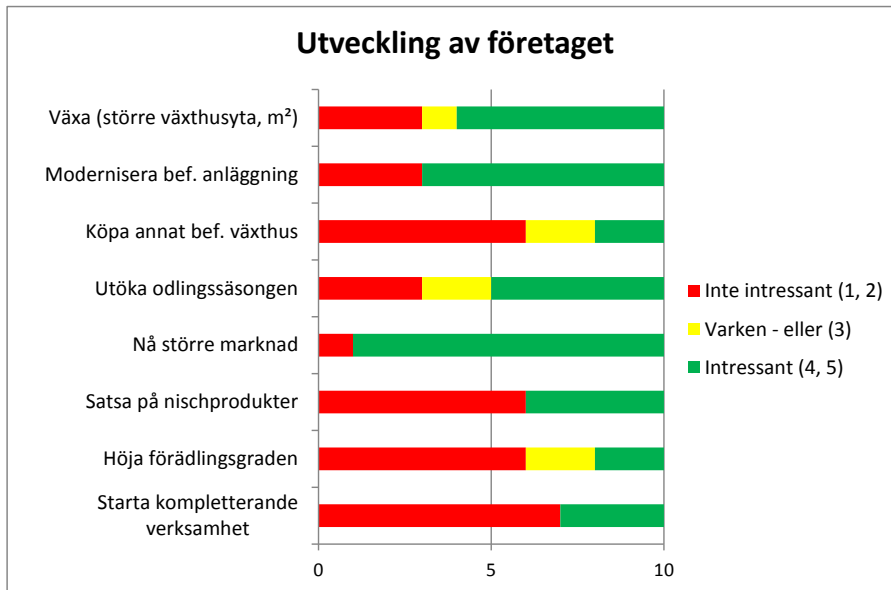


Diagram 2. Vilken typ av utveckling/tillväxt skulle vara intressant för ditt företag?  
Skala 1-5, där 1=inte alls intressant (röd) och 5=mycket intressant (grön)

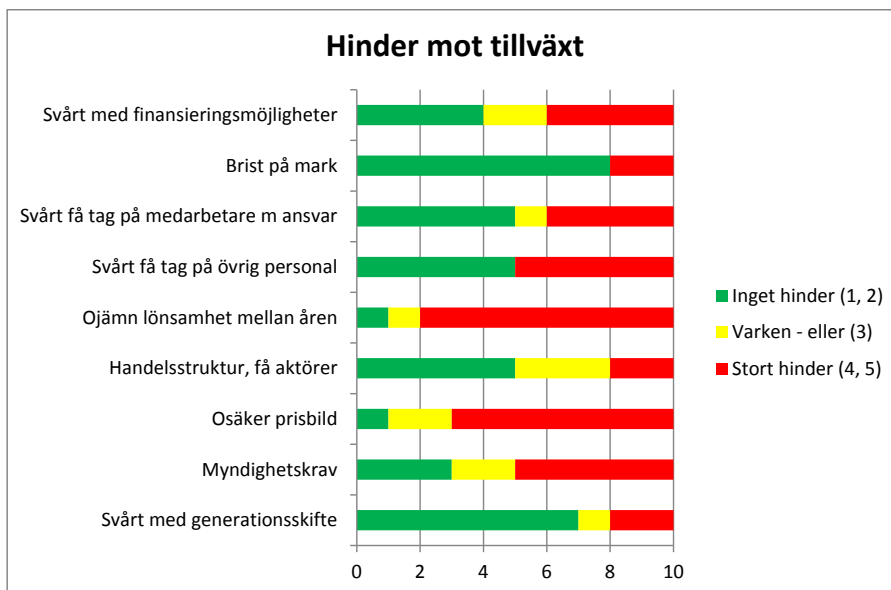


Diagram 3. Hur stora hinder för tillväxt i branschen utgör följande faktorer?  
Skala 1-5, där 1=inget hinder (grön) och 5=stort hinder (röd)

för kemisk bekämpning. Man anser att den obligatoriska kursen varit i stort sett bra. Några har haft svårt att följa med i undervisningen pga. språksvårigheter och skulle önska mera individuell hjälp. En av odlarna fullföljde aldrig kursen pga. just språksvårigheter. Många upplever att en allt för stor del av kursen upptas av saker som inte känns relevant för växthus.

### IP Sigill

Huvuddelen av företagen är med i IP Sigill. Kommentarer om kvalitetssystemet är allt ifrån övervägande positiva ("jättebra med hygienregler och säkerhetsrutiner", "kontrollen skärper en", "allt är bra – man måste hålla ordning", "IP är bra om man vill prata miljö") till övervägande negativa ("påhittat system", "man får inget för att man är med", "stämmer inte

med verkligheten"). Någon uttrycker det så här "det är självklart att man använder så lite som möjligt av resurser – man vill ju inte slösa pengar". Exempel på regler/dokument som upplevs onödiga är städjournaler och eljournaler. "Det blir rätt mycket pappersjobb" säger någon, men "det blir lättare när man varit med en tid" uttrycker sig en annan.

### Tillväxt och utveckling

Odlarna fick bedöma vilken typ av utveckling som skulle vara intressant för företaget genom att gradera olika alternativ i en skala från 1 till 5 där 1= inte alls intressant och 5=mycket intressant (Diagram 2).

