

Årets skånska nötköttsföretagare



*Johanna och Märten Rasmussen
Bosarps gård, Blentarp*

Nominering av Årets nötköttsföretag 2019

Uppgifter om nominerad/e person/er

Namn (+ ålder) *Ange om möjligt samtliga i familjen/-erna med den/de som är engagerade i företaget understrukna:* Familjen Rasmusson som består av Mårten (39 år) och Johanna (37 år) med barnen Ragnar (6,5 år) och Signe (3,5 månader) samt Working Kelpie Bill pyreneerhundarna Sigge och Jussi.

Adress: Bosarps Gård,

Gårdens storlek, markslag: 150 ha åker (ägd) varav 50 ha utarrenderat resterade odlas vall. 100 ha bete varav 80 % naturbetesmark (arrenderat), 40 Ha skog (ägd)

Uppgifter om produktion/verksamhet

1. Produktionsinriktning och -omfattning

Beskriv vilken typ av produktion företaget bedriver

Här möter vi ett familjeföretag i form av en ung driven småbarnsfamilj med ett stort engagemang i företaget på ett eller annat sätt. Bosarps gård producerar ekologiskt med utegångsdjur. De är anslutna till kontrollprogrammet utegångsdjur utan ligghall. Det fungerar väldigt bra att ha djuren ute med markunderlaget som är väldigt lätta jordar. Alla djuren är ute även växande djur.

Målet är 60 dikor. 2019 kommer de att uppfylla målet genom att ha 50 vårkalvningar och 10 höstkalvningar. Alla kor kalvar på betet. De upplever att de sparar mer på marken att ha de flesta kalvningarna på våren och att ha alla kalvande på bete ger bättre djurhälsa. De behåller alla kalvar. De största kvigorna tar de ut till rekrytering resten av kvigorna går till slakt. Alla tjurkalvarna kastreras och även de går till slakt.

Allt nötkött säljs direkt till kund i köttlådor men också detaljer. Johanna har skapat ett system i deras webbutik där man som kund kan välja vilka detaljer man vill köpa och därmed komponera sin egen köttlåda i sin varukorg. Det finns även ett inbyggt rabattsystem som gör att det tillåter en mängdrabatt motsvarande köttlådepris. Företaget är med i Rekoringar.

2008: Johanna och Mårten började sin produktion med 8 dikor

2010: Johanna och Mårten tog över ägandet av Mårtens familjegård

2011: Johanna och Mårten utökade produktionen till 30 dikor

2012: Johanna och Mårten köpte en ny gård och tog över en befintlig ekologisk kycklingproduktion

2015: Johanna och Mårten ställde om så att alla ungdjur var i utedrift. I samband med detta ställde de även om nötköttsproduktionen och växtodlingen till ekologisk.

2018 Johanna och Mårten utökade produktionen till 48 dikor och det var första året de hade tjur på bete ihop med korna. Gårdsbutik har utvecklats till att ha öppet efter kunders önskemål.

2019: Johanna och Mårten uppfyller sitt mål med 60 kalvande dikor på bete.

Mårten och Johanna träffades på Lantmästarutbildningen i Alnarp och de har samma ambitioner och intresse för det egna företagandet. De har en bra uppdelning i sina roller i företagandet. Johanna sköter marktjänsten, försäljning av kött och tillsynen av djuren medan Mårten sköter växtodlingen och djuren samt det tekniska. Mårten har också ett externt jobb utanför på ca 500 timmar. Företaget har 2 grenar att stå på, dikorna och kycklingarna där dikorna är hjärtat i verksamheten. De vill kunna behålla företaget i familjen och de vill inte behöva anställa utan hellre sköta verksamheten själva med viss hjälp utifrån vid behov. Utvecklingen av företaget har planerats noggrant då Johanna och Mårten suttit vid köksbordet och bestämt hur deras verksamhet ska växa och utvecklas på ett hållbart sätt. Här är man nyfiken på att experimentera och är inte rädd för att prova nytt.

Nötköttet slaktas på Sjöbo slakteri AB och säljs uteslutande i köttlådor. Det började med att de sålde till vänner och bekanta och sedan blev vänners vänner intresserade och så har det fortsatt. Marknadsföring sker genom Facebooksida och den fina egna hemsidan (bosarpsgard.se). Det är även många kunder som hittar företaget via Googles sökmotor. Marknadsföringen sker också när Johanna står på mässor och marknader, stort som smått 4-5 gånger per år.

