

EN HANDBOK FÖR MATKOOPERATIV

MAT FÖRENAR

Hur skapas delaktighet i matens väg mellan odlare, producent och kök? Hur kan vi främja lokal livsmedelsproduktion och förädling? Kort sagt, hur kan vi låta maten vara något som skapar gemenskap, förankring och engagemang i vårt lokalsamhälle och vår omvärld?

Det finns flera svar på dessa frågor men ett nygammalt alternativ är att organisera oss i kooperativ form, bilda inköpsföreningar, mat- och producentkooperativ och tillsammans lägga grunden för ett nytt livsmedelssystem. Tillsammans med lokala marknadsplatser och andelsjordbruk kan detta ge möjlighet för nya alternativ utifrån lokala behov och möjligheter.

VI LÄR AV VARANDRA

Kooperativa inköpsföreningar organiserar medlemmars gemensamma matinköp från grossister och lokala matproducenter. Drivkraften handlar ofta om en vilja att handla mer lokalt, mer ekologiskt, förpackningsfritt eller att få tillgång till produkter som annars saknas hos de större matkedjorna. Dessa kooperativt drivna föreningar stärker lokalsamhället och gör det bland annat möjligt att driva matbutiker på små orter som ratas av de stora kedjorna.

En svårighet har dock varit att få reda på var dessa matkooperativ finns och hur de fungerar. Denna handbok är ett försök att komma till rätta med det.

Handboken är en levande samling inspiration och kunskap, praktiska erfarenheter samt länkar vidare. Den bygger på projektet [Förenade inköp](<http://forenadeinkop.se/>) som drevs av Coompanion Sörmland mellan april - oktober 2020. Grundmaterialet består av intervjuer, samtal samt under projektiden insamlat material från inköpsföreningar och lokala matkooperativ. Projektet finansieras av Europeiska jordbruksfonden för landsbygdsutveckling.

VERSION 1 - NOV 2020

SE: HANDBOK.FORENADEINKOP.SE

INNEHÅLL

2	Historik Kooperation
5	Syfte och former
8	Olika sorters matkooperativ
16	Finansiering
20	Stadgar
22	Styrelse
24	Demokrati och beslut
26	Medlemmar
28	Engagemang och drivkrafter
31	Arbetsgrupper
34	Butik / gemensam lokal
37	Sortiment, lagerhållning
40	Prissättning / lönsamhet
42	Leverantör / producent
44	Hur handlar man?
46	Livsmedelssäkerhet
48	Extern kommunikation
50	Intern kommunikation
52	IT-stöd / verktyg
54	Ekonomi och redovisning
56	Om Food Shift

HISTORIK KOOPERATION

Den konsumentkooperativa rörelsen brukar anses ha startats av “[The Rochdale Society of Equitable Pioneers]” (https://en.wikipedia.org/wiki/Rochdale_Society_of_Equitable_Pioneers) som grundades 1844. Gruppen grundare bestod av 28 individer som gick samman för att bland annat öppna en mataffär med varor som de annars inte skulle haft råd med. Ungefär hälften av gruppens medlemmar var vävare som i samband med industriella revolutionen fått det alltmer knapert.

Grundarna sammanfattade organisationens mål som en rad “objectives” där det främsta handlade om att på frivillig basis organisera sig för att möta medlemmarnas gemensamma ekonomiska, sociala och kulturella behov.

> ... for the pecuniary benefit, and improvement of the social and domestic condition of its members ...

Man ville ta ansvar för en så stor del av medlemmarnas gemensamma intressen som möjligt. Ambitionen var dock inte att distansiera sig från resten av samhället; samarbete med andra kooperativ betonades.

> ... as practicable the Society shall proceed to arrange the powers of production, distribution, education and government, or in other words, to establish a self-supporting home colony of united interests, or assist other societies in establishing such colonies.



PHOTOGRAPH OF THIRTEEN OF THE ORIGINAL MEMBERS
OF THE
ROCHDALE EQUITABLE PIONEERS' SOCIETY.

1. JAMES STANDRING.	2. JOHN BENT.	3. JAMES SMITHIES.	4. CHARLES HOWARTH.	5. DAVID BROOKS.	6. BENJ. RUDMAN.	7. JOHN SCOWCROFT.
8. JAMES MANOCK.	9. JOHN COLLIER.	10. SAMUEL ASHWORTH.	11. WILLIAM COOPER.	12. JAMES TWEEDALE.	13. JOSEPH SMITH.	

Försök till kooperativa verksamheter hade pågått sedan mitten av 1700-talet. Dessa försök hade dock inte visat sig bärkraftiga. Med ambitionen att undvika de fallgropar tidigare kooperativ trillat i utformades de i idag välkända sju kooperativa principerna ([The Rochdale Principles](https://en.wikipedia.org/wiki/Rochdale_Principles)).

Principerna har polerats något över åren men är fortfarande nära de ursprungliga definitionerna. Principerna som i dag har antagits av den Internationella Kooperativa Alliansen, ICA, kan sammanfattas som:

1. FRIVILLIGT OCH ÖPPET MEDLEMSSKAP

Alla medlemmar som uppfyller medlemsvillkoren måste tillåtas att bli medlemmar – oberoende av kön, ras, politisk eller religiös tillhörighet.

2. DEMOKRATISK KONTROLL

Alla medlemmar har samma möjlighet att påverka kooperativet. En medlem, en röst.

3. EKONOMISKT DELTAGANDE

Medlemmarna bidra rättvist och solidariskt till kooperativets gemensamma ekonomi.

4. AUTONOM OCH OBEROENDE

Kooperativet styrs av medlemmarna. Kooperativet ingår avtal med externa parter, lånar pengar eller liknande endast på villkor att kooperativet bibehåller sin oberoende ställning.

5. UTBILDNING OCH INFORMATION

Kooperativet utbildar sina medlemmar så att de kan bidra till kooperativets utveckling.

6. SAMARBETE KOOPERATIV EMELLAN

Kooperativ blir starkare tillsammans och uppfyller sina medlemmars behov genom samarbete med andra kooperativ.

7. ENGAGEMANG I LOKALSAMHÄLLET (CONCERN FOR COMMUNITY)

Kooperativet eftersträvar att verka för den hållbara utvecklingen av det lokalsamhälle där det är verksamt.

Värt att notera kring den sjunde punkten är att det är specifikt ****lokalsamhället**** som avses – den lokala förankringen och utvecklingen av platsen där kooperativet är verksamt.

I den [svenska versionen av de sju principerna](<https://svenskkoooperation.se/om-koooperation/>) har man valt att omtolka den sjunde punkten till att i mer generella termer prata om ett kooperativ som ”... en verksamhet som på olika sätt tar hänsyn till det omgivande samhället och jobbar för hållbar utveckling.”

KOOPERATION I SVERIGE

Kooperationen har en lång tradition i Sverige, världens äldsta kooperativa företag är sannolikt Länsförsäkringar som grundades 1801. Konsumentkooperativ liknande de i Rochdale etablerades redan på 1850-talet och organiserade sig senare under det Kooperativa Förbundet, KF 1899. KF är idag ett förbund bestående av [31 konsumentföreningar](<https://www.coop.se/Globala-sidor/OmKF/Konsumentforeningar/>), 7 OK-föreningar, Folksam och Fonus. Av konsumentföreningarna är det idag dock endast ett fåtal som har en tydlig lokal förankring.

LÄNKAR

[The Rochdale Society of Equitable Pioneers](https://en.wikipedia.org/wiki/Rochdale_Society_of_Equitable_Pioneers)

[Rochdale Principles](https://en.wikipedia.org/wiki/Rochdale_Principles)

[ICA – International Co-operative alliance - History of the co-operative movement](<https://www.ica.coop/en/cooperatives/history-cooperative-movement>)

[ICA – The Cooperative Principles](<https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>)

[ICA – The Guidance Notes on the Cooperative Principles](<https://www.ica.coop/sites/default/files/publication-files/ica-guidance-notes-en-310629900.pdf>)

[Kooperativa principer - En fallstudie av ett kooperativt och ett icke kooperativt företag](<https://foodshift.se/uploads/short-url/21JzX8f2URkIC1eu1hFN4SWsOa8.pdf>)

SYFTE OCH FORMER

VAD VILL VI UPPNÅ MED FÖRENINGEN?

Kooperation handlar om att åstadkomma saker tillsammans! Internationella Kooperativa Alliansen definierar begreppet såhär:

... an autonomous association of persons united voluntarily to meet their common economic, social, and cultural needs and aspirations through a jointly-owned enterprise – ICA, Cooperative identity, values & principles

Organisationen Coompanion som jobbar med att stötta kooperativt företagande i Sverige beskriver Kooperation:

Ordet Kooperation kommer från det latinska uttrycket för “arbeta tillsammans”, eller samverka. Och det är precis vad man gör inom Kooperation – både i kooperativa företag och sinsemellan kooperativa företag handlar det om att förverkliga idéer tillsammans. – Coompanion, Vad är Kooperation?

VANLIGT FÖREKOMMANDE VÄRDERINGAR

Många lokala matkooperativ skapas för att ge möjligheter för människor att direkt påverka sin lokala matmiljö i förhållande till vad man tycker är viktigt. Man handlar in, prissätter och organiserar sig för att nå målsättningar kring de värderingar man tillsammans har. Till exempel:

- Lägre pris på varor (tillgänglighet)
- Ekologisk mat
- Stödja lokala producenter
- Gemenskap
- Säkra lokal mattillgång
- Rättvis mathandel

I uppstarten av en förening så skrivs stadgar som är tänkt att konkretisera en del av de värderingar och drivkrafter som ligger till grund för föreningens befinnande. Oftast så finns det dock väldigt mycket fler och livligare ställningstagande och värderingar inom gruppen än det som finns bara i stadgarna.

Vissa föreningar försöker att kontinuerligt jobba med att utvärdera och försöka växa i dialog kring vad man tycker är viktigt. Denna typen av arbete är ofta något som sker parallellt med det mer pågående arbetet vilket kan kräva en större del engagemang och delaktighet från medlemmarna.

Det är i många fall de underläggande värderingarna som förenar medlemmar i en förening och möjliggör så också samarbete. Det kan vara lättare att röra sig i samma riktning och lyssna på varandra med tillit när värderingar och världsbilder finns synliggjorda i gruppen.

ETT OÄNDLIGT SAMTAL

I många matkooperativ så finns det en del av personerna som tycker det är viktigt och roligt att samtala kring vilka värderingar och världsbilder som driver föreningen och ofta en del av personerna som inte gör det. Det kan vara fördelaktigt att sätta klara ramar för när och hur de samtalen bör få plats samt ifall gruppen känner att det är viktigt att alla är med och bidrar med sin syn på detta eller inte.

Personer som känner att sina värderingar inte speglas i gruppen kan ofta känna sig distanserade och oengagerade samtidigt som personer som inte vill lägga tid på dessa samtal känner sig nedtyngda. Att komma överens om hur man hanterar dessa samtal gör ofta att grupperna fungerar smidigare över tid, det kan till exempel vara värt att ha ett möte varje år kring detta för att få en bild av var man är tillsammans.

EKONOMISKA FÖRENINGAR

Den överlägset vanligaste organisationsformen för inköpsföreningar och matkooperativ är Ekonomisk förening. I lagen om ekonomiska föreningar [2018:672](<http://rkrattsbaser.gov.se/sfst?bet=2018:672>) står vilka krav som finns för bildande och drift.

En ekonomisk förening är en juridisk person som bedriver ekonomisk verksamhet till medlemmarnas fördel. Detta kan särskiljas från ett aktiebolag där den juridiska personen har som uppdrag att bedriva verksamhet som är framför allt till fördel för ägarna av bolaget. Där man i aktiebolag har beslutande rätt: 1 röst per aktie, så har man i kooperativ (ekonomiska föreningar) 1 röst per medlem. Internationellt så är termen "Cooperative" vanligt förekommande när man pratar om denna typ av demokratisk organisation.

När man pratar om kooperativ så är det inte en företagsform som aktiebolag, handelsbolag eller ekonomisk förening, utan ett sätt att organisera och driva företaget. Ett kooperativt företag kan ägas av individer/personer, företag och föreningar i olika kombinationer.

Bolagsverket skriver på verksamt.se

En kooperativ verksamhet kan drivas i vilken företagsform som helst men det vanligaste är ekonomisk förening. I en ekonomisk förening är det minst tre personer, företag och/eller föreningar som tillsammans är delägare/medlemmar. Företagsformen är skapad för att passa kooperativa företag. Den gör det möjligt att både växa och krympa antalet delägare/medlemmar snabbt och enkelt. En ekonomisk förening möjliggör också att alla som är delägare/medlemmar i företaget får samma inflytande.

EXEMPEL - SYFTEN

Kooperativet Nässlan i Strömstad

Nässlan finns till för att främja miljöanpassad och lokal livsmedelsproduktion. Vi vill se mer "fair trade" handel och understödja initiativ som att skapa möten mellan människor. Vi främjar långsiktig, ekologisk, social och ekonomiskt bärkraftig utveckling och en god livsmiljö i lokalområdet. Detta har funnits med från början och ibland diskuteras delar av stadgarna igen...

...det händer att vi köper in högkvalitativa varor, till exempel Palestinsk Olivolja eller peruanskt kaffe. Då är priset underordnat kvalitet och/eller solidaritet."

Ekolivs i Malmö

Gruppen som startade kände varandra från föreningsliv och politiskt engagemang. Framförallt SAC lokalt och befintliga lösa kontakter. Var både baserat i miljöengagemang och syndikalismen, intresset lika mkt anti-kapitalistiskt som miljö. Det fanns ett starkt intresse av att äga och driva tillsammans.

Bottnafjordens inköpsförening

Behoven som föreningen skulle fylla var en mötesplats och att kunna få bra ekologiska livsmedel hit till landsbygden. Föreningens slogan: 'Mat, möten, möjligheter, med mera.' säger en del.

LÄNKAR

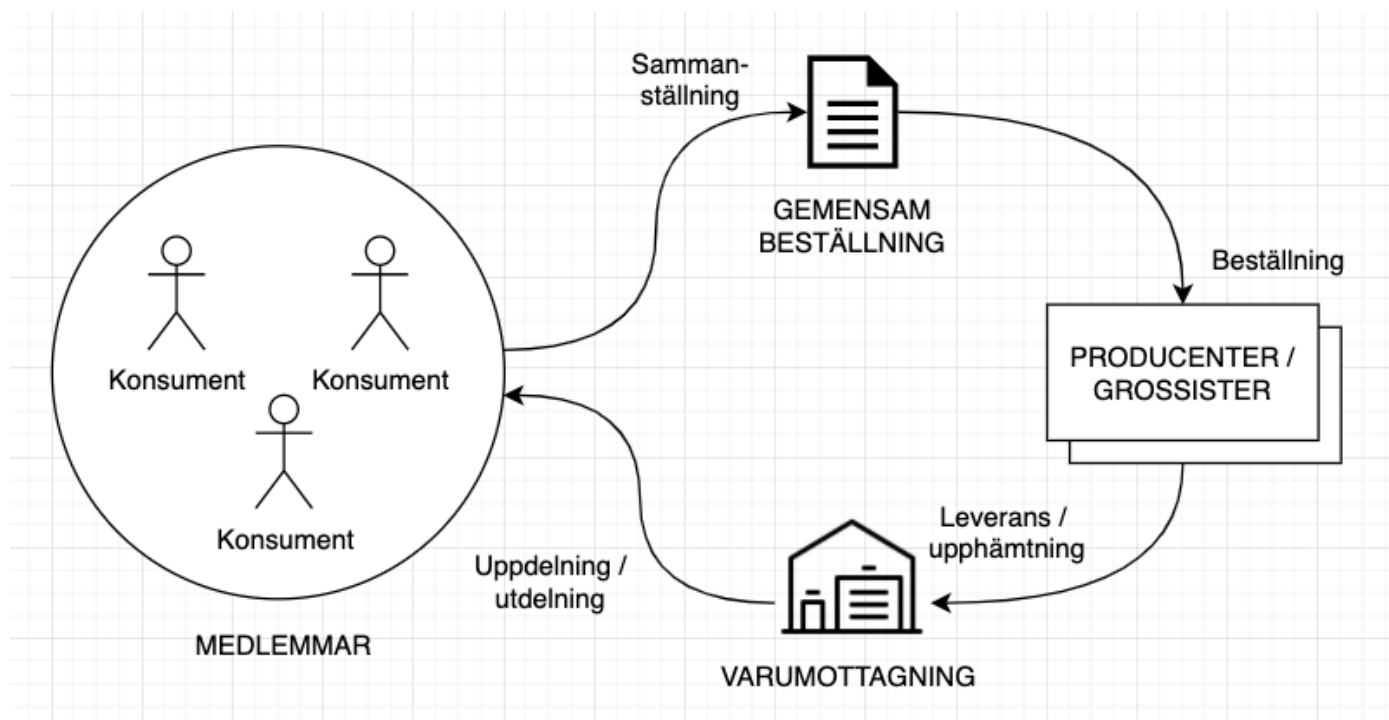
[Fria metoder har flera sätt att jobba med organisationers värderingar / världsbilder](<https://friameter.se/>)

[Hur startar man ekonomiska föreningar - Verksamt.se starthjälp](<https://www.verksamt.se/starta/valj-foretagsform/ekonomisk-forening>)

OLIKA SORTERS MATKOOPERATIV

Hur samverkar lokala aktörer för att uppnå sina mål? Konsumenter, kunder, producenter och anställda; hur organiserar man sig? Under projektets gång har vi identifierat fyra vanligt förekommande mönster.