När det gäller utveckling av företaget så är man mycket intresserad av att nå en större marknad. Annan intressant utveckling är att modernisera befintlig anläggning och att utöka företaget (primärt genom att bygga till). Vid en jämförelse med tidigare studie om utveckling/tillväxt i företaget (Tjärnemo m.fl. 2010) kan man notera att den här gruppen är mer intresserade av att växa, vilket också stämmer med andra jämförande studier (Nutek 2007). Stor växthusanläggning är lite av "status". Att köpa en annan befintlig anläggning bedömde man däremot som ointressant. Flera av företagen har idag en förhållandevis kort odlingsperiod och vill långa den. Att höja förädlingsgraden av den produkt man har bedömer man inte som intressant och intresset för nischprodukter är hos flertalet litet. Att komplettera med annan verksamhet ser man inte som någon särskilt intressant utveckling, dock med några undantag.

### Tillväxthot i branschen

Företagarna fick bedöma vilka hinder det finns för tillväxt i branschen genom att gradera ett antal alternativ i en skala från 1 till 5 där 1=inget hinder och 5=stort hinder för tillväxt (Diagram 3).

Den här studien visar liksom tidigare (Tjärnemo m. fl.2010) att osäker prisbild och ojämn lönsamhet mellan åren utgör det största hotet för tillväxt i branschen. Däremot anser man inte att handelsstrukturen utgör något större hinder. Unge-

får hälften av odlarna ansåg att svårighet att få tag på personal och stora krav från myndigheter är stora hinder. Ett annat stort hot är finansieringsmöjligheterna, där många har erfarenheten att det är svårt att få banklån i samband med förvärv av företag. Liknande resultat har framkommit i andra studier (Nutek 2007). Vad som ska hända med företaget en gång i framtiden (generationsskifte) bedömer man som ett litet hinder, vilket avviker från den andra studien. Brist på mark utgör för utbyggnad bedömer man inte som något hinder alls.

### Hur få fler företag i branschen?

På frågan vad som skulle behövas för att stimulera till flera företag till branschen svarar flera att det inte behövs flera – i alla fall inte gurkodlingar! Men om vi kan exportera (och få betalt) så kanske det finns plats. Bra lönsamhet i de företag som finns idag förs annars fram som den viktigaste faktorn. Bättre finansieringsmöjligheter, rimliga energikostnader och likartade förhållande som omvärlden när det gäller kemikalianvändning (där man anser att samma restriktiva användning som i Sverige bör tillämpas) nämns också. Andra saker som nämns är mer kunskap och fakta om odling samt småföretagarhjälp från kommunen

### Framgångsfaktorer och framtid

Vilka som är framgångsfaktorer hos företagen i den här studien är svårt att tydligt urskilja. Så gott som alla har erfarenheter från andra branscher och det har sannolikt inflytande på hur man ser på företaget. Man är van att klara sig under besvärliga förhållanden och man förväntar sig t.ex. inte att andra ska lösa ens problem såsom stat, olika myndigheter eller organisationer. En tydlig anpassning till aktuell verklighet och en hög medvetenhet när det gäller kostnader gör att man kan möta den osäkerhet som många pekar på präglar branschen.

### Sammanfattning och slutsats

Utlandsfödda företagare står för en väsentlig del av den svenska gurkproduktionen. Att man blivit trädgårdsföretagare är i de flesta fall en slump. De flesta känner sig nöjda med att vara odlare och anger frihet att bestämma själv som den största fördelen, medan stress i arbetet upplevs av många som den största nackdelen. Många beskriver svårigheter med finansiering i samband med förvärv av växthusanläggning. Inspiration för utveckling av företaget får man främst genom rådgivare, försäljningsorganisation och genom att delta i kursverksamhet. Utveckla det egna

företaget vill man göra genom att modernisera befintlig anläggning eller bygga nytt. Man är också mycket intresserad av att nå nya marknader med sin produkt. De hinder man främst ser på vägen för en utveckling av branschen är den osäkra prisbilden, som leder till ojämn lönsamhet mellan åren. Däremot ser man inget stort hinder i samband med generationsväxlingar.

Något man kan ta fasta på är att företagen i den aktuella gruppen är intresserade av att expandera och modernisera och man är mycket intresserad av att nå en större marknad. Bättre finansieringsmöjligheter skulle stärka företagens utveckling i den riktningen. Det finns också ett uttalat intresse av mera kunskap, framför allt i odlingsfrågor.

### Referenser

- Tjärnemo, H., Rydenheim, L., Ekelund, L. o Larsson, G. (2010) *Tomater och gurkor – branschen och företagen*. Rapport 2010:27, Fakulteten för landskapsplanering, trädgårds- och jordbruksvetenskap, SLU. Alnarp
- Nutek (2007) *Invandrades företagande. En studie av utlandsfödda företagare i Sverige*. R. 2007:22. Stockholm

---

Faktabladet är utarbetat inom  
LTJ-fakultetens institution för Arbetsvetenskap, ekonomi och miljöpsykologi

Arbetet har finansierats av Partnerskap Alnarp

Projektansvarig: Lena Ekelund, SLU [Lena.Ekelund@slu.se](mailto:Lena.Ekelund@slu.se)

Författare: Torbjörn Hansson, Grön Kompetens AB [torbjorn.hansson@gronkompetens.se](mailto:torbjorn.hansson@gronkompetens.se)  
och Lena Ekelund, som ovan

På webadressen <http://epsilon.slu.se> kan detta faktablad hämtas elektroniskt.