Företaget är i uppbyggnadsskede fortfarande och de har ändrat strategi under vägen som betyder att de kommer att sälja 100 % av nötköttet till kund. Förutom säljs också en del beställnings kyckling via webbutiken men då under Kronfågels varumärke.

Kriterier för årets nötköttsföretagare är att de är under 40 år! . Att företaget arbetar med mål och uppföljning av produktionen. Företaget ska ha lönsamhetsfokus utnyttjar gårdens resurser. Företaget bidrar till en positiv utveckling av nötköttsproduktionen. nationellt eller regionalt . En "uppvisningsbar" gård.

Företagarna Johanna och Mårten är under 40 år! De är 37 resp. 39 år gamla!

Företagets mål

Huvudmålet:

1. Gå och lägga sig på kvällen och veta att alla djur har det bra på gården och att vi ska tjäna pengar på detta!
2. Investera pengar i säkerhet, förutsättningar att jobba säkert och ensam.
3. Tidsbesparande: Effektivt ensamhetsarbete lugnt och stillsamt

Mål: Förutom dikorna naturliga produktion nedsättningar slås kor ut om de inte visar lugn.

Mätmetod: Ska kunna gå lugnt 1 m från djuret utan det reser sig och utan att djuret går fram till oss.

Produktionsmål:

Mål: 60 kor med lätta kalvningar, bra hull på hösten, friska djur

1. Alla kalvar levande födda och överlevande
 - a. 2017: 47 födslar 3 tvillingpar, 1 dödfödd, alla lever. 98% levande av kalvar 1,02 kalvar per ko.
 - b. 2018: 48 födslar, 1 tvillingfödelse 1 död kalv, 99,6 % levande av kalvar. 1 kalv per ko. 100% överlevande till avvänjning
 - c. 2019: 50 födslar hittills 1 tvillingfödelse, 1 död kalv, 99,7% levande av kalvar 1 kalv per ko.
2. Behandlar djur i tidigt skede för att de inte ska lida och tillfriskna snabbt

Mål: kalvningstidens längd 2 mån

1. Tjuren går 3 månader
2. Kalvningsperiod 2018 mars- maj.
3. Kalvningsperiod 2019 3 mån Pga. torkan fick tjuren gå kvar på betet ihop med korna.

Mål: Kunden ska vara nöjd och jag ska vara nöjd

1. 100% ska säljas direkt till kund
2. Direktkontakt mellan mig och kunden ska vara 100% Inga mellanhänder.
3. Direkt feedback

Mål: Köttet ska vara gott och ge en upplevelse

1. 100% uppvisningsbar gård alltid.
2. 2,5 år innan de slaktas, då har djuren gått på bete minst 2 säsonger.

Exempel på ekonomiska nyckeltal

Foderkostnaden på vintern uppskattas till ca 21 % av försäljning minus slaktkostnad och distribution.

Engagemang för svensk nötköttsproduktion

7. Deltar aktivt i rasförenings-/köttklubbsverksamhet, LRF-arbete som stärker näringen?

Tiden som blir över prioriteras till familjen. Däremot är man mycket ute på matmarknader och mässor och marknadsför svensk mat i form av deras produktion.

Tar emot studiebesök? I så fall vilken typ?

Ja mycket kunder. De kan åka ut till djuren och uppleva djuren på mycket nära håll, Studenter från SLU, dagis och skolor. Djurens Rätt efter egen förfrågan har varit ute på studiebesök 2 gånger och sett allt.

Övriga. Detta är ett företag som verkligen utgår från gårdens förutsättningar. De är unga, drivna och inte rädda för nya idéer. Företaget är mycket måna om att djuren har det bra. De är målmedvetna och tex. målet om antalet kor på företaget har reducerats från 100 till 60 pga. att Johanna och Mårten har gjort en marknadsbedömning och därmed valt en annan typ av kund. Här har de utgått ifrån hur mycket de kan sälja och sett vad som är realistiskt och därigenom sänkt antalet kor vilket är mycket väl genomtänkt. Målet med säkerhet vid ensamhetsarbete är något som företaget tar mycket på allvar. 2017 var första i året som tjuren var på betet. De har investerat i en ”greener” som gör det möjligt att komma ut till djuren och ha en reträttväg väldigt nära. Det betyder också att de kan ta ut kunder för att uppleva djuren väldigt nära. Hela deras verksamhet är väldigt innovativ med mycket nytänkt.