INKÖPSFÖRENING



I inköpsföreningen går konsumenter samman för att möjliggöra större beställningar hos grossister eller direkt från producenter.

Inköpsföreningar är ofta värderingsdrivna. En vilja att handla mer ekologiskt eller mer lokalt är ofta det som håller gruppen samman. I vissa fall är också pris en avgörande faktor, konsumenter går samman i en inköpsförening för att stärka sin köpkraft och få tillgång till billigare varor direkt hos grossister. OK startade sin bana som "[Bilägarnas Inköpsförening]"(<https://www.ok.se/historia/den-kooperativa-utmanaren/fran-inkopsforening-till-konsumentkollektiv>)" just med det målet - att gå samman för att pressa priser.

Inköpsföreningen är den enklaste formen av matkooperativ. En medlem samordnar en gemensam beställning. Efter leverans träffas de som beställt och delar upp varorna.

EXEMPEL

Ekokooperationen för 17!

Ekokooperationen för 17! är en inköpsförening som varit igång sedan 2011 längs tunnelbanans linje 17 i Stockholm. Föreningen gör gemensamma inköp av ekologisk mat och andra ekologiska produkter direkt från grossist.

Från stadgarna:

> Föreningen är en sammanslutning av miljömedvetna och rättvisesträvande medborgare. Deltagande är en konkret handling för ett ekologiskt hållbart och rättvist samhälle.

<https://www.youtube.com/watch?v=qXwgQ-Ev6dI>

LÄNKAR

[Ekokooperationen för 17!](<https://www.facebook.com/groups/132517493519025/>)

[Ekokooperationen Piskan](<https://www.facebook.com/groups/167346520662537/>)

[Ultimat](<https://www.ultimatultuna.se/>)

[Ekokooperativet Potatisupproret](<https://www.facebook.com/groups/1193961134088360>)

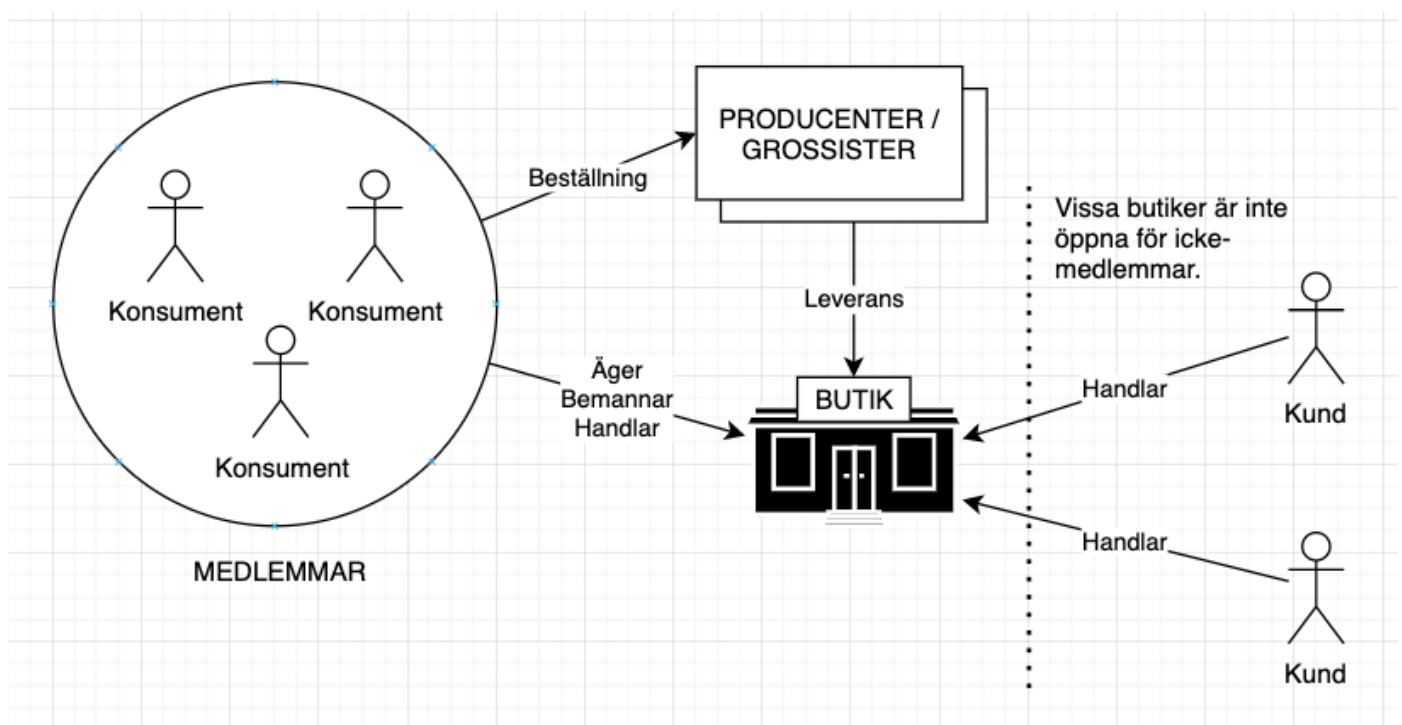
[Svartrotens Inköpsförening](<http://aktivabyar.se/platser/berg/svartrotens-inkopsforening/>)

[Kooperativet Nässlan](<https://www.facebook.com/Kooperativet-N%C3%A4sslan-ekonomisk-f%C3%B6rening-234276380050850/>)

[Lund Matvarukooperativ](<https://www.kooperativet.org/>)

[Slättergubbens Inköpsförening](<https://skattungbyn.se/slattergubben/>)

KONSUMENTKOOPERATIV MED BUTIK



I konsumentkooperativet går konsumenter samman för att driva något som mer liknar en ordinarie matbutik. COOP har sina rötter i de konsumentföreningar som startades i slutet av 1800-talet och senare bildade Kooperativa Förbundet/KF.

Många konsumentkooperativ bemannas av medlemmarna endast. Vissa håller anställd personal som tillsammans med medlemmar sköter driften av butiken.

Vissa konsumentkooperativ är öppna endast för medlemmar medan andra tillåter icke medlemmar som kunder.

Ofta byggs det runt kooperativet upp ytterligare verksamhet, till exempel mötesplats, bibliotek eller kafé.

Bottnafjordens Inköpsförening



Bottnafjordens Inköpsförening är ett av Sveriges äldsta konsumentkooperativ och ett exempel på ett matkooperativ som fungerar som en central punkt i lokalsamhället Gerlesborg/Bottna. Lyssna när några av medlemmarna i föreningen bjuder på en rundtur i butiken och berättar om driften av föreningen

<https://youtu.be/DruNhgSbPdQ>

<https://youtu.be/wCNrQ7GhPck>



Matkooperativet Helsingborg startades 2017 och drivs tillsammans av medlemmarna. Man behöver dock inte vara medlem för att få handla i butiken.

> Vi är en hållbar, medlemsägd mataffär med fokus på lokalproducerade varor. Genom att jobba ideellt kan du handla billigare hos oss och du hjälper dessutom till att rädda miljön. Om du hjälper till 6 timmar i månaden får du hela 10 procent rabatt på allt du handlar i butiken.

Det första videoklippet är en rundtur i butiken, i det andra berättar William mer om hur butiken blev till, ekonomi, sortiment etc.

<https://youtu.be/2iByBOMbaLM>

https://youtu.be/pfJ_zA1A6w8

LÄNKAR

[Bottnafjordens Inköpsförening](<http://bottnafjorden.se/inkopsf/wp/>)

[Matkooperativet Helsingborg](<https://matkooperativet.se/>)

[Lokatten Matkooperativ](<https://www.lokatten.org/>)

[Bikupan](<https://bikupan.org/>)

[Ekoskafferiet Stjärnsund](<https://www.facebook.com/EkoskafferietStjarnsund/>)

[Ekolivs Malmö](<https://www.ekolivs.se/>)

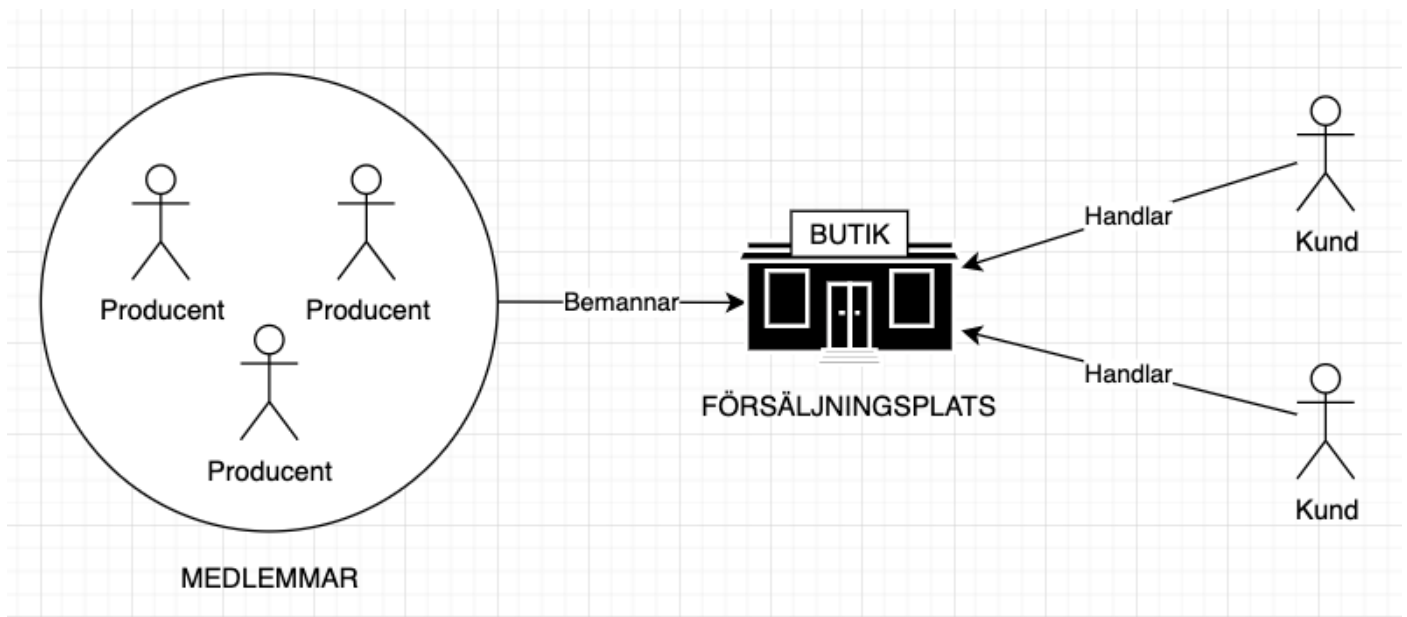
[Tuvan Ekolivs](<https://tuvanbutiken.se/>)

[Skattunge Handel](<https://www.facebook.com/skattungehandel/>)

[Morjärvsbygdens Handel & Utveckling Ekonomisk Förening](<https://www.facebook.com/groups/1117202295111046/>)

[Arholma Handel](<http://arholma.nu/for-oss-boende/foreningar/arholma-ekonomiska-forening/>)

PRODUCENTKOOPERATIV MED BUTIK



När producenter sammansluter sig för att enklare kunna sälja tillsammans så skapar man ett producentkooperativ. Det kan handla om att ha en gemensam logistik eller andra stordriftsfördelar, gemensam marknadsföring och/eller butik.

En gemensam butik innebär större bekvämlighet för kunden och tillgång till större sortiment.

För producenternas del innebär en gemensam butik:

- Möjlighet till bättre öppettider
- Starkare varumärke / bättre dragningskraft tack vare större sortiment
- Lägre driftskostnad per producent

EXEMPEL

Slättåkra Närproducerat



I Slättåkra samarbetar fyra producenter kring driften av en gemensam gårdsbutik. Det gemensamma varumärket och det ökade utbudet lockar fler kunder än om producenterna hade jobbat var och en för

sig. Kooperativet sparar också tid och pengar genom att man delar på driften och turas om att bemanna butiken.

> Slättåkra Närproducerat är ett partnerskap mellan flera närliggande producenter med gemensamma värderingar - uppmuntra lokal livsmedelskonsumtion, spendera pengar på mat i lokalekonomin, skapa gemenskap i närområdet, minska koldioxidutsläppen och har en övergripande positiv miljöpåverkan. Produkter från våra medlemmar finns att köpa i vår Gårdsbutik. För restauranger och grossister kan produkter från flera lokala producenter köpas som från ett företag, levereras tillsammans och faktureras tillsammans. vi effektiviserar därmed processen för att stödja det lokala jordbruket.

Titta på webinariet med Slättåkra Närproducerat där Molly Rygg från Lya 101 berättar mer om hur de startade och byggde upp sin verksamhet.

<https://youtu.be/OH6LLNtkdks>

Bondens Nära i Nyköping



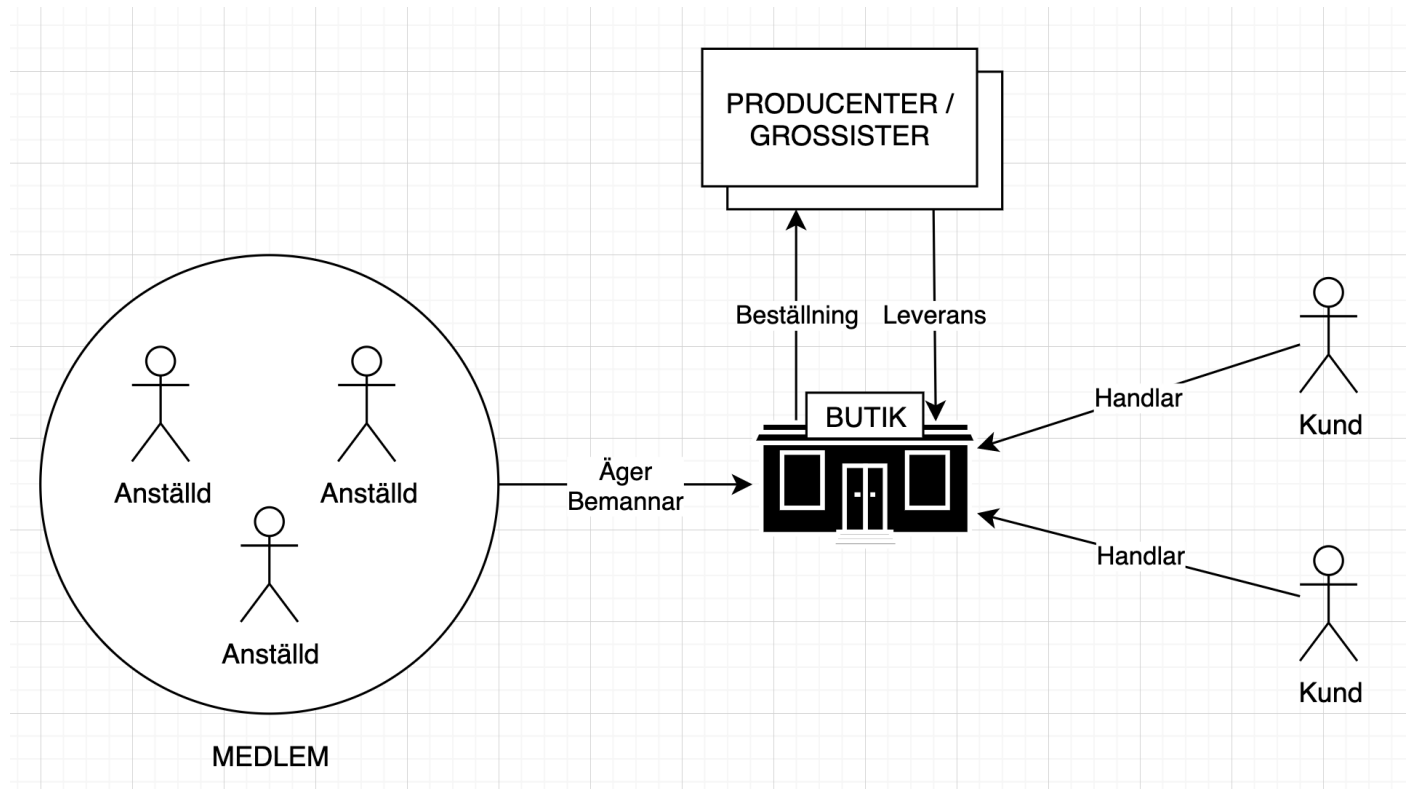
Bondens Nära är ett producersamarbete för försäljning av närproducerade och småskaligt framställt/odlade produkter. Varje torsdag ställer ett antal producenter ut sina varor på Café Hellmans Bageri i Nyköping. Producenterna turas om att bemanna torsdagarna och Hellmans Bageri får draghjälp och extratillskott av kunder.

