

MANDAG 26.06.2017
8:30-15:30

KOM MED TIL NETVÆRKSDAG FOR VÆKSTLANDMÆND

Vi ønsker at give dig som vækstlandmand et stærkt netværk. Derfor inviterer vi dig og andre vækstlandmænd samt advisory boardet i projektet "Hvor skal væksten komme fra i landbruget?" og konsulenter fra SEGES til en netværksdag med fokus på, hvor væksten i dansk landbrug skal komme fra.

Få inspiration og kom med dine inputs til at:

- styrke konkurrencekraften og vækstpotentialet i dansk landbrug
- udpege tiltag, der kan udvikle landmandens forretning
- etablere et VIP-netværk mellem dig og de andre deltagere.

Nærmere information følger.

Tak for at du ville deltage i interviewet

KONTAKT
Projektleder
Ivan Damgaard

+45 8740 50 30
+45 2916 3134
ivd@seges.dk



INVITATION 26.06.2017
8:30-15:30

KÆRE VÆKSTLANDMAND

Endnu engang tusind tak for at vi måtte interviewe dig i forbindelse med projektet "Hvor skal væksten komme fra i landbruget".

Som vi fortalte dig før interviewet, vil vi gerne invitere dig og evt. din ægtefælle til at deltage i et netværksmøde, hvor du møder andre vækstlandmænd, der også er blevet interviewet.

Vi har yderligere inviteret personerne fra det advisory board, som er koblet på projektet, 3 af landbrugets talenter, samt projektets deltagere fra SEGES - i alt forventer vi ca. 15-20 deltagere.

Temaet for dagen vil være at få og give inputs til at:

- *styrke konkurrencekraften i dansk landbrug*
- *styrke vækstpotentialet i dansk landbrug*
- *udpege tiltag, der kan udvikle landmandens forretning*
- *etablere et netværk, som deltagerne kan udnytte under og efter projektperioden – og som deltagerne kan drage nytte af.*

Netværksmødet afholdes d. 26. juni 2017 kl. 8.30 til 15.30 på Koldkærgaard, Agro Food Park 10, 8200 Aarhus N (der vil være kaffe og brød fra kl. 8.00-8.30).



FORLØBELIG PLAN FOR DAGEN

1. **Velkomst**
v/Jakob Lave, SEGES
2. **Præsentationsrunde og etablering af et fortroligt rum**
v/Ivan Damgaard, SEGES
3. **Innovation og Future Farming**
v/Jakob Lave, SEGES
4. **Projektet formål og hvad vi har afdækket indtil videre om vækstlandmænd og vækstvirksomheder:**
 - a. **Analyse af top 2% – økonomiske udtræk fra Ø90**
v/Ivan Damgaard, SEGES
 - b. **Kvantitativ analyse – resultat af survey**
v/Andreas Minior Vedel Blach, SEGES
 - c. **Kvalitative interviews – vækstlandmandens nuancer fra interviews**
v/Tenna Holdorff Christiansen, SEGES
5. **Frokost**
6. **Workshop – Udfordringer, barrierer og potentialer for vækst i landbruget**
v/Ivan Damgaard, SEGES
7. **Virksomhedskultur - de irrationelle sociale relationer i virksomheden**
v/Mogens Sparre, Aalborg Universitet
8. **Etablering af netværksgruppe(-r)**
v/Ivan Damgaard, SEGES
9. **Opsamling og tak for i dag**
v/Jakob Lave, SEGES

For god ordens skyld skal det oplyses, at netværksmødet er gratis, og vi håber på stor tilslutning og mange gode drøftelser og refleksioner.

Tilmelding senest torsdag d. 22. juni 2017 til undertegnede på e-mail ivd@seges.dk eller mobil 2916 3134

Vi ses til en spændende dag.

Venlig hilsen

Ivan Damgaard
Projektleder

VELKOMMEN TIL NETVÆRKSMØDE

HVOR SKAL VÆKSTEN KOMME FRA?

SEGES 26. juni 2017









Firmenich
inspiring!

SWISS MADE



VIKINGDANMARK[®]

INNOVATIVE CRAFTSMANSHIP IN FRANCE

AGROINTELLI



AARHUS UNIVERSITET

Agro Food Park – udvikling

	2009	2012	2015	2016/17	2020	2030
Employees	650	750	925	1.050	1.500	+3.000
Companies/institutions	5	30	72	75-90	100	+200
m ²	24.000	30.000	33.000	43.000	65.000	+130.000





**SEGES PÅ VEJ OP I FART. VI VIL VÆRE
LANDBRUGETS INNOVATIONSHUS!**

VI SKABER LØSNINGER TIL FREMTIDENS LANDBRUG

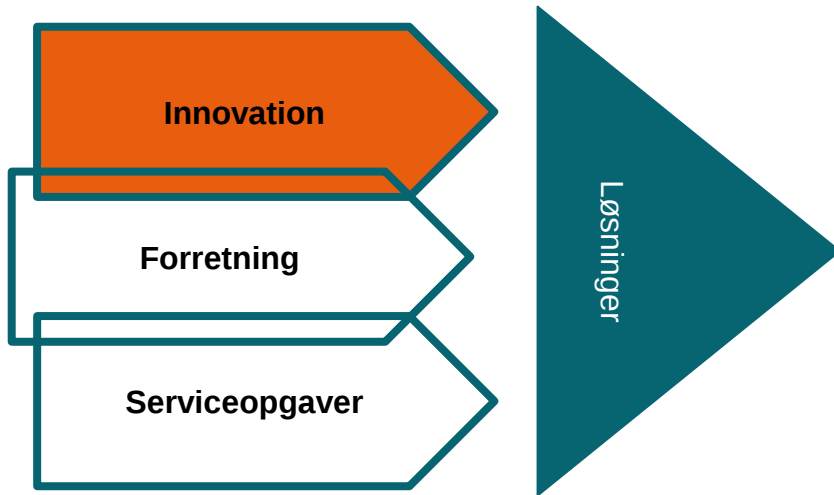


innovation
business
service

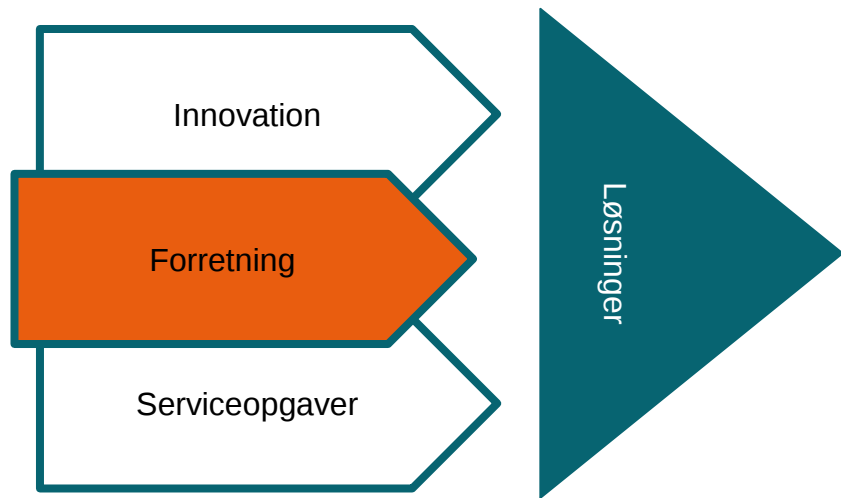
SEGES vil være verdens dygtigste og mest engagerede innovationsvirksomhed i krydsfeltet mellem landbrugsforskning og landbrugsproduktion.

- Tættere på nyeste **viden**
- Tættere på **landmanden**
- Tættere på **rådgivningen**
- Stærkere **implementering**

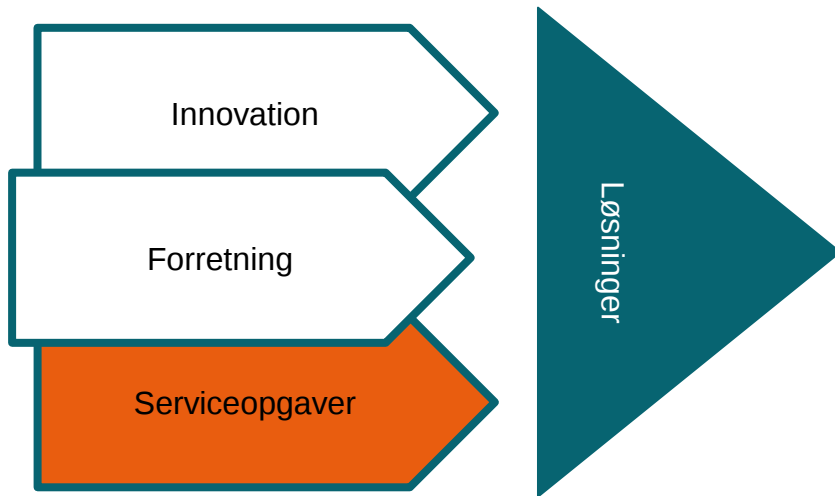




- **Planteinnovation** - Landsforsøgene®
- Test og udvikling af **miljøteknologi** og staldsystemer
- **Genomisk** selektion
- Udvikling af **digitale** værktøjer
- Landmandens **ledelse, kompetencer og strategi**



- **DIGITALE** værktøjer til mark, kvæg, miljø, økonomi
- **Akademi** med uddannelser til klyngen og et uddannelsesforlag
- **Veterinærpraksis/laboratorium**
- **Internationalt** konsultentsalg



- **Landbrugets databaser**
- National dyreregistrering
- ERP med 30.000 Regnskaber/årsrapport/bogføring
- "Skadestue" for diagnosticering

FUTURE FARMING – HVORFOR?

For meget innovation går indefra-og-ud

Globalisering og hastighed kræver en bedre evne til at sætte sig ind i fremtiden og til strategisk positionering.



Vi skal have landmanden med op i værdikæden



AGROINTELLI





SKIFT GEAR TIL EN VERDEN I FORANDRING

Hvor skal væksten komme fra?

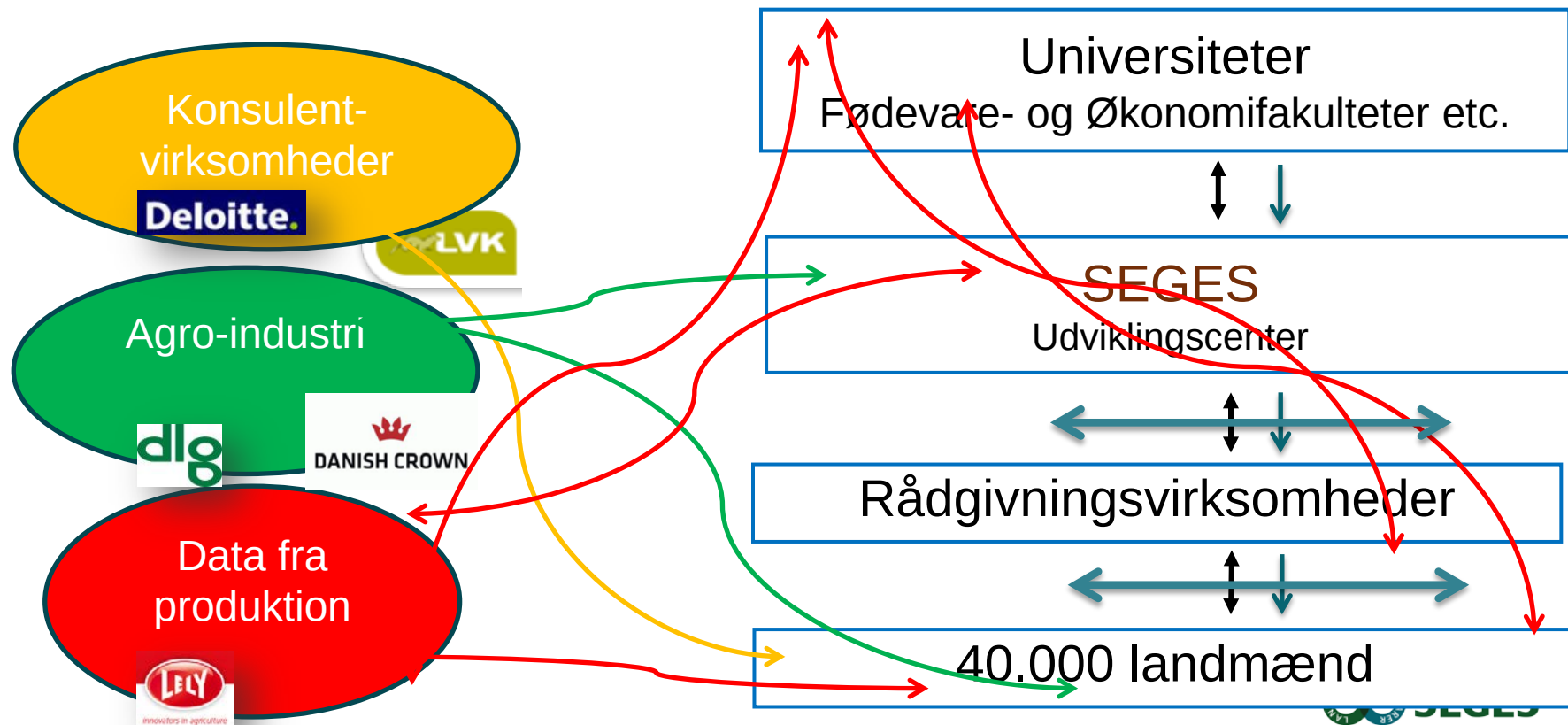
26. juni 2017

Jakob Lave, SEGES





Vidensflow – Den Danske Model



FORANDRING

Ella
13 år

J: "Hvad betyder det at være offline?"

E: "Det er flyfunktionen"

J: "Hvornår bruger du den?"

E: "Når vi er ude at flyve ..."









POINTE: LYSTEN TIL AT DELE

Google
FaceBook
YouTube
Yahoo
Wikipedia
Blogger
Live
Twitter
Amazon
MSN
LinkedIn
Wordpress
Ebay
Bing
Apple

Microsoft Corp.
Paypal
Flickr
Internet Movie
Database
Go
Craigslist
Tumblr
BBCOnline
Ask
V Kontakte
Conduit
MediaFire
About.com
Adobe

Megaupload
The Pirate Bay
Mozilla
Alibaba.com
4shared
AOL
MySpace
Double Click
New York Times
The Huffington Post
Daily Motion

Top 100 English
non-porn Web
sites on Alexa



MARKEDET: Produkter og serviceydelser
afliver de gamle hurtigt – disruption



Kilde: Dansk Industri 2014

“Rolls Royce sælger ikke længere
flymotorer. De sælger varm luft ud af
turbinen





KERƏCIS

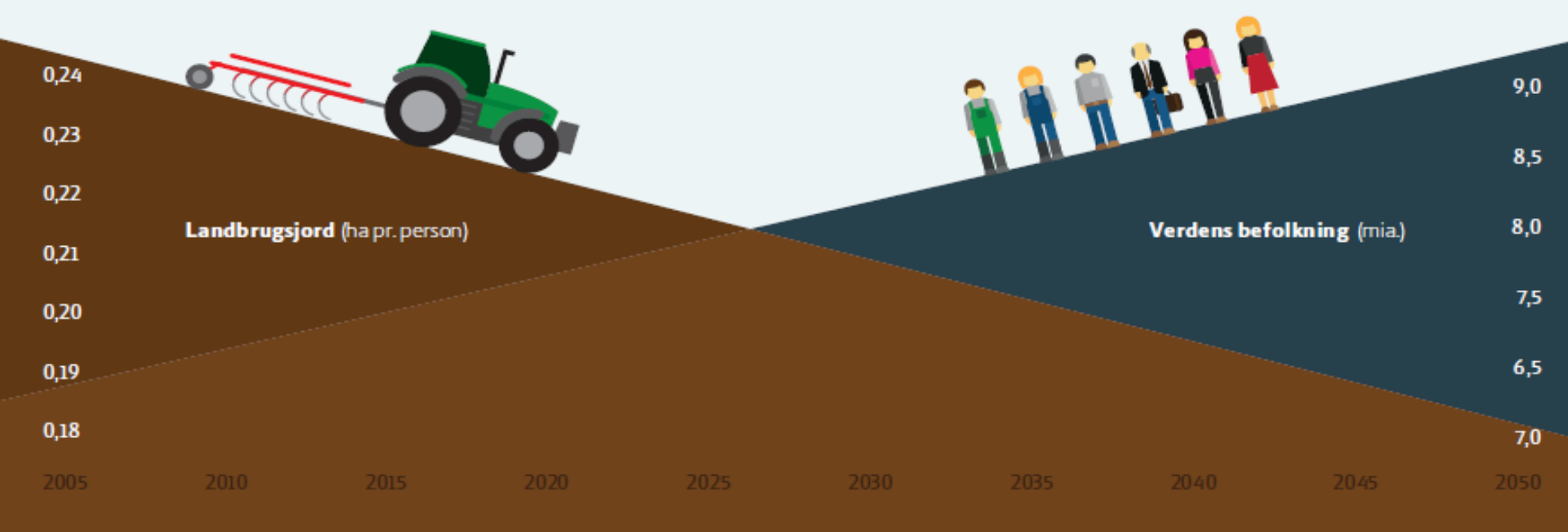


30 JOBS DER FORSVINDER INDEN 2030

- 8. **Bogholdere**, løn-administratorer
- 12. Adm. medarbejdere i **økonomiafdelinger**
(Planteavlskonsulenten?)
- 19. Tekniske medarbejdere økonomiafdelinger
- 22. Medarbejdere i **landbrug** og fiskeri
- 23. **Revisorer**
- 24. **Skatteeksperter** etc.

Job med databearbejdning uden krav om "ansigt til ansigt" i fare for udflytning/digitalisering

**SKAL LANDBRUGET
FORHOLDE SIG TIL
MEGATRENDS?**



TREND: MANGEL

I 2030:
50 procent mere mad
40 procent mere energi
30 procent mere vand

TREND: FORBRUGER



TREND: Diversitet



Wine engineered to perfection

The finest wines recreated from scratch on a molecular level.
Refined tastes without the grapes or the steep prices.



Insekter

Fremtidens fødevarer

Storytelling, convenience, klare budskaber, bæredygtighed, lokalt

Proteinkilderne

Vil insekter og kunstigt kød udfordre bøffen? Tanghøst og fluefarme?

Energi

Kan landbruget blive det næste vindmølleventyr?

Nye arealer

Marken flytter på havet og til byen

"Min personlige mad"

Sundhed og medicin via genteknologi og big data

Madrester

Kød fra
stamceller





PRODUKTION | FORANDRING

LANDBRUGET I TAL

Segment	Antal kunder	Andel kunder	Segmentets køb Service & rådgivningsydelser	Gns. alder	Gns. gældsprocent
Small business < 2 mio. nettoomsætning	25.987	73%	389 mio. kr 37,1 %	59	48%
Produktionslandbrug 2 – 10 mio. nettoomsætning	7.622	22%	414 mio. kr 39,5 %	52	65%
Virksomhedslandbrug > 10 mio. nettoomsætning	1.817	5%	246 mio. kr 23,4 %	50	77%

FREMTIDENS LANDBRUGSSEGMENTER

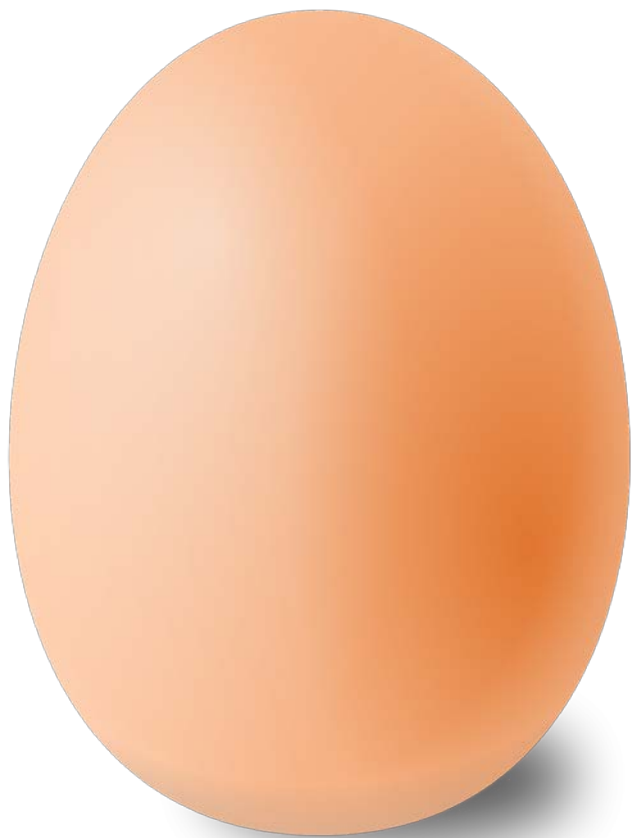
- Classic
- Livsstil
- Pionerer (der kan vokse)

- Store virksomheder
- Både bulk og specialproduktion

Small business

Virksomhedslandbrug

Produktionslandbrug



AT TILFØJE MERE VÆRDI

Katrine og Alfreds tomater

Rokkedahl Kylling

Niels og Grete ÆG

Landmand Phillip Dam, Troldegaarden



STORPRODUKTION

Ny finansiering – banken hjælper med ideer

Virksomhedskultur i Klovborg
"GØR DET DU ER GOD TIL"

Sparring med **eksterne** via bestyrelse med beslutningskomitee

Monitorerer markedet – **NON GMO**

Konkurrencedygtigt afkast
Staldbyggeri, højere effektivitet

Stort **rådgivernetværk**
– pris og uvildighed underordnet



- Mål: 2000 køer
- Lave sit eget brand?
- 2 kr./kg





HC Gæmelke

26. oktober · 🌐

Så gælder det alle mand! Ned i køledisken og få hentet det nye sort! Grise opdrættet uden brug af antibiotika og zink. Købes i Dansk Supermarkeds butikker, Bilka og Føtex 🐷👍👍👍

👍 Synes godt om 💬 Kommenter ➦ Del

👍 🐷 Du, Claus Quiding, Lone Andersen og 116 andre

4 delinger

15 kommentarer

Vis 9 kommentarer mere



Stefano Calamanti Hvor mange kroner kg sælge grise levende vægt?

Synes godt om · Svar · 26. oktober kl. 17:33



HC Gæmelke har svaret · 1 svar



Ditte Bruun Ditlev Hvad hedder de i køledisken?

Synes godt om · Svar · 26. oktober kl. 17:54



HC Gæmelke har svaret · 1 svar



Niels-Erik Wegger Det er jo ikke DC 🐷👍👍





Højtspecialiseret
leverandør til energi-,
ingrediens-, og
medicinalindustri

Markedet bliver
vigtigere

Spisekammer for
Kød, Mælk,
Korn

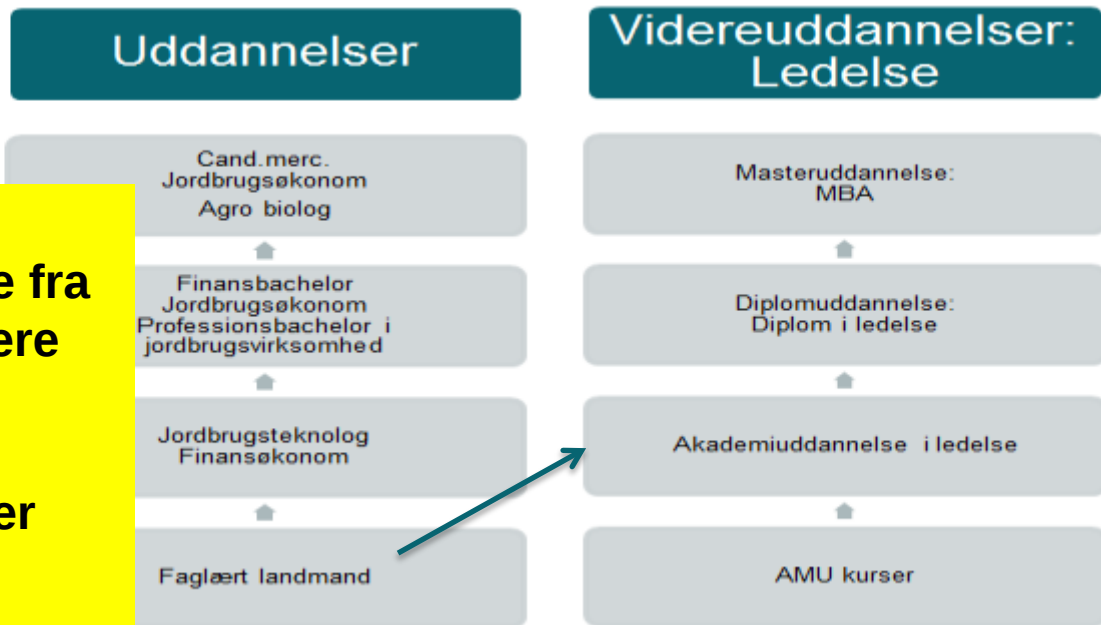
**En større værdikæde for
landmanden?**

Naturforvalter,
oplevelsesskaber



FREMTIDENS LANDMAND ... EFTERUDDANNER SIG

- Stor interesse for ledertræning og at lære fra andre virksomhedsledere
- Forventninger fra interessenter, investorer
- Dokumenterede ledelseskompetencer



FREMTIDENS LANDMAND

Er kompetent **direktør** – der erkender, at han ikke er god til det hele.

LANGT bedre "**people manager**"

Har bestyrelse eller **netværk** til en væsentlig del af den faglige og strategiske sparring.

Forholder sig til **marked**, trends og nye finansieringskilder

På visse niveauer - er han (**selv**)ejer?

Krav til **efteruddannelse** – konstant. Søger dokumenterede lederkompetencer

HVAD SIGER HAN SÅ OM RÅDGIVNINGEN?

"Sig det, der skal siges "

"Mindre optaget af uvildighed – samarbejd med private aktører"

"Manglende gennemslagskraft og overholdelse af tidsfrister"

"Et match til min idé eller problem – overrask mig"

"Jeg vil gerne betale for hjælp til overblik"

"Hvor er rådgivningen ift. al min data og det digitale mindset?"