LÄNKAR

[Slättåkra Närproducerat](<https://www.lya101.com/slattkra-kooperativ>)

[Bondens Nära i Nyköping](<https://www.facebook.com/bondensnara>)

PERSONALKOOPERATIV



Personalkooperativet liknar konsumentkooperativet med ett par avgörande skillnader:

1. Medlemmarna utgörs av de anställda istället för av konsumenterna, vilket också innebär att...
2. ... externa kunder / icke-medlemmar alltid är välkomna att handla i butiken.
3. För att vara medlem måste du vara anställd, alla anställda är dock inte alltid medlemmar.

Personalkooperativ består ofta av ett mindre antal medlemmar som tillsammans driver en verksamhet. Det är också vanligt att medlemskapet kommer med en rätt till utdelning av ev vinst från verksamheten.

Internationellt sett är personalkooperativ en vanlig samarbetsform på allt från bilverkstäder till stora fabriker. I Sverige är formen inte lika vanlig men framhålls allt oftare som en lämplig modell vid exempelvis generationsväxlingar. Ett personalkooperativ bildas då för att ta över verksamheten i samband med att ägaren vill sälja eller gå i pension.

EXEMPEL

FRAM Ekolivs



Ekobutiken [FRAM](<https://framekolivs.se/>) i Göteborg etablerades 1984, då som ett medlemskooperativ. Butiken har över tiden utvecklats till att bli ett personalkooperativ som drivs utan vinstintresse. Föreningen har ca 10 medlemmar/anställda med butikslokal centralt i Göteborg.

> Att handla på Fram ger dig som konsument möjlighet att påverka miljön. Köper du ekologiskt och rättvisemärkt vet du att odlaren får anständig lön och slipper handskas med gifter. Hur vi väljer vår mat har betydelse för miljön och människors liv både i Sverige och i andra länder. Fram drivs som ett personalkooperativ där all vinst stannar i verksamheten. Vi jobbar hårt för att kunna hålla priserna nere på ekologisk mat, särskilt de mest grundläggande råvarorna, så att fler ska kunna ha råd med ekologiskt.

<https://youtu.be/zPqz3EmUseo>

LÄNKAR

[Fram Ekolivs](<https://framekolivs.se/>)

KARTA ÖVER SVENSKA MATKOOPERATIV

Vi har markerat på en karta var de svenska matkooperativen finns.

<https://forenadeinkop.se/karta/>

En gemensam organisation där man hanterar mat genom gemensamt ägande kräver medel för att köpa in maten. Det krävs oftast också pengar för att hyra lokal och driva den lokalen. Intäkter från löpande verksamhet finns i avsnittet kring Prissättning / lönsamhet, men detta avsnitt handlar om hur man får in ett uppstartskapital för att få igång verksamheten, att ha tillräckligt med pengar att köpa in varor för (likviditet) eller möjlighet att göra vidare investeringar.

I PRAKTIKEN

Det finns många sätt att få in pengar till en förening, olika sätt passar i olika situationer och kontexter. De vi tar upp här under är:

- Insats & avgift
- Investerande Medlem
- Producenter som investerar
- Förlagsinsats
- Lån & Krediter
- Crowd-funding

Coompanion har också en liten guide kring olika finansieringsvägar att utforma (<https://coompanion.se/2020/09/01/finansiering/>).

INSATS & AVGIFT

När man startar en ekonomisk förening så skriver man i sina stadgar in ett avsnitt kring medlemsinsatser och medlemsavgifter (exempel finns i avsnittet om Stadgar). Insatsen är en engångsinbetalning som alla nya medlemmar gör och medlemsavgiften är en årlig avgift som alla medlemmar betalar. Storleken på dessa betalningar bestämmer föreningen helt själv.

Eftersom insatsen är en engångsavgift när man går med i föreningen så kan det vara en bra faktor att ha med för att skapa en bra likviditet för inköp. Ett exempel kan vara att medlemmar betalar 300kr i insats när man går med i föreningen så att de pengarna finns tillgängliga för att göra inköp för innan den individuella medlemmen betalar för maten som just den handlat.

Avgiften är oftast något en medlem betalar en gång per år. Ett alternativ kan därför vara att sätta denna avgift till en summa som täcker någon fast kostnad (till exempel hyra) varje år, det kan dock vara svårt eftersom medlemsantalen ofta skiftar från år till år. Löpande kostnader tas i många föreningar därför in i besluten kring vilka marginaler man lägger på maten för att täcka föreningens ekonomiska behov.

Balansen mellan marginal på försäljning och medlemsavgifter beror på vilka värderingar gruppen har. En förening som lägger mer kostnader i avgifter leder till att alla betalar lika stor del av kostnaderna att driva oberoende av hur mycket man handlar, medan om man lägger mer på marginalerna så är det de som handlar mer som betalar mer.

INVESTERANDE MEDLEM

I [Microfonden webinariet för Förenade Inköp](<https://www.youtube.com/watch?v=u6S7aPnhprk>), berättade Jan Svensson ([kontakt](mailto:jan.svensson@coompanion.se)) att sedan ett par år tillbaka finns det ett juridiskt tillägg kring ekonomiska föreningar som kallas för investerande medlem. Investerande medlemmar är personer som inte är medlemmar i föreningen men som investerar för att se till att verksamheten kan gå igång. De kan få viss avkastning på sina investeringar. [Mikrofonden](<https://mikrofonden.se/>) har också en möjlighet att bistå med likviditet och investeringslån.

> Investerande medlemmar är en helt ny medlemskategori som inte deltar i verksamheten, utan endast deltar med sitt kapital, dvs. insats. Investerande medlemmar ska särskilt antas och registreras som just investerande medlemmar i medlemsregistret. – [Modernisering av lagen om ekonomiska föreningar](<https://www.verksamt.se/documents/10183/15464/Modernisering+av+lagen+om+ekonomiska+f%C3%B6reningar/fa679190-8e4b-4d28-8f9b-7a6022ee5773>)

Man kan också ta in extra medlemsinsatser från befintliga medlemmar för att göra investeringar eller starta upp, vilka kan återbetalas när ekonomi finns att göra det.

Detta är liknande begreppet kring förlagsinsats nedan, med skillnad att de som kommer med förlagsinsats har inte någon medlemsrelation till föreningen.

PRODUCENTER SOM INVESTERAR

Ett sätt att finansiera matkooperativ är genom att producenterna som vill sälja sina produkter till kooperativen stöttar uppstarten av dem. En form av detta är de renodlade producentkooperativen där det är producenter som har gått samman direkt för att skapa egna distributionskanaler. Men även konsumentkooperativ (som också kan ha producenter som medlemmar) kan ta in pengar från producenter eftersom det blir som en investering för försäljning för producenterna.

Producenter kan också gå med på att ha långa betalningstider på fakturorna (30 dagar+), vilket leder till att det är lättare för föreningarna att sälja maten internt så att man sen har pengar att betala de externa fakturorna. Speciellt om man kan få ett extra långt betalningsfönster första leveranserna så fungerar ju detta som ett alternativ till att ta in kapital för att få möjlighet att köpa inventarier.

FÖRLAGSINSATS

Enligt lagen om ekonomiska föreningar, så kan en förening ta in [förlags insatser](<https://www.notion.so/Finansiering-614ffd62420e4b83804e200a43d85f7c>) som..

> Genom förlagsinsatser kan föreningen skaffa kapital utan att behöva ta in nya medlemmar. Förlagsinsatser har en mellanställning mellan skulder och eget kapital. Den som har en förlagsinsats har en efterställd fordran på föreningen. Skulle föreningen gå omkull får man bara återbetalning efter att alla andra fordringsägare fått betalt, om det då finns några pengar kvar. – [Förlagsinsats, Björn Lundén Förlag](https://www.bjornlunden.se/tema/f%C3%B6retagande/f%C3%B6rlagsinsats__1106)

LÅN & KREDIT

Det finns olika ekonomiska fonder och banker som är skapade specifikt för att gynna den typen av verksamheter som matkooperativ ofta innefattar. Exempel på dessa är:

- Mikrofonden - kan stå för likviditet eller borgen för organisationer som behöver ([kolla på webinarer här](https://www.youtube.com/watch?v=u6S7aPnhprk) för mer info om Mikrofonden)
- Ekobanken - stöttar specifikt verksamheter med värderingar som ligger i [linje med deras](https://www.ekobanken.se/)
- Lokala sparbanker - lokala sparbanker har i sina uppdrag att stötta lokala föreningar och företagande. Du kan hitta en lokal sparbank [här](https://sparbankerna.se/hitta-sparbank/).

Det är även vanligt förekommande att medlemmar eller andra närstående ger privatlån till föreningar vid behov. Speciellt om inte föreningarna har möjlighet att ha en bankkredit eller inte vill betala kostnaden för det.

CROWD-FUNDING

Ett allt vanligare sätt att finansiera en uppstart, en ny produkt eller en ny investering är att använda sig av det som kallas crowd-funding. Crowd-funding är en något vag term som kan innefatta många olika former av bidrag från många personer men ofta så sker dessa på någon typ av digital plattform där man presenterar sin kampanj och sätter ett mål för hur mycket pengar man vill ha in.

Olika plattformar fungerar på lite olika sätt och det finns verktyg för hur man kan även göra sina egna digitala eller analoga crowdfunding initiativ. Crowdculture, Kickstarter & Indigogo är alla exempel på olika crowdfunding plattformar.

EXEMPEL

Matvarukooperativet i Helsingborg

> ...vi behövde 100 000 för att skapa vårt matkooperativ. Där vi behövde 45 000 för inredning, 35 000 för att köpa in varor, en månadshyra på 12 000 och lite olika tillstånd från miljöförvaltningen och annat på 8 000, det blev totalt 100 000. Av våra medlemmar har vi då fått in 30 000, genom medlemsavgifter och insatser och det saknas då 70 000. Så vi begärde 70 000 i en crowd-funding kampanj

Bottnafjordens Inköpsförening

Om hur en hög initial insats användes för att finansiera uppstarten av verksamheten.

> Vi hade en ganska hög medlemsinsats inledningsvis på 750 kr. Det var för att täcka initiala kostnader, vi hade köpt in en våg till exempel och vi fick ju en hyra för lokalen osv. Men sen när folk såg att det här gick bra och verkade spännande så har medlemsantalet ändå från år ett ökat successivt och nu är det en stor förening.

Föreningen vill bygga ut med ett Kulturrum - en större mötesplats. Så här tänker föreningen kring finansieringen:

> Det finns behov av att få mer plats i det café som medlemmarna i föreningen driver. Det blir snabbt för trångt på föredrag, samtal och workshops som året om ordnas där. Tanken på en utbyggnad till ett kulturrum växtes, en arbetsgrupp tillsattes, ritningar gjordes, byggföretag fick lämna offert osv.

Finansieringen ska ordnas genom banklån samt frivilliga bidrag men också genom att ordna caféer, torsdagssoffor etc där medlemmarna ställer upp med frivilligt arbete, matlagning och kakor. Intäkter därifrån och frivilliga bidrag sätts in på ett speciellt konto i föreningen och hur det går redovisas löpande via utskick i föreningen samt på [hemsida](http://bottnafjorden.se/kulturrum/). För närvarande (sept 2020) är hela projektet vilade pga Covid 19.

Ekolivs i Malmö

> Man tog lån i JAK banken för att köpa ut inventarierna [från butiken grundarna tog över] och sedan fick vi in pengar genom crowdfuning 2018 för utveckla ekolivs som ett nav. Sökte då finansiering för att bygga om och köpa nya hyllor. Utveckla sortiment och röra oss mot en förpackningsfri inriktning samt att köpa in en till kyl och en frys.

Vi har också haft interna medlemsslån i små summor, up till 10 000 för likviditet i nått skede. Sen är vår 1 maj grillning, kassakon, Tofukorvsförsäljning läggs till i kassan.

LÄNKAR

[Webinarie med Mikrofonden, Förenade Inköp](<https://www.youtube.com/watch?v=u6S7aPnhprk>)

[Information om investerande medlem](<https://svenskkoperation.se/wp-content/uploads/2018/12/investerande-medlemmar-kooperation.pdf>)

[Webinarie kring Matvarukooperativet i Helsingborg](https://www.youtube.com/watch?v=pfJ_zA1A6w8&list=PLO7AcO89Czf6ErbDmOYtGfVl1ELgFwvTP&index=2)

[Mikrofonden](<https://mikrofonden.se/>)

[Förlagsinsats enligt lagen om ekonomiska föreningar](<https://www.notion.so/Finansiering-614ff-d62420e4b83804e200a43d85f7c>)

[Coompanion guide kring finansiering](<https://coompanion.se/2020/09/01/finansiering/>)

[Kickstarter kampanjen för uppstart av Matkooperativet Helsingborg](<https://www.kickstarter.com/projects/574401734/matkooperativet-helsingborg/description>)

[Kickstarter kampanj för förpackningsfritt i Matkooperativet Helsingborg](<https://www.kickstarter.com/projects/574401734/forpackningsfritt-helsingborg>)

En ekonomisk förening måste ha stadgar. Stadgarna utgör den ekonomiska föreningens grundläggande spelregler. Det kan inte nog betonas vikten av att göra ett grundligt arbete när det kommer till utformandet av föreningens stadgar. De ska bland annat innehålla information om föreningens namn, ändamål, verksamhet, villkor för medlemsskap och villkor för medlemsinsatser.

Ta god tid på er innan ni bildar föreningen! Jobba med gruppen när den fortfarande är liten nog för att rymmas kring ett middagsbord. Jobba tillsammans för att etablera en kultur av tillit och samförstånd innan det avgörande konstituerande ögonblicket då stadgarna klubbas och föreningen blir till. *Har vi beslutat hur vi fattar beslut? Har vi pratat om hur vi ska prata, bestämt hur vi ska jobba tillsammans? Hur undviker vi att skapa en klyfta mellan styrelse och medlemmar?*

Stadgarnas utformning kommer under hela föreningens livstid prägla det interna arbetet. Och än viktigare, den förvaltningskultur man har etablerat är svår att ändra när medlemsantalet växer.

Den vanligaste fallgropen torde vara situationen där styrelsen tar alltför stort ansvar för drift och beslutsfattande. Övriga medlemmar riskerar då att känna sig som andra ”klassens medborgare” med begränsat ansvar och inflytande. Den känslan leder till lågt medlemsengagemang och riskerar på sikt föreningens överlevnad i när styrelsemedlemmarna tröttnat på att ”göra hela jobbet”.

[Byakademin](<https://www.facebook.com/byakademin>) är en förening som har till syfte att utforska och bygga en kultur av tillit och att leverera möjligheter för utforskning och lärande kring lokala självorganiserande förvaltningskulturer som bas för regenerativa samhällen.

Med tillåtelse av Byakademin delar vi två av deras texter här i handboken:

Det konstituerande ögonblicket

Byakademin rekommenderar människor som vill bilda till exempel ett inköpskooperativ eller en bredbandsbillerby att börja bygga en förening med minsta möjliga antal deltagare och ägna lång tid åt sin stadgeprocess. Forska både utåt och inåt. Låt det gå flera möten innan överenskommelsen ingås. Det är då förvaltningskulturen formas, den kultur som ska vägleda föreningen i framtiden.

Hela texten hittar du här: <https://foodshift.se/t/det-konstituerande-ogonblicket/408>

Den regenerativa demokratis principer

Det är ingen hemlighet att Föreningssverige har stora problem. Överallt talas om slitningar i kooperativa förskolor, bostadsrättsföreningar, folkrörelser och sorgligt nog även politiska partier. Föreningar som startat med stor livskraft förändras till grupper där få vill sitta i styrelsen, medlemmar uteblir från mötena och eldsjälar håller det hela uppe på demokratiskt tvivelaktiga grunder medan valberedningen sliter sitt hår i förtvivlan. Kraften och andan i det gamla folkrörelselandet vacklar. Och när basen vacklar förlorar också hela systemet i legitimitet. Den stora samhällsdemokratin kräver många små oppositionella grupper där medlemmarna förstår innebörden av ett kollektivt ”vi” och där makt förbinds med ansvar.

Ett demokratiskt beslut grundar sig alltid på en stadga (konstitution, grundläggande överenskommelse). Det betyder att deltagarna i en grupp först måste komma överens om hur den ska fatta gemensamma beslut för att därefter kunna fatta beslut i sak. Begreppet demokrati är dock synnerligen urvattnat. Det används ofta för att beteckna gillande av personer som är goda lyssnare eller allmänt gillande av

det som är bra. Begreppet medlemskap är kidnappat och ofta reducerat till detsamma som stamkund på Julia eller annan varuhuskedja.

Den allmänna medvetenheten om demokratins väsen är begränsad. Däremot anser sig många kunna hantera demokratiskt arbete eftersom de känner tekniken att fatta beslut. Detta fenomen, när den djupare förståelsen för stadgans tillkomst och betydelse saknas, kan betecknas som omedveten inkompetens och utgör kanske demokratins största hot. Den som inte är medveten om sin inkompetens kan heller inte utvecklas. Demokratin har omvandlats till en konvention, mönster man ärvt men inte medvetet reflekterat över.

Hela texten hittar du här: <https://foodshift.se/t/den-regenerativa-demokratins-principer/337>

EXEMPEL

[**Bottnafjordens inköpsförening ekonomisk förening**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/eMij-grQFHmAmWUtRCrGHJxWEjEB.pdf>)

[**Stadgar för Ekokooperativet Potatisupproret.pdf**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/d34b1IAaTke-MoOSQcm2QMYoEqax.pdf>)

[**Stadgar för Ekokooperationen för 17.pdf**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/iGxKt7wvE2rcXhzfLyZ-3LkUGEPw.pdf>)

[**Lund Matvarukooperativ stadgar.pdf**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/a3IsMENqrsPOWLC-p9wQrNw9ABjM.pdf>)

[**Bikupans stadgar.pdf**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/uqOyqCDL8r7P9dteINuFM8WI4oR.pdf>)

[**Fram - Göteborg**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/j31PfKxtJ4dDkNx5hx8RbLXHPH.pdf>)

[**Svartrotens inköpsförening i Berg**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/5JDB5YoDYIE5uwY5LXFeltzFVg4.pdf>)

[**Byakademin ekonomisk förening - stadgar.pdf**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/aOY8hx-9oQ7NGx7bBjWForlytmLJb.pdf>)

[**Byakademin ekonomisk förening - stadgar - tillägg paragraf 2.pdf**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/2pJ1MJicsZhtVkwbd1T6lmMUaG.pdf>)

[**Lokattens Vänner.pdf**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/vfsiJGgiZ5FTS9C3aRc9BgL2oVZ.pdf>)

[**Matkooperativet Helsingborg**](<https://matkooperativet.se/vara-stadgar>)

[**Ekolivs Malmö**](<https://www.ekolivs.se/stadgar>)

LÄNKAR

[**Coompanion – Mall för stadgar ekonomisk förening**](<https://coompanion.se/coompanion/mall-for-stadgar-ekonomisk-forening/>)

[**Byakademin – Den regenerativa demokratins principer**](<https://foodshift.se/uploads/short-url/nwqjWUwWRBU6iqAe5PZqPvbTVDI.pdf>)

Det vanligaste organisationsformen för inköpsföreningar och matkooperativ är ekonomisk förening. I detta ingår att välja en styrelse. Nedan hittar ni vad som behöver uppfyllas enligt lagen samt några tips och korta exempel på hur några föreningar har hanterat styrelsearbetet.

I PRAKTIKEN

I lagen om ekonomiska föreningar ([2018:672](http://rkrattsbaser.gov.se/sfst?bet=2018:672)) står vilka krav som finns för bildande och drift, däribland hur styrelsen ska utformas, dess ansvarsområden samt hur den ska utses:

- > [1 §](https://lagen.nu/2018:672#K7P1S1) En ekonomisk förening ska ha en styrelse med tre eller flera ledamöter.
- > Av [3 kap. 1 §](https://lagen.nu/2018:672#K3P1) framgår att antalet styrelseledamöter eller lägsta och högsta antalet styrelseledamöter ska anges i stadgarna.
- > [4 §](https://lagen.nu/2018:672#K7P4S1) Styrelsen ska
 - > 1. ansvara för föreningens organisation och förvaltningen av föreningens angelägenheter,
 - > 2. fortlöpande bedöma föreningens och, om föreningen är en moderförening, koncernens ekonomiska situation, och
 - > 3. se till att föreningens organisation är utformad så att bokföringen, medelsförvaltningen och föreningens ekonomiska förhållanden i övrigt kontrolleras på ett betryggande sätt.
- > 6 § Styrelsen väljs av föreningsstämman. I stadgarna får det bestämmas att en eller flera styrelseledamöter ska utses på något annat sätt. Styrelsen eller en styrelseledamot får dock inte ges rätt att utse styrelseledamöter.

ANSVAR

Som styrelseledamot företräder man föreningen utåt samt ansvarar för den löpande verksamheten. Men ledarmötena har också ansvar för skada som man uppsåtligt eller av oaktsamhet orsakar föreningen. Kopplat till detta hör revision. Föreningen ska ha en revisor som har till uppgift att granska föreningen årsredovisning och räkenskaper samt styrelsens förvaltning av föreningen. I mindre föreningar behöver inte revisorn vara godkänd eller auktoriserad, det räcker att hen är "tillräckligt kunnig" för sitt uppdrag. Hos Bolagsverket kan du läsa mer om revisorer ([https://www.bolagsverket.se/fo/foreningsformer/ekonomisk/starta/revisor/revisor-1.1719]). Revisorer har en viktig uppgift och ger tex. underlag till årsmötet att ta beslut om att ge styrelsen ansvarsfrihet. Att bevilja ansvarsfrihet betyder att medlemmarna med den information de fått, godkänner styrelsens arbete under året. Med andra ord, styrelsen har arbetat riktigt och medlemmarna tar åter över ansvaret för föreningen.

I PRAKTIKEN, PÅ OLIKA SÄTT

Att ha en styrelse kan ge tydlighet för ansvaret i föreningen men hur den praktiska verksamheten bedrivs kan ske på flera vis. Tex kan en styrelse leda tankarna till att det finns en hierarki inom förening-

en, något som det kan finnas skäl att undvika. Se tex. avsnitt om [Demokrati och beslut](<https://www.notion.so/Demokrati-och-beslut-f3202beac6f840499bb0adede2fe740b>) och [Arbetsgrupper](<https://www.notion.so/Arbetsgrupper-fe82865f758b41b5b523beb25b8cd84a>)

Något som är viktigt speciellt i större föreningar med många arbetsgrupper är en bra flöde av information mellan arbetsgrupperna och mellan arbetsgrupperna och styrelsen. Det finns metoder för att detta ska underlättas, tex. [Sociokrati](<https://www.sociocracyforall.org/>) men det är också ett genomgripande annorlunda sätt att organisera verksamheter på.

EXEMPEL

Helsingborgs Matkooperativ

Matkooperativet har tex. medvetet valt att se styrelsen som en arbetsgrupp bland övriga.

Slåttergubben i Skattungbyn

Deras styrelsemöten är alltid utannonserade och öppna för alla att delta på.

LÄNKAR

[**Lagen om ekonomiska föreningar**](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2018672-om-ekonomiska-foreningar_sfs-2018-672)

[**Bolagsverket om Styrelse och vd i ekonomiska föreningar**](<https://www.bolagsverket.se/fo/fo-reningsformer/ekonomisk/starta/styrelse/vd-1.1713>)

Kooperativa verksamheter handlar mycket om att de som är involverade i besluten som tas också ska vara de som tar besluten. Inom den juridiska formen ekonomisk förening så gäller att varje medlem har en röst, vilket kan kontrasteras mot ett aktiebolag där en person har lika många röster som antalet aktier personen äger.

Demokrati är ett centralt begrepp kring organiseringen av ekonomiska föreningar, en djupdykande diskussion av ämnet finns i detta webinarie producerat under skapandet av handboken:

Thorsten Laxvik / Byakademien - Den regenerativa demokratis principer
<https://youtu.be/p-eP3WZ1qZA>

Alla föreningar behöver hitta bra sätt att ta beslut som passar för medlemmarna, det kan vara att alla beslut tas på samma sätt eller att det finns olika beslutsvägar för olika beslut.

Den traditionella modellen inom föreningsarbete är att en styrelse varje år utses som sedan tar beslut inom organisationen. Ofta är detta kombinerat med olika arbetsgrupper som tar beslut inom sina arbetsområden.

I PRAKTIKEN

Alla organisationer behöver kontinuerligt behov av att ta beslut men få av de kooperativ som ligger till grund för denna handbok har explicit uttryckt en överenskommen metod för att ta beslut inom organisationen.

Hur man kan göra demokratiska organisationer är ett ämne som är lite för stort för denna handbok men i referenserna nedan finns massor av resurser för vidare lärande inom området.

Nedan kommer några generella former och exempel från föreningar.

Majoritetsbeslut

Den vanligaste formen för beslutsfattande. Alla har en röst och ett förslag med ett majoritet av röster vinner antagande. Fastslående av hur många (styrelse)medlemmar som behöver vara närvarande för ett giltigt beslut fastställs i stadgarna.

Konsensus

En form av beslutsfattande som bygger på att alla medlemmar (i alla fall de som är närvarande på möten) ska hitta ett förslag som alla är överens om och som fyller allas behov. Samtal fortlöper tills alla är överens.

Medgivande (consent)

En form av beslutsfattande där målet är att hitta beslut som alla "kan leva med". Medgivande beslut är något som historiskt har växt fram ur viljan att se till så att alla blir hörda avvägt med kostnaden av tid det tar att försöka uppfylla allas behov.

Processen följer ofta formen:

1. Någon tar fram ett förslag
2. Förslaget presenteras
3. Klargörande frågor ställs (ifall nya infallsvinklar hittas integreras detta i förslaget och man går till-

baka till steg 2)

4. Man går en runda för att få medgivande från alla som är med och fattar beslutet, ifall någon starkt motsätter sig så försöker man förändra förslaget för att ta bort motsättningen och sedan börja igen från steg 2.
5. Förslaget godtaget, fira!

STÖD FÖR BESLUTSFATTANDE

Att organisera sig som kooperativ leder till att fler människor har beslutande rätt i organisationerna, så finns ett stort behov av att hitta bra processer för hur alla ska få sin röst hörd och hur besluts ska tas.

Det finns många verktyg och beprövade metoder för att jobba lättare tillsammans i demokratiska organisationer som till exempel [sociokrati](<https://sv.wikipedia.org/wiki/Sociokrati>) och/eller tekniska kommunikationsplattformar.

EXEMPEL

Slättergubben i Skattungbyn

> Slottergubben bygger på horisontell organisering. Vi har inga separata styrelsemöten utan bara medlemsmöten med alla medlemmar där uppgifter lyfts och fördelas. En del kommunikation sker direkt några medlemmar emellan.

LÄNKAR

[Matkooperativet Helsingborg – Demokrati](<https://matkooperativet.se/demokrati/>)

[Webinare: den regenerativa demokratins principer](<https://www.youtube.com/watch?v=p-eP3WZ1qZA&list=PLO7AcO8gCzf6ErbDmOYtGfVl1ELgFwvTP&index=3>)

[En omfattande lista med läranderesurser för decentraliserad organisering](<https://hackmd.io/FimgMPvTTlahbjas5xxc7A?view>)

[Sociokrati](<https://www.sociocracyforall.org/>)

[Resurser och kurser från Enspiral](<https://www.betterworktogether.co/collaborate>)

[Mallar & verktyg från Coompanion](<https://coompanion.se/coompanion/mallar-verktyg/>)

[Loomio, en plattform för diskussioner och beslutsfattande i grupp](<https://www.loomio.org/>)

MEDLEMMAR

Den första av de kooperativa principerna är den om frivilligt och öppet medlemskap. Föreningen ska vara öppen för alla ”som kan använda deras tjänster och ta på sig medlemskapets ansvar – utan diskriminering avseende kön, social ställning, ras, politisk eller religiös övertygelse.”

Det frivilliga och öppna medlemskapet innebär en avgörande skillnad gentemot hur ett aktiebolag fungerar. I föreningens stadgar bestäms vilka krav som ställs på medlemskap. Vissa föreningar är privata, i den bemärkelse att endast medlemmar får handla i kooperativet. Andra föreningar är öppna och låter även icke-medlemmar (allmänheten) handla av kooperativet.

Många kooperativ kräver att nya medlemmar gör en ekonomisk insats, en engångsbetalning till kooperativet som ofta återfås vid utträde ur föreningen. I vissa fall utgör insatsen en symbolisk mindre summa, i andra fall utgör dessa insatser en betydande del av föreningens likviditet och investeringskapital. De kooperativa principerna slår fast att ”Medlemmarna rättvist och solidariskt ska bidra till kooperativets gemensamma ekonomi”. Vissa menar att en ”inte obetydlig” ekonomisk insats är avgörande för att locka ”rätt” medlemmar till föreningen - de som är villiga att också bidra med sin tid och sitt engagemang.

Utöver insatsen förekommer ofta en årlig medlemsavgift som används för att täcka föreningens löpande kostnader.

REKRYTERING AV MEDLEMMAR

Matkooperativet Helsingborg

> Och sen för att växa så tog vi konceptet ”bjud med en kompis!”. Så +1 hela tiden. Vi fem som startade bjöd med varsin, den personen som man trodde skulle nappa mest. Och vi blev sen 10, sen 20. Så hela den metoden är verkligen så en DO's grej, bjud med en kompis, **jobba hela tiden aktivt med rekrytering**. Det har vi gjort och gör än idag, det är det viktigaste man måste göra för att det tappas personer som tröttnar eller som flyttar eller som får förhinder eller förändrade livssituationer på något sätt. Rekrytering har hela tiden varit centralt i vår organisation. – William Styrlander

Ekokooperativet för 17!

Föreningen har en öppen facebookgrupp som används för att kommunicera med de som ännu inte är medlemmar. Gruppen har som mål att kontinuerligt informera om föreningens verksamhet och på så sätt rekrytera nya medlemmar. Föreningens interna kommunikation sker sedan i en sluten facebookgrupp, endast för medlemmar.

INTRODUKTION AV NYA MEDLEMMAR

Matkooperativet Helsingborg

> Första året, så hade vi en introduktionskurs, som hette ”Lär dig leka affär”. Det var ett lite skojigt sätt att marknadsföra det, kom och lek affär med oss, för det är det vi gör ideellt. Det hade vi en gång i månaden då, som var på två timmar. Kring sortimentet då och lite bakgrund, varför vi gör det här. Och sen fick man en timme mer praktiskt. Sådär funkar kassasystemet. Sådär funkar butiksjournalen. Sådär bockar vi av etc.

> Sen lägger vi upp ett användarnamn i ett system som heter boka.se, som vi använder som bokningssida för att boka pass i butiken. När vi startade kooperativet så var vi väldigt eniga om att vi ska göra allting digitalt. Du ska inte behöva åka ner till butiken för att boka ett pass för att sen åka hem, speciellt om man nu bor ett par kilometer utanför. Därför göra allt digitalt. Nu har vi inte de här passen där man fick lära sig, för att det kom färre och färre. Nu får man istället en fadder som man får gå bredvid för att lära sig butiken, sen har vi lite andra rutiner för om man ska bli inköpare till exempel.

Bottnafjordens inköpsförening

Nya personer som vill bli medlemmar får vänta till det är tillräckligt många för att kallas till ett introduktionsmöte. På mötet får de en introduktion i hur det går till att handla i butiken, hur föreningen fungerar.

Arbetsorganisationsgruppen fördelar sen de nya medlemmarna efter deras intresse i de arbetsgrupper som behöver stöd.

Efter att varit med på introduktionsmötet samt betalat insatsen på 250 kr samt årsavgiften på 200 kr så blir de medlemmar. För att få en egen nyckelbricka till butiken behöver en ny medlem först ha varit med i två månader och ha handlat i butiken under torsdagar då det finns en kassör närvarande.

Ekoskafferiet i Stjärnsund

> När medlemsavgift betalats kontaktas de och får information om arbetsgrupper. Det finns en ansvarig i varje arbetsgrupp som tar hand om de nya.

Ekokooperationen för 17!

Föreningen genomför informationsmöten, tillåter ”provbeställningar” för icke medlemmar samt tilldelar faddrar till nya medlemmar.

> För att bli medlem behöver du delta i ett infomöte och därefter göra en provbeställning. Föreningen håller infomöten när det finns utrymme för att ta in nya medlemmar. Om vi enbart vill ta in ett eller två hushåll tilldelas du istället en fadder direkt, som berättar och hjälper dig vid provbeställningen.