DEN DIGITALE PRODUCENT

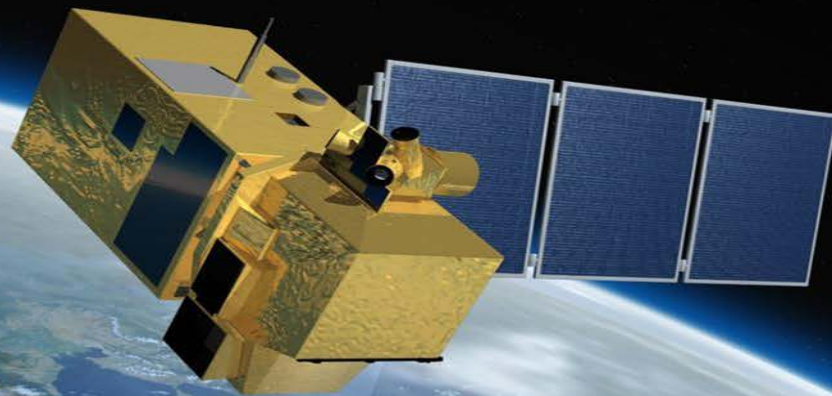


HVEM EJER DATA





Sentinel 2



- ✓ Jorden rundt på 90 minutter
- ✓ Danmark optaget på 10 sekunder
- ✓ Bredde pr. billede 290 km
- ✓ Billeder hver 5. dag
- ✓ Opløsning 10 x 10 meter

 **CropManager**

Markudbytte >

Markkort

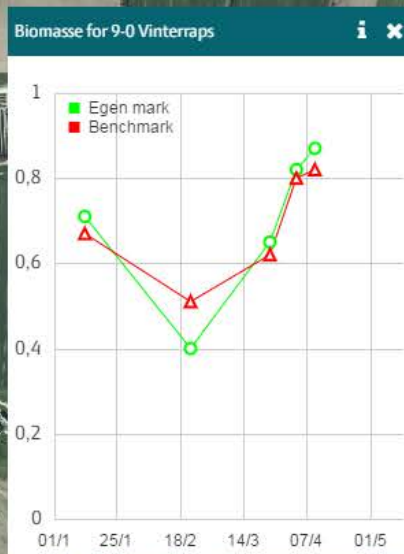
Markinspektør ▾

Kort

Tabel

Datamanagement >

Indstillinger >



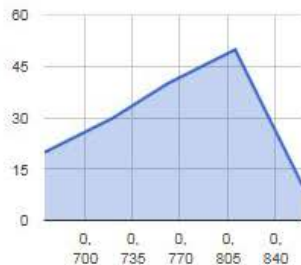
Nationwide biomass benchmark of all fields



Indtast det ønskede kvælstofniveau

Nu kan du se variationen i biomasse (vegetationsindeks) indenfor marken. Vegetationsindekset er ind-delt i fem lige store intervaller og værdierne ligger mellem 0,0 og 1,0. Den gule farve viser lav bio-masse og den grønne høj biomasse. Indtast den ønskede mængde kvælstof i kg/ha for hvert af de 5 intervaller. Vil du læse mere om hvordan du skal vurdere N-tildelingen i forhold til vegetationsindekset, så klik på "Mere info om gødningstildeling"

Index	kg/ha	Areal
0,67	20	0,43 ha
0,72	30	0,52 ha
0,76	40	0,81 ha
0,81	50	1,99 ha
0,86	10	3,24 ha
		0,08 ha



l/ha ☐ kg/ha

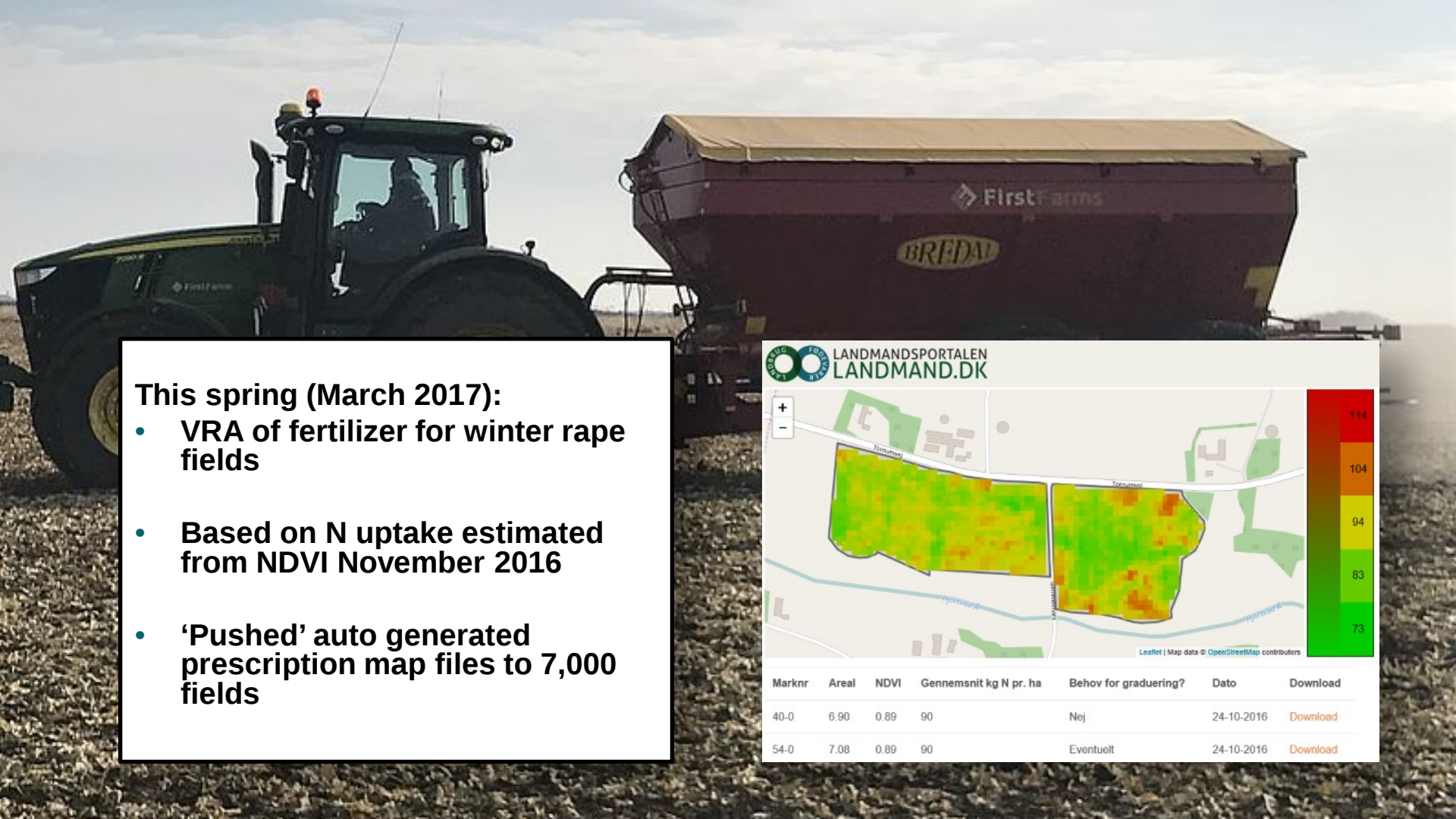
[Mere info om gødningstildeling](#)

[Mere info om plantebeskyttelse](#)

[Foregående](#)

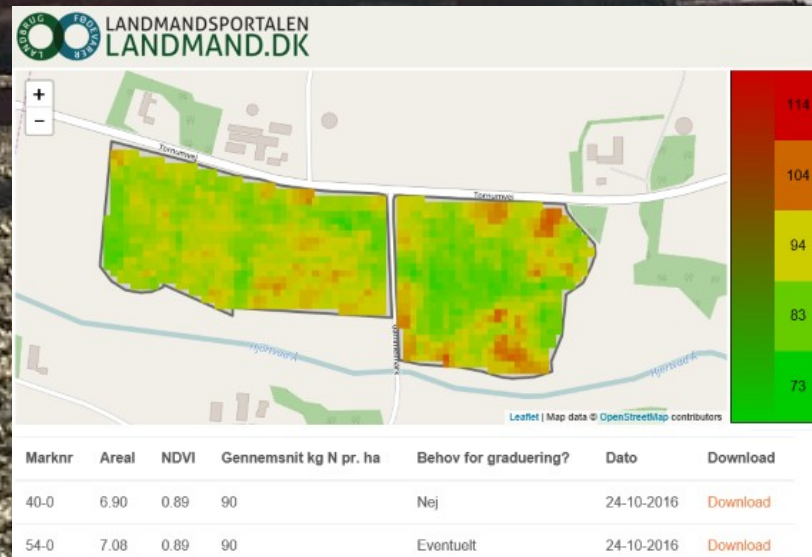
[Næste](#)





This spring (March 2017):

- **VRA of fertilizer for winter rape fields**
- **Based on N uptake estimated from NDVI November 2016**
- **'Pushed' auto generated prescription map files to 7,000 fields**





Ved os har hver person i færestalden, sådan en vogn som der er deres egen. Så man selv har ansvaret for at holde den ren og i orden.

DIGITALE ERFAGRUPPER

- Spørgsmål/videndeling inkl. billeder og videoer
- Tips og tricks nu og hér
- Når det er **aktuelt** – ikke når konsulenten kan

1. marts kl. 08:00 · Synes godt om

Danni Sørensen Det er princippet i når vi har forladt stien så er vi færdig, jeg godt kan lig ved det. Giver mig et godt overblik når jeg går en tur igennem stalden. Skulle jeg finde en svag gris i et kuld. Ved jeg at han er overset. Og kan handle ud fra dette.

1. marts kl. 08:11 · Synes godt om · 1

Sandra Thomsen Okay Danni 😊



Har gennem længere tid døjet meget med for mange små og svagfødte. Er ikke vild med mælkeerstatning som princip, men noget skulle gøres, da jeg mistede for mange. Har ligesom stk. De flasker der fulgte med. Er spændt på, hvordan der



Synes godt om · Kommenter

3 personer synes godt om d



Sandra Thomsen Det l

Mai-Britt Lykke Ja, jeg

Sandra Thomsen Synes du de virker Mai-Britt

Mai-Britt Lykke Det ved jeg ikke rigtigt, Sandra 😊 Har brugt dem til de

mindste siden i fredags. Men de drikker ikke af det - de er nok ikke sultne....

Har du bedre held med dem?

28. januar kl. 18:40 · Synes godt om

DIGITAL RÅDGIVNING

- Stå tidligt op og gå sent i seng
- Vær dér når landmænd drøfter i en "tråd" på Facebook

LANDMANDEN SØGER VIDEN SELV

Flere landmænd søger på
Landbrugsinfo

Markant interesse for
Videoklip – instruktioner



Landbrugsinfo
9. april · Redigeret · 

+4000 på 2 uger

Vi arbejder på at blive endnu skarpere på at lave videoer til landmænd. Til det har vi brug for DIG!

Se den 3. ud af 4 videoer herunder og deltag i konkurrencen i morgen fredag om en frokost på Jensens Bøfhus.

For at være med i konkurrencen skal du: ... [Se mere](#)



Landkonsulent Ghita C. Nielsen, SEGES

3.512 visninger
[Fjern](#) [Synes godt om](#) · [Kommenter](#) · [Del](#)





Anne-Mette Søndergaard delte LandboNords Kvægrådgivnings status.

2. juli 🇩🇰

Alt sagt om konservative Thy-boer trækker jeg hermed tilbage 😊 Flot forbedring her hos Jan og Bjarne Gravesen ! Tak - siger køer og kvægrådgiver 😊

Thy rykker !!! Utrolig forbedring af stald med madrasser, men nu med åser som bagkant, varmebehandlet easy-strø i pulver som bund og flotte dejlige Holstein køer hos Jan Gravesen - simpelthen en fornøjelse for køer, kvægrådgiver, haser og ydelse, mens dog kvoten trykker og tar en del af euforien 😊 (4 billeder)



du og 9 andre synes godt om dette.



Det ser godt ud!
2. juli kl. 22:07 · Synes godt om · 1



Anne-Mette Søndergaard det kunne du faktisk også sagtens lave ! 1000 kg EKM ligger lige på den anden side og lurer 😊 ses !
2. juli kl. 22:07 · Synes godt om



sa bliver det først efter d. 1-4-2015... 😊
2. juli kl. 22:09 · Synes godt om · 1



Anne-Mette Søndergaard Nemli !!! Men med beslutningshastigheden på Fjelsø-kanten er det vist nu, vi skal i gang med at tale om det - og påvirke senior 😊 😊
2. juli kl. 22:12 · Synes godt om



Hahaha.....
2. juli kl. 22:12 · Synes godt om



hmm ja Anne-Mette Søndergaard det kan også lave meget 😊
2. juli kl. 22:15 · Synes godt om · 1



Anne-Mette Søndergaard Ja da !!! Det bløde er bare et ekstra gear, Jens Jakob Larsen 😊
2. juli kl. 22:16 · Synes godt om



hmm vis jeg laver det så kommer jeg bare op over 12000 kg
2. juli kl. 22:19 · Synes godt om



Anne-Mette Søndergaard Ja- det kan de ! Du gir bare masser af foder, stabilitet og pasning, så kan de også malke 15.000 kg EKM - osse de røde 😊
2. juli kl. 22:20 · Synes godt om · 1



Larsen det vil jeg arbejde efter 15000 kg EKM
2. juli kl. 22:26 · Synes godt om · 2



Ji /ed du om der er hovedpude i de sengebåse? Jeg har søgt en
efter din mening den optimale løsning, umiddelbart virker det mest optaget med en
åse boltet på bagkanten, men det virker næsten for nemt?
22. juli kl. 22:41 · Synes godt om

Generationsskifte

Ydelsesstrategi

Hovedpuder i
sengebåse

**VI SKAL HAVE
NYE ØJNE OG
HÆNDER IND
I KLYNGEN!**



Nyheder > Opinion > [Artikel](#)

O
BØRSEN.



Debat: Uddannelse af faglærte er spild af tid

ANBEFALET



Søren Skou: Derfor køber vi Hamburg Süd





- Vise de unge muligheder på tværs
- Skabe tættere kontakt mellem både produktion og viden – virksomheder og uddannelse
- Tiltrække ny viden i erhvervet.

AGRO FOOD ACADEMY?

Nul arbejdsløse mejeriingeniører!
Mælkeritidende

Hvis holdene på landbrugsskoler bliver for små, går det ud over niveauet, mener
LandboUngdom

Fødevarevirksomheden DuPont ønsker at samle danske videregående fødevareuddannelser ét sted for at opnå højere faglighed. Forslaget møder velvillighed i branchen.

DuPont



Netværk

Netværk og udviklingssamarbejde skal koble landbrugsproduktion til megatrends. Tættere på forbrugeren og Silicon Valley?



Data

Landbrugets digitale hus? Data samles og udvikles fra flere kilder og bruges aktivt



Nyt forskningssamarbejde i fødevaresektoren

Samarbejde med kapitaltung **forskning** fx Novozymes, universiteter



Næste generation

Unge skal indgå i værdikæden - et **Food Academy** for landmanden, slagteren, nørden og virksomheden?

HVOR SKAL VÆKSTEN KOMME FRA I LANDBRUGET

- NETVÆRKSMØDE

Ivan Damgaard, chefkonsulent

26. Juni 2017



Chefkonsulent

Ivan Damgaard

Telefon 0045-8740 5036

Mobil 0045-2916 3134

Mail: ivd@seges.dk

Arbejdsopgaver

Strategi og Forretningsudvikling

- LifeTime Strategi ® – Strategi for Livet
- Virksomhedsanalyse
- Virksomhedsstrategi
- Forretningsudvikling
- Ejerskiftestrategi
- Diversifikationsstrategi
- Risikomanagement & Risikostyring
- Ledelse og management
- Rapporteringssystemer / Økonomistyring
- Forretningsgørelse
- Advisoryboards / bestyrelser
- Projekt- og Procesledelse

Store / komplekse
fødevarer virksomheder

DLBR

Branche
organisationer

Kommuner

PROJEKTETS HOVEDSPØRGSMÅL

Hvad gør landets bedste vækstlandmænd, og på hvilke parametre kan de forbedre sig yderligere, f.eks. via kendte og nye viden- og erfaringskilder

PROJEKTETS HOVEDSPØRGSMÅL - I ET TIDSPERSPEKTIV

Fra finanskrisen i 2008/2009 til nu:

I en krisetid er der en gruppe af landmænd, der har evnet at styrke deres kerneforretning eller har skabt nye forretningsmodeller via strategisk ledelse, høj faglighed og inddragelse af erfaringer fra andre brancher

Fra nu og frem mod 2025:

Projektet vil via de deltagende vækstlandmænd og nyuddannede talenter få inputs på hvordan vækstlandmændene ser fremtidens barrierer og potentialer, og især hvordan de vil udvikle deres forretnings og forretningsområder i årene fremover.

PROJEKTETS FORVENTEDE BRUGERRETTEDE EFFEKTER

Landbruget har de senere år været omtalt som et erhverv med dårlig økonomi uden store muligheder for vækst.

- Med projektet belyses det overfor samfundet, at der er et markant vækstlag iblandt landbrugsvirksomhederne.
- En synliggørelse af vækstlagene i dansk landbrugsproduktion vil f.eks. understøtte:
 - Investorers interesse i at udvikle landbrugsvirksomheder i landdistrikterne.
 - At konkurrencekraften og vækstpotentialet i erhvervet bevares og styrkes.
 - At udpege tiltag, der kan udvikle landmandens forretning
 - At små og mellemstore produktionsvirksomheder i landdistrikterne kan få gavn af viden om bl.a. ledelse og strategi i veldrevne og vækstorienterede landbrug.

Projektets målgrupper – kort og langt sigt

Top 2% landmand – målt på:

- *Strategi og strategisk ledelse*
- *Økonomiske nøgletal over tid*
- *Produktionsdata over tid*
- *Ansatte og gerne min. 2 ledelseslag*
- *Evne til at hente og bruge viden*
- *Skalerbar forretningsmodel*



Inputs fra case landmænd:

- *Vækstlandmanden*
- *Vækstlandmanden m/netværk*
- *Vækstlandmandens m/bestyrelser eller gårdråd*
- *Internationale vækstlandmænd*
- *Unge talenter*
- *Investorer i landbruget*

Validering af proces og leverancer:

- *Advisory Board*
- *Styregruppe*

Implementering:

- *Dansk Landbrug*
- *DLBR*
- *SEGES*

PROJEKTETS LEVERANCER

- At samarbejde med vækstlandmænd om at afdække fremtidens udfordringer, herunder afdække barrierer for at konkurrencekraften og vækstpotentialet i de økonomisk stærkeste landbrug kan styrkes.
- At samarbejde med talenter, investorer, internationale lead users om at afdække barrierer, udfordringer og potentialer for forbedret konkurrenceevne og vækstpotentiale for Dansk Landbrug
- At afholde 2-3 netværksmøder for vækstlandmænd og talenter, hvor der præsenteres relevant forskning og forsøg indenfor de områder, der afdækkes i projektet
- At udpege tiltag, der dels kan styrke vækstlandmændene, dels kan transformere erfaringerne til andre landbrug
- At pege på de små marginaler i både det landbrugsmæssige, strategiske, ledelsesmæssige, der kan forbedre forretningen yderligere
- At udarbejde et idekatalog, der kan inspirere danske landmænd til at pege på:
”hvor skal væksten komme fra i landbruget”

ANALYSE AF Ø90 REGNSKABER

MÅL MED ANALYSE AF Ø90 REGNSKABER

➤ At synliggøre

- et potentielt vækstlag i Dansk Landbrugs Rådgivning via objektive udtræk fra Ø90
- et potentielt vækstlag på ca. 1000 virksomheder med skalerbar forretningsmodel og/eller størst driftsresultat og økonomisk mulighed til at udvikle virksomheden
- på hvilke parametre dette potentielle vækstlag adskiller sig fra "*de andre i Ø90 sammenligningsgruppen*" på objektive kriterier

➤ At kvalificere dette objektive Ø90 udtræk via

- DLBR virksomhedernes dybe kendskab til den enkelte virksomhed
 - Kvalificering af Ø90 udtræk – tilføje / fjerne virksomheder fra objektivt udtræk
- Kvalitative interviews af udpegede virksomheder fra Ø90 udtræk

➤ .

HVAD KARAKTERISERER EN VÆKSTVIRKSOMHED - UDENFOR LANDBRUGET

Virksomheden tildeles en karakter på baggrund af deres styrke indenfor hver af de 5 discipliner.

Den samlede karakter illustrerer evnen til at skabe lønsom og økonomisk velfunderet vækst.

Soliditetsgrad

Vækst-
virksomhed

Vækst i omsætning

Vækst i beskæftigelse

Egenkapitalens forrentning

Overskudsgrad

ANALYSE REGION MIDT – JUNI 2017

BRANCHEANALYSE						
TOP-50 I REGION MIDTJYLLAND						
Selskab	Samlet karakter	Vækst i omsætningen	Vækst i beskæftigelse	Over-skuds-grad	Egen-kapital-forrentning	Solids-tets-grad
1 K. Nissen International	10,6	26	27	9	28	42
2 Schouw & Co.	10,2	14	72	7	20	64
3 Vestas Wind Systems	8,8	21	14	14	33	32
4 KMC, kartoffelmelcentralen	8,4	9	2	10	42	52
5 Casa A/S	8,0	27	32	4	67	23
6 Actona Company	7,2	12	-6	6	39	46
7 Whiteaway Group	7,2	26	25	2	29	22
8 Jysk	7,0	7	5	7	14	57
9 KK-Group	7,0	28	-19	11	87	32
10 Bestseller	6,6	7	7	9	11	56
11 Eniig	6,6	8	31	5	2	50
12 Kelsen Group	6,6	10	-5	17	36	36
13 Terma	6,6	14	5	7	14	34
14 Stibo Holding	6,4	6	3	7	16	59
15 Ejner Hessel Holding	6,2	23	9	3	25	30
16 Via Biler Gruppen	6,2	25	14	2	32	20
17 Andelssmør A.M.B.A	6,0	6	0	2	28	99
18 Grundfos	6,0	0	-2	9	11	70
19 Rema 1000 Danmark	5,4	7	7	2	22	41
20 Per Aarsleff	5,2	2	20	4	13	38

Kilde
Jyllands Posten
13. juni 2017

Ø90 ANALYSE - ALLE DRIFTSGRENE

KUNDESEGMENTER 2015 REGNSKABERNE

- I ALT 24473 PERSONLIGT EJEDE EJENDOMME

Procentfordeling

DLBR gennemsnit				
Overskudsgrad	< 10%	10 til 25%	Over 25%	I alt
Gældsprocent / Nettooms.				
0 til 60%	4%	7%	57%	68%
0 - 1 mio.	1%	2%	40%	43%
1 - 2 mio.	1%	1%	12%	14%
2 - 5 mio.	1%	2%	4%	8%
5 - 10 mio.	1%	1%	1%	3%
10 - 20 mio.	0%	0%	0%	1%
over 20 mio.	0%	0%	0%	0%
60 til 80%	4%	3%	9%	17%
0 - 1 mio.	0%	0%	5%	6%
1 - 2 mio.	0%	1%	3%	4%
2 - 5 mio.	1%	1%	1%	4%
5 - 10 mio.	1%	1%	0%	3%
10 - 20 mio.	1%	0%	0%	1%
over 20 mio.	0%	0%	0%	0%
80 til 100%	4%	1%	4%	10%
0 - 1 mio.	0%	0%	3%	3%
1 - 2 mio.	0%	0%	1%	2%
2 - 5 mio.	1%	0%	0%	2%
5 - 10 mio.	2%	0%	0%	2%
10 - 20 mio.	1%	0%	0%	1%
over 20 mio.	0%	0%	0%	0%
Over 100%	2%	0%	2%	5%
0 - 1 mio.	0%	0%	1%	2%
1 - 2 mio.	0%	0%	1%	1%
2 - 5 mio.	1%	0%	0%	1%
5 - 10 mio.	1%	0%	0%	1%
10 - 20 mio.	0%	0%	0%	0%
over 20 mio.	0%	0%	0%	0%
I alt	15%	12%	73%	100%

LANDBRUGSSEGMENTER

- STATUS ÅRSREGNSKABER 2015



Small business

Omsætning < 2 mill. kr.	73%
Røde landmænd	3%
Gule landmænd	8%
Grønne landmænd	62%

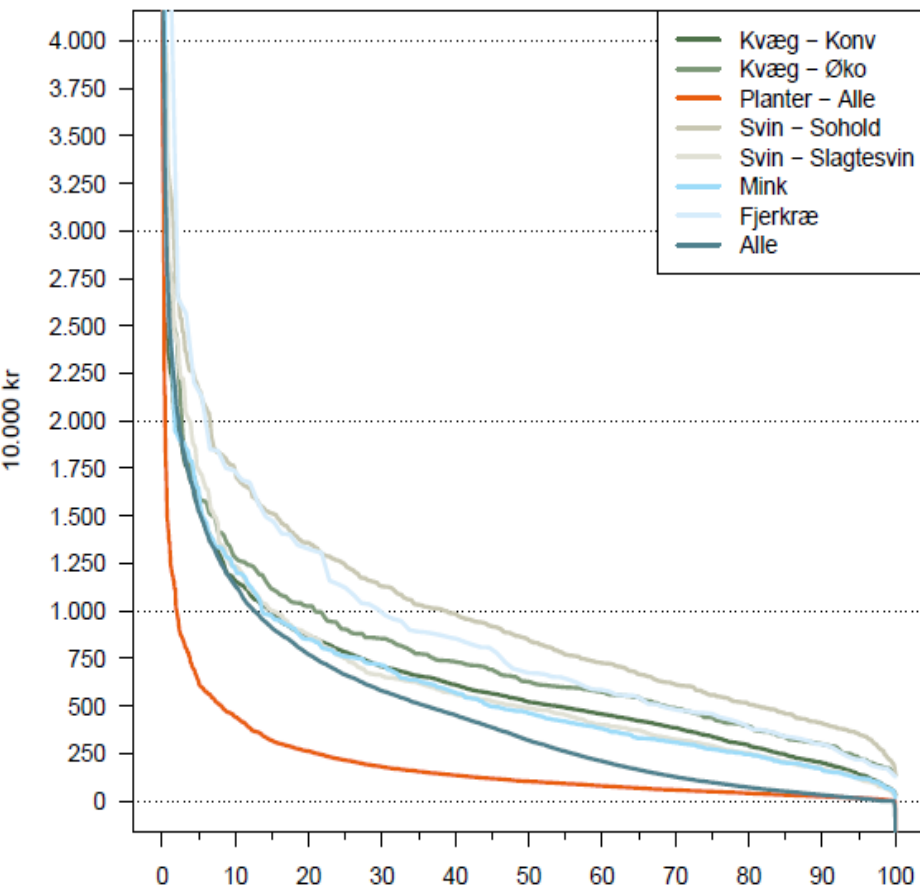
Produktionslandbrug

Omsætning > 2-5 mill. kr.	14%
Røde landmænd	4%
Gule landmænd	3%
Grønne landmænd	7%

Virksomhedslandbrug

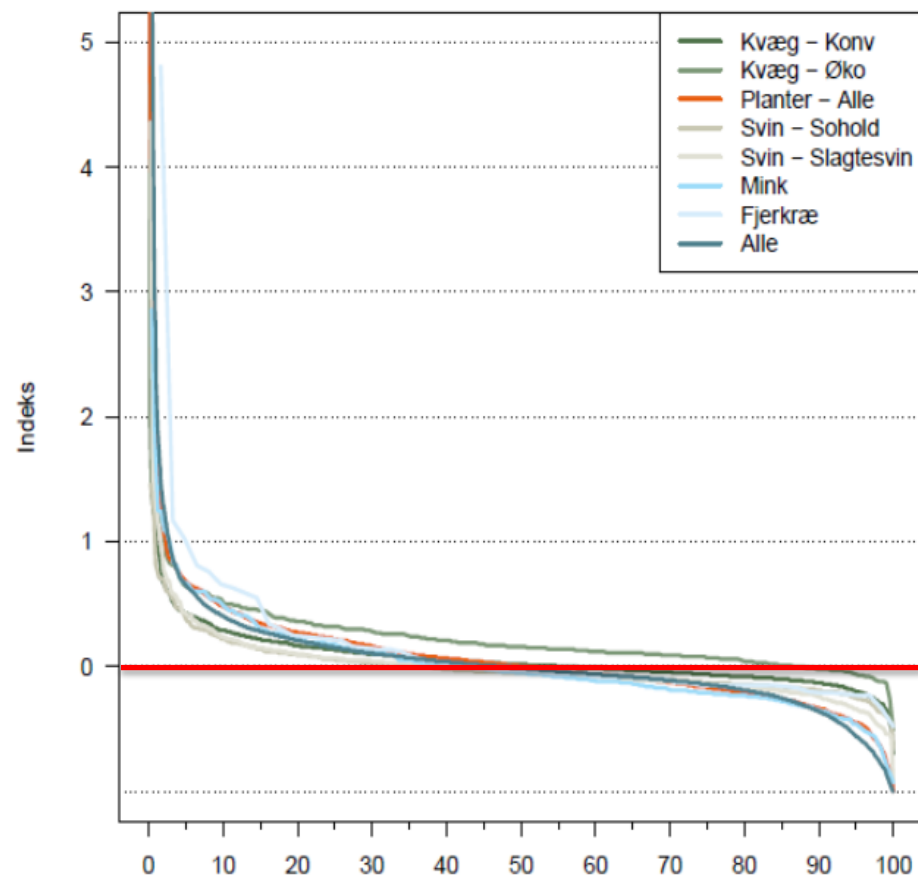
Omsætning > 5 mill. kr.	13%
Røde landmænd	8%
Gule landmænd	3%
Grønne landmænd	2%