LÄNKAR

[Ekokooperationen för 17! – Checklista för medlemskap](https://foodshift.se/uploads/short-url/boPC-s18Eu7OvR16N88XCNCbWGDj.pdf)

[Matkooperativet Helsingborg – Bli medlem](https://matkooperativet.se/bli-medlem/)

ENGAGEMANG OCH DRIVKRAFTER

Varför organisera sig kooperativt när närmaste matbutik sällan är långt borta? Till att börja med, på många platser gäller inte påståendet. Det faktum att de stora kedjorna lägger ned matbutiker utanför städerna är en av de viktigaste anledningarna till att medborgarna själva tar över ansvaret för sin matförsörjning och startar en gemensam butik. När marknadsekonomin inte förmår att producera bärkraftiga butiker på mindre orter, då representerar kooperativet ett upplägg där engagemang ersätter en ekonomisk modell som inte fungerar.

Engagemanget är ofta stort hos den lilla grupp som startar en förening, över tiden kan det dock vara svårt att upprätthålla. Å ena sidan, arbetskrav på medlemmar riskera att krocka med redan fullspäckt vardagsschema. Å andra sidan, i föreningar utan krav på delaktighet från medlemmarna riskerar bygga en klyfta mellan styrelsen som ”gör allt jobb” och medlemmarna som inte får chans att bidra.

För att generalisera något, de föreningar som ställer krav på engagemang från alla medlemmar verkar klara sig bättre över tiden. Det krävs dock ett kontinuerligt aktivt arbete för att upprätthålla engagemanget.

Exemplen nedan visar på hur några föreningar jobbar aktivt för att upprätthålla engagemanget.

EXEMPEL

Ekolivs Malmö

Initiativtagarna till föreningen bodde nära varandra och ville se till att det fanns rättvis och ekologisk mat i deras del av malmö till rimligt pris, samtidigt som man utmanade den kapitalistiska ordningen. Fanns också en idé om att tillhandahålla politisk litteratur, en slags Livs & Boklåda. Idag finns inte den delen och bilden av föreningen har skiftat. Numera finns där en känsla av en hipsterbutik, tidigare låg fokus mer på det ideologiska.

> Gänget kände varandra från föreningsliv och politiskt engagemang, SAC lokalt, befintliga lösa kontakter. Miljöengagemang, syndikalisterna, intresset lika mkt anti-kapitalistiskt som miljö. Starkt intresse av att äga och driva tillsammans.

Ekolivs har varit ett socialt nätverk för de som varit involverade, gett nya kontakter och nya vänskaper. För många medlemmar är det viktigt att vara konkret delaktig i en verksamhet som jobbar med hållbar mat, rättvisa och villkor inom produktion och lokal mat. Delaktigheten i föreningens verksamhet gör skillnad och stärker i engagemanget.

Medlemmar från butiken har varit med i panelsamtal, kring tex arbetsvillkor och fair trade city i malmö. Engagemang från medlemmar stärks när butiken driver frågor om exempelvis rättvisa villkor.

> Som en ung anarkist sa: »Jag och mina kompisar har inte råd att handla här. Vad är det för skillnad på er och ICA egentligen?« Det kan tyckas vara en banal fråga. Samtidigt öppnar den för ett tillfälle att belysa stora frågor om global livsmedelsproduktion, miljö, kapitalism och demokrati. Just ICA fungerar som en tydlig jämförelse för att beskriva Ekolivs verksamhet. För det första är Ekolivs, till skillnad från ICA, ett kooperativ. Det innebär att vi medlemmar äger butiken tillsammans. Varje medlems röst är lika mycket värd. Det är vi som bestämmer hur vår butik ska fungera och vilka varor vi ska sälja. Ingen av oss får någon lön och syftet med butiken är inte att gå med vinst, utan att gå runt. Får vi ut någon vinst återinvesteras den i butiken. – [Antologin ”Fördomar, form och framtid”](https://www.ekolivs.se/wp-content/uploads/2016/10/Sektor3-antologi_2012_web_enkel.pdf)

Bottnafjordens Inköpsförening

Föreningen startades utifrån ett tydligt behov när den lokala matbutiken stängde p.g.a. bristande lönsamhet.

> Hur ska vi klara av att få vår matförsörjning när den lokala matbutiken stänger? När matbutiken lade ned försvann också möjligheten att mötas lite spontant.

Föreningen jobbar aktivt för att ge varje ny medlem plats i en arbetsgrupp och för att upprätthålla engagemang.

> Vi är väldigt måna om alla medlemmar, har en introduktionsträff med genomgång av rutiner.. så att medlemmar tydligt får veta vad som förväntas av dom

> Vi har en arbetsrätt, eller en arbetsplikt på fyra timmar per månad. Det är naturligtvis så att vissa gör mer och andra gör mindre.

> Har blivit mycket mer än att bara handla mat. En social samvaro. torsdagssoppa som medlemmarna själva ställer upp och jobbar på. torsdagarna en naturlig samlingspunkt, då är butiken öppen/bemannad. Ibland föreläsningar, workshops. I mötet uppstår många idéer och tankar om hur bygden ska utvecklas.

Ekokooperationen för 17!

> Den första fasen var euforisk. Arbetet skedde inom nätverket Linje 17 som vi samlades. Det var redan människor som var vänsteraktivister på olika sätt.

> Till slut var vi ett tjugotal som formerade oss. Vi jobbade hårt med stadgar. Vi var väldigt inspirerade, helt övertygade, vi skulle ha en så platt organisation vi bara kunde. Alla arbetsuppgifter skulle delas. Det skulle inte kosta något utöver det vi handlade, vi skulle alltså inte ha några omkostnader utöver att vi köpte in mat från grossist. Från början hade vi också stora visioner att vi skulle komma dithän att vi handlar direkt från producenter och framförallt från odlare. Det var visionen som drev oss från början.

> Alla medlemmar måste engagera sig. Men, vi har inga andra arbetsinsatser än att sitta i styrelsen och att vara leveransansvarig.

Matkooperativet Helsingborg

Butiken i Helsingborg jobbar mycket med evenemang för att skapa engagemang.

> Också viktigt att hela tiden bygga community. Vi har alltid en julfest, det har vi haft varje år. Ibland har vi sommarfest också, ibland knytkalas som på den här bilden. Jag tror att det är ganska tidigt, det är det för att man ser att det är ingenting på väggarna och inga lampor heller. Men vi har alltid försökt skapa en community och bygga på det. Vi tror mycket på att vi skapar engagemanget genom våra värderingar. Det här ska vara hållbart och du ska vilja göra skillnad och stödja vårt kooperativ för att i slutändan det ska bli en bättre värld.

> Ett tag så hade vi nått som vi kallade small-talks. Som var events, där de [producenterna] fick berätta om sina produkter, om varför de är unika och hur de gör med jordbruket och varför varför gör de på det sättet.

> Yes, event då, som jag nämnde så bjuder vi in leverantörer. Det tror jag är väldigt viktigt för att lyckas. Vi har något mer att förmedla än att bara vara en affär. Eller att bara sälja lokala varor. Du kan komma hit och få information och lära dig något nytt. Ett tag hade vi frukost diskussioner, eller frukostmöten på söndagar

där vi bjöd in för att diskutera hållbarhetsfrågor och vad man kan göra i sin vardag för att förbättra klimatet eller vad man säger. För att bli mer hållbara, vi har väldigt stort fokus på just ordet hållbart i vårt kooperativ. Mjölksyrningsworkshops har vi också haft, göra Kombucha workshop. Vi har haft svampvandring i skogen. Mat i staden och mat i skogen. Och det kommer ganska mkt icke-medlemmar också som gärna vill bli medlemmar när vi bjuder in till detta. Det är faktiskt väldigt viktigt och intressant.

LÄNKAR

[Ekokooperationen för 17! – Lathund](<https://foodshift.se/uploads/short-url/rBD7bQM6clcnEdjOcmXoR9mmlzy.pdf>)

ARBETSGRUPPER

Beroende på hur ett matkooperativ ser ut så finns det olika många och varierade arbetsuppgifter. Dessa uppgifter delas upp mellan ett antal arbetsgrupper som medlemmarna arbetar tillsammans genom.

I PRAKTIKEN

Antalet grupper som finns i ett kooperativ växer ofta i takt med antalet medlemmar. Olika kooperativ har dock olika karaktär och mängden av satt struktur varierar också beroende på medlemmarnas inställningar och preferenser.

Vanligt förekommande områden

Ekonomi (fakturor, bokföring, redovisning) är ofta en arbetsgrupp inom organisationerna. Ofta är denna skild från en grupp kring ****Inköp**** där en betydande del av aktiviteten i en inköpsförening eller matkooperativ ofta ligger. För organisationer som driver en ****butik**** har ofta minst en grupp för att se till att den hålls efter.

Arbetande i och mellan grupper

I många fall är det styrelsen i organisationen som försöker känna in att organisationen fungerar men i några fall, som till exempel i Bottnafjordens inköpsförening, finns det en arbetsgrupp (Arbetsorganisationsgruppen) som jobbar dels med att se så att medlemmar hittar en passande plats i organisationen men det är också en grupp som kan hjälpa till när arbetet i en annan arbetsgrupp inte fungerar. Denna typ av grupp får också en bra bild av vilka grupper som behöver mer hjälp.

EXEMPEL

Lunds Matvarukooperativ



Arbetsgrupper i Lunds Matvarukooperativ - <https://kooperativet.org/about.html>

Slättergubben i Skattungbyn

> Vi har en beställningsgrupp (övergripande koll + lära upp nya) som gör beställningsschema (beställningsansvariga per 2 mån period). Vi har också en önskan att ha 'fixgrupp' och 'admingrupp'. Övrigt ordnas ad hoc.

Helsingborgs Matkooperativ

> Vi är en platt organisation. Vi började med en butiksgrupp, kommunikationsgrupp, medlemmar och eventgrupp, sortimentsgrupp, bemanningsgrupp, ekonomigrupp och en styrelsegrupp.

Vissa kunde ha undergrupper, butiksgruppen, har pratat ganska mkt om en skyltgrupp till exempel som skyltar om i fönsterna och det är egentligen bara föra att det fanns intresse från någon att skylta fönsterna. Det var någon som tyckte det var kul, så då kör vi en skyltgrupp, vi har ändå 5 fönster mot gatan och bord inomhus som vi exponerar på.

Ekoskafferiet i Stjärnsund

> De grupperna vi har och jobbar inom är:

- Beställningsgrupp till butik.
- Medlemsbeställningsgrupp (storköp av basvaror direkt till medlemmarna, ej via butiken)
- Lokalmatsgrupp (inköp av lokala varor)
- Uppackingsgrupp
- Admin (information, fakturering av medlemmar, introducera nya medlemmar, bokföring)
- Städgrupp
- Till och från även marknadsföringsgrupp

Ekolivs i Malmö

> Man kan vara med som aktiv medlem, det innebär att man är med och håller butiken öppen. Då är håller man butiken öppen plus är med i en arbetsgrupp. Sedan 2 år finns även stödmedlemmar som bara handlar också.

Har en styrelse som försöker koordinera och underlätta, mest jobb hamnar i 4 arbetsgrupper. Grupperna varit de samma sen 2009.

- Ekonomi: har hand om pengar, fakturering, etc.
- Inköp: köper in varorna, miljöförvaltningens krav med mera.
- Butiksgruppen: Tar hand om butiken praktiskt. Koordinerar städning etc.
- PR gruppen: Kommunikation utåt

Bottnafjordens Inköpsförening

> Det finns många arbetsgrupper och medlemmarna är ibland med i flera olika. Antalet och funktionerna har varierat under föreningens historia.

Det finns en arbetsgrupp med ansvar att ge nya medlemmar arbetsuppgifter, att placera medlemmen i en arbetsgrupp som behöver stöd. Eller att skapa en ny arbetsgrupp utifrån medlemmarnas intressen och engagemang. Föreningen har ca 30 arbetsgrupper som ansvarar för olika delar av verksamheten.

Det är lite dynamiskt, vissa grupper har funnits från början och kommer alltid att finnas - städgruppen tex, ekonomigruppen arbetsorganisationsgruppen. Sen tillkommer det grupper beroende på behov och intresse av medlemmar.

Varje arbetsgrupp sätter sina egna arbetsscheman.

Nedan ett urval hösten 2020:

- Arbetsorganisation, Introduktion nya medlemmar, Medlemsvård (ansvarar bla. för att nya medlemmar hamnar i grupper där de behövs)
- Ekonomi, Kontroller av dagskassor, handlingslistor och priser
- Inventering
- Dagskassörer (tar emot betalningar och hjälper till i butiken en dag i veckan)
- Beställningar / Inköp (ca 10 olika kontakter)
- Sortiment / Lokala produkter
- Matsäkerhet
- Varuuppackning / Leverans (två grupper)
- Städning av lokalen (fyra grupper)
- Varuvårdare, priskontroll, utgångna varor (två grupper)
- Medlemsförteckning
- Cafégrupp
- Marknader

Svartrotens inköpsförening i Berg

> Är får medlemmar (ca 20 st) och har ingen fast lokal. Arbetet sköts av enbart styrelse + en arbetsgrupp för uppackning.

Ekokooperationen för 17!

Inköpsföreningen Ekokooperationen för 17 håller antalet arbetsgrupper till ett minimum. utöver styrelsen finns endast en arbetsgrupp och ansvarsområde.

> Leveransansvar är den största och för många enda arbetsinsatsen i föreningen. Även här har vi skapat ett system för största möjliga rättvisa:

Grundarbetsinsatsen är att ta leveransansvar 2 ggr/år och detta gäller för alla hushåll/grupper som handlar upp till 1000 kr/leverans (ett års genomsnitt). Handlar en mellan 1001-2000 kr i genomsnitt tar en leveransansvar 3 ggr/år och de som handlar över 2001 kr i genomsnitt tar leveransansvar 4 ggr/år.

LÄNKAR

[**Sociocracy for all**,](<https://www.sociocracyforall.org/>) kurser och material kring sociokrati

[**Internbloggande och internkommunikation på distribuerade Automatic (företaget bakom wordpress)**](<https://samharris.org/podcasts/194-new-future-work/>)

FÖRENING & LOKAL

I många fall så skapas matkooperativ i samband med att medlemmarna hittar en lokal som man vill nyttja för att tillsammans kunna förvara och distribuera mat igenom. Dessa lokaler kan vara så enkla som någons garage till butiker som är öppna även för icke-medlemmar.

Lokalerna sätter ofta en prägel och form på kooperativen då saker som plats, hyreskostnad och miljö ger bättre eller sämre förutsättningar för olika variationer. Lokaler med hög hyra som då också gärna ligger centralt i en större bebyggelse har ofta både större ekonomisk press och bättre ekonomiskt underlag att fungera mer som en vanlig butik än en lokal som ligger avsides ute på landsbygden.

I PRAKTIKEN

Föreningslokaler och butiker kan se ut på många olika sätt beroende på utrymme, öppet för offentlighet eller inte samt personal. Lokaler är en möjlighet att realisera många av de värden utöver just att handla mat som ett matkooperativ kan bygga på.



FRAM ekologisk livs i Göteborg

MAT OCH MER

I flera organisationer finns många aktiviteter förutom handel av mat som en viktig del. Cafe, samtal och events är ofta organiserade i lokalerna. Att vara en mötesplats är ofta en av de stora drivkrafterna kring varför människor engagerar sig i matkooperativen.

Producenter kan också komma till kooperativen för att presentera sig och sina produkter, dessa eller liknande tillfällen fungerar också som utbildning kring maten vi äter.

Butiken kan också vara en plats där lokala producenter kan presentera sig för medlemmarna och börja

bygga relationer. Ofta finns det en grupp inom kooperativet som jobbar med att sätta upp skyltar, göra plats för nya varor och hålla lokalen fin. Även skyltar för alla varor med priser och innehåll hanteras ofta av en butiksgrupp.



Utvalda leverantörer visas upp på Matkooperativet Helsingborg

TILLGÄNGLIGHET

En stor fördel med att vara medlem i ett matkooperativ kan vara tillgången till lokalen dygnet runt. Det är inte alltid fallet, speciellt ifall butiken även är öppen för icke-medlemmar och ofta då har striktare öppettider. Men i många inköpsföreningar så kan medlemmarna komma och gå när de vill och handlar själva genom att notera vad det är man har tagit på något sätt i butiken.

Medlemmar kan ofta komma in i lokalen genom att använda en tag eller ett kodlås. Matkooperativen drivs med en stor mängd tillit då det sällan finns kameror eller andra säkerhetssystem för att förhindra stölder etc.

EXEMPEL

Kooperativet Nässlan

> Vi har nyligen flyttat till en liten lokal utanför kommuncentrum. Där finns våra varor att hämta. Man skriver upp sina varor i en pärm och inköpen dras mot förskott som man har betalat in till föreningens konto. Lokalen är tillgänglig dygnet runt.

Ekoskafferiet i Stjärnsund

> Medlemmar kan komma in dygnet runt med kodlås på kursgården/vandrarhuset. För icke-medlemmar är det öppet mellan kl 8-20

Bottnafjordens inköpsförening

Butiken som föreningen nu har är den tredje i föreningens historia. Det är också den enda som medlemmarna har tillgång till under hela året, och med nyckelbricka även dygnet runt. Butiken är öppen endast för föreningsmedlemmar. Under några timmar på torsdagar finns det en kassör närvarande som ger möjligheten att betala med kontanter samt att ge handledning till nya medlemmar.

Butiken har också en avdelning för återbruk, kläder och böcker. Samt en gåvohylla med saker som folk inte längre behöver.

Flera arbetsgrupper i föreningen har butiken som ansvarsområde. Städning, varuvård (kontrollera bäst före datum), skyltning/information, uppackning och prismärkning etc.



LÄNKAR

[Presentation av butik - videoklipp om Helsingborg](<https://www.youtube.com/watch?v=2iByBOMbaLM>)

[Presentation av butik - videoklipp om Fram](<https://www.youtube.com/watch?v=zPqz3EmUseo>)

[Presentation av butik - videoklipp om Bottnafjordens Inköpsförening](<https://www.youtube.com/watch?v=DruNhgSbPdQ>)

SORTIMENT, LAGERHÅLLNING

Olika sorters matkooperativ har olika sorters behov när det kommer till sortiment och lagerhållning. Olika sorters kooperativ har också olika förutsättningar med tillgång till ”arbetskraft”. Den mängden engagemang medlemmarna lägger avgör till stor del hur omfattande föreningens sortiment kan vara. Grovt förenklat skulle man kunna säga att föreningarna jobbar såhär:

Inköpsförening

Handlar huvudsakligen från grossist. Har sällan tillgång till lokal med bra kyl- och frysmöjligheter. Inköpsföreningar har ofta färre medlemmar än de andra föreningsformerna.

Inköpsföreningar lagerhåller sällan utan fokuserar oftast på att lämna ut samtliga beställda varor till medlemmarna direkt efter leverans.

Konsumentförening med butik

Håller alltid ett lager av basvaror. Kombinerar ofta med beställningsvaror som lämnas ut till medlemmar direkt efter leverans. Begränsade ekonomiska resurser och medlemsengagemang som varierar över tiden kan göra det komplicerat att arbeta med färskvaror och lokalproducerat från små producenter.

Producentförening med butik

Fokuserar huvudsakligen på försäljning av de ”egna” producenternas varor. När flera producenter samlar sina varor under ett tak ökar dragningskraften och fler kunder lockas. De två producentkooperativ vi pratat med har båda tillgång till kyl/frys i lokalen där de är verksamma.

EXEMPEL

Matkooperativet Helsingborg

Fokuserar på närodlad och ekologiskt. Erbjuder en hel del produkter på lösvikt. Har ambition att ha det mesta som kunderna förväntar sig av en matbutik.

> Kryddor på lösvikt är väldigt eftertraktat. Även vätskor. Oljor, äppelcidervinäger etc. Sen också linser, ris osv.

...

Det är ett sätt för oss profilera oss som hållbara. Vi märker att det är många som intresserar sig för zero waste eller förpackningsfritt. Det är många som kommer hit bara för lösviktssystemet. Vi har också crowdfundat en del av det.

För att vara en komplett affär behöver man ha non food. Hygienartiklar, tandkräm, etc. Vi har även rengöringsprodukter på lösvikt. Möjlighet finns att köpa till sin egen behållare.

Butiken säljer fruset kött från lokala producenter och har ett bassortiment av mejeriprodukter.

Matkooperativet samarbetar dessutom med en lokal bonde. Medlemmar kan beställa grönsakslådor från bonden som sen hämtas i butiken.

Fram Ekolivs

Personalkooperativet Fram försöker hjälpa småskaliga producenter att utvecklas och hitta försäljningskanaler för sina varor:

> Nu finns det ett uppsving av yngre odlare som vill satsa småskaligt och komma igång. Och det är jättekul, hur kan vi då hjälpa dom egentligen? Vi kan t.ex. skriva att de är på väg att bli ekologiskt [certifierade] men inte är det ännu.

Butiken värnar också om långsiktiga relationer med sina befintliga producenter:

> Om vi har en hyfsat stor producent redan, som har sin squash t.ex, då är det inte schysst att vi tar in ett parti squash från en ny spelare. Då får vi försöka uppmuntra folk att hitta en [egen] nisch ...

Fram vill att butiken ska vara tillgänglig för så många som möjligt:

> Framförallt frukt och grönt har vi så lågt påslag på som möjligt. Vi gör så gott vi kan att hålla nere priserna.

Bottnafjordens Inköpsförening

Bottnafjordens Inköpsförening fungerar idag som ett konsumentkooperativ men började som en inköpsförening i liten skala. Då handlade man huvudsakligen från Biodynamiska Produkter.

> Tidigt inledde vi ett samarbete med det som då hette Samodlarna i Uddevalla för att köpa in rotfrukter etc. Sen har det succesivt byggts ut. I början väldigt liten skala.

> Ekonomin var väldigt begränsad i början, det var från hand till mun i princip. Vi kunde inte göra större beställningar än att vi visste att ungefär det här kommer folk att handla. Det var ju mycket mer snäva marginaler och begränsat sortiment kan man säga.

> Inköpsgruppen gör inköp från de stora grossisterna. Medlemmarna kan önska produkter som ska finnas. Då får inköpsgruppen titta - var är det billigast att köpa från? Vi köper in huvudsakligen från Biofood och Biodynamiska produkter. Sen handlar vi också från flera mindre lokala producenter.

> Det har blivit ett slags standardsortiment. Det är upp till beställningsgruppen att se.. att om något inte säljs beställer man inte mer av det. Varor som närmar sig bästföredatum säljs till nedsatt pris, vi vill inte ha något svinn. Det är ett ganska trögt, självreglerande system. Men oftast fungerar det.

Förutom Biofood och Biodynamiska produkter så köps mjöl och säd från Västgötarna samt olivolja från Jord och Frihet.

Ekolivs Malmö

Att jobba mer med lokala producenter har varit en önskan som funnits med under hela butikens existens.

> Har varit med och stöttat en del uppstart, surtanten t.ex. Best case är Roots Kombucha. En av grundarna var medlem i ekolivs och började testa att sälja inom ekolivs och utvecklade sin verksamhet från det.

Huvudsakliga leverantörer. Biodynamiska Produkter - skafferivaror, tofu, smör. Mossagården - grönsaker. Sörbo gård i danmark - sylt och läsk. Limabacka - mjöl. Gunnarshög - raps, hudvård. Roots Kombucha. Bondens skaffereri - ägg m.m.

Om svinn:

> En större livsmedelsaffär kasserar stora mängder mat som närmar sig bäst-före-datumet och de anställda förbjuds ta med maten hem. Så gör inte vi. Vi tar in de mängder vi säljer, vi rear ut mat som är bra men närmar sig bäst-före-datumet och tar hem det som inte går att sälja. Det enda som slängs är frukt- och grönt som börjat mögla. Matresterna går rakt in i Malmö stads biogassystem. – [Antologin ”Fördomar, form och framtid”](https://www.ekolivs.se/wp-content/uploads/2016/10/Sektor3-antologi_2012_web_enkel.pdf)

Ekokooperationen för 17!

> Vi handlar huvudsakligen från en grossist – Biodynamiska Produkter – som vi handlar från en gång i månaden. Nyss har vi dock beställt från Fagraslätt - bönor och linser etc.

> Vi har inlett samtal med en odlare verksam på ”Bondens egen marknad” i Stockholm, om att vi skulle kunna göra beställningar direkt från honom nästa säsong.

> När det kommer in nya människor som verkligen verkligen vill att vi ska närma oss första ledet, alltså producent och odlare. Så har vi gjort försök. Trots att det gått så lång tid har vi inte uppammat den energin [att hitta permanenta lösningar för att jobba direkt mot producenter]. Periodvis har vi haft ganska hög omsättning av medlemmar.

LÄNKAR

[Matkooperativet Helsingborg – Lösviktssortiment](<https://matkooperativet.se/vart-losviktssortiment/>)

[Matkooperativet Helsingborg – Leverantörer](<https://matkooperativet.se/leverantorer/>)

SORTIMENT, LAGERHÅLLNING

En stor skillnad mellan ett matkooperativ och en vanlig butik är att de som handlar i kooperativet också är med och bestämmer priserna på varorna. Medlemmarna kan själva välja hur mycket de vill att marginalerna (om några) ska vara och ifall alla varor ska behandlas lika eller om man vill värdera dem olika på något sätt.

I PRAKTIKEN

Prissättning kan ofta vara något som är bestämt som en generell policy eller som är delegerat till en arbetsgrupp (ex. inköparna) att sätta. Prissättning kan lätt resultera i ett behov av att ta väldigt många beslut, därför är det många föreningar och matkooperativ som har platta marginaler på alla varor. Men det är stor variation på marginalerna, exempel på allt mellan 7% och 60% har vi sett i de föreningar (där påslag används) som ligger tillgrund för handboken.

Påslag eller inte påslag

I ekonomiska föreningar finns det inga externa ägare som kan ta ut aktieutdelning på överskott i verksamheten så alla påslag som görs på varor i föreningen brukar vara grundade i reella kostnader i föreningen. Hur många medlemmar en förening har och omsättningen i butiken påverkar vilken typ av marginaler som krävs. Till exempel kan Bottnafjordensinköpsförening med ett stort antal medlemmar och relativt låg hyra hålla en låg marginal på alla varor medan Ekolivs i Malmö har ganska få medlemmar och behöver ta en mycket högre marginal för att köpen ska täcka upp hyran.

Val av marginaler och rabatter

Marginaler ovanpå inköpspris är en del av organisationen där man kan väva in sina värderingar. Ett exempel på hur detta kan se ut är att ideellt arbete kan ge en rabatt på varor. Ett annat är att varor som är lokala eller av en särskild sort har lägre marginaler (vilket gör att föreningen inte får så mkt intäkter på just den produkten).

EXEMPEL

Matkooperativet Helsingborg

> Vi lägger på 60% på inköpspriset, plus moms. Och sen på grönsaker så drar vi av 10% för att vi vill göra den maten billigare....

...Angående vår rabatt då så hade vi, aktiva och passiva medlemmar. Där en aktiv medlem ska jobba 6h i månaden, alltså 2 pass om 3h eller något annat engagemang. Pappersarbete, ekonomi, styrelse, sortiment eller inköp eller vad som helst. Men då hade vi 20% rabatt för aktiva medlemmar och 5% för passiva medlemmar. Men då blev det här en form av lön, eller en löneförmån som ingen annan kunde få, så det blir en ersättning mot arbete. Så vi hade en diskussion med Skatteverket i våras där vi fick dra tillbaka vår 20% rabatt mot engagemang och istället ha 10% rabatt. Så det vi har nu om jag minns rätt är att aktiva medlemmar har vi 10% rabatt, och för passiva har vi 5% rabatt.

Ekoskafferiet i Stjärnsund

> Ut i butik är priset, inköpspris *1,6 för mat och *1,8 för hygienprodukter. Påslag för medlemmar är 5%

påslag plus moms. Detta ger en rabatt på ca 27% för medlemmar jämfört med vårt butikspris.

Bottnafjordens Inköpsförening

> Butiken är endast öppen för medlemmar och har ett generellt påslag på 8% på inköpspriset plus moms. För att stödja lokal matproduktion kan de som levererar lokalt producerade varor med kort hållbarhet slippa detta prispåslag.

För att minska svinnet för föreningen har det gjorts försök med sk. konsignationsavtal. Detta innebär att föreningen inte köper in varorna på förhand utan att producenten äger varorna fram till dess att de är sålda. Det osålda tar sedan denne tillbaka och fakturerar föreningen bara för det som blivit sålt. Exempel på föreningens konsignationsavtal:

<https://www.notion.so/foodshift/Priss-ttning-l-nsamhet-ae89eda8605041028c40aff36f8ec70d#50c47277efeg45ae9c5c7f07ed506371>

Ekolivs i Malmö

> På mat lägger vi på 70%, och på icke-mat lägger vi på 100%. Pengarna går primärt till hyran för lokalen.

LÄNKAR

[Affären slår igen efter 22 år](<https://www.svt.se/nyheter/lokalt/gavleborg/affaren-slar-igen-efter-22-ar>)

LEVERANTÖR / PRODUCENT

Maten är såklart väldigt central i matkooperativen. Många kooperativ har en blandning av inköp från grossister och direkt från matproducenter. Flera har även medlemmar som är med och producerar mat till kooperativet.

I PRAKTIKEN

Många matkooperativ baserar sitt utbud på de ekologiska större grossisterna som Biofoods, Biodynamiska Produkter eller Kung Markatta. Dessa grossister har sortimentslistor och det är ofta några personer i föreningarna som går igenom listorna och skickar efter beställningar. I vissa föreningar går alla medlemmarna igenom listorna för att välja precis det de vill ha och så gör man en beställning som täcker allas önskemål och de varorna delas upp direkt när de levereras.

Om man beställer mat över en viss summa från de större grossisterna så får man leveranserna direkt till dörren utan fraktkostnad. Varorna kommer då ofta levererade på pall.

Inköp från lokala producenter har en större variation på mönster kring hur det kan gå till. Olika former av leveranssätt, svinn-upplägg och beställningssätt finns.

Överenskommelser, Leveranser & Svinn

Med större grossister är som sagt överenskommelserna ganska enkla, man registrerar sig som organisation och gör beställningar som levereras och samtidigt faktureras (ofta med 15 eller 30 dagars faktura period).

I samarbete med lokala producenter så är överenskommelserna ofta mer baserade på de olika rådande omständigheterna just i de relationerna.

Leveranser sker ibland genom att producenterna kommer med sina produkter direkt till kooperativet och fyller på i skåpen själva, ibland är det medlemmar som åker inom producenterna på andra ärenden och plockar upp produkter till kooperativen. I vissa fall så samarbetar också fler producenter och turas om att vara den som hämtar flera producenters varor och kör in till kooperativet. Hos några kooperativ så har producenterna egna nycklar till lokalerna så att de själva kan komma och leverera varor på tider som passar dem.

Hantering av svinn, det vill säga osålda produkter, är en annan aspekt som ofta ser olika ut beroende på omständigheter och relationer. Produkter som har god hållbarhet (tex torkade produkter eller sylter) är ganska oproblematiske medan när det kommer till saker som färska grönsaker eller bröd så behöver man komma överens om vem som ska stå för svinnet. I vissa fall så tar producenten tillbaka varor som inte har sålts eller blivit dåliga och föreningarna betalar ingenting för dem (risk för producenten), i andra fall så är det föreningen som tar den risken och köper in alla produkterna från producenterna direkt. Det finns också blandningar av dessa där risken delas.

Överenskommelser skrivs med fördel ner och dokumenteras tillgängligt så att båda parter vet vad det är som gäller, speciellt ifall det kommer in nya personer som inte var med när samarbetet startade.

Medlemmar som producenter

På flera ställen så levererar även medlemmar produkter till föreningarna som de är med i. Det kan

handla om personer som gör sylt en gång om året, vild skörd, honung eller andra mindre hobbyverksamheter. Men det finns ju också möjligheter för producenter att vara medlemmar i en förening som en juridisk person, så att det blir en blandning av producentdrivna och konsumentdrivna kooperativ.

Man kan i sådana fall ta fram speciella avtal (med till exempel annorlunda marginaler) för de producenter om också är medlemmar i föreningen jämfört med de leverantörer som inte är det.

EXEMPEL

Kooperativet nässlan

> Våra huvudsakliga leverantörer är Biofood och Midsona/Kung Markatta. Sedan har vi en rad mindre leverantörer, de flesta lokala. Lokala producenter känner vi ofta personligen. Vi prioriterar alltid lokala producenter före andra, men här finns alltför få lokala producenter. Medlemmar kan sälja egna produkter genom föreningen och betalar då en liten provision till föreningen som är 10 procent på omsättningen.

Ekoskafferiet i Stjärnsund

> Våra stora leverantörer är Biofood, Midsona, Biodynamiska produkter samt några lokala leverantörer. Medlemmar åker förbi de lokala leverantörerna och hämtar upp produkter på väg till annat och vi strävar efter mer svenskproducerat. Medlemmarna byter eller säljer också ibland produkter inom föreningen, som tex kombutcha, mjölksyrade grönsaker eller bröd.