Omsætning – spredningsgraf



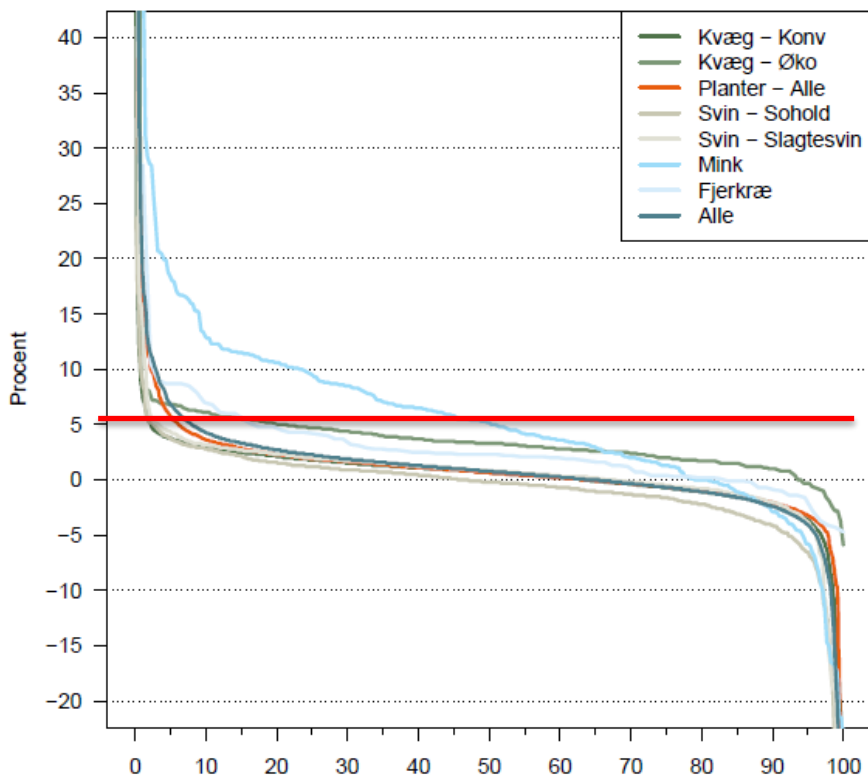
Spredningsgraferne er baseret på bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

Vækst i omsætning – spredningsgraf



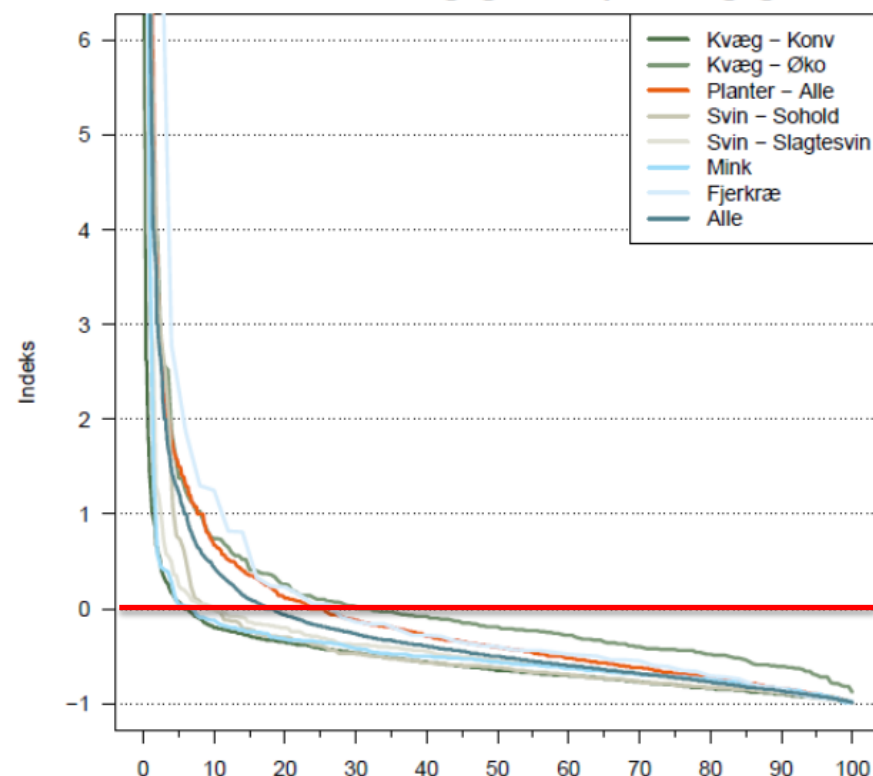
Spredningsgraferne er baseret på bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

Afkastningsgrad – spredningsgraf



Spredningsgraferne er baseret på bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

Vækst i afkastningsgrad – spredningsgraf



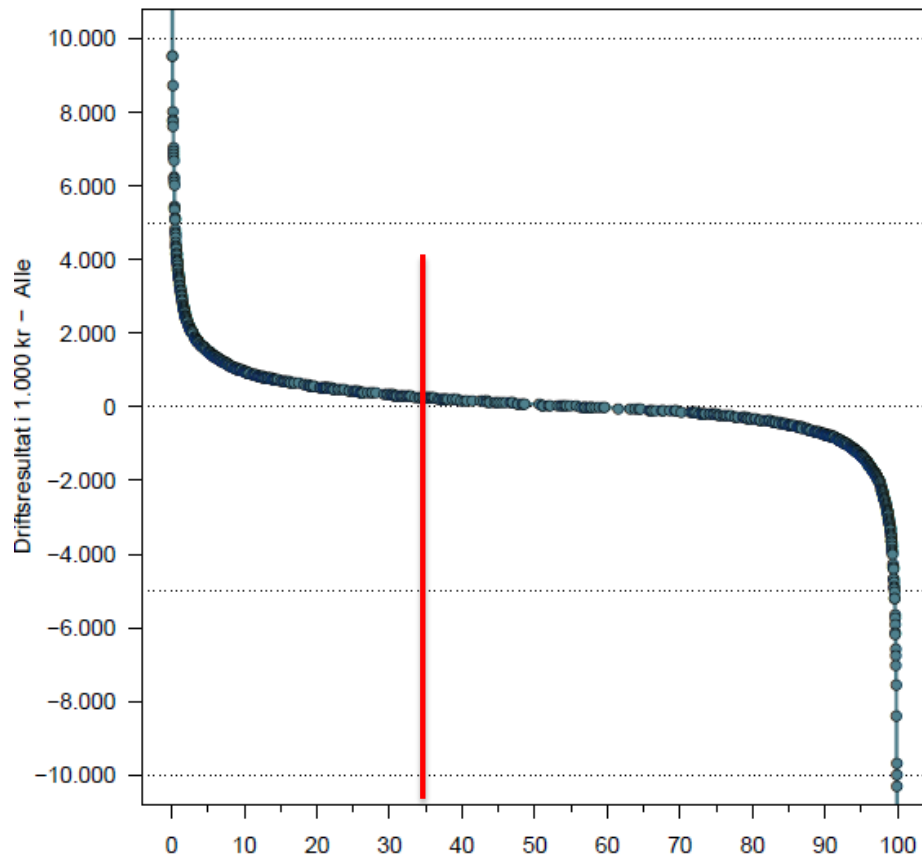
Spredningsgraferne er baseret på bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

Ø90 ANALYSE

- STØRSTE OMSÆTNING – ALLE DRIFTSGRENE

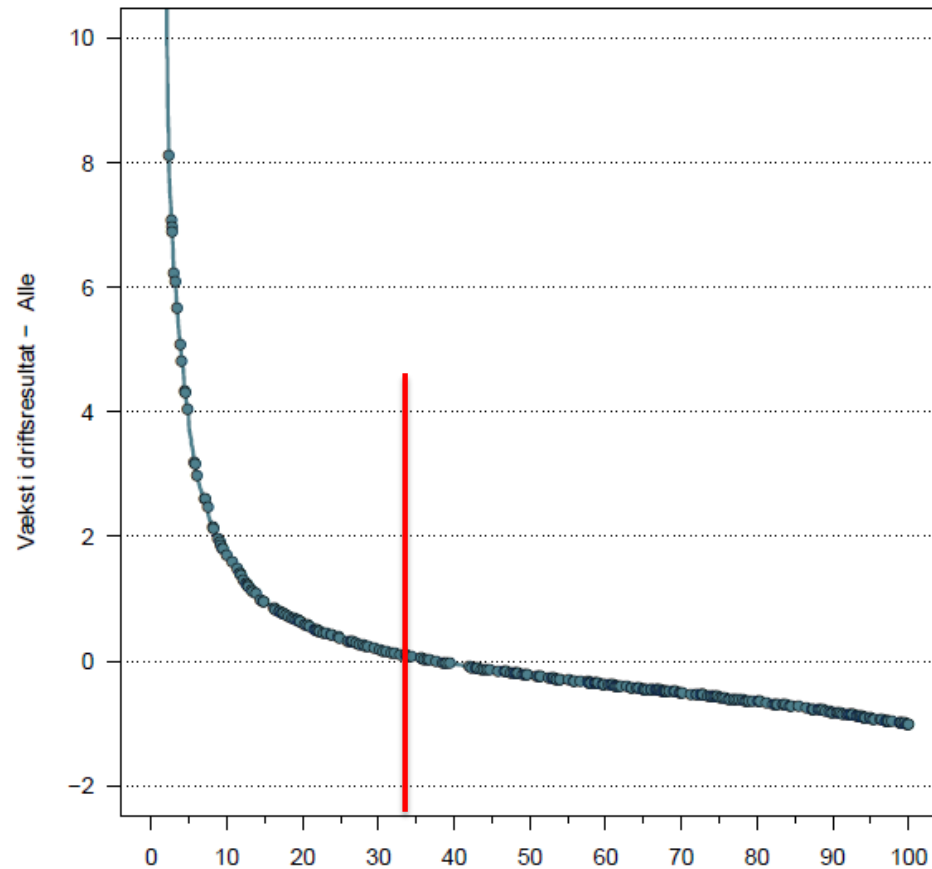
HVORDAN FORDELER DE 10% LANDMÆND
MÅLT PÅ HØJESTE OMSÆTNING SIG?

Driftsresultat



Prikkerne indikerer top 10 bedrifterne.
Spredningsgraferne er baseret på 8284 bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

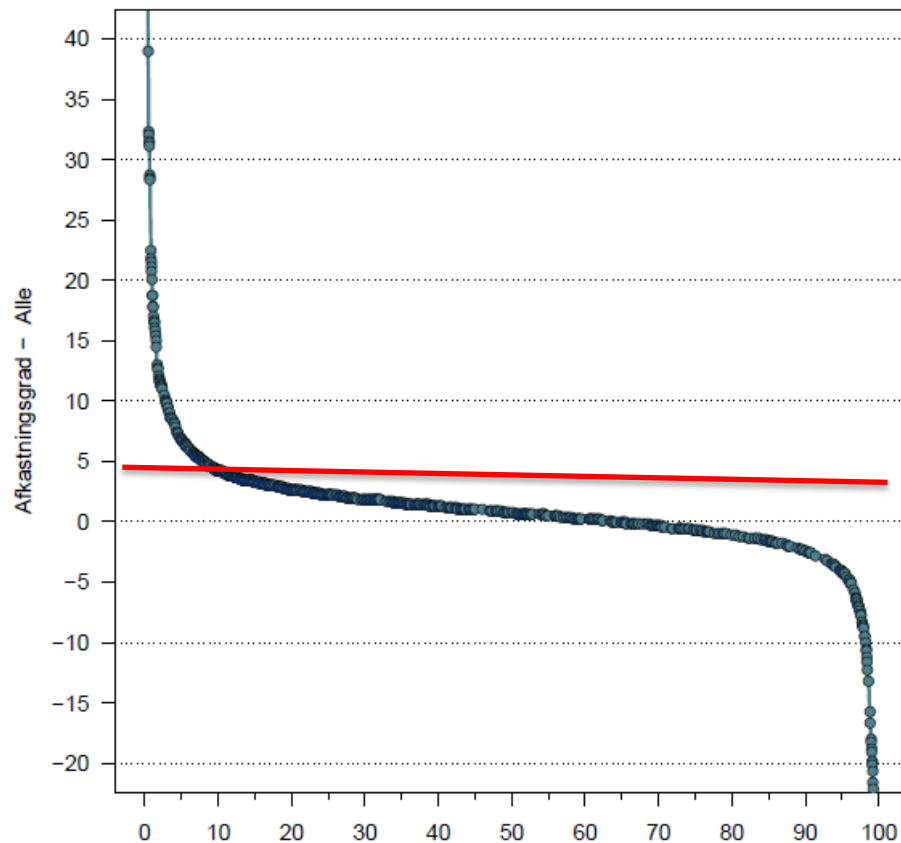
Vækst i driftsresultat fra 2011-2015



Prikkerne indikerer top 10 bedrifterne.
Spredningsgraferne er baseret på 3122 bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

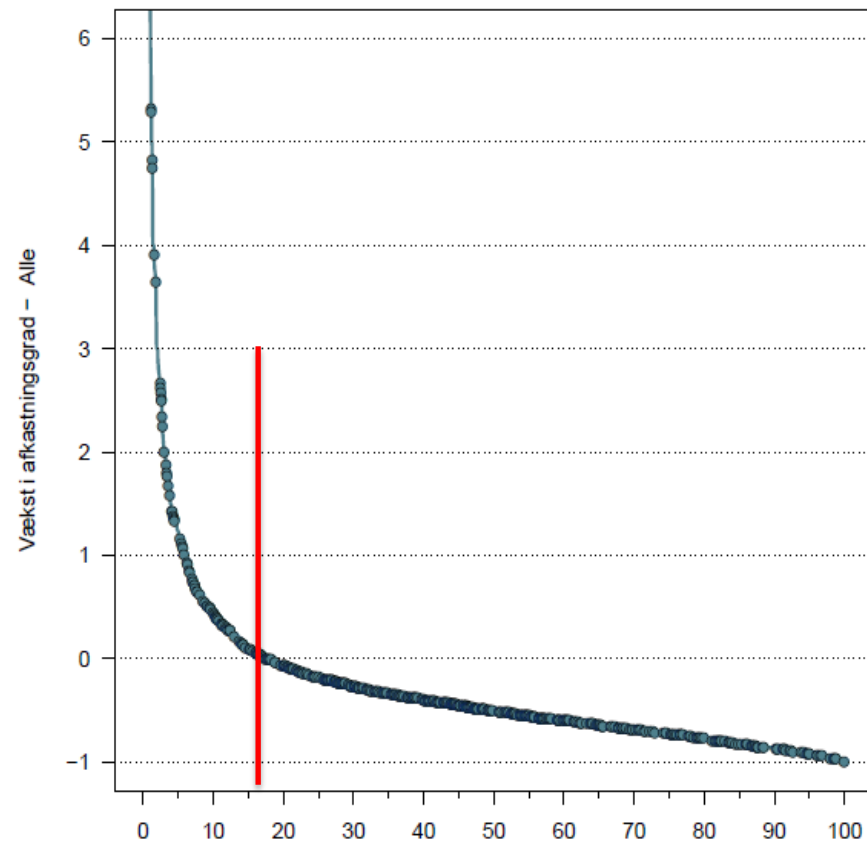
Top 10% omsætning

Afkastningsgrad



Prikkerne indikerer top 10 bedrifterne.
Spredningsgrafene er baseret på 8284 bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

Vækst i afkastningsgrad fra 2011-2015



Prikkerne indikerer top 10 bedrifterne.
Spredningsgrafene er baseret på 3987 bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

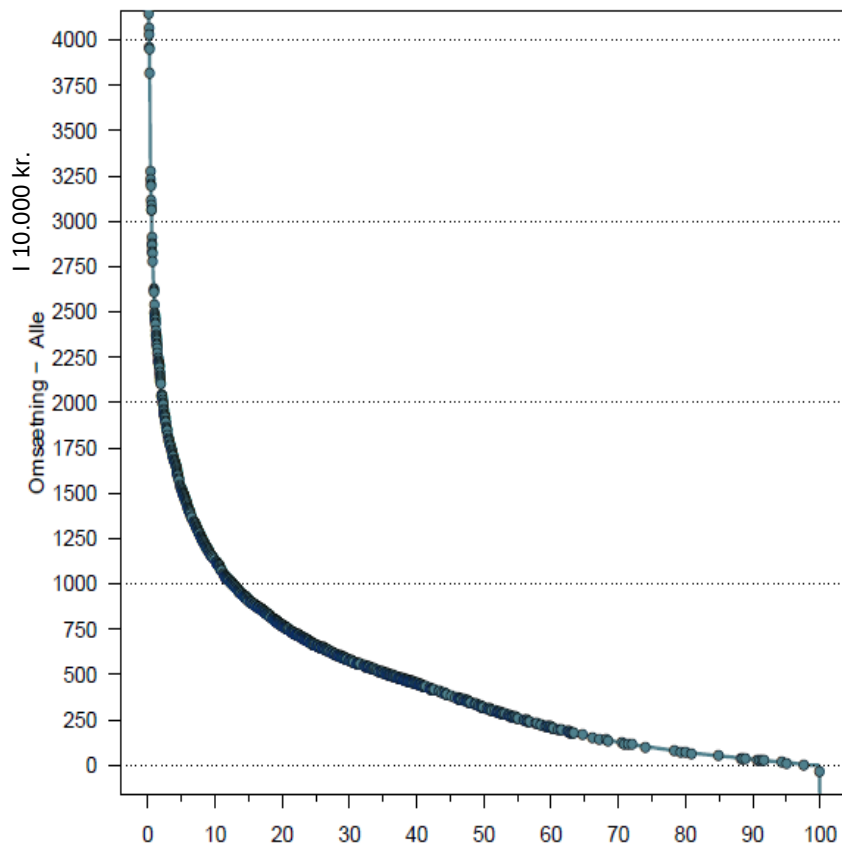
Top 10% omsætning

ANALYSE

- STØRSTE DRIFTSRESULTAT – ALLE DRIFTSGRENE

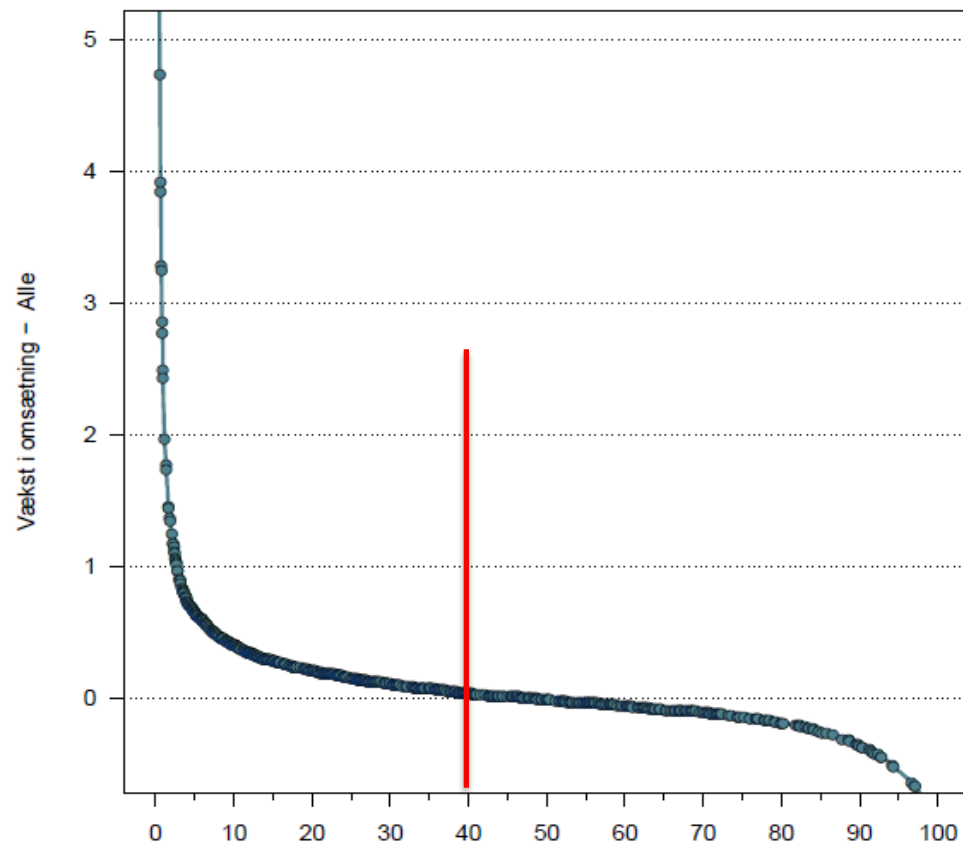
HVORDAN FORDELER DE 10% LANDMÆND
MED HØJESTE DRIFTSRESULTAT SIG

Omsætning



Prikkerne indikerer top 10 bedrifterne.
Spredningsgrafeme er baseret på 8284 bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

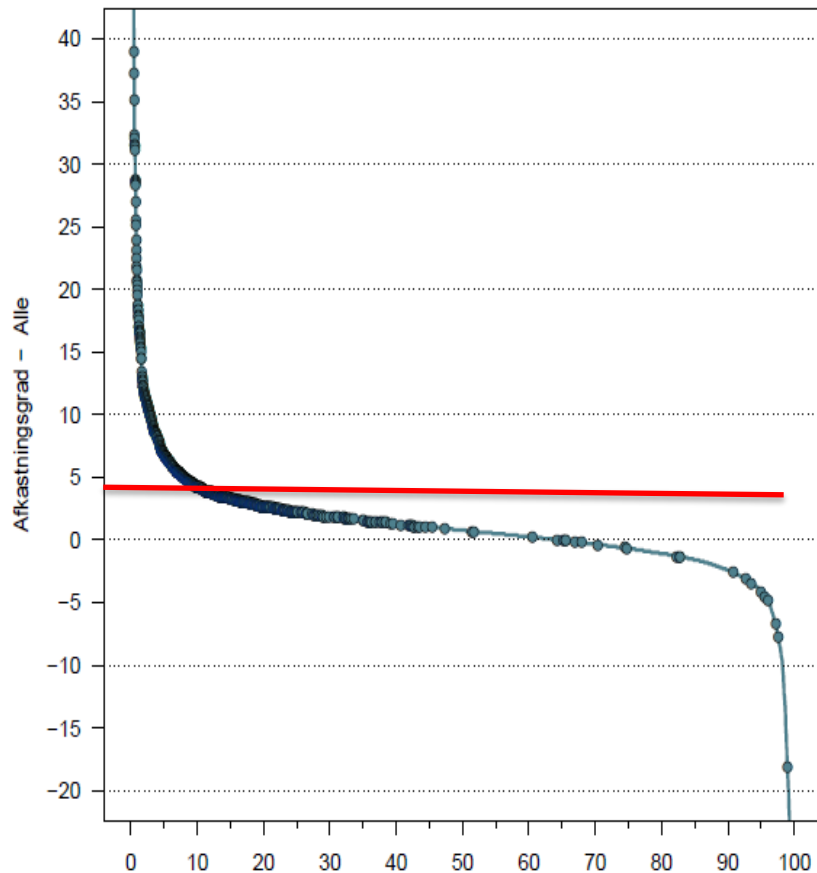
Vækst i omsætning fra 2011-2015



Prikkerne indikerer top 10 bedrifterne.
Spredningsgrafeme er baseret på 6373 bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

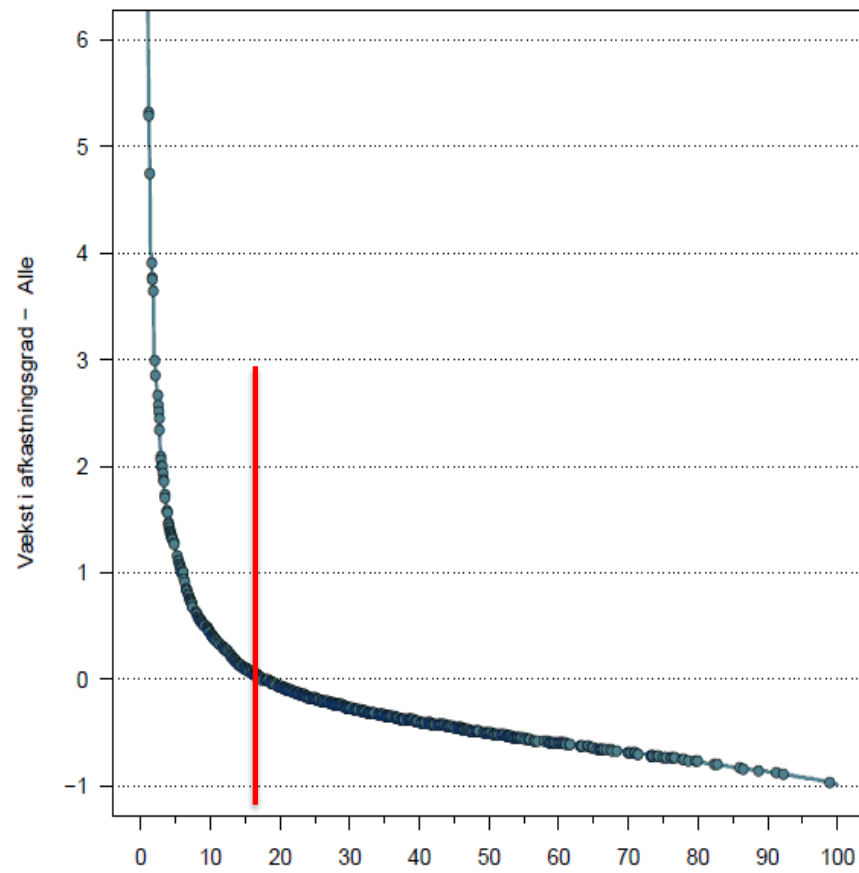
Top 10% driftsresultat

Afkastningsgrad



Prikkerne indikerer top 10 bedrifterne.
Spredningsgrafeme er baseret på 8284 bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

Vækst i afkastningsgrad fra 2011-2015

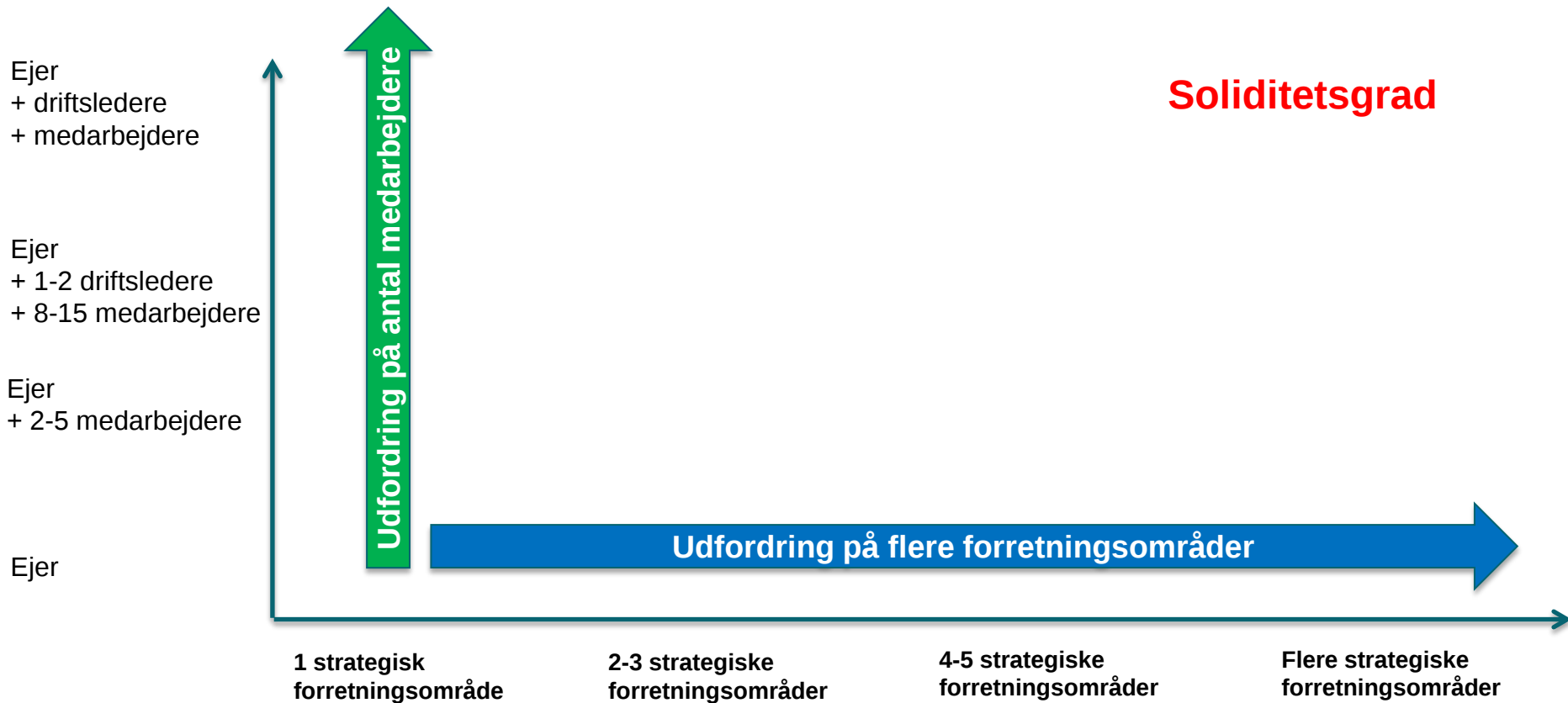


Prikkerne indikerer top 10 bedrifterne.
Spredningsgrafeme er baseret på 3987 bedrifter fra Økonomidatabasen, SEGES.