Bikupan i Jönköping

Biofoods & biodynamiska är huvudsakliga leverantörer men förutom det så har vi etablerat relationer med:

- Söderlinds i Habo - ekologiskt grönsaksproducent (ordförande LRF-trädgård)
- Persgården - Visingsö (musli, torkad frukt, nötter)
- Grannskörden - Äppelmust (svinnfrukt från trädgårdar)
- Rudubodens alternativodling (eko-frukt)
- Ekobyns tillsammansodlare
- Sandviks trädgård (blommor, grönsaker)
- Brödsmedjan (Bröd)
- Trånghalla (Frukt och bär), BakElit (Bröd)
- Chokladverkstan i Bårarp (Bröd)
- Falla Spelt och bagarbod (Bröd och bakverk)

Slåttergubben i Skattungbyn

> Våra huvudsakliga leverantörer är: Ecoality Trade (lokal importör), Midsona, Biofood, Biodynamiska produkter, Wermlands Bovete, Fagraslätt, Orsa kvarn

LÄNKAR

[Biofood](<https://biofood.se/>)

[Biodynamiska Produkter](<https://www.biodynamiskaprodukter.se/sortiment/>)

[Kung Markatta](<https://www.kungmarkatta.se/produkter/>)

[Västgötarna](<http://vastgotarna.se/>)

[Wermlands Bovete](<https://www.wermlands-bovete.se/>)

[Fagraslätt](<https://www.fagraslatt.se/>)

[Samtal med producenter om lokal produktion och samarbeten för svenska livsmedel](<https://youtu.be/PmoMYqt4KXI>)

HUR HANDLAR MAN?

Att handla och betala är själva grundfunktionerna i inköpsföreningar och matkooperativ. Beroende på storlek och formen för verksamheten finns det olika sätt att hantera detta. Nedan följer några exempel.

I PRAKTIKEN

När en förening är nystartad eller om medlemsantalet är litet kan beställning och betalning lösas genom ett gemensamt beställningsdokument och direktinsättningar på ett föreningskonto. Men i föreningar med många medlemmar eller som driver en butik behöver det ordnas på ett annat vis.

Beställ ihop och överför pengar

Vissa mindre föreningar har ett kalkylark ('excel-ark' online, tex. google drive) där den kommande gemensamma beställningen görs och kostnaderna beräknas. Det är där också möjligt att samordna beställningarna så att den kommer upp det antal som behövs för ett kolli från grossisten. Ett kolli är ofta det minsta antal av en vara som går att beställa. Tex. ett kolli med makaroner kan bestå av 12 st 500g paket.

När beställningen har ankommit, gått igenom och delats upp så gör tex. de leveransansvariga en genomgång av vad som kom, ev. reklamationer osv. Detta blir sen underlag för vad var och en av medlemmarna ska överföra till föreningens konto. För exempel på detta se Ekokooperationen för 17! nedan.

Betala i butik

När det finns butik och inventarier så handlar medlemmarna oftast i butiken. Det kan vara att man använder vanlig kassaterminal för kontanter, ellertex iZettle, speciellt om det är en butik som är öppen för offentligheten. Swish är också en alternativ som många använder för överföring av pengar till föreningen. Kravet på kassaregister som är godkänt av skatteverket (som iZettle) är bara för butiker som är öppna för allmänheten, med andra ord så det blir klart mycket enklare att bara sälja internt till föreningens medlemmar.

EXEMPEL

Bottnafjordens Inköpsförening (har butik för medlemmar)

Medlemmarna sätter in pengar på föreningens bankgiro. Kassören ser insättningen och för in beloppet på plussidan i en kontopärm i butiken där varje medlem har en egen sida.

När medlemmar handlar så skriver de upp inköpen på en handlingslista, separerat för livsmedel och övrigt pga olika momssattser. Beloppen summeras och förs in av medlemmen på dennes sida i kontopärmen som en minuspost från den summa som tidigare förts in av kassören. Handlingslistan sparas i pärmen vid medlemmens namn och summorna kontrollräknas senare av en arbetsgrupp så att inga misstag gjorts.

Det går att hamna på minus på sitt konto men kontopärmen kontrolleras med jämna mellanrum och då kommer en anmärkning till de som varit på minus en längre tid.

Det går nu även att swisha in pengar till föreningen som sedan förs över till medlemmens sida i kontopärmen.



HANDLINGSLISTA

Skriv ner priset för varje vara du lägger i din korg, summera, kontrollera att antalet varor stämmer och betala.

OBS!
Skilj på LIVS och ÖVRIGT
då det är olika momssatser.

Datum:	Namn (texta tydligt):
--------	-----------------------

LIVS				ÖVRIGT	
Allt ätligt - Runda av pris uppåt till hela kronor				Går ej äta	
vara	pris	vara	pris	vara	pris
1		11		1	
2		12		2	
3		13		3	
4		14		4	
5		15		5	
6		16		6	
7		17		7	
8		18		8	
9		19		9	
10		20		10	
Summa livs:				Summa övrigt:	

Handlingslistan som medlemmarna noterar och summerar inköpen på.

Ekokooperationen för 17! (gör gemensam beställning och uppdelning)

Inom Ekokooperationen för 17! så använder man ett kalkylark (Google Sheet) där de tillgängliga produkterna fylls i och sen till varje beställning så fyller varje medlem i hur mycket man vill ha av varje vara. Vid varje beställning är en person ansvarig för att skicka iväg sammanställningen av allas val och ta emot varorna, kontrollera och ev. reklamera, samt dela upp. Det ansvaret roterar i gruppen.

När det är klart skickar de ut mail att det går bra att betala. Medlemmarna har då två-tre dagar på sig att betala. Detta för att kassören ska hinna betala fakturan innan de tio dagarna som står på fakturan går ut.

Video introduktion kring hur det går till finns här (<https://www.youtube.com/watch?v=qXwgQ-Ev6dI&t=1380>) (från 23 minuter)

För att se hur deras beställningsark ser ut (<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1VduTsoVDoDw5ePxlXhZd4Kg54y71XBazLoQ14s7roXQ/edit?usp=sharing>)

LÄNKAR

[Skatteverket - Så fungerar kassaregister](<https://www.skatteverket.se/foretagochorganisationer/drivaforetag/kassaregister.4.121b82f011a74172e5880005263.html>)

Frågor om matsäkerhet och livsmedelskontroll kommer skilja sig åt på grund av hur olika typer av matkooperativ och inköpsföreningar fungerar. Det kan dock i korthet sägas att det alltid är upp till föreningens medlemmar att göra livsmedelshanteringen säker och att följa rådande regler och rekommendationer och där ansvaret ytterst ligger hos styrelsen. Se länkar till relevanta myndigheter och branchorganisationer längst ner på sidan

REGISTRERING AV VERKSAMHETEN, ELLER INTE

Lagen definierar livsmedelsföretag såhär:

> Livsmedelsföretag: varje privat eller offentligt företag som med eller utan vinstsyfte bedriver någon av de verksamheter som hänger samman med alla stadier i produktions-, bearbetnings- och distributionskedjan av livsmedel. (EU-förordning 178/2002, artikel 3)

Detta skulle innebära att alla matkkooperativ och inköpsförening är att betrakta som livsmedelsföretag och behöva följa dessa reglementen och registreringar. Så är dock inte fallet. Dels behöver verksamheten ha en viss omfattning, dels gäller det bara om föreningen säljer till allmänheten och inte endast till medlemmar.

Om registrering behövs, så görs det till Miljökontoret eller Miljö- och samhällsbyggnadsnämnden i kommunen där ni bedriver verksamheten. De tar då ut en registreringsavgift och sedan är det kontrollavgifter efter besök. Kontrollens omfattning och därmed avgiftens storlek beror på riskbedömningen som de gör vid registreringen. Det kan handla om hur många personer verksamheten omfattar samt om det hanteras animalier och mejeriprodukter etc.

Om er verksamhet behöver registreras så ska ni uppfylla de krav på livsmedelsverksamheter som lagen föreskriver. Om ni inte behöver registreras så kan det ändå vara bra att känna till de riktlinjer som utarbetats för att på så sätt få kunskap om hur er livsmedelshantering kan skötas säkert.

Försäljning endast för medlemmar

Då försäljningen endast sker i slutet sällskap så behöver verksamheten inte registreras.

Försäljning även för icke medlemmar

Om er försäljning också sker till allmänheten, och det vid fler än 10 tillfällen per år så behöver ni registrera verksamheten. Ni registrerar er hos Miljökontoret eller Miljö- och samhällsbyggnadsnämnden vid er kommun minst två veckor innan ni börjar.

Medlemmar som producenter

Kanske har ni medlemmar som vill sälja livsmedel i föreningen, grönsaker eller kanske förädlade varor som saft, sylt och bakverk. De behöver då också känna till de regelverk som finns för livsmedelshantering. Om de är privatpersoner och försäljningen bara handlar om ett fåtal gånger per år så kan de slippa registrering. Detta är att ses som hobbyverksamhet och innebär att det är något du själv utövar på din fritid, det är inte din huvudsakliga försörjning samt att du inte utför arbetet på uppdrag av någon annan. Om detta inte är fallet så behöver de registreras. För ytterligare tips se Livsmedelsverkets broschyr

[Försäljning av små mängder](<https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/publikationsdatabas/broschyrer-foldrar/forsaljning-sma-mangder.pdf>)eller Hushållningssällskapets hemsida [Regler vid försäljning av livsmedel](<https://hushallningssallskapet.se/forskning-utveckling/reko/vill-du-salja-reko/regler-vid-forsaljning-av-livsmedel/>).

EXEMPEL

Bottnafjordens Inköpsförening

Denna ekonomiska förening har en butik som endast är öppen för medlemmar, och är alltså undantagen från krav på registrering som livsmedelsföretag. Men föreningen har också ett café som är öppet hela sommaren och på helgerna övrig tid av året. Denna del av verksamheten är öppen för alla och behöver därför registreras hos kommunen. Därför har ett egenkontrollprogram tagit fram med rutiner för livsmedelshygien. Som ett exempel kan ni se det här: [Egenkontrollprogram för Café Olivia](<https://drive.google.com/file/d/1etMlbjksO4clF8ohDohCCpAN2uuev7NB/view?usp=sharing>)

LÄNKAR

Gällande lagstiftning för livsmedelssäkerhet på livsmedelsverket: [EG-förordning 178/2002](<https://www.livsmedelsverket.se/om-oss/lagstiftning1/gallande-lagstiftning/eg-forordning-1782002>)

Lagstiftning om livsmedelsinformation: [EG-förordning 1169/2011](<https://www.livsmedelsverket.se/om-oss/lagstiftning1/gallande-lagstiftning/eu-forordning-11692011>)

Livsmedelsverkets broschyr [Försäljning av små mängder](<https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/publikationsdatabas/broschyrer-foldrar/forsaljning-sma-mangder.pdf>)

[Branschriktlinjer för säker mat i samlingslokaler](<https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/produktion-handel-kontroll/branschriktlinjer/samlingslokaler-branschriktlinjer-for-saker-mat-i.pdf>)

Svensk Dagligvaruhandel: [Säker mat i din butik](<https://www.livsmedelsverket.se/globalassets/produktion-handel-kontroll/branschriktlinjer/butik--saker-mat-i-din-butik.pdf>)

Hur kommunucerar föreningen utåt. Det kan vara till närsamhället, potentiella medlemmar, möjliga leverantörer och intresserad allmänhet. Detta är en viktig del av föreningsarbetet men det hänger såklart ihop med varksamhetens art och att det finns något att förmedla. Det bör inte vara 'reklam' utan alltid ha förankring i den reella verksamheten.

I dessa digitala tider är kanalerna många men det är oftast bättre att göra något ordentligt och hålla det uppdaterat än att försöka vara med överallt.

I PRAKTIKEN

Egen hemsida

Flera föreningar har en ****egen hemsida.**** Där kontrolleras innehållet helt och hållet av administratören och det brukar, i alla fall i större föreningar, gå att hitta någon med hemsidesvana bland föreningens medlemmar.

Fördelen är kontrollen av utseendet samt ägandet av informationen. Det går också att sköta utskick av nyhetsbrev via en egen hemsida.

En viktig nackdel kan vara att kunskapen om hur hemsidan administreras och uppdateras kan gå förlorad om ansvaret bara finns hos en eller få personer. Att ha en egen hemsida samt domännamn är förenat med vissa kostnader men dessa är idag 2020 relativt blygsamma. Ca 600 - 2000 kr per år.

Social media

Många föreningar har en publik **Facebook** sida där löpande information och erbjudanden etc läggs ut. Fördelen är att många redan är med där och det är ingen hög tröskel för att gå med. Administrationen är relativt enkel och flera kan dela på det då många är bekanta med det från sitt privata konto. Nackdelen är att det kan vara svårt att komma igenom i folks flöden och diskussioner och information är svårt att bevara.

Instagram är också en kanal som vissa föreningar använder. Visuellt, snabbt, relativt enkelt men lämpligast för korta annonseringar.

Youtube eller annan plattform för videos kan användas som ett enkelt sätt att visa föreningen, dela information om sortiment, hålla föredrag osv. Kom bara ihåg att folk numer än vana vid en hyffsad bild- och ljudkvalité och att det är värt att låta någon eller några i föreningen som är intresserade och kunna sköta filmningen och ev. redigering.

E-post

Nyhetsbrev och utskick via **e-post** kan också vara ett effektivt sätt att förmedla information mer riktat till de som anmält sitt intresse. Det finns flera betaltjänster för att smidigt hantera nyhetsbrev och utskick med möjligheten skapa layout med bilder, olika typsnitt etc. Men det är också möjligt att skicka ut via vanliga e-post-klienter eller webmail, dock har de ofta begränsade möjligheter för egen layout samt att det i vissa fall finns begränsningar för hur många epost som kan skickas på en gång.

EXEMPEL

Matkooperativet Helsingborg

Matkooperativet har en [facebook-grupp](https://www.facebook.com/groups/matkooperativet) som alla kan gå med i. De har också ett [Instagram-konto](https://www.instagram.com/matkooperativet/) som är mer en direkt kanal utåt för bla. öppettider och arrangemang. Till sist har de också en [youtube-kanal](https://www.youtube.com/channel/UCyu8v6jDZGofVXPqmYERWGg) som de använder för både kortade presentationer av verksamheten samt av varor i butiken.

> Det första vi gjorde var att skicka ut frågan i lite olika facebook grupper som vi hittade, vi lyckades samla ett gäng på fem personer. Som också hade tankar på det här eller var intresserade på något sätt av kooperativ. Vi fem spånade snabbt vidare. Detta var i November 2016.

> Hur lyckades vi hamna där vi hamnade? Vi fokuserar väldigt mycket på sociala medier. Var aktiva både på facebook och instagram, hemsidan. Vi kommunicerar mycket genom den kanalen, be om folk hela tiden har varit väldigt vinnande. Att be folk att ta med sig en vän eller några kompisar och bli medlemmar, engagera sig eller handla.

Bottnafjordens Inköpsförening

Föreningen har endast en egen hemsida där alla kan läsa den senaste informationen, det är också där som utskick och information till epostlistor görs. Vissa arrangemang annonseras på anslagstavlor i trakten och det ställs också upp vägpratartare utmed bilvägar inför marknader och dyl.

Ekokooperationen för 17!

Föreningen har en publik facebookgrupp för att berätta om verksamheten och för att locka nya medlemmar.

LÄNKAR

[Lunds Matvarukooperativs Facebook sida](https://www.facebook.com/groups/1193961134088360)

[Nässlans Facebooksida](https://www.facebook.com/Kooperativet-N%C3%A4sslans-ekonomisk-f%C3%B6rening-234276380050850)

[Matkooperativet Helsingborgs publika facebook-grupp](https://www.facebook.com/groups/matkooperativet), [Instagram-konto](https://www.instagram.com/matkooperativet/) [samt youtube-kanal](https://www.youtube.com/channel/UCyu8v6jDZGofVXPqmYERWGg).

[Bottnafjordens Inköpsförenings hemsida](http://bottnafjorden.se/inkopsf/wp/)

[Ekokooperationen för 17! publika Facebook grupp](https://www.facebook.com/groups/132517493519025)

Kommunikationen inom föreningen är av än större vikt än den externa. En fungerande förening och kooperativ är beroende av förutsättningar för en öppen dialog mellan föreningens medlemmar och mellan arbetsgrupper. Både i det operativa arbetet och för idédiskussioner och föreningsutveckling.

Det är väl värt att lägga tid, energi och resurser på att hitta de kommunikationssätt, tekniker och 'kulturer' som passar medlemmarna bäst. Annars blir det lätt bara en liten grupp som engageras, det blir då lätt missförstånd och mycket energi går åt för att uppdatera alla andra och få en gemensam bild av vad som händer. Förutom att delaktigheten går förlorad.