Top 10% driftsresultat

FORLØBELIGE REGNSKABSANALYSER

- HVAD PÅVIRKER VIRKSOMHEDENS DRIFTSRESULTAT



HVAD KARAKTERISERER EN VÆKSTLANDMAND



Ø90 ANALYSE

KRITERIER FOR ANALYSE AF VÆKSTLANDMAND



Som sammenligningsgruppe plus

- Driftsresultat > 0 kr. i 2012
- Vækst i driftsoverskud fra 2012 til 2015 > 200.000 kr. eller et driftsoverskud i 2015 > 2 mill. kr.
- Soliditetsgrad over 10% i 2015

- Der skal være en årsrapport
- Regnskabsdata for 2012 og 2015
- Personligt og selskabs ejede virksomheder (-I/S)
- Min. 1 ha. jord
- Landbrugsomsætning > 1 mio. kr/år i 2015

Tabel 1

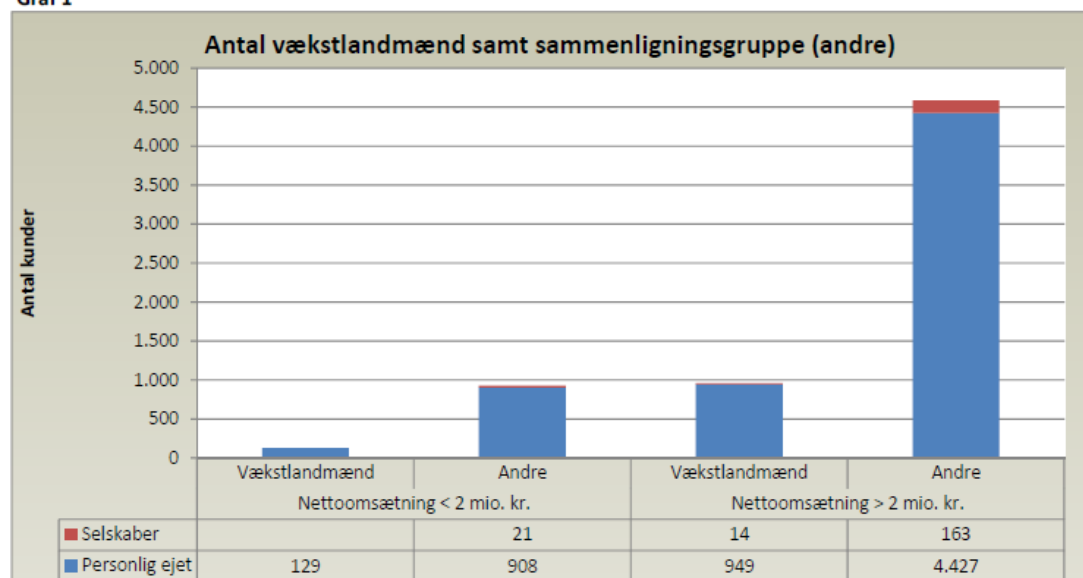
Den samlede produktion					
	Antal kunder	Samlet areal	Antal køer	Antal søer	Prod. slagtesvin
<u>Alle DLBR virksomheder</u>					
Alle Ø90 kunder	34.383	2.248.311	495.806	860.158	15.607.847
Heraf vækstlandmænd	1.092	210.387	57.767	53.200	1.327.538
Heraf andre	5.519	973.330	321.708	546.338	10.312.679

Analyse Ø90 data - regnskabsåret 2015

Tabel 2

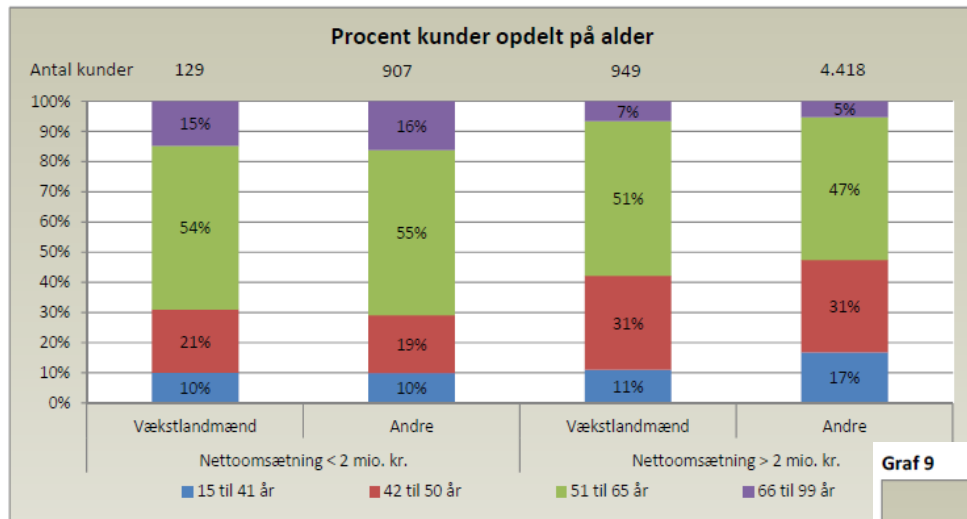
Den samlede nettoomsætning og overskud efter finansiering					
	Antal kunder	Netto-omsætning i hele 1.000	Overskud i hele 1.000	Gns. netto-omsætning i hele 1.000	Gns. overskud i hele 1.000
<u>Alle DLBR virksomheder</u>					
Alle Ø90 kunder	34.383	74.636.112	16.695.505	2.379	532
Heraf vækstlandmænd	1.092	7.291.335	2.138.799	6.677	1.959
Heraf andre	5.519	32.967.996	1.700.142	6.023	311

Graf 1

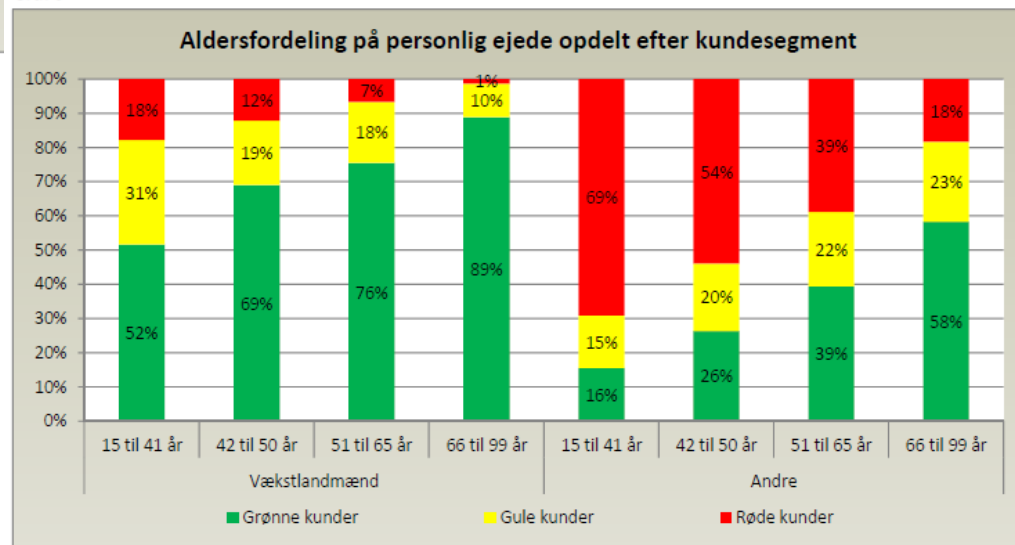


Antal kunder pr. produktionsgren					
	Antal kunder	Gns. areal	Gns. antal køer	Gns. antal søer	Gns. prod. slagtesvin
Kunder med planteavl					
Vækstlandmænd	505	196			
Andre	1.797	168			
Kunder med køer					
Vækstlandmænd	379	168	147		
Andre	1.851	166	169		
Kunder med søer og evt. slagtesvin					
Vækstlandmænd	79	273		673	5.653
Andre	926	206		581	4.159
Kunder med slagtesvin					
Vækstlandmænd	113	201			7.427
Andre	877	178			7.072

Graf 6



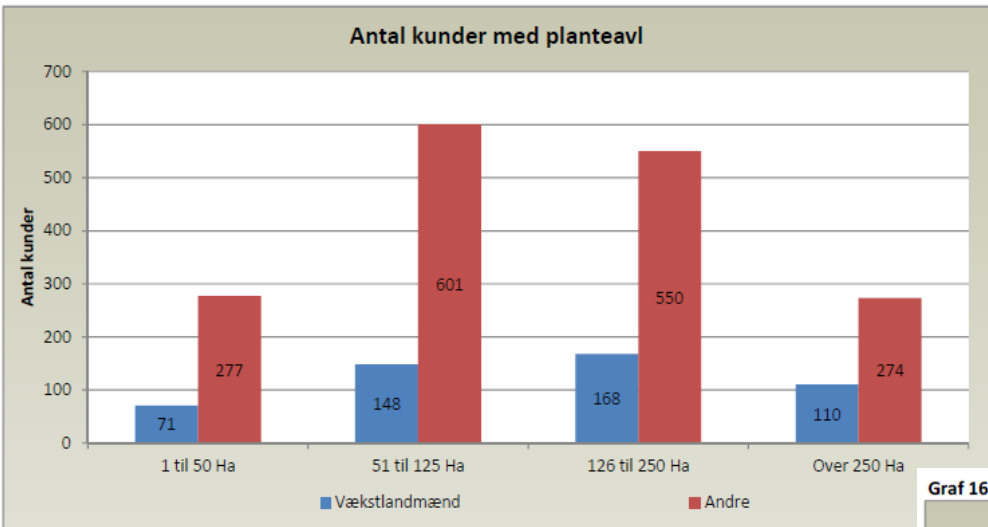
Graf 9



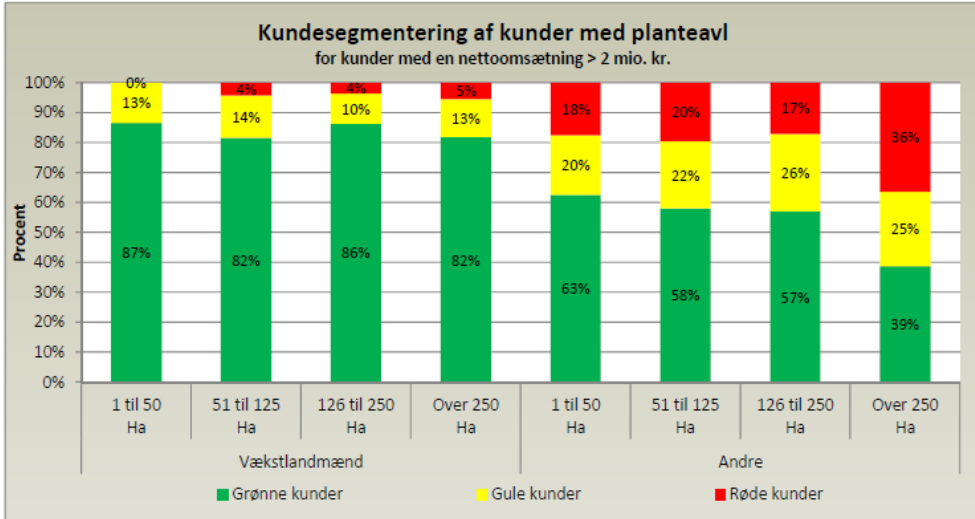
Ø90 ANALYSE

PLANTEAVL

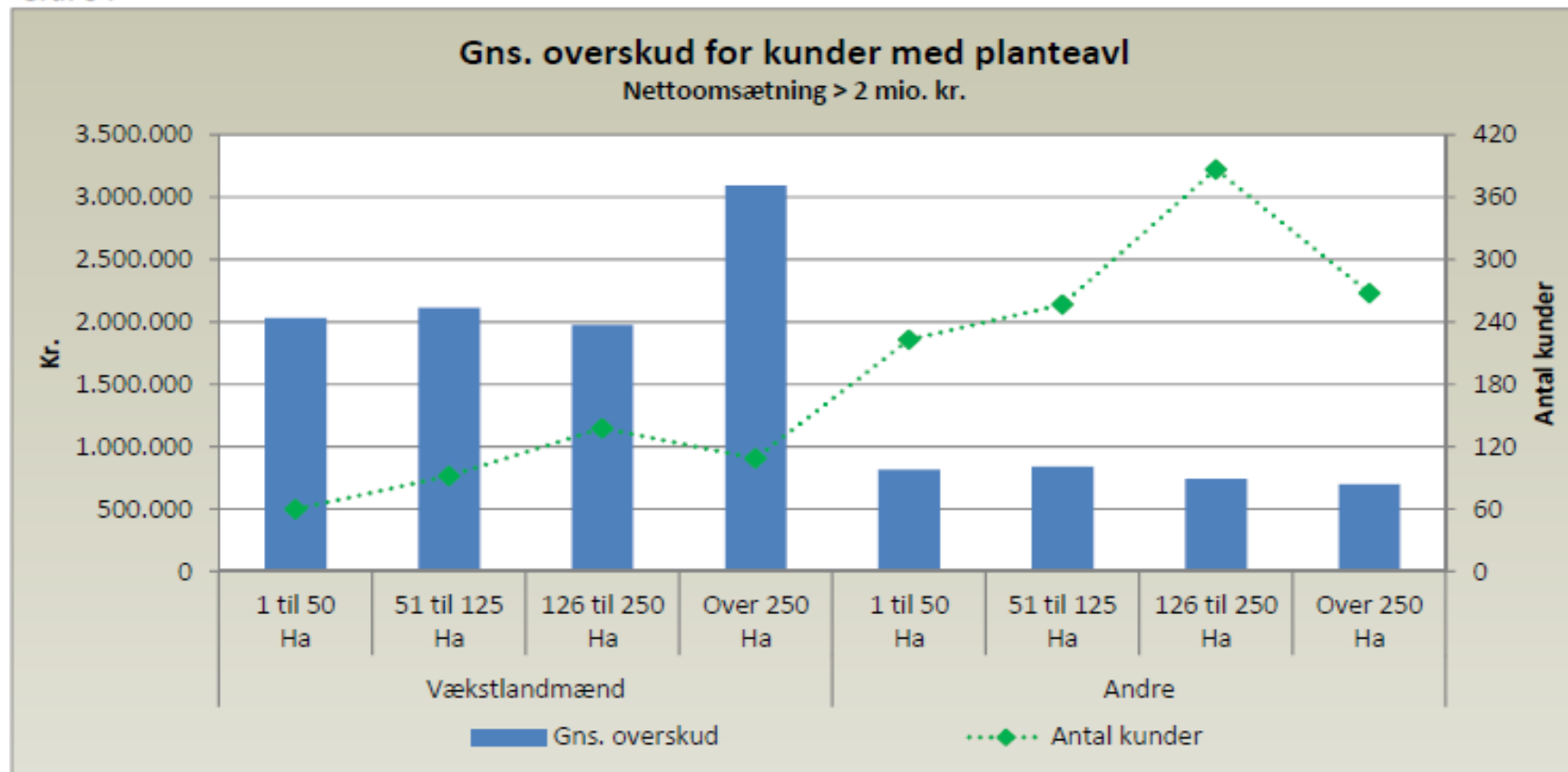
Graf 2



Graf 16

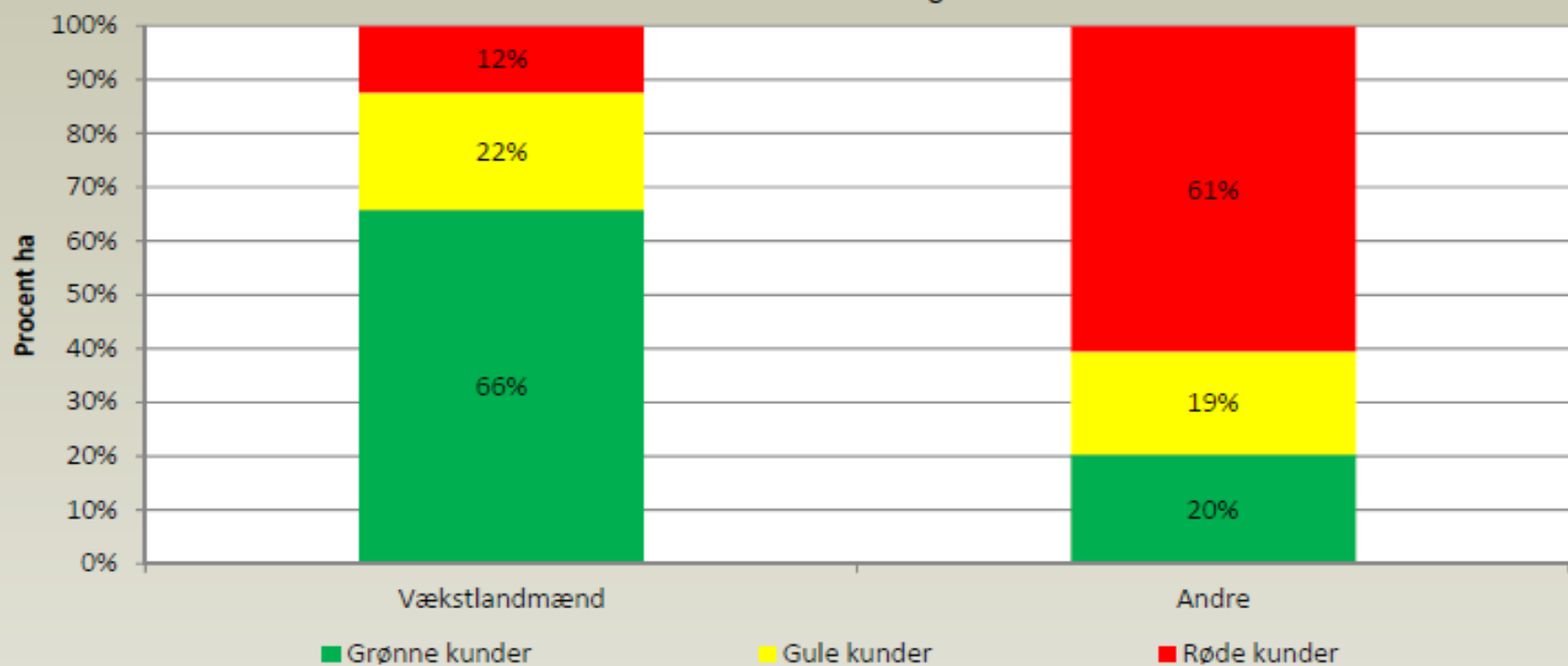


Graf 34



Graf 17

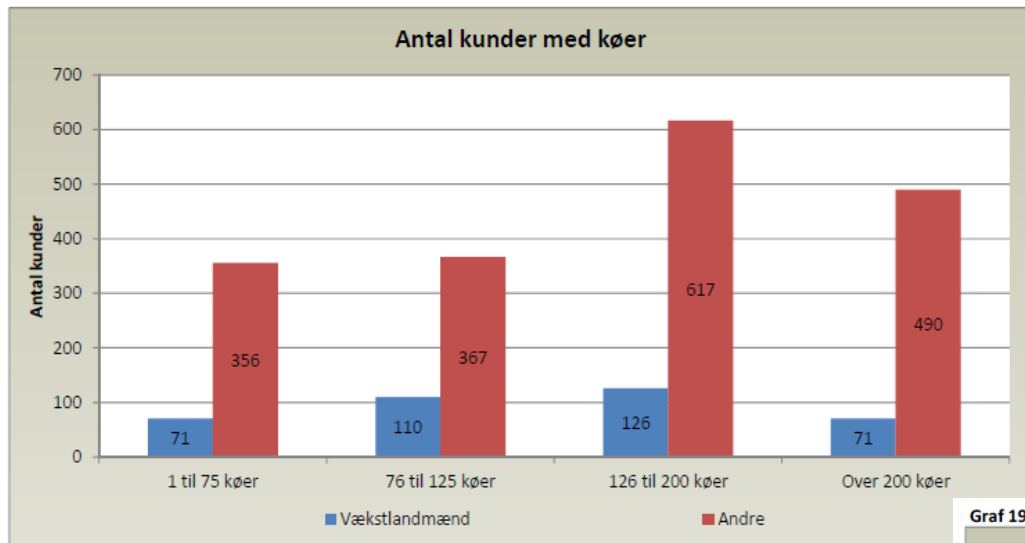
Procent af det samlede areal opdelt pr. kundesegment
for kunder med en nettoomsætning > 2 mio. kr.



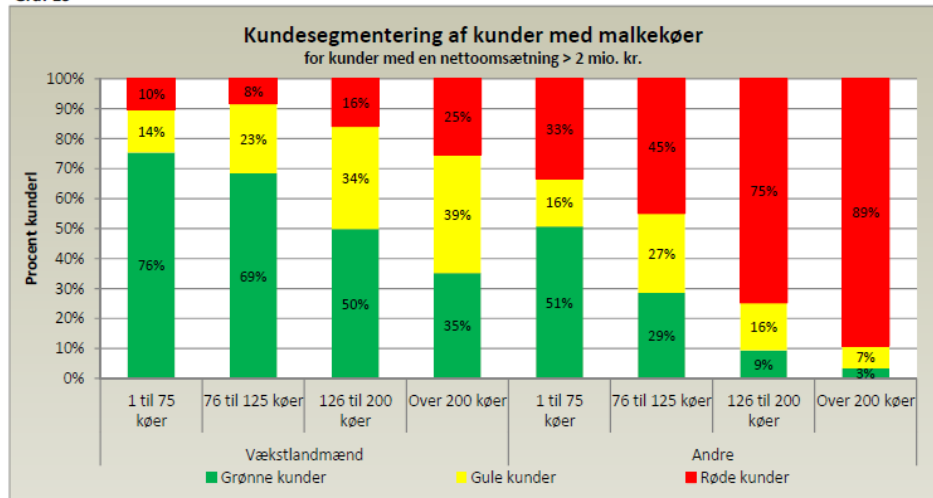
Ø90 ANALYSE

KØER

Graf 3

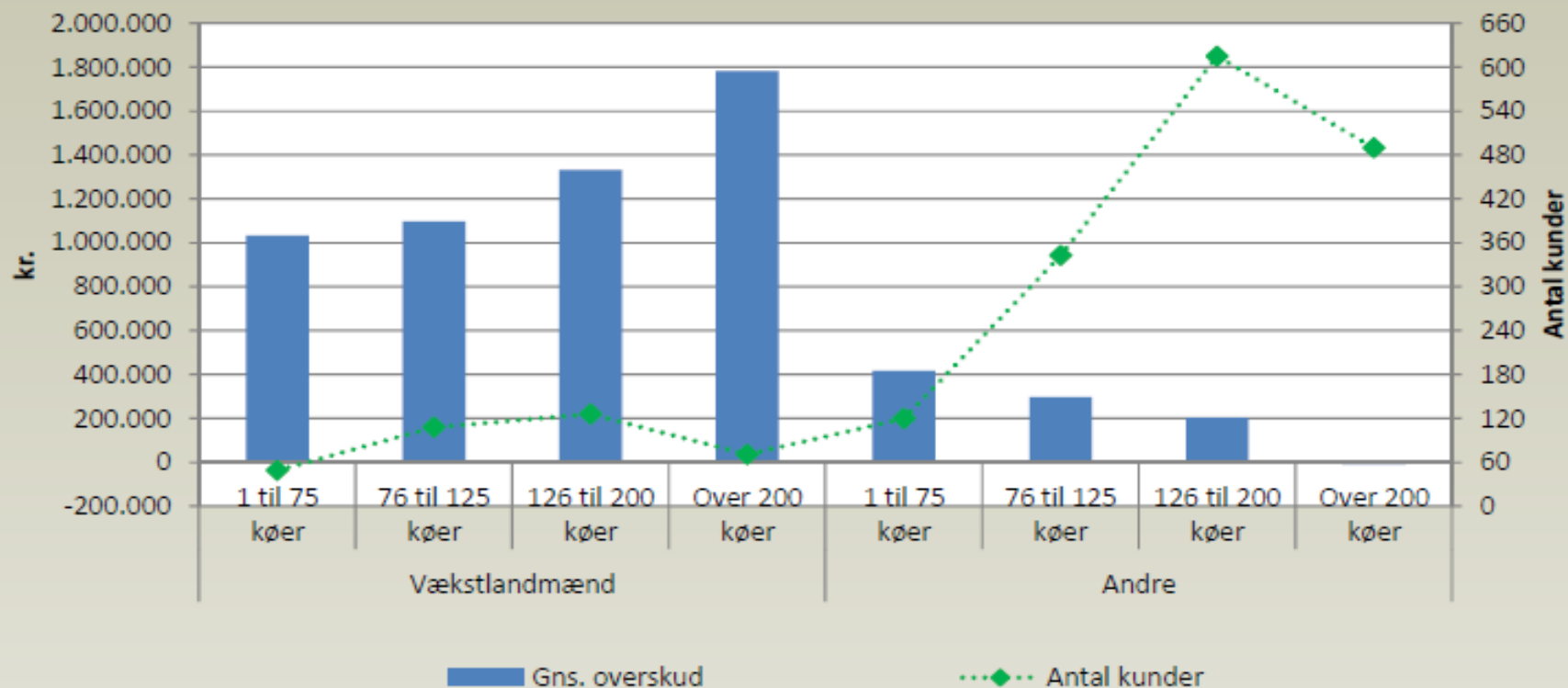


Graf 19

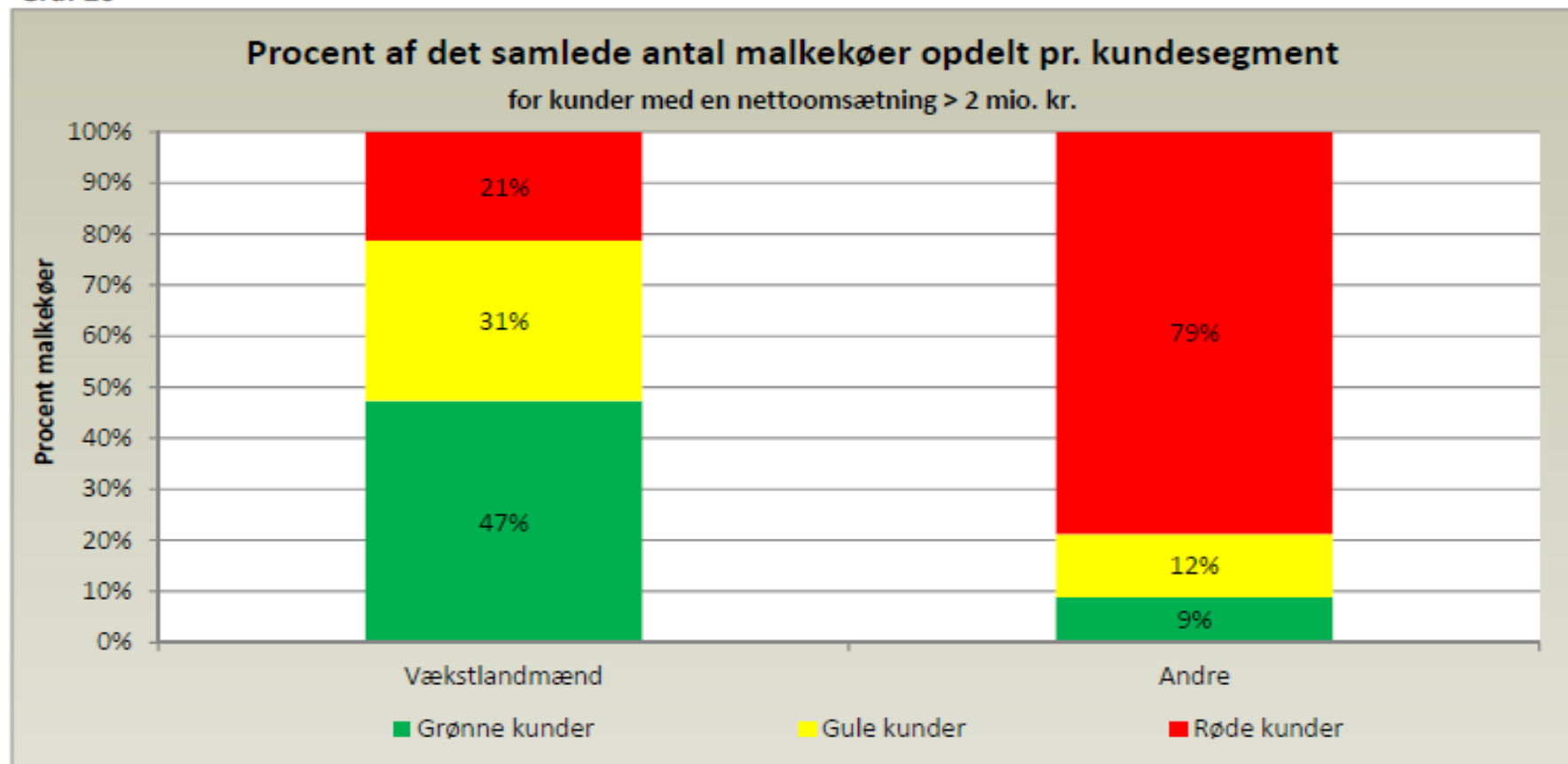


Graf 35

Gns. overskud for kunder med køer



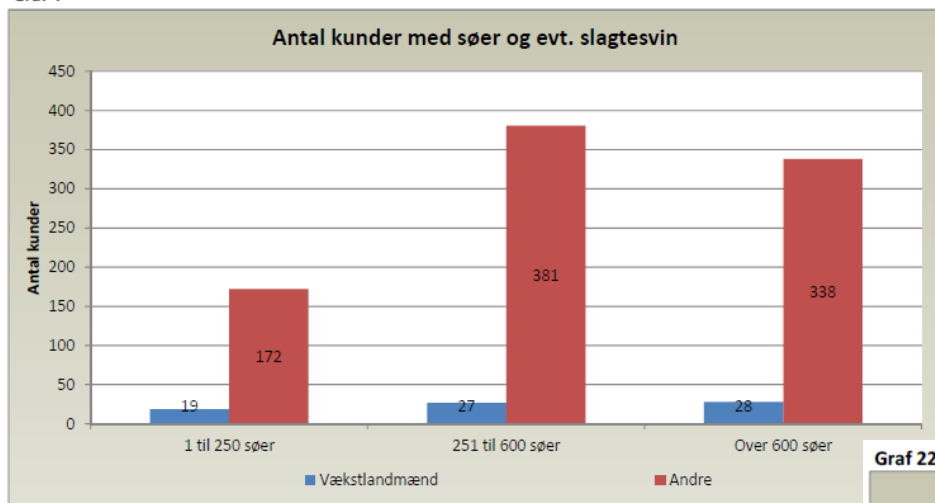
Graf 20



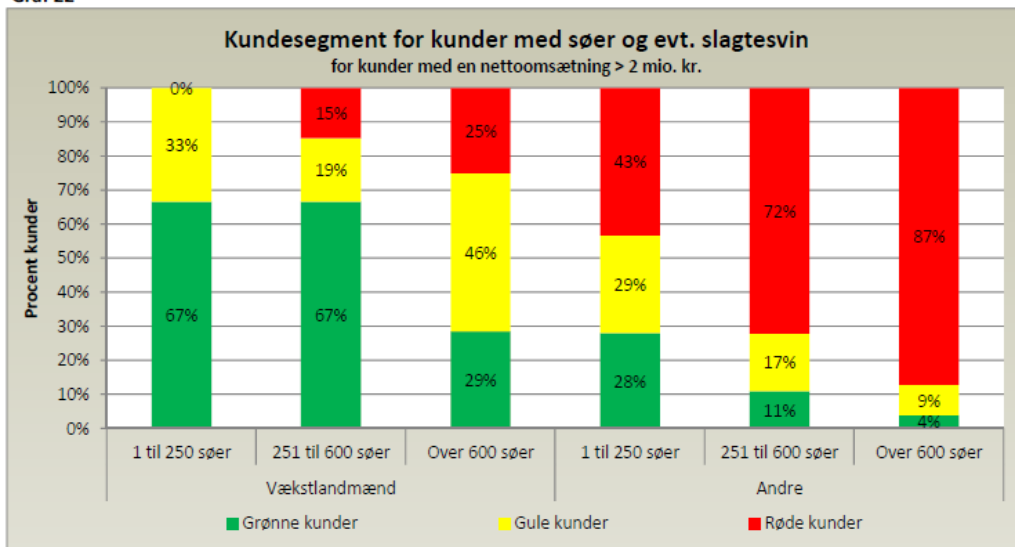
Ø90 ANALYSE

SOHOLD

Graf 4

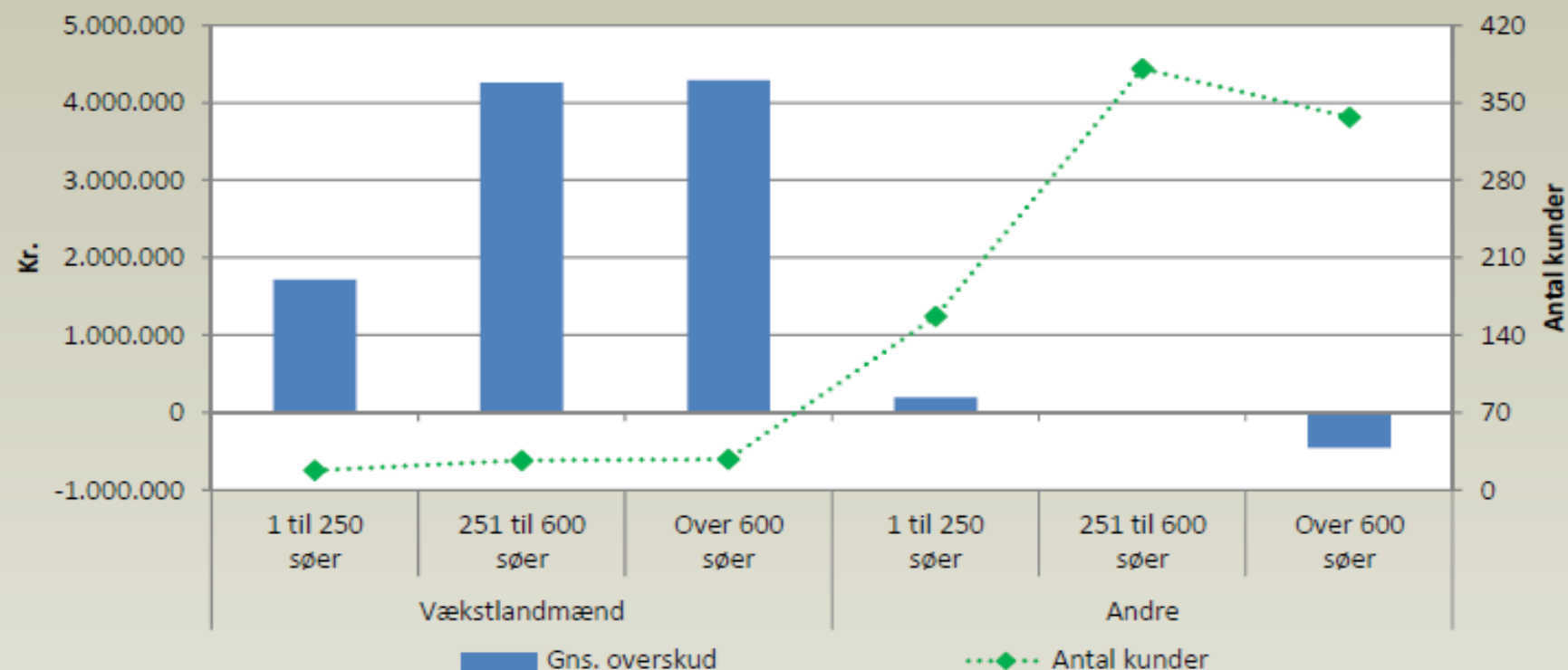


Graf 22



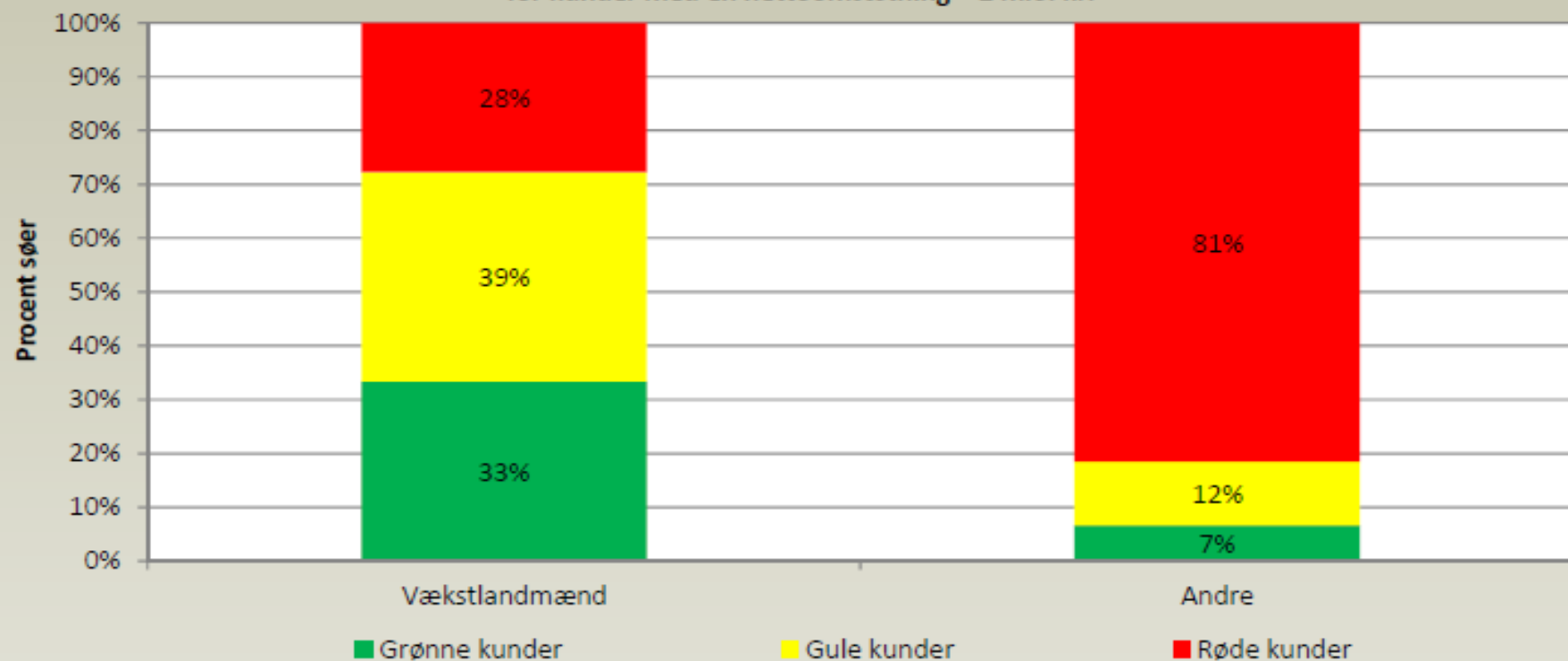
Graf 36

Gns. overskud for kunder med søer og evt. slagtesvin



Graf 23

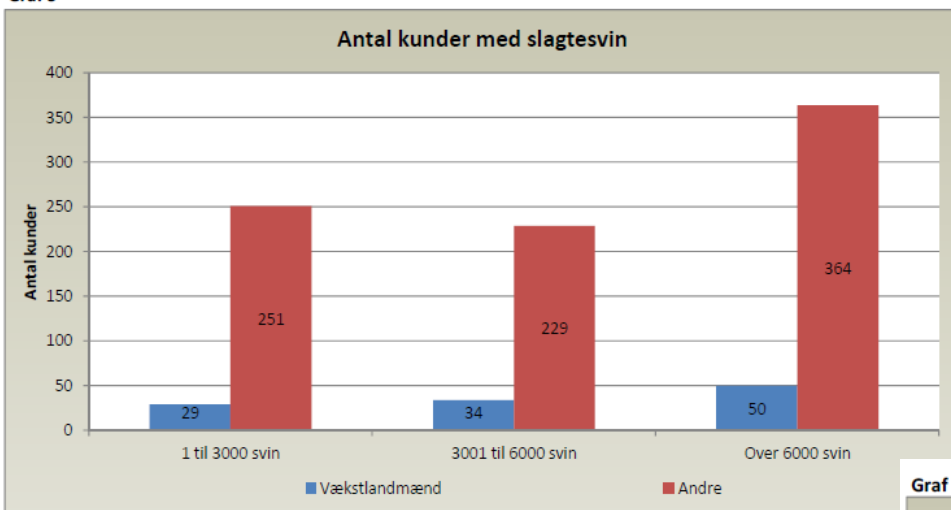
Procent af det samlede antal søer opdelt pr. kundesegment
for kunder med en nettoomsætning > 2 mio. kr.



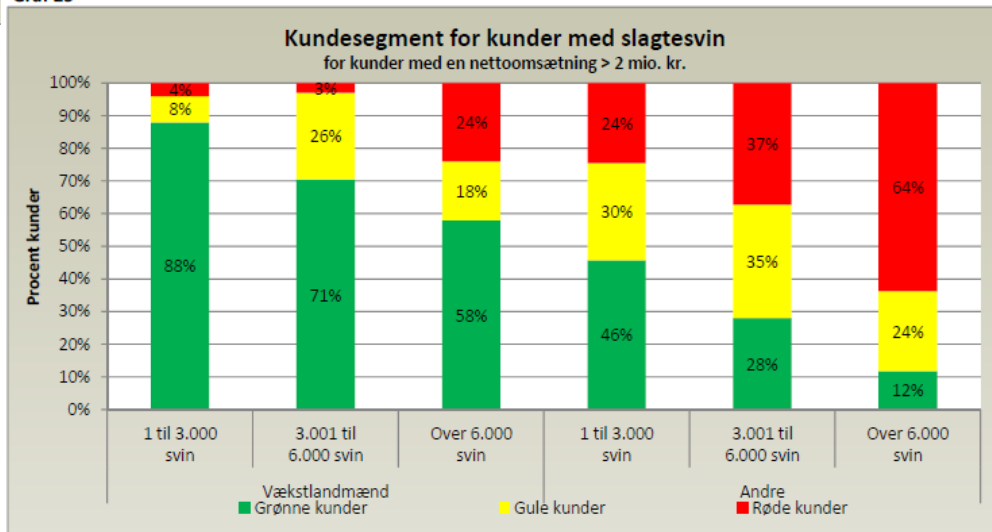
Ø90 ANALYSE

SLAGTESVIN

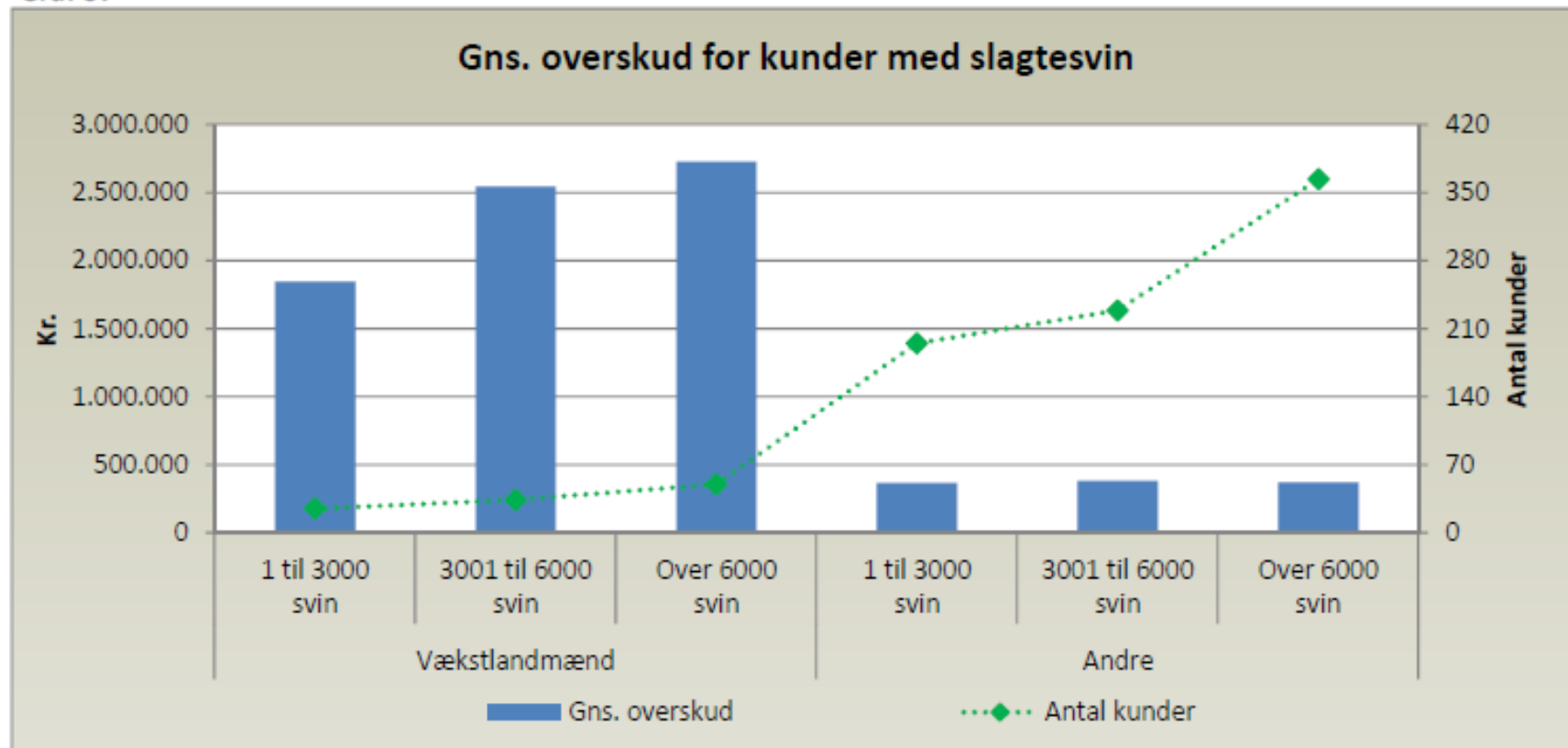
Graf 5



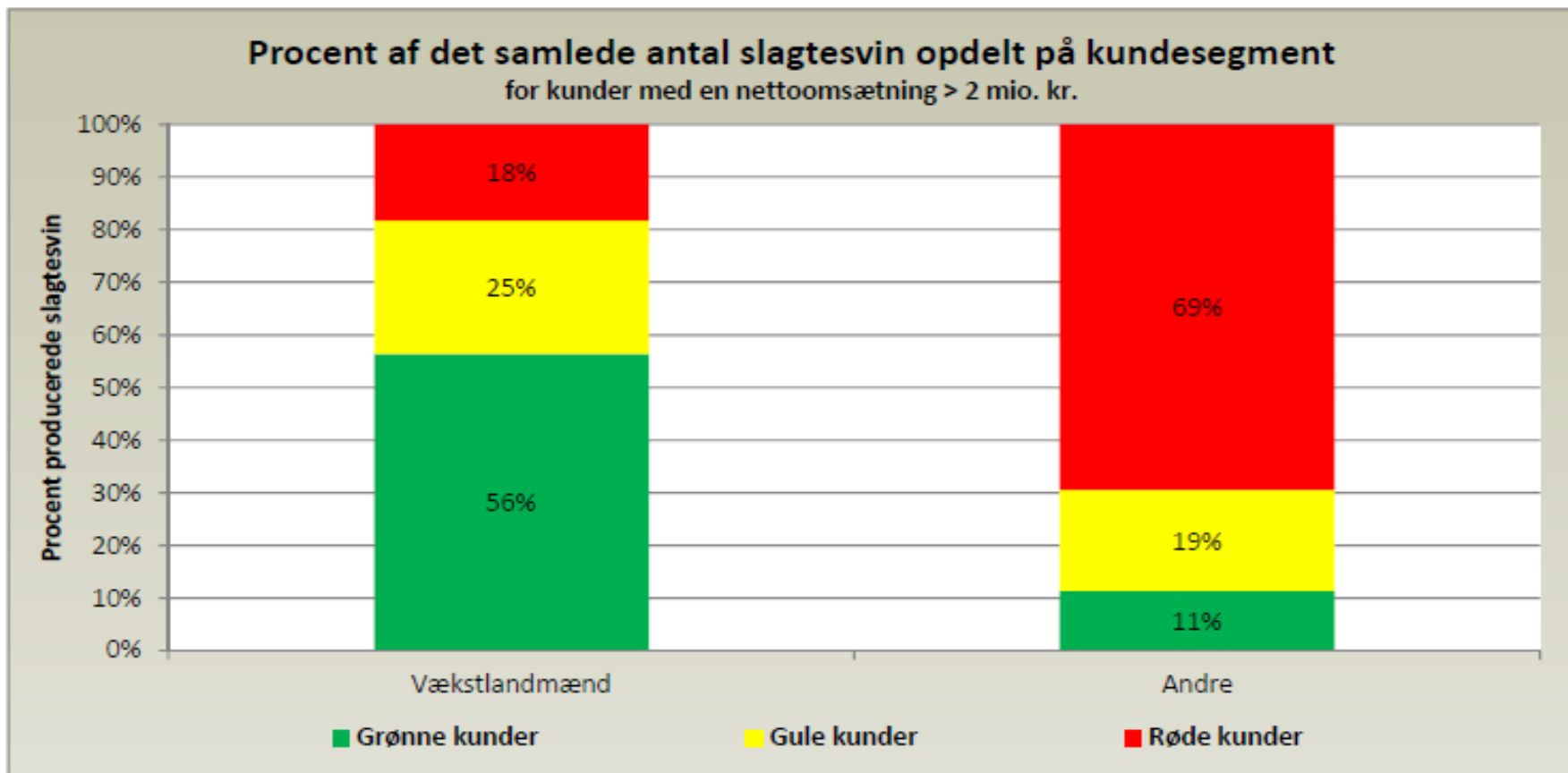
Graf 25



Graf 37



Graf 26



FINDINGS FRA:

- FOKUSGRUPPE TALENTER
- INTERVIEWS ANDRE
- ADVISORY BOARD

KILDER TIL ANDRE FINDINGS

➤ Interview

- Investorer i landbruget
- Internationale lead users
- Vækstlandmandens netværk
- Vækstlandmandens rådgiver nationalt/internationalt

➤ Fokusgrupper

- Talenter
- Vækstlandmænd og deres gårdråd/bestyrelse

➤ Advisory board

- 3 vækstlandmænd, 2 talenter, en bankmand og en DLBR konsulent

➤ Survey

FOKUSGRUPPE TALENTER

Tema:

Barrierer, udfordringer og **potentialer**
i forhold til styrket konkurrencekraft og vækstpotentiale



Rammevilkår



Kultur



Personlige forhold



Virksomhed



RAMMEBETINGELSER

Barrierer og udfordringer

- Politisk med og modvind
- Miljøpolitik
- Reguleringer og lovkrav
- Politisk sanktion fremfor gulerod
- Verdensmarkedet
- Markeds efterspørgsel
- Reduktion i bulk produktion i DK
- Udfordring fra Østeuropa på ren bulk
- Finansiering
- Lønniveau
- Ressourcer
- Befolkningen – med/modvind
- Investorers påvirkning af DK's produktion

Potentialer

- High end af verdensmarkedet
- Befolkningstilvækst i verden
- Større købekraft i verden
- Megatrends / fødevaretrends
- Fokus på fødevarer i samfundet
- Danmark som klassens duks på Grøn Omstilling

KULTUR

Barrierer og udfordringer

- Landbrugets omdømme i DK
- Arbejdskraft
- Uddannelsessystem
- Uddannelsesniveau
- Dyrt at tage elever (20.000 kr./md)
- De bløde værdier i landbruget
- Landmænd taler sig selv ned
- Landmænd klager sig altid

Potentialer

- Netværk
- Fødevaresikkerhed
- Energi / Grøn Energi
- Affaldsøkonomi / cirkulær økonomi
- Tilgængelighed / lokal produktion
- Sociale medier / proaktiv triolog
- Kompetenceudvikling af landmænd
- Interesse for landbrug generelt
- Dyrevelfærd
- Kvalitet

VIRKSOMHED

Barrierer og udfordringer

- Kapitaltung virksomheds type
- Harmonikrav
- Kapitalforhold
- Medarbejdere / mangel på kvalificerede
- Mellemledere / stor mangel / 35-45000 kr./md

Potentialer

- Omkostningsfokus
- Samarbejde om drift
- Samarbejde med investorer og unge nyetablerede
- Værditilvækst – OUA / Biogas
- Bæredygtige produkter
- Varetage større andel af værdikæden
- Generationsskifte
- Teknologi
- Inddrage medarbejdere i økonomi og strategi
- Fokus på bundlinje fremfor produktionseffektivitet

PERSONLIGE FORHOLD

Barrierer og udfordringer

- Vaner – åben for nyt
- Ledelse
- Management (tal styring) uden ledelse

Potentialer

- Kompetenceudvikling
- Specialister
- Specialisering
- Viden / know how
- Ledelse og management sammen
- Økonomisk rationelle beslutningsmodeller

ANDRE FINDINGS

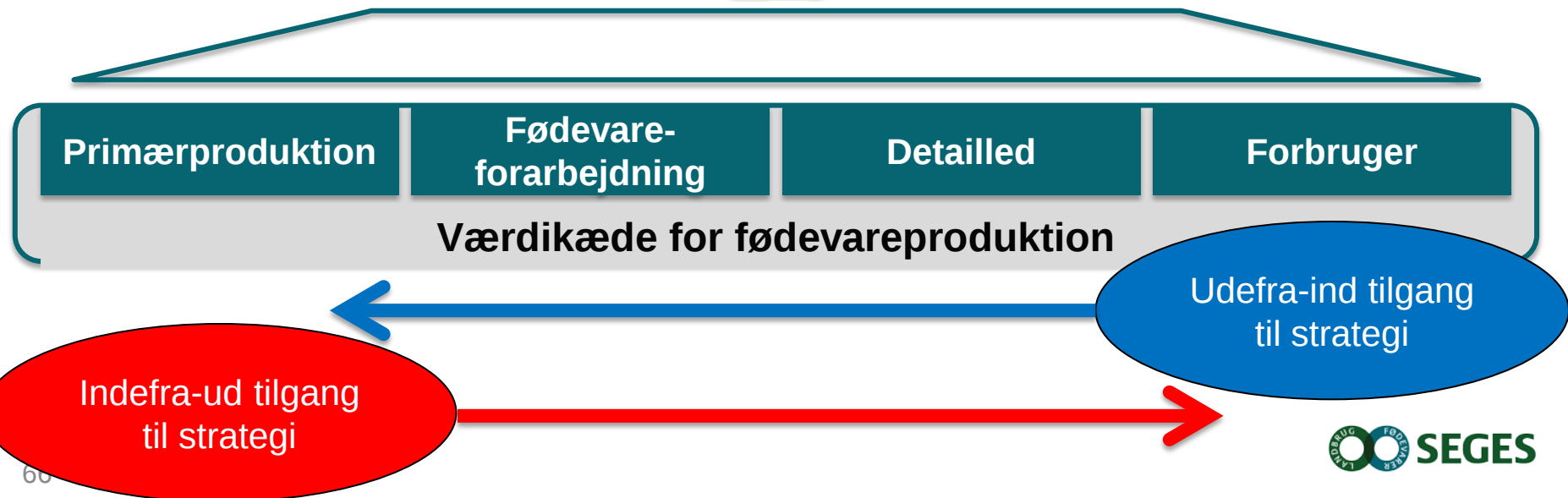


Den irrationelle del af
virksomheden



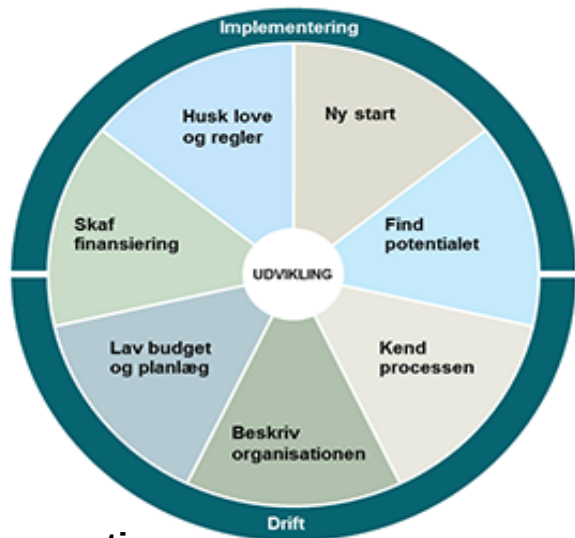
VÆKSTLANDMANDEN OG VÆRDIKÆDEN....

- HVORDAN EJRLEDEREN SKABER DEN LANGSIGTEDE VÆRDI



VÆKSTLANDMANDENS INNOVATIONS FOKUS

- STRUKTURERET TILGANG TIL INNOVATION - FORRETNINGSUDVIKLING



Procesinnovation

- Indefra-ud tilgang
- Find potentialer i virksomheden
- Optimer arbejdsgange og processer
- Øge produktiviteten og effektiviteten
- Arbejde systematisk og forbedre værdiskabelsen



Produktinnovation

- Udefra-ind tilgang
- Udvikling af nyt produkt- eller forretningsområde
- Nye afsætningskanaler
- Kend dit marked og dine konkurrenter
- Arbejde systematisk og forbedre værdiskabelsen

VÆKSTLANDMANDEN - VÆRDIKÆDEN

Produktion
Landmand

Forarbejdning og afsætning
f.eks. Arla, DC, DLG

Omkostningsfokus

***Fødevarekvalitet
Sporbarhed
High end produkter***

Produktion
Landmand

Forarbejdning
Kontrakt

Afsætning
Kontrakt

Fokus på høj pris og kvalitet

VÆKSTLANDMANDEN

- SKABER RETNING FOR MEDARBEJDERNE



FÆLLES KURS



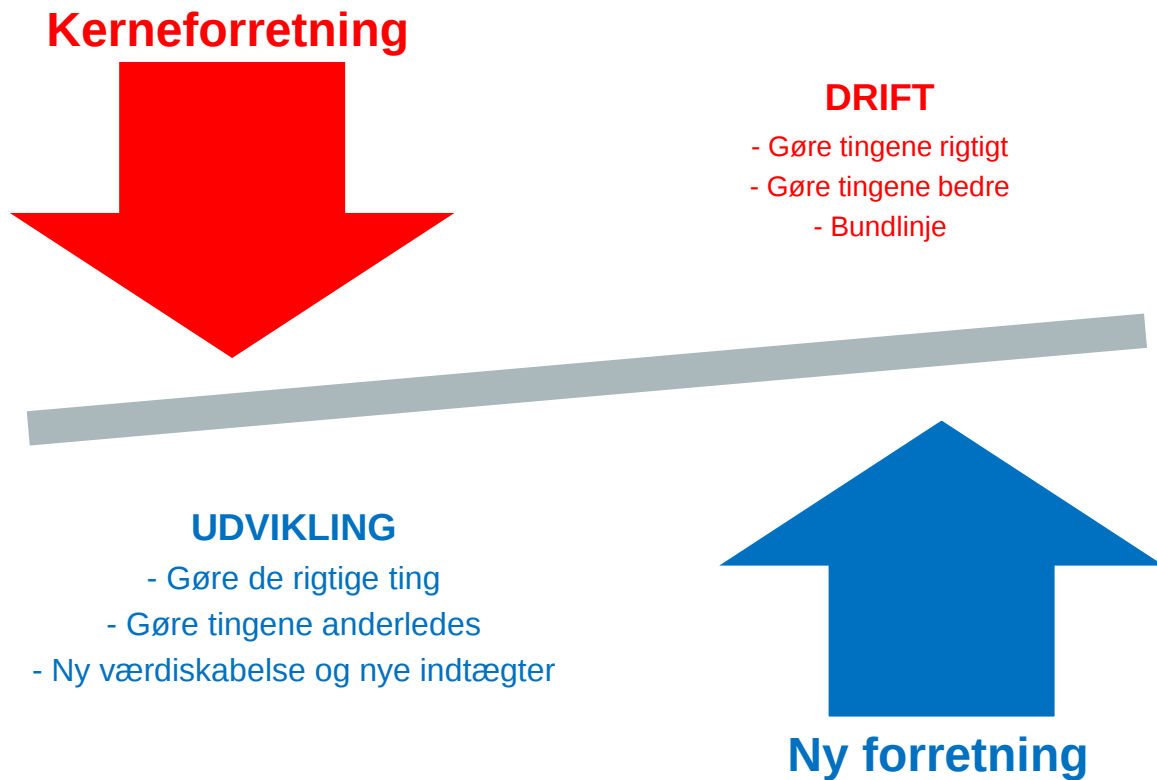
KOORDINERING



COMMITMENT

VÆKSTLANDMANDEN

- GIVER SIG TID TIL AT REFLEKTERE



WORKSHOP

Tema:
Barrierer, udfordringer og **potentialer**
i forhold til styrket konkurrencekraft og vækstpotentiale



Rammevilkår



Kultur



Personlige forhold



Virksomhed

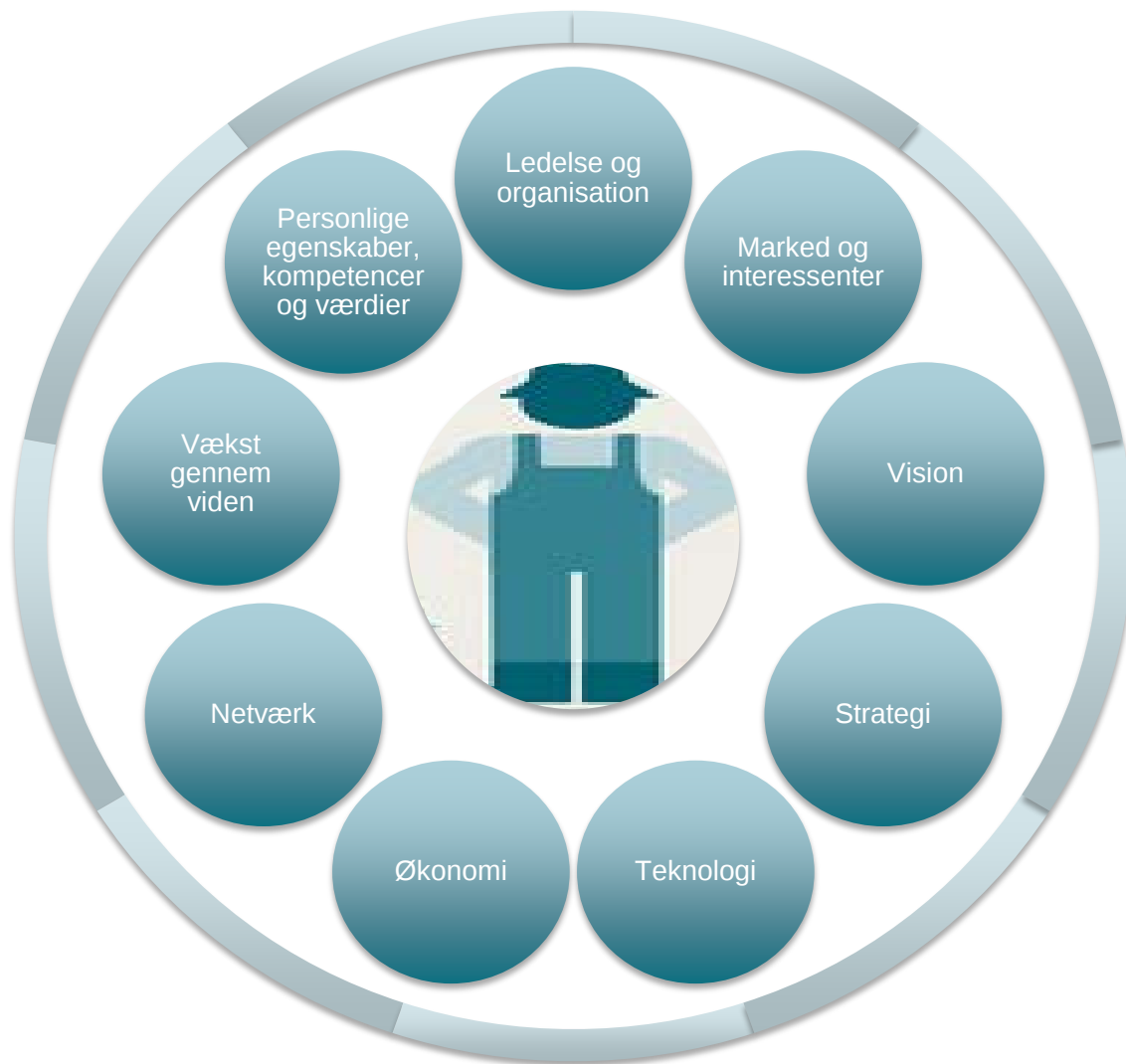


HVOR SKAL VÆKSTEN KOMME FRA?

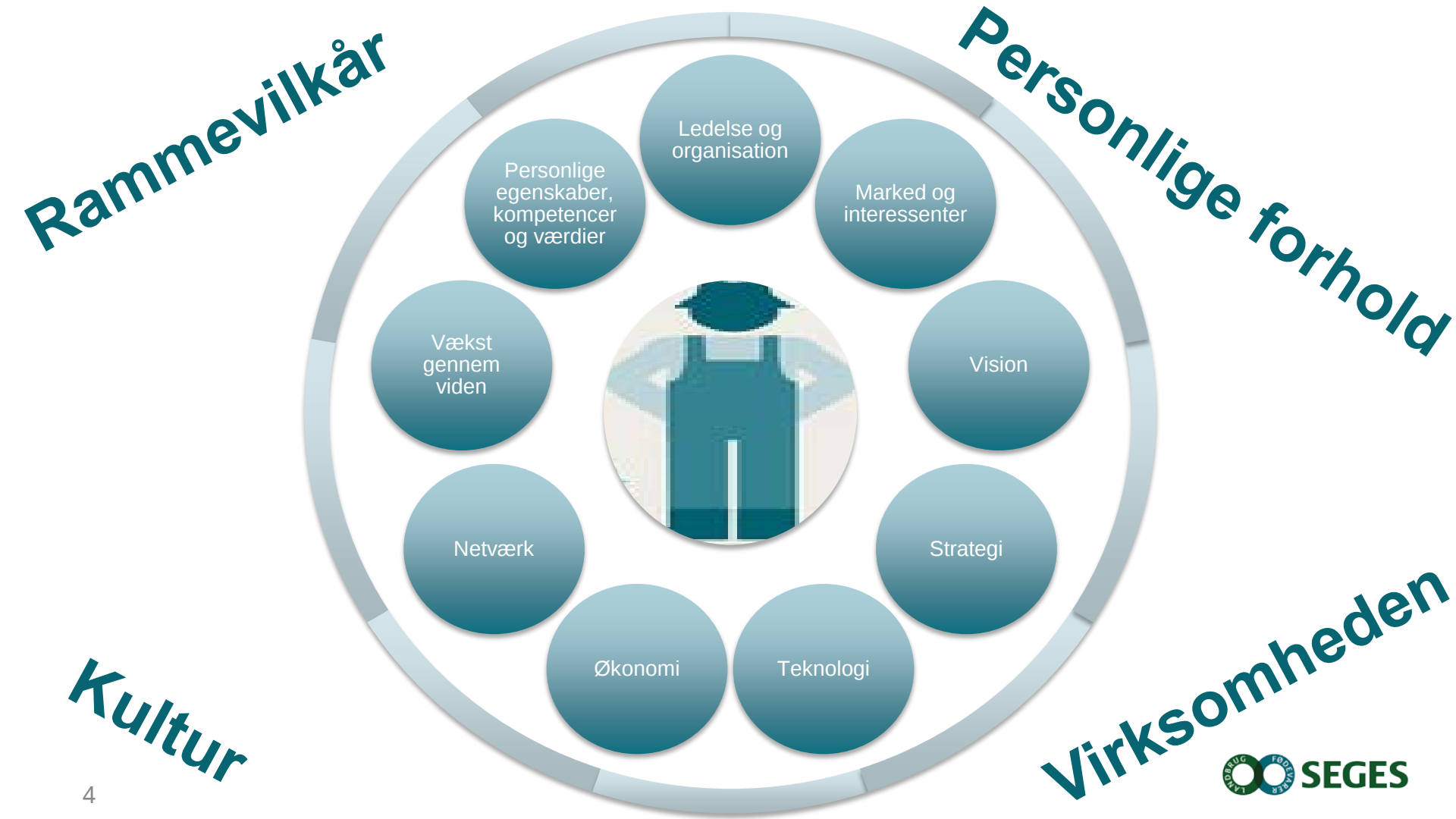
Tenna Holdorff Christiansen
Kompetencer & Vækst

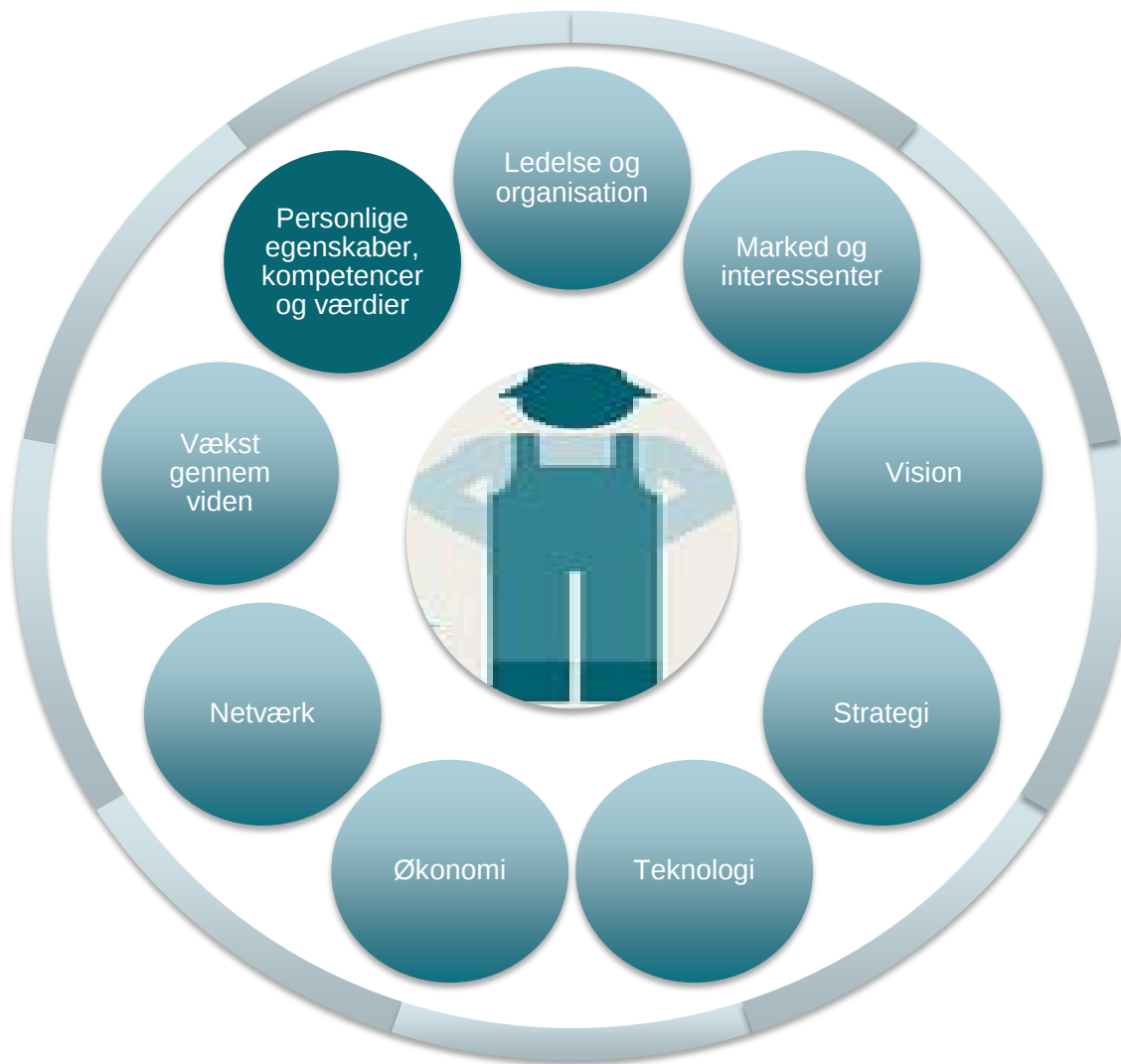
Koldkærgaard, 26. juni 2017











Personlige egenskaber, kompetencer og værdier



OVERSKUDSGRAD



“Restitution giver innovation”



Personlige egenskaber, kompetencer og værdier



INGEN DRØMME OM AT BLIVE LANDMAND

Jeg kunne
sagtens se mig
selv i en anden
branche, da jeg
er fornuftig som
virksomhedsleder

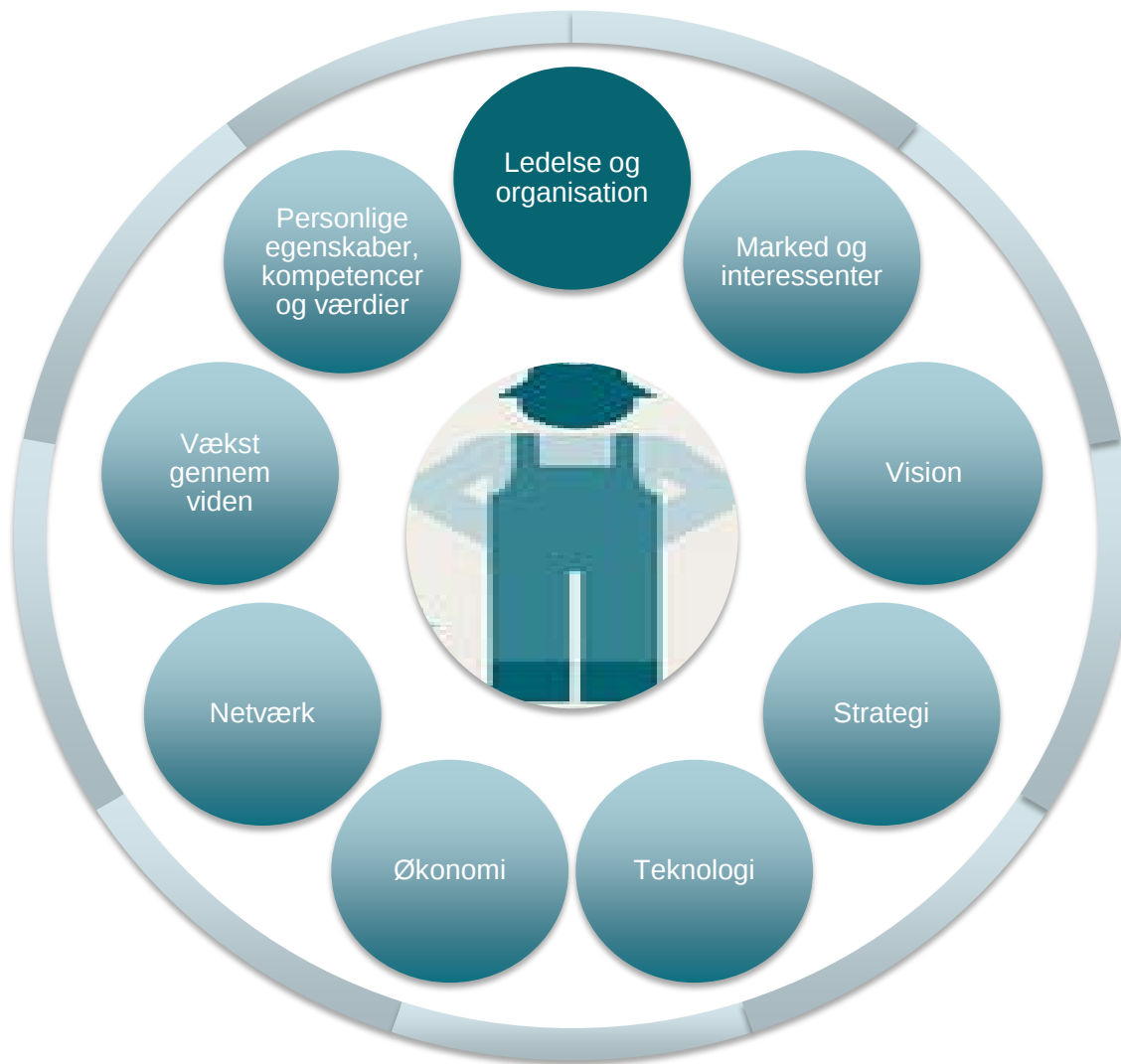
Jeg var
overbevidst om,
at jeg IKKE
skulle være
landmand

Gården var der
og jeg kunne se
nogle
udviklingsmulighe
der...

Personlige egenskaber, kompetencer og værdier



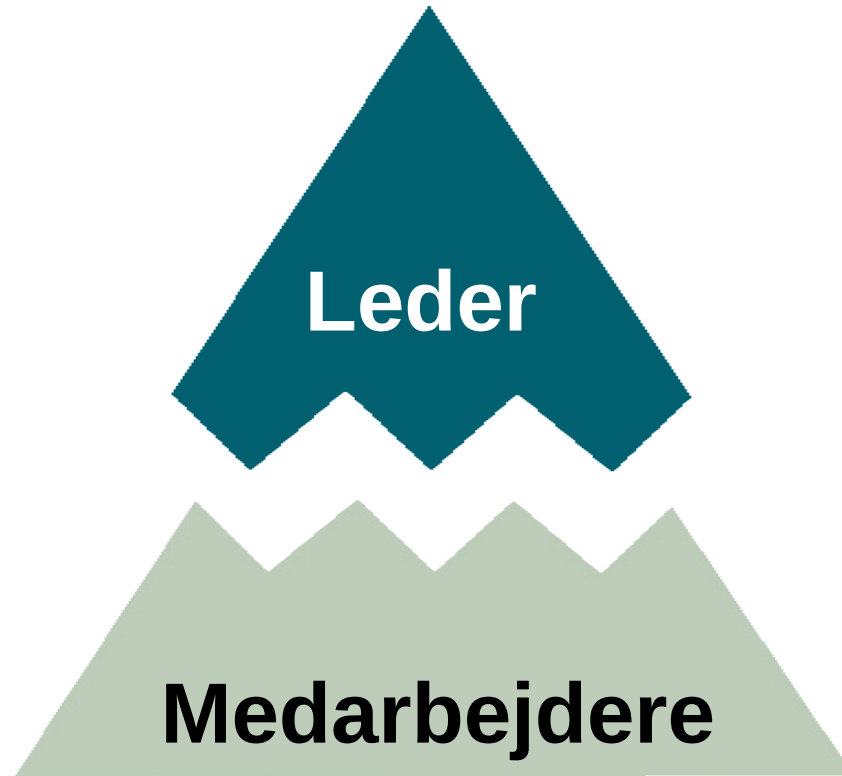
”Hvis man uddanner sig som læge, så går man i gang med det samme, men i landbruget skal man vente til det rigtig tidspunkt...”



Ledelse og organisation



VIRKSOMHEDSKULTUR



Virksomhedskultur



”Medarbejderne er helt klar over hvad vi forventer af dem og hvad de kan forvente af os”

Ledelse og organisation



Medarbejderne er det vigtigste aktiv

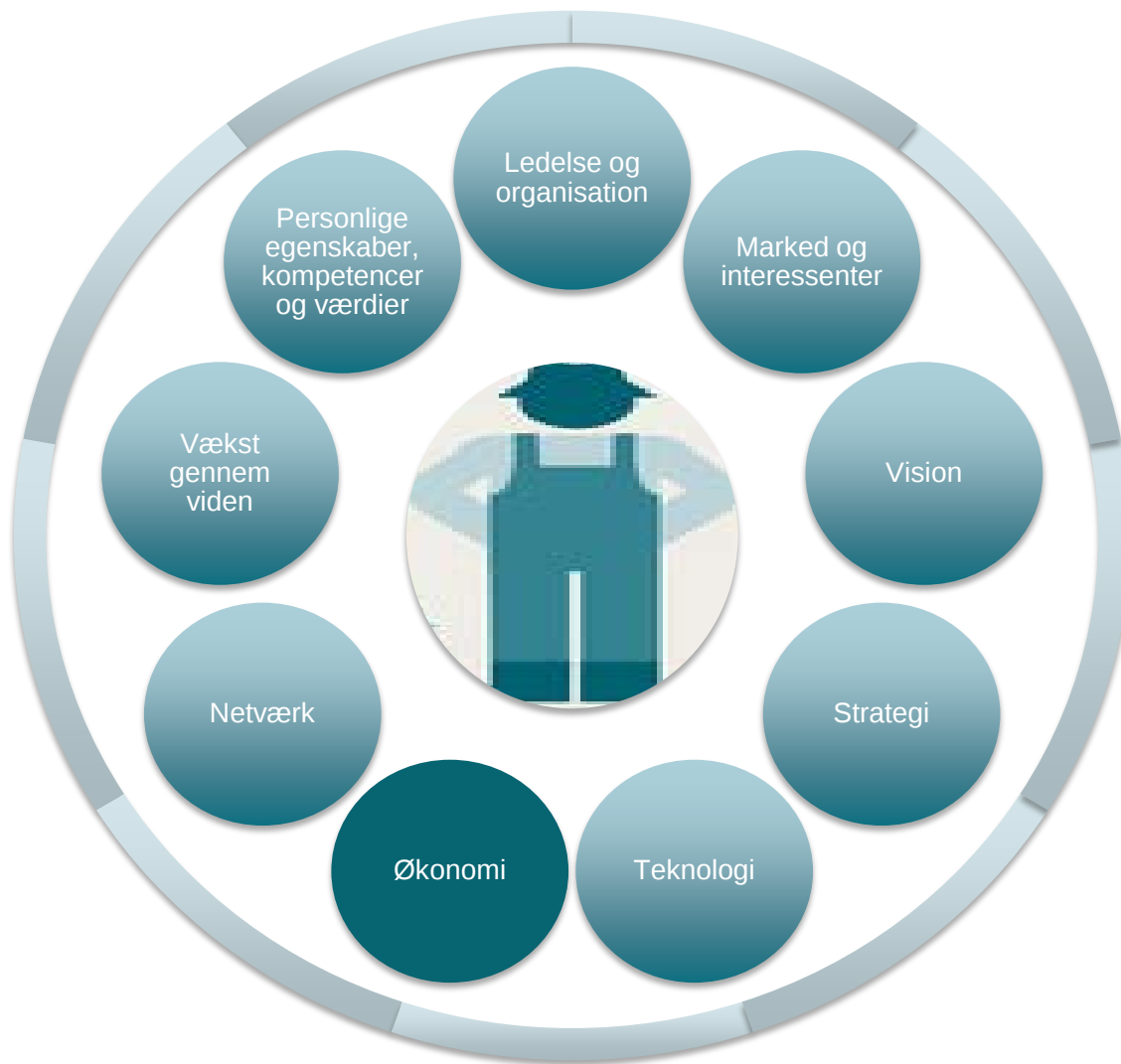
Stabile og selvkørende medarbejdere

God relation mellem leder og medarbejdere

Medarbejderne får medbestemmelse

Rekruttering af nye medarbejdere er ikke svært

Kommunikation via formelle/uformelle møder





"Det har aldrig været et mål at have mange haktarer eller mange dyr. Det er målet at etablere og drive en virksomhed, der er en god forretning og en god arbejdsplads"



*”Min filosofi har altid været at spekulation
må ikke være noget, der kan påvirke min
virksomheds overlevelse”*

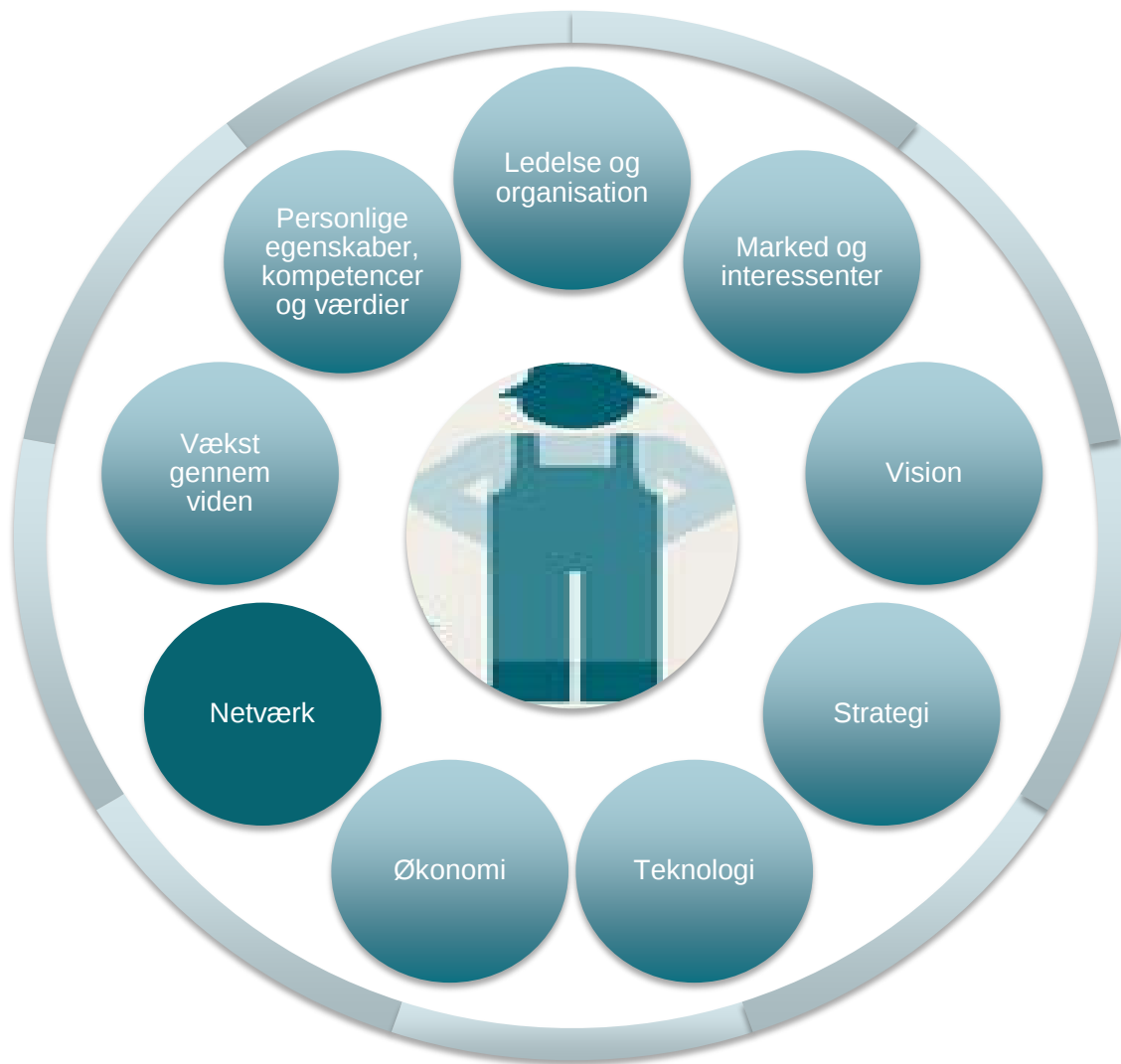


*”Budgettet har jeg altid lavet, siden
jeg startede op”*



BUNDLINJE, BUNDLINJE, BUNDLINJE

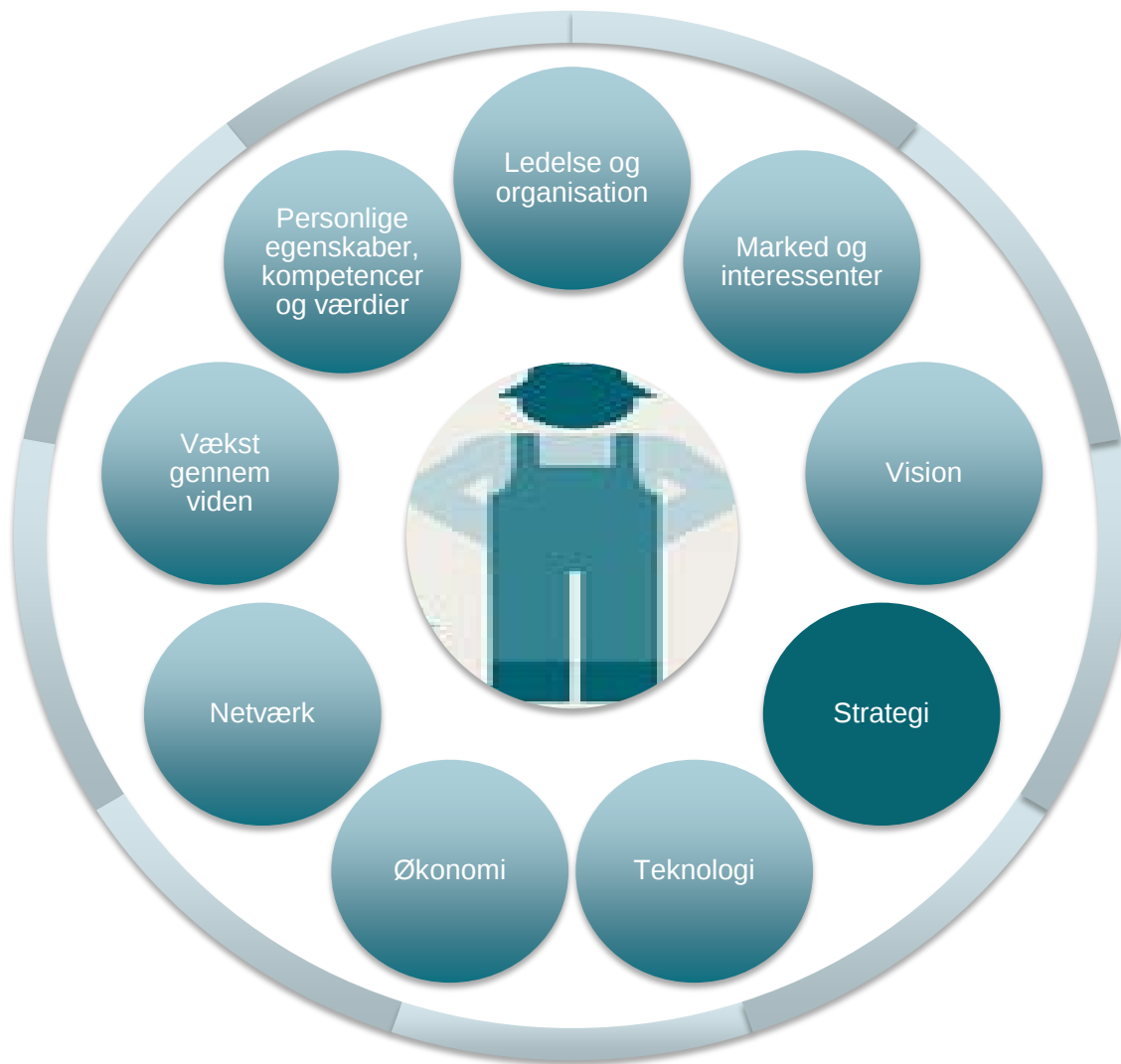
"Det der er mest fokus på lige fra start af er økonomien. Det er den røde tråd gennem det hele"



Netværk



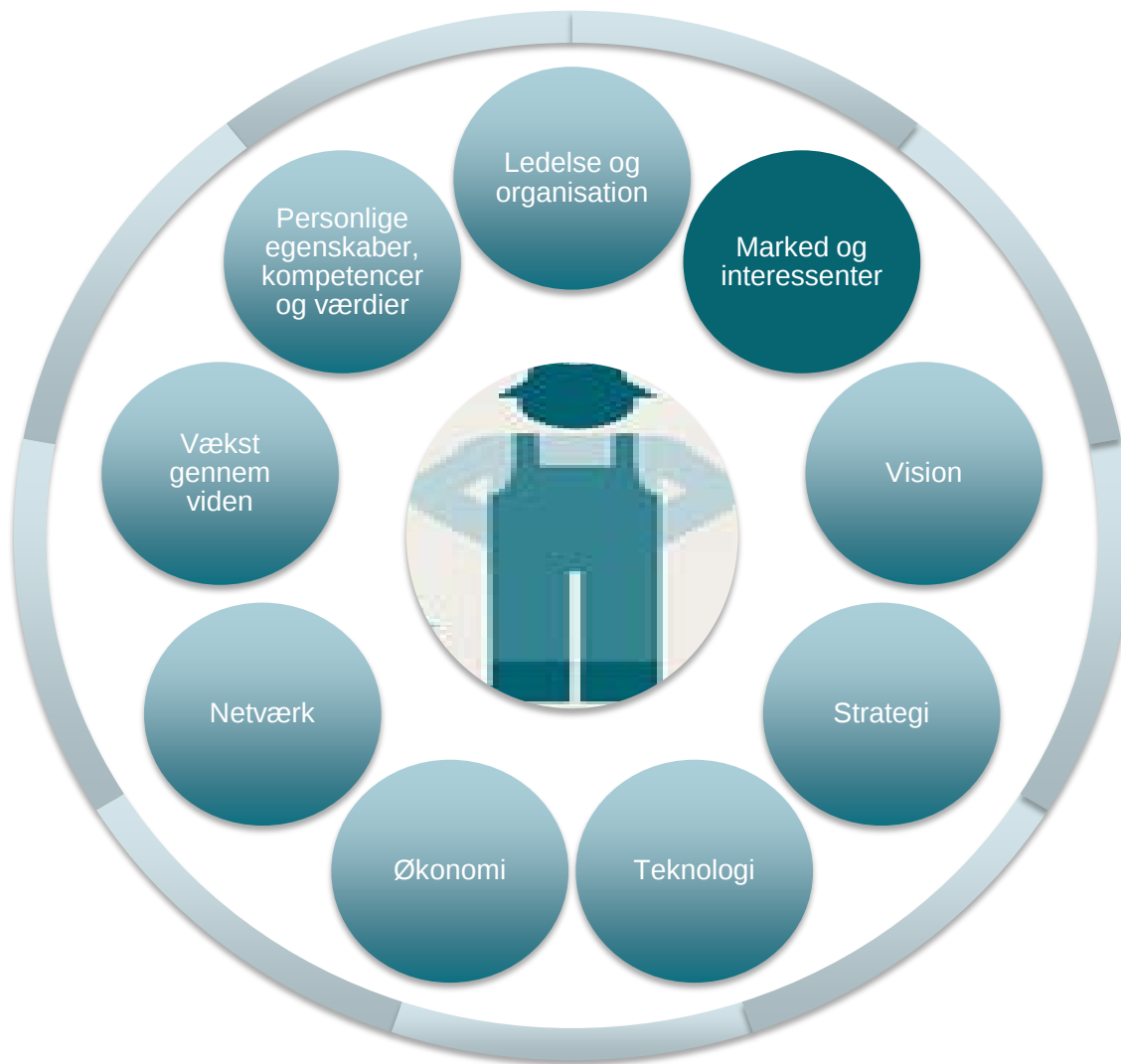
Jeg er meget nysgerrig



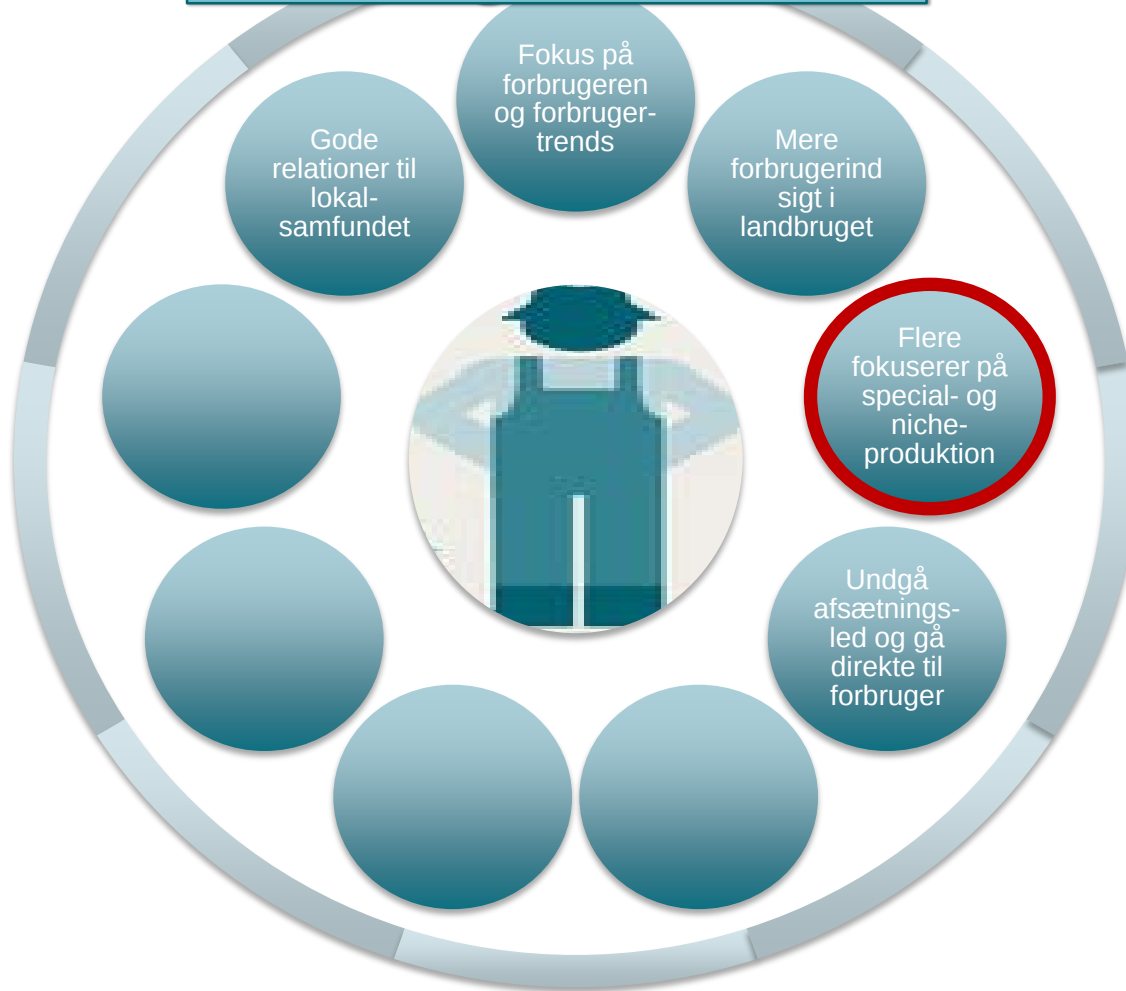
Strategi



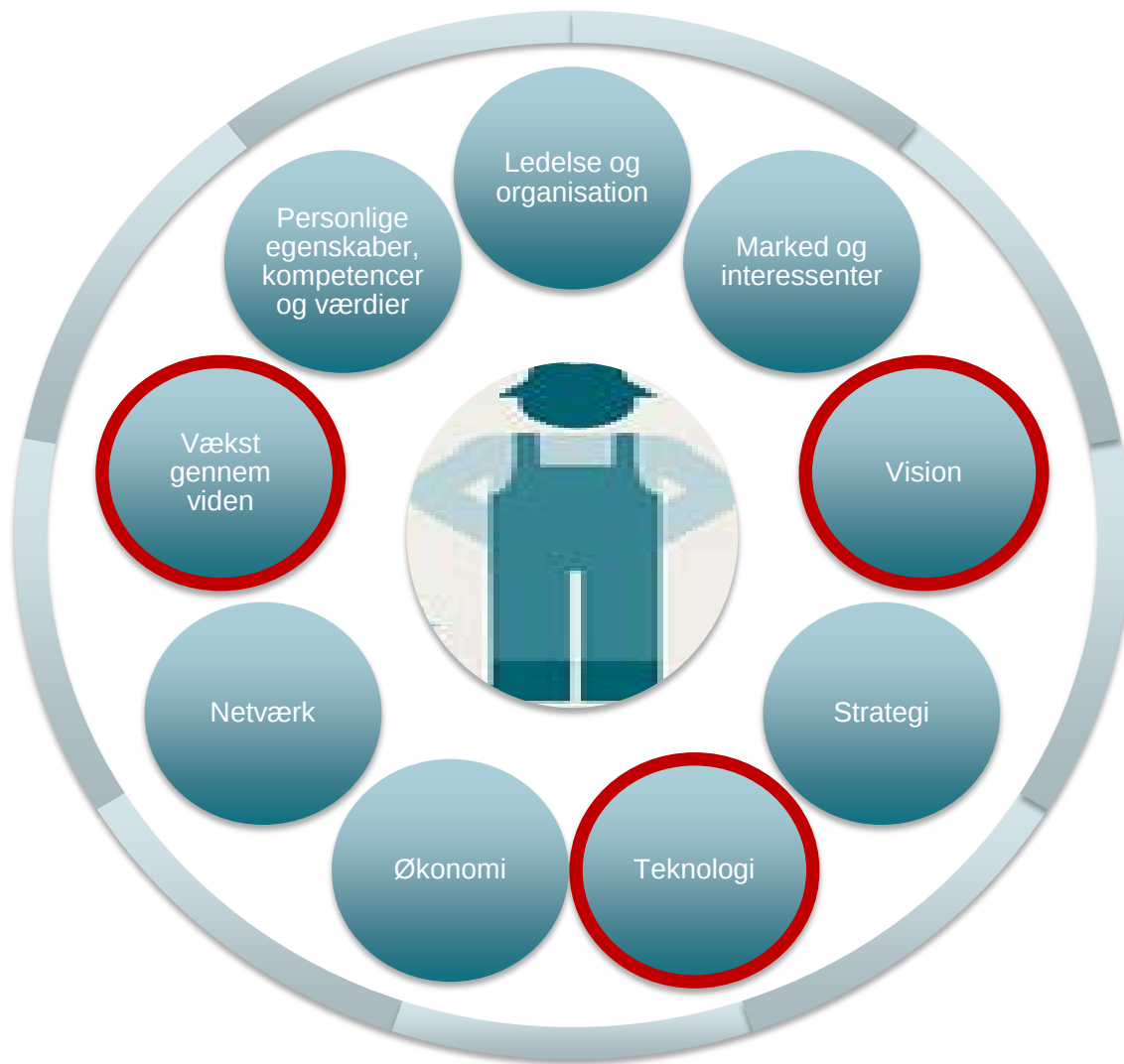
**En strategi kan bruges til at
komme irrationelle
beslutninger i forkøbet...**



Marked og interessenter



*”Landmænd er generelt dårlige til at se
kunden som aftager og i stedet
betragter de mælkeprisen som fast til
andelsselskaberne”*



A wide-angle photograph of a golden wheat field stretching to the horizon. The sky is a vibrant blue with scattered white cumulus clouds. The text is centered in the upper half of the image.

Der er masser af potentiale i
dansk landbrug!



DET IRRATIONELLE ELEMENT I VIRKSOMHEDEN

POST DOC MOGENS SPARRE



AALBORG UNIVERSITET

Det irrationelle element i virksomheden



Det irrationelle element i virksomheden



"The limits of my language means the limits of my world" (Wittgenstein 1994 (1922), chapter 5 page 6).





Det irrationelle element i virksomheden

Quote :

We will probably get to know all the models and the technological development - *but the hard work is the culture and the employees*

Ernst Lutz, Group Executive Vice President
for Business Development, Grundfos A/S

Masterclass at Aalborg University in "Technology Management in Industrial Corporations" 3 May, 12.30 – 13.30



J P Jobcenter

i samarbejde med PS4

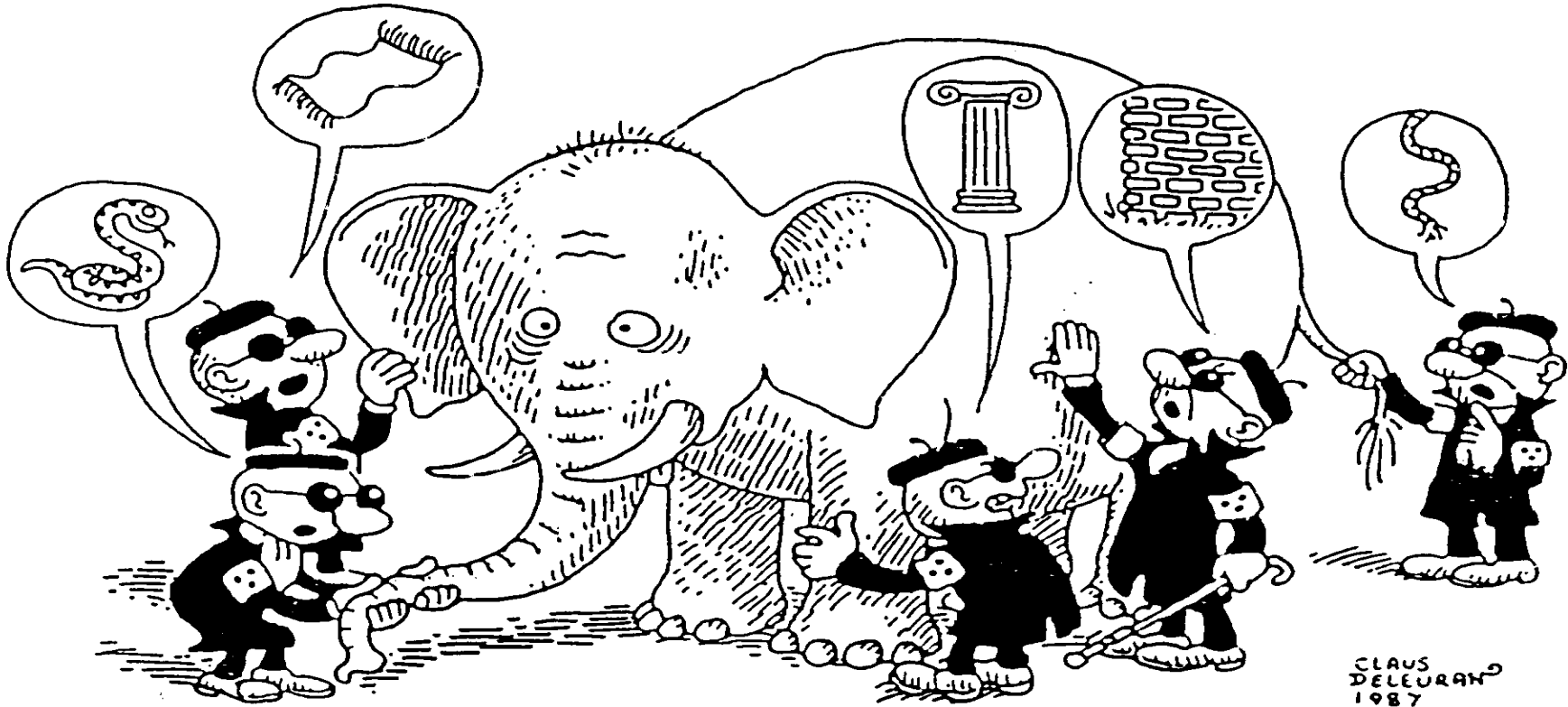
Enhver kan lede robotter...

...men det kræver viden og
indsigt at lede mennesker

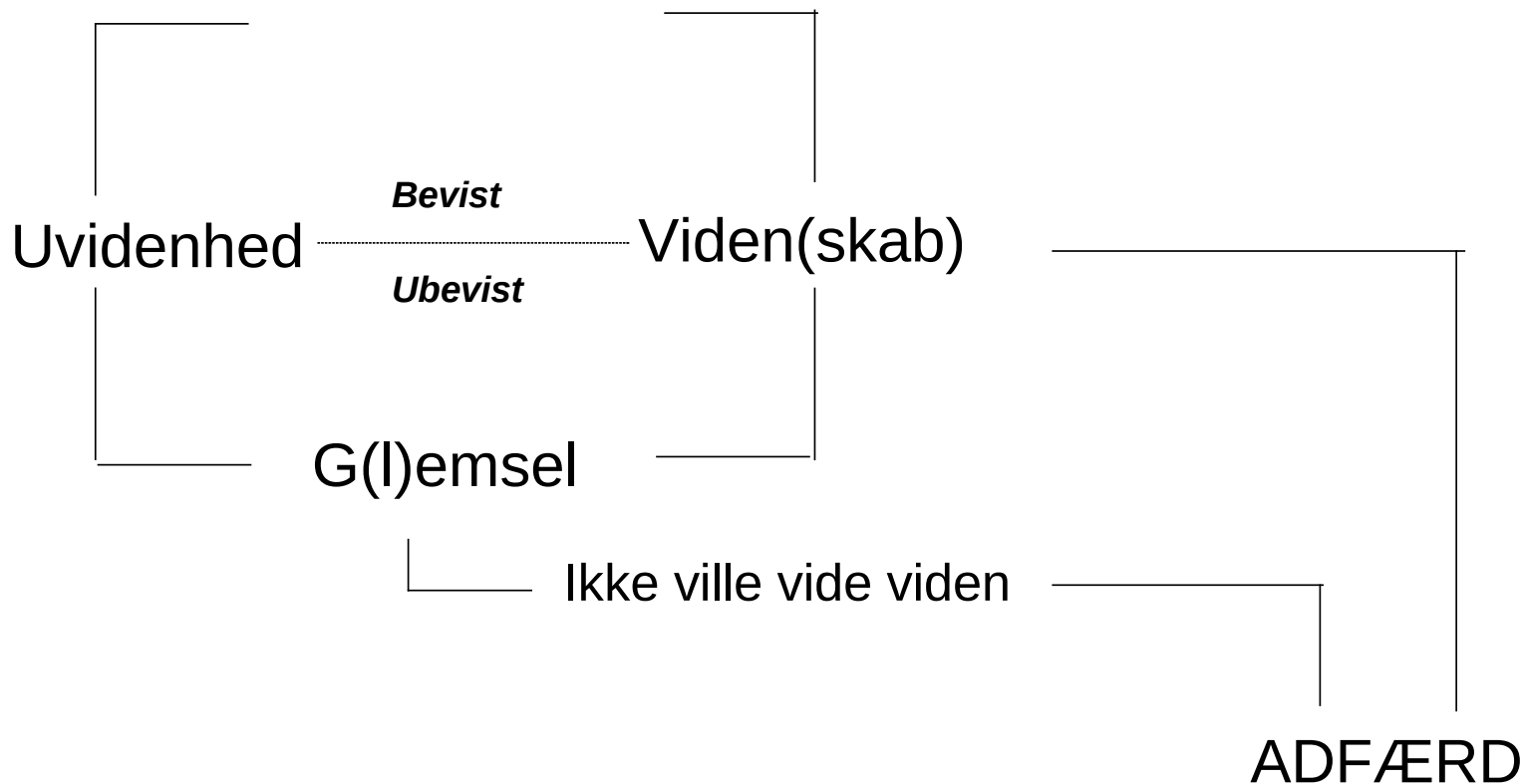
trivision



Det irrationelle element i virksomheden



Det irrationelle element i virksomheden

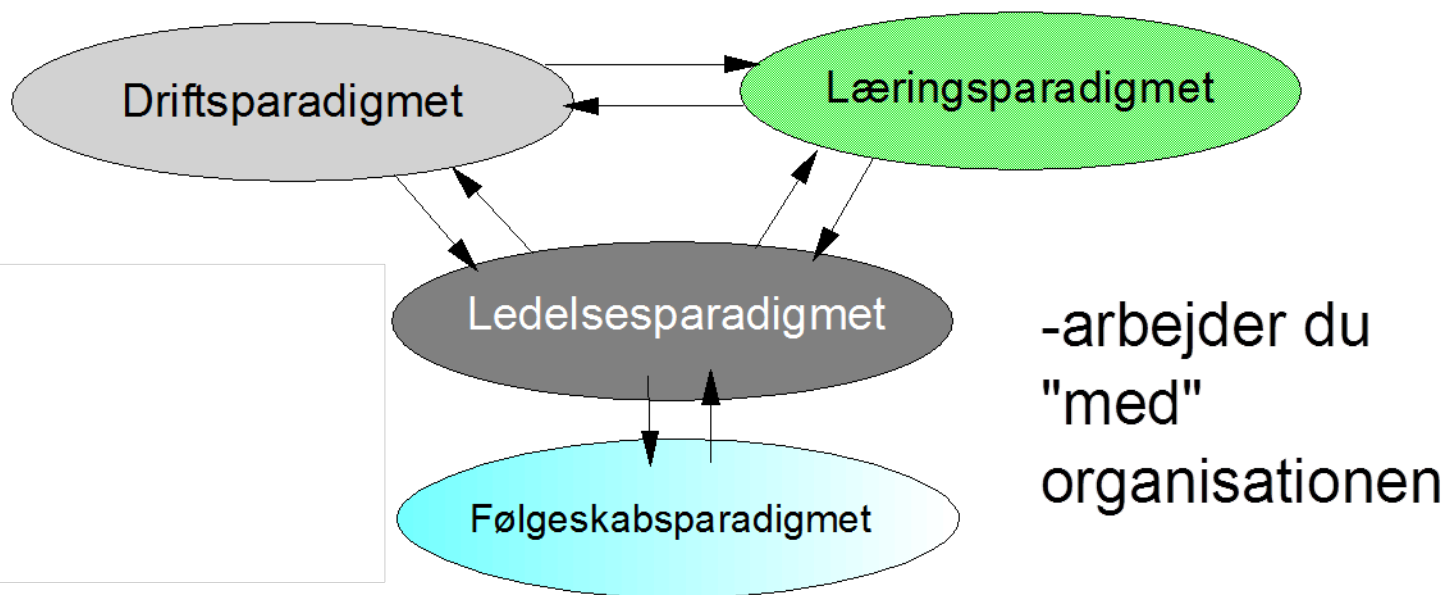


Kilde: Per Krogsager , 1998



Det irrationelle element i virksomheden

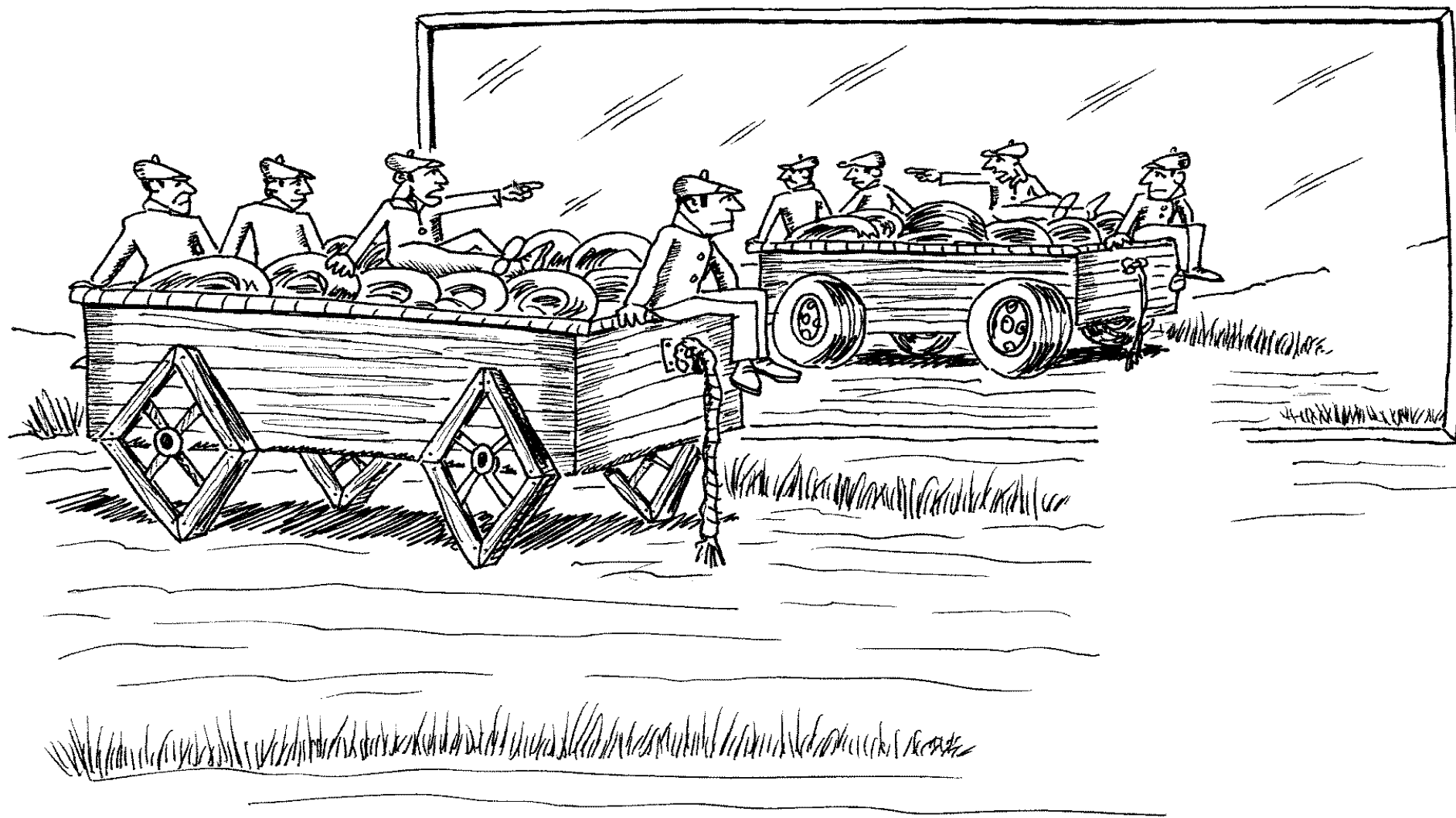
" Høre - Lytte - Forstå - Tage stilling "



Kilde: www.wisemind.dk



Det irrationelle element i virksomheden



Research Group ORCA - Organizational Renewal Creativity Applied



Det irrationelle element i virksomheden



AALBORG UNIVERSITY www.aau.dk

**ADVARSEL
HER UDFØRES
AKTIONSFORSKNING**

**Du kan blive videofilmet
Alt er frivilligt
Vores samtale kan blive optaget
Alle gode ideer kan risikere at
blive brugt.**

TV-OVERVÅGNING
CCTV SECURITY

24 HOURS
A DAY
VIDEO
SURVEILLANCE

MARCOD



AALBORG UNIVERSITY • En smed fra Aalborg Universitet www.aau.dk

Hvad laver manden?

Jeg skal i et 3-årigt projekt arbejde med ledelse og kultur på MAN i Frederikshavn.

Inden på dette kontor vil jeg interviewe en masse ansatte fra MAN.

Har du nogle gode MAN historier vil jeg gerne have dig til at fortælle dem.

Min telefon er 40 13 18 26 og min mail er mogens.sparre-ext@man.eu
Du er altid velkommen til at ringe eller smide mig en mail.

- Mogens Sparre er 55 år.
- Uddannet maskinarbejder
- Læs mere om Mogens på www.mogens-sparre.dk

MARCOD

AALBORG UNIVERSITY www.aau.dk

Kom ind og få en kop kaffe



Jeg vil gøre mit yderste for at opfører mig ordentligt.

MARCOD



Det irrationelle element i virksomheden

Alpha kulturen er et urealistisk ønske om at komme tilbage til gamle dage

Alpha kulturen betyder at vi står sammen og kæmper som et hold for at skabe en stærk organisation

Citat:
Den gamle kultur
skal slås ihjel!



Det irrationelle element i virksomheden

Til



Det irrationelle element i virksomheden



Det irrationelle element i virksomheden

Kultur er en socialt konstrueret virkelighed.

Berger & Luckman, 1966

Kultur er ikke noget der bare er i hovedet på den enkelte, men eksistere et sted imellem hovederne i en gruppe. Alvesson, 2013, s 4

Kultur skal opfattes som et socialt fænomen.

Deal & Kennedy, 1982

Kultur er et fænomen der ikke umiddelbart lader sig indfange og studere. Det beskrives som skjult, ubevidst, taget for givet og eksistere som en slags tavs viden.

Christensen & Molin, 1983, Louis, 1985, Schein 1985.



Det irrationelle element i virksomheden

Jeg er stødt på fem overordnede betydninger af ordet kultur;

- 1 Kultur som noget man har, som en slags forforståelse eller fordom, som man deler med andre.
- 2 Kultur som noget man er, som en del af en adfærd eller en bestemt etik.
- 3 Kultur som noget man gør noget med, altså styrende for ens handlinger som en slags retningslinjer.
- 4 Kultur som betydningssystemer, som meningsdannelse i vores individuelle livsverden.
- 5 Kultur som dannelse i form af normer i en intersubjektivitet.



Det irrationelle element i virksomheden



Dr. William Schneider, der er forfatter til flere bøger om organisationskultur, opererer med følgende fire former for organisationskultur:

1. Samarbejdskultur

Deltagende, team-orienteret, erfaringsudvekslende, præget af partnerskaber

2. Kompetencekultur

Upersonlig, orienteret mod "excellence", videnstyret, konkurrenceorienteret, krævende miljø

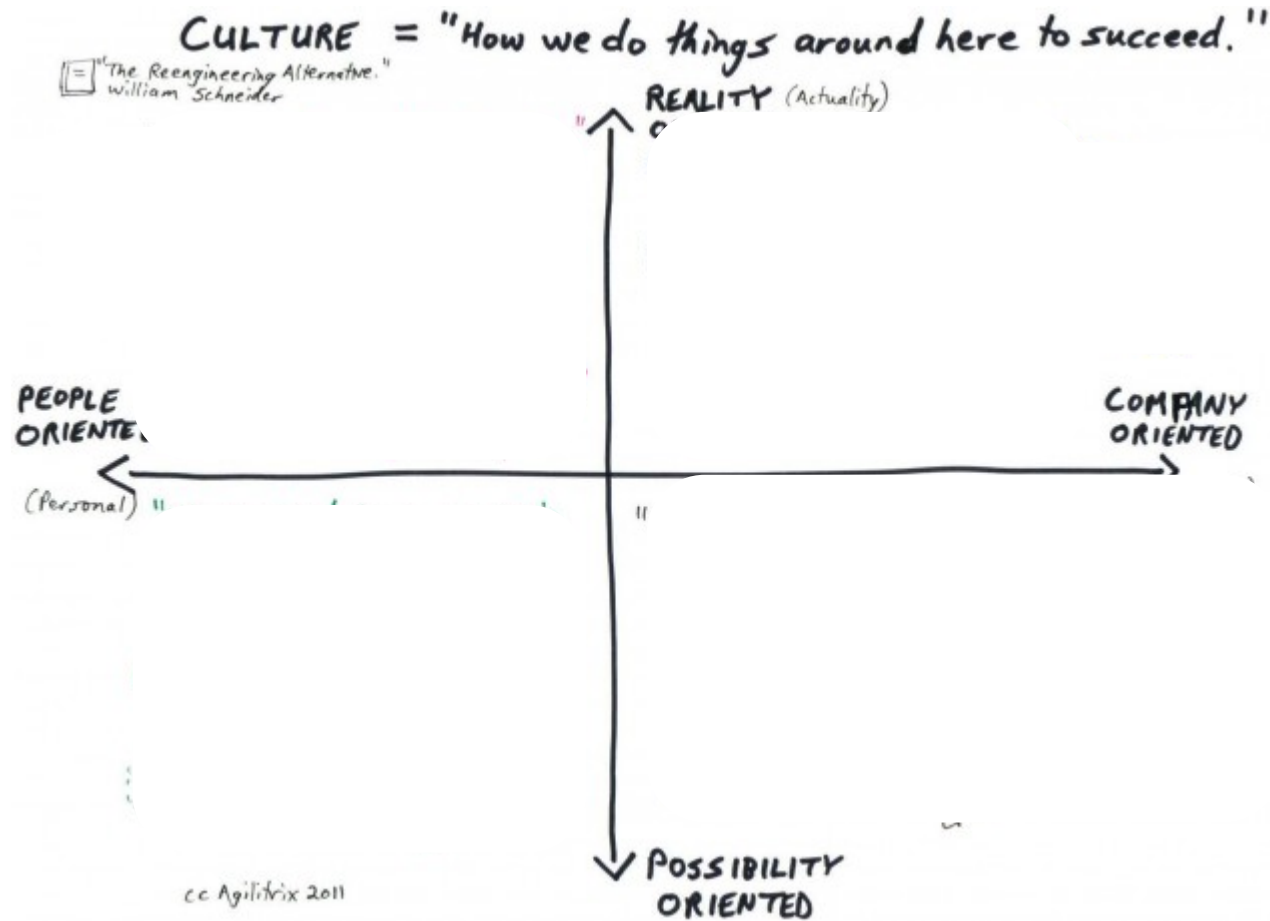
3. Kontrolkultur

Isoleret, kommandoorienteret, opgaveorienteret, regelbaseret, upersonlig

4. Kultivationskultur

Overbevisningsorienteret, formåls- og værdistyret, personcentreret





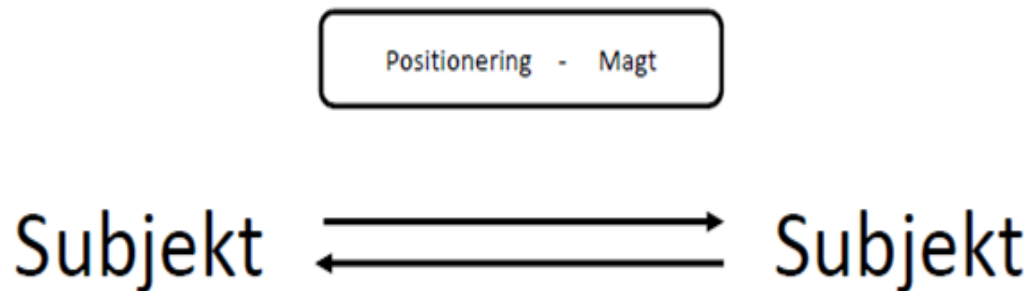
Kilde: William Schneider



Det irrationelle element i virksomheden



Det irrationelle element i virksomheden



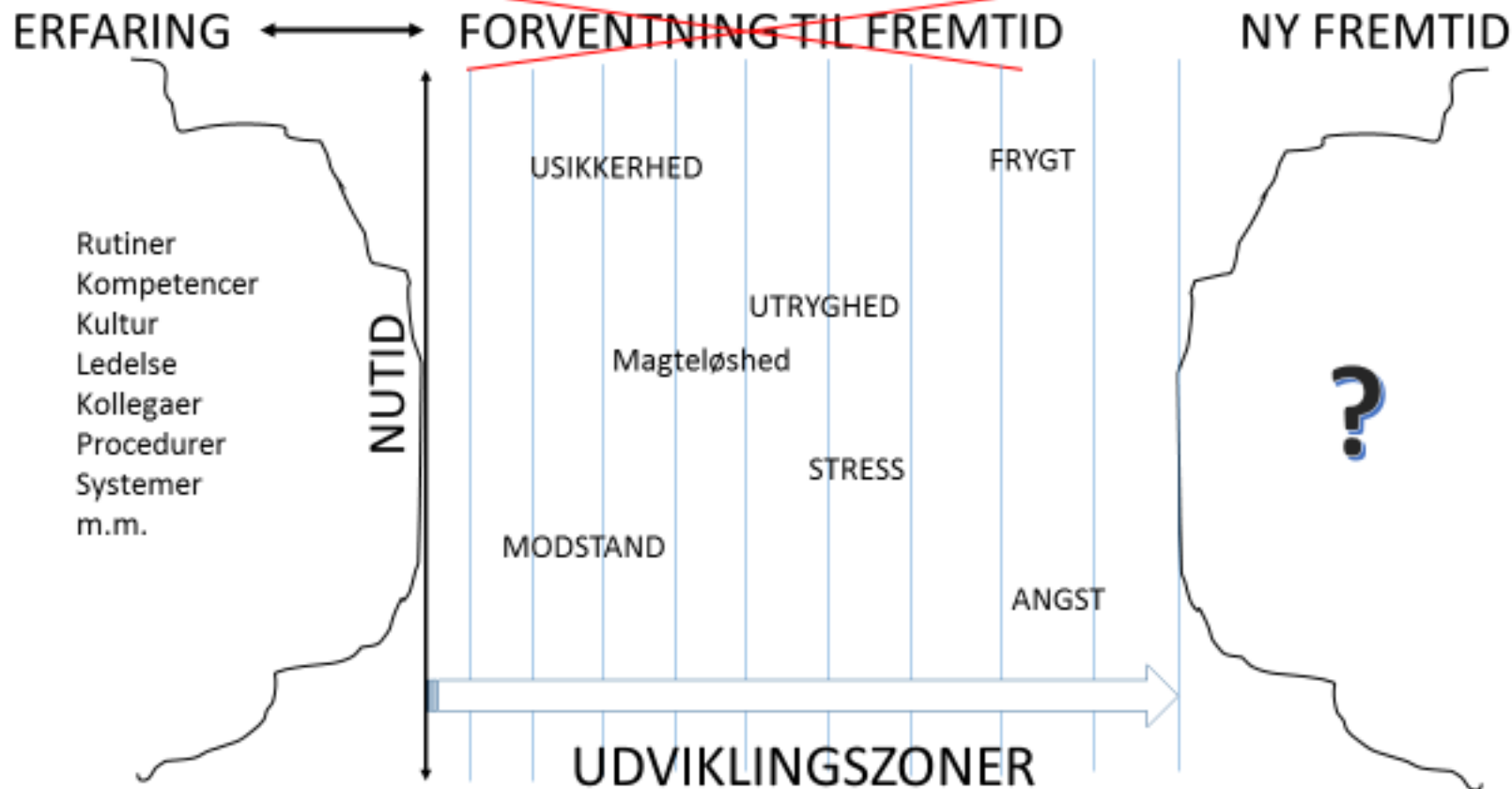
Figur 9. Mit bud på meningsdannelsen i en relation mellem to subjekter.

"Før vi lever er livet ikke noget, men det tilkommer os at give det en mening, og værdien er ikke andet end den mening, vi vælger" (Sartre, 2002, s90).

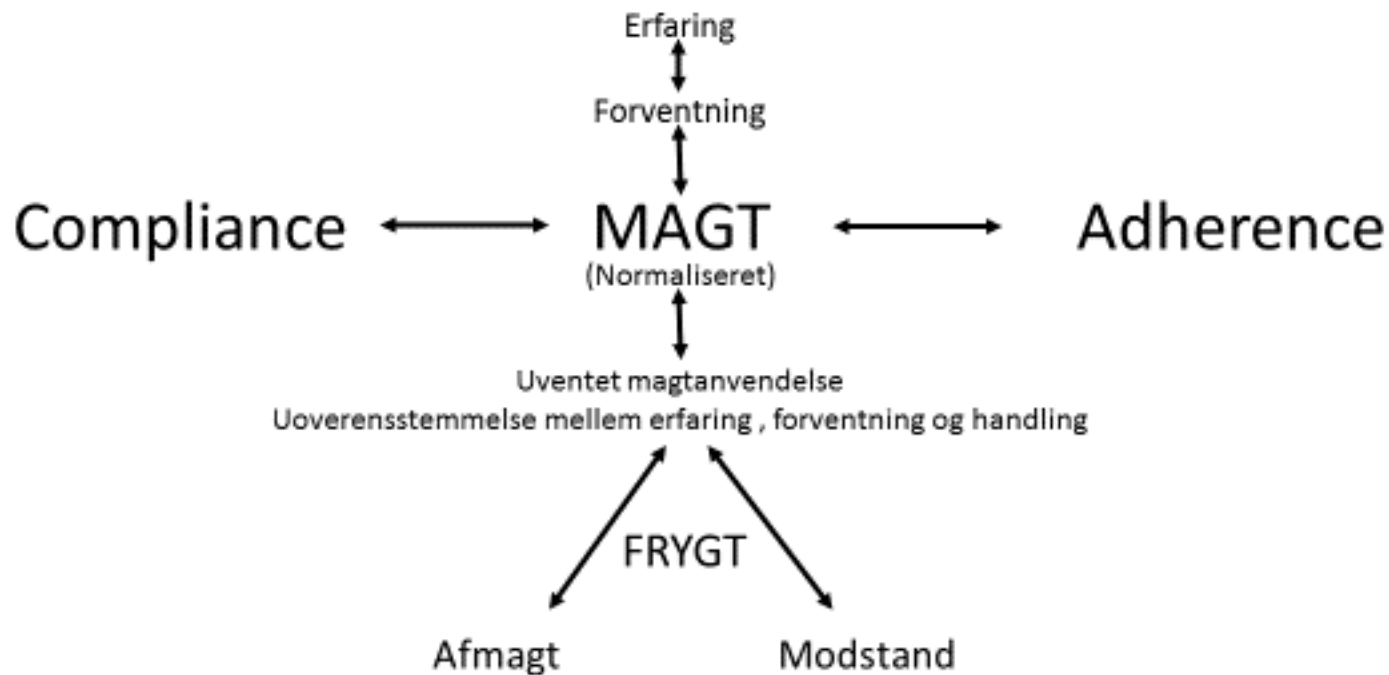
De meningsprovinser som vi indgår i og som er en slags samskabelse er således individuelle meninger og forståelser som vi kan omdefinere og ændre hvis vi ønsker dette. Vi kan altså vælge at omfortælle vores fælles narrativer om de kulturelle aspekter.



Det irrationelle element i virksomheden



Det irrationelle element i virksomheden



Det irrationelle element i virksomheden

Hvad er personlig usikkerhed?

Det er.....

- At mangle råderum, legitimitet og sags suverænitet
- At mangle personlig myndighed
- At mangle allierede
- At mangle tillid
- At mangle seriøs kritik
- At mangle en god sag
- At være uafklaret omkring sine holdninger
- Ikke at turde lære af sine erfaringer

Kirkeby, Ole Fogh, 2006, Begivenhedsledelse og handlekraft. S 98



Det irrationelle element i virksomheden

Lægemidlet er ORDENTLIGHED

Det handler om...

- At tænke på organisationen før man tænker på sig selv
- At tænke på hver enkelt medarbejder, før man tænker på sig selv
- At have givet sig tid til at lære sine medarbejdere at kende, deres styrker og svagheder
- At have klare kriterier af faglig og saglig art
- At have klare etiske kriterier for vurderingen af enhver person
- At have en sag
- At turde leve for en idé

Kirkeby, Ole Fogh, 2006, Begivenhedsledelse og handlekraft. S 98



Det irrationelle element i virksomheden



HVOR SKAL VÆKSTEN KOMME FRA I LANDBRUGET - OPSAMLING NETVÆRKSMØDE

Chefkonsulent Ivan Damgaard

4. Juli 2017

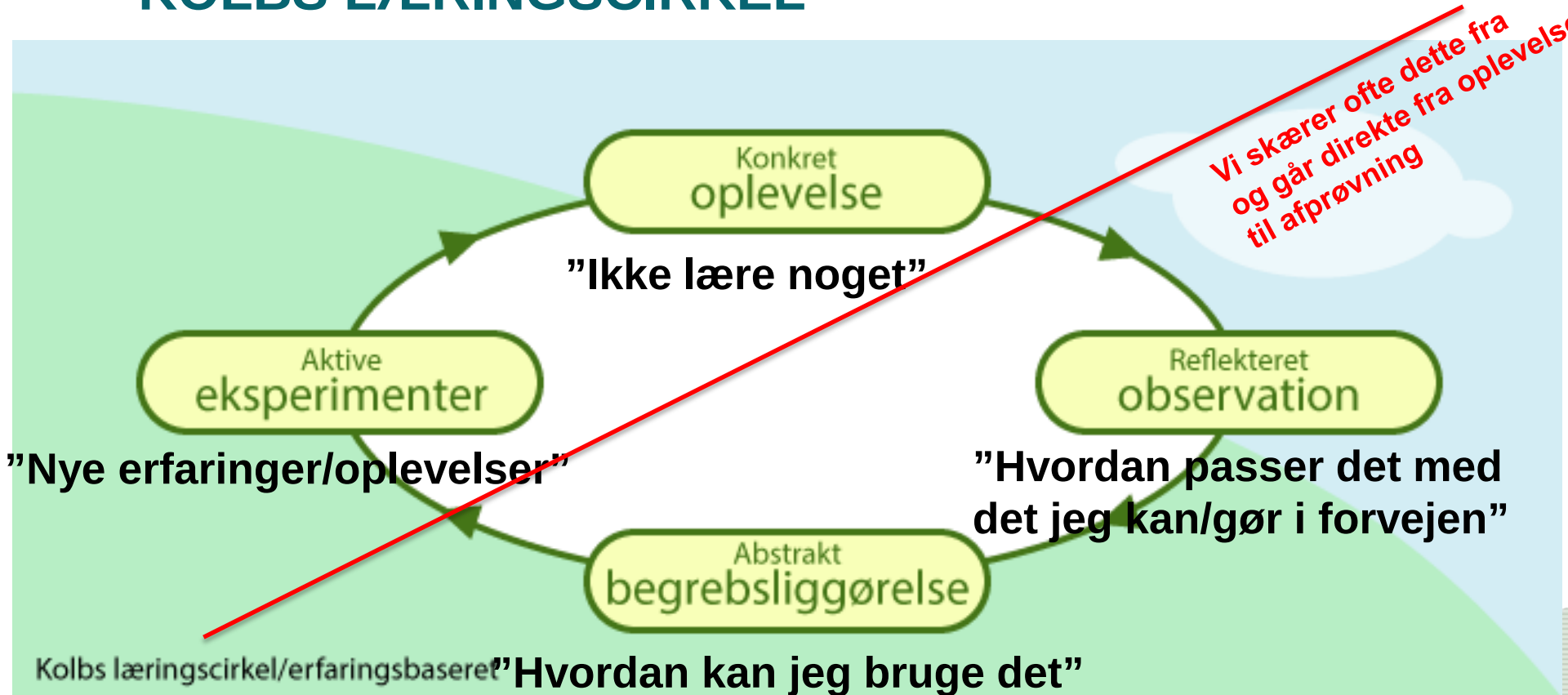
DELTAGERE

- Torben og Susanne Madsen
 - 2500 mink tæver, 300 ha. juletræer, 600 ha. planteavl, svineproduktion, 55 ansatte
- Lars Rasmussen
 - Jersey køer, med i top 5 mælkeproducenter over flere år, 1,5 medarbejder
- Johannes
 - 600 ha med specialafgrøder, 1,5 medarbejder
- Dennis og Henriette Vind
 - Sohold med produktion af smågrise, 5 medarbejdere
- Henrik og Jette Bovbjerg
 - Opformering øko sohold og produktion af smågrise
- Kresten
 - 1900 kalve, kyllingeproduktion, 500 ha. planteavl, biogas

MOGENS SPARRE

- Indlæg om det irrationelle i virksomheden
 - Bemærk subjekter i oplæg er mennesker, mens objekter er ting
 - Kultur
 - Forventninger
 - Symboler
 - Værdigrundlag
 - Fællesskab
 - Mellem "nu og fremtid" vil mennesket søge at trække på erfaringer, der vil afløses af ANGST jo længere væk fra nu vi kommer – det kan kulturen være med til at begrænse
 - Kultur er noget vi giver hinanden

MOGENS SPARRE -KOLBS LÆRINGSCIRKEL



NETVÆRKSMØDE

- POTENTIALER

- Det gode produkt fra dansk landbrug skal vi have frem i offentligheden
- L&F skal være meget mere aktive på de sociale medier
 - Være proaktive på de negative historier
 - Formidle den gode historie
- TV – vi skal sikre, at det er det moderne landbrug der præsenteres
- Bruge "Min – historie" aktivt i medierne, hvor landmanden står frem
- Dyrevelfærd er et must
- Landbruget skal satse på talenter og forbrugernes forståelse og engagement
- Landmanden skal være meget bedre til det gode købmandsskab
- Vi skal satse på en "KØB DANSK" kampagne
- Rådgiveren skal være landmandens caddy
- Landmændene skal stå sammen mod andelsselskaberne, for at få dem til at forstå værdikæden fra landmand over forædling til forbruger

- DLF er en super god historie – de lytter og deler med landmændene og i øjenhøjde med landmanden

NETVÆRKSMØDE

- BARRIERER OG UDFORDRINGER

- Landbruget aftagere er i princippet ligeglade med om landbruget har overskud
- Finansiering er komplekst – hvordan kommer man ud af et køb, der har været for dyrt og omvendt er det altid den dygtige, der har købt billigt
- Landbrugsskolerne er "gamle af sind" og har gamle og dårlige undervisere
- Andelsselskaberne skal samarbejde med landmændene og ikke have 100% fokus ud på markedet og forbrugeren
- Hvor meget skal aktionærerne have af landmandes andel?
- Landbruget er rigtig dårlige til at stå sammen – der er altid en der vil gøre tingene billigere eller uden kontrakt