I PRAKTIKEN

Intern kommunikation kan innefatta metoder för att hålla fysiska möten såväl som digitala hjälpmedel för att kommunicera inom föreningen.

Mötesteknik och möteskultur

Detta är en stort område men också viktigt. Det är enkelt att få vissa att känna sig utanför, eller inte hörda, eller bara ointresserade av att delta. Föreningslivet och dess möten har traditionellt ofta sett ut på ett visst sätt med dagordning, mötessordförande, möttessekreterare, mötesprotokoll etc. Det är ordnat så av en god anledning, men det kan också vara i överkant formellt och skämma bort de som inte är vana eller som de mest är intresserade av det praktiska arbetet. Det finns alltså goda anledningar att fundera över hur mötena ser ut, vilka som är bekväma, vilka som hörs mest, samt inte minst vilka som inte är där.

Förslag på olika mötestekniker och mötesunderlättare finns att hitta på [friametoder.se/](<http://friametoder.se/>)

Kommunikation på avstånd

Att kunna kommunicera i föreningen också mellan fysiska träffar är något som är bland det första som behöver ordnas. Detta kommer förmodligen också vara något börjar på ett sätt men utvecklas till något annat över tid. Det är stor skillnad på att vara 10 st medlemmar och 300.

Till en början eller när föreningen är liten kan det räcka med **sms och personliga epost**. Detta kan också vara något som även i fortsättningen passar bra för kommunikationen inom mindre arbetsgrupper. En nackdel med det är dock att det kan vara svårt att hitta tillbaka i kommunikationen och då vara problematiskt för nya medlemmar att sätta sig in i vad som hänt.

Det går också med olika hjälpmedel att skapa **sms-grupper och epost-grupper** vilket är en försäkran om att alla som ska nå verkligen gör det. Dock kräver dessa viss administration.

Ett alternativ kan vara att skapa en **intern facebook-grupp** och att ha messenger som direktkommunikation mellan medlemmar eller i arbetsgrupperna. Dock är det inte alla som har eller vill vara med på facebook. Det är också en plattform som inte är byggd just för detta ändamål men trots detta verkar det vara ett vanligt sätt inom många föreningar.

Digitala diskussionsforum kan vara väldigt lämpliga för ändamålet, de är överskådliga, fungerar samtidigt som arkiv och kan göra påminnelser via e-post när något nytt lagts in. Den stora nackdelen är dock att det verkar vara de med vana och engagemang i digitala verktyg som använder dem i någon utstäck-

ning.

Medlemsutskick via en **epostlista** är ett relativt enkelt och effektivt sätt att kommunicera ut information. En adresslista med epostadresser är också något som antagligen redan finns och kan användas. Dock är detta främst en envägskommunikation och lämpar sig mer för information från styrelse och arbetsgrupper som ska nå alla.

På senare år finns också andra former av **kommunikationsplattformar**, som gruppchattar och program för att samarbeta i grupper. Ett som är populärt i vissa kretsar heter [Slack](https://slack.com) och lämpar sig för aktiva grupper som har olika saker att kommunicera om, som en förening med arbetsgrupper. Ett open source alternativ heter [Mattermost](https://mattermost.com/).

EXEMPEL

Ekolivs i Malmö

> Schemaläggning, har använt doodle. Men nu har man gått över till exceldokument samlade på google drive. Google drive används gemensamt. Google grupper för kommunikation per mail. SMSgrupp via super-text för aktiva medlemmar. Visma online för bokföring. Smslista funkar bäst.

Bottnafjordens Inköpsförening

Varje arbetsgrupp skriver om sitt arbete till en informationsansvarig. Informationen samlas sedan ihop skickas ut i nyhetsbrev, 'Bottnafjordens inköpsförening informerar' som e-post till alla medlemmar. Alla utskick hamnar också automatiskt på föreningens hemsida under olika rubriker beroende på vad det handlar om.

Ett mellanting mellan internt och externt är det nyhetsutskick som föreningen också sköter som heter 'Bottna för övrigt...'. Det handlar om mycket som sker i trakten, på föreningens café, utställningar och eftersökningar osv. Alla som vill kan registrera sig på denna epostlista och det har blivit en bra kanal som når långt.

Ekokooperationen för 17!

> Vi har en intern Facebookgrupp för kommunikation inom gruppen. Alla mer klara uppmaningar som "det är dags att beställa" eller "varor har kommit" sker över mail medan informella konversationer sker i Facebookgruppen för att undvika rörlighet.

LÄNKAR

[Fria metoder](friametoder.se/)

EXEMPEL

Ekokooperationen för 17!

Inom Ekokooperationen för 17! så används ett antal olika verktyg.

- Gruppmejl, endast till viktig information kring beställningar och medlemsmöten.
- Intern facebookgrupp där vi kan ha andra konversationer.

> För att vi ska kunna ge dig tillgång till dessa behöver vi din mailadress. Enklast är att använda en Gmailadress. Din/era mailadress(-er) behövs för att få tillgång till:

- Lathunden – där vi försökt få med all info om hur fr a inköp och leveransansvar fungerar. Det är verktyget du först ska gå till när det är något du inte förstår och även när en har varit med länge kan en då och då behöva fräscha upp kunskaperna.
- Beställningsdokumentet – vårt huvudsakliga verktyg. Gör dig bekant med detta, det är ett annorlunda sätt att handla på, så förförståelsen är ofta inte så stor. Ge det tid, läs och fråga andra i föreningen (se Info-fliken).
- Googlegruppen – där vi kommunicerar fr a i samband med beställningar och inför möten.

Ekolivs Malmö

Vid schemaläggning, har Ekolivs använt doodle tidigare, men nu har man gått över till excel i Google drive. Google Drive används gemensamt. Det finns Google grupper för kommunikation per mail och en SMSgrupp via [Supertext](<https://www.thesupertext.com/>) för aktiva medlemmar. Vi använder Visma online för bokföring. SMS-lista funkar bäst.

> Vi har ingen kortbetalning i butiken, vilket hade varit bra. Men efter Swish kom så har man inte gått vidare med någon lösning där. Finns också ett ideologiskt driva att hålla kvar vid kontant hantering. Vi har också en kritbok för medlemmar i butiken.

Bottafjordens inköpsförening

Har en kalender på hemsidan (wordpress) där bokningar av gemensamma lokaler visas.

Medlemsutskick via hemsidan som också arkiveras under medlemssidorna där.

Medlemsförteckning och arbetsgruppslista som uppdateras på google drive. Åtkomligt på hemsidan via lösenord.

Swish för betalning i butiken förutom kontobok (se under exempel på sidan Hur handlar man?

Matkooperativet Helsingborg

> Vi lägger upp ett användarnamn i ett system som heter [boka.se](<http://boka.se/>), som vi använder som bokningssida för att boka pass i butiken. Man bokar pass om 3 timmar per gång.

> När vi startade kooperativet så var vi väldigt eniga om att vi ska göra allting digitalt. Du ska inte behöva åka ner till butiken för att boka ett pass för att sen åka hem. Om man nu bor ett par kilometer utanför. Därför ville vi göra allt digitalt. Vi har en mapp på google drive, man bokar pass och gör allt online. Vi har ingen dator på plats som man behöver titta i eller så. Jag är kassör och jag har allt det digitalt i molnet. Från början fick vi fakturor fysiskt. Men efter ett tag så skolade vi om det och får de på epost istället, direkt in i bokföringsprogrammet och sen hanterar jag dem därifrån.

Hantering av pengar, bokföring och revision är olika krångligt beroende på storlek av förening, ifall man har anställda med mera. Som minsta nivå så krävs att någon hanterar bokföring för föreningen och att det finns någon som gör en årlig revision.

I PRAKTIKEN

Alla föreningar eller juridiska personer måste ha bokföring av intäkter och utgifter. Många föreningar hittar någon i gruppen som är införstådd med hur bokföring fungerar som får rollen som kassör och hanterar fakturorna/bankkontot.

Om att gå runt

Dessa ekonomiska föreningar bygger inte på ett vinstsyfte från ägarna utan istället på många andra grunder (se Syfte och former). Men verksamheterna behöver fortfarande ha en ekonomi där man täcker sina kostnader och många vill även kunna investera tillbaka in i verksamhet med inventarier, fler produkter etc.

De ekonomiska behoven varierar mycket mellan olika föreningar, de som väljer att kunna ha ett lokalt matkooperativ med anställda som jobbar i verksamheten har ett större behov av att sälja större volymer och/eller med högre marginaler än de som bara behöver täcka minimikostnader som eventuell lokalhyres hyreskostnad och ett första inköp.

Både Helsingborgs Matkooperativ och Bikupan i Jönköping har båda stött på ekonomisk ansträngning med sina centrala lokaler och butiker med stort sortiment (och därmed mycket pengar i inventarier) medan det är mindre pressat i de mindre inköpsföreningarna. Covid-19 pandemin till exempel slog hårt mot Matkooperativet i Helsingborg där många av de som stod i butiken dagtid var äldre som inte längre hade möjlighet att vara där.

Fram är ett exempel på ett matkooperativ som har funnits i flera decennier och har nu en ekonomi som klarar att även avlöna personal som jobbar i butiken.

Betalningar och löpande bokföring

Allt eftersom föreningen handlar varor så behöver fakturor betalas till leverantörerna samt bokföras. Bokföringen sker enklast med någon typ av bokföringsprogram. FortNox är ett vanligt program som används av många. Att försöka jobba mot att få alla fakturor digitalt kan underlätta hanteringen och dra ner på tiden som behövs för att sköta bokföring.

Revision

Efter varje år ska revision utföras på årets bokföring. Regler för vem som får vara revisor är enligt [Lagen om Ekonomiska Föreningar](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2018672-om-ekonomiska-foreningar_sfs-2018-672):

> *Kompetenskrav*

13 § En revisor ska ha den insikt i och erfarenhet av redovisning och ekonomiska förhållanden som med

hänsyn till arten och omfattningen av föreningens verksamhet krävs för att fullgöra uppdraget.

14 § Minst en revisor ska vara auktoriserad revisor, om föreningen uppfyller minst två av följande villkor:

1. medelantalet anställda i föreningen har under vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 50,
2. föreningens redovisade balansomslutning har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 40 miljoner kronor,
3. föreningens redovisade nettoomsättning har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 80 miljoner kronor.

De flesta föreningar som denna handbok bygger på kommer inte upp i volymerna ovan och därför krävs inga auktoriserade revisorer. Då räcker det alltså med en person som är insatt i hur det fungerar. Revisorn får inte sitta i styrelsen i föreningen (§19 i Lagen om ek.för).

EXEMPEL

Bikupani Jönköping

"Vi använder oss av en extern revisor, som samarbetar med en kassör i föreningen."

Ekoskafferiet i Stjärnsund

"Bokföring sköts av en medlem. Revision sköts externt samtidigt som kursgårdens revision."

Matkooperativet i Helsingborg

"Vi har allt det digitalt i molnet. Från början fick vi fakturor fysiskt. Men efter ett tag så skolade vi om det och får dem på epost istället, direkt in i bokföringsprogrammet och sen hanterar vi dem därifrån. Så från detta året så har vi kanske 20 A4 sidor i papper på 3 månader. Vi har försökt slimma det ledet väldigt mycket."

Slåttergubben i Skattungbyn

"Bokföring sköts av medlem / kassör. Revisor gör medlem eller annan ideellt."

Svartrotens inköpsförening i Berg

"Kassören i föreningen gör löpande bokföring och använder Fort Knox. Revision sker ideellt."

Bottnafjordens Inköpsförening

> Det viktigaste i verksamheten för att det ska fungera är att man har väldigt stark tilltro till ekonomigruppen och kassören. Så att det känns som att ekonomin tas om hand på ett korrekt sätt. Det har med tilliten att göra.

Ekolivs i Malmö

Ekonomin sköts ideellt, arbetsgrupperna gör det bokföring, etc. En lekmannarevisor kollar bokföringen årligen.

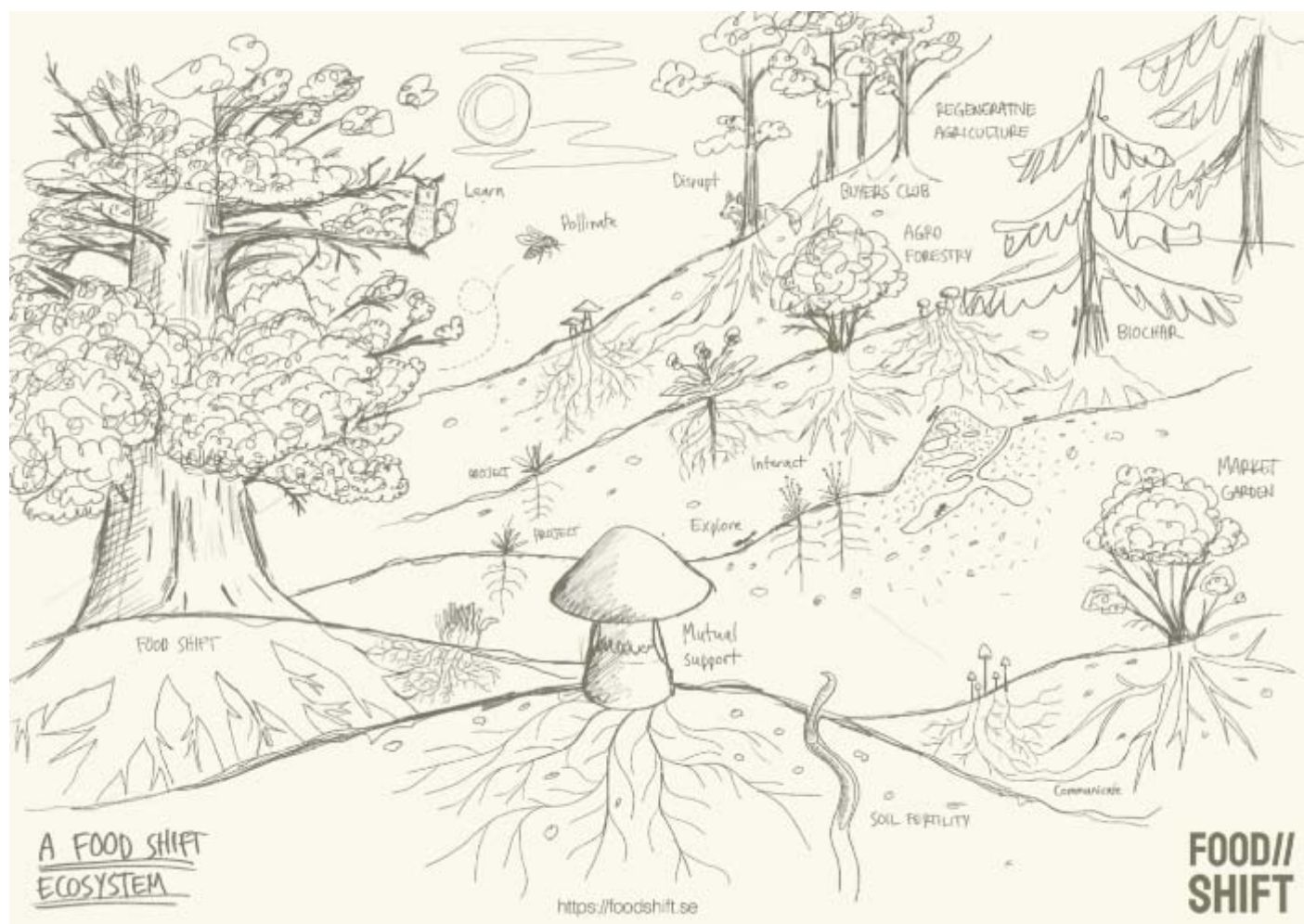
Det är inte alltid helt enkelt att få ekonomin att gå ihop. I antologin "Fördomar, form och framtid" berättas om en period när föreningen gick med minus:

> Medlemmar strömmade till och butiken var i stort sett öppen som den skulle. Den enda egentliga haken, och en ganska stor sådan dessutom, var ekonomin. Butiken läckte som ett såll. Efter de första två åren kunde en förlust på tiotusentals kronor konstateras. Butiken drevs hösten 2009 extremt anorek-tiskt. De enda inköp som gjordes var veckovisa grönsaker. I övrigt koncentrerade sig medlemmarna på att sälja av det stora lagret av varor som trots allt fanns för att komma ifatt med skulderna. Strategin var lyckosam. – [Antologin "Fördomar, form och framtid"](https://www.ekolivs.se/wp-content/uploads/2016/10/Sektor3-antologi_2012_web_enkel.pdf)

LÄNKAR

[Lagen om ekonomiska föreningar](https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/lag-2018672-om-ekonomiska-foreningar_sfs-2018-672)

OM FOODSHIFT



Förenade Inköp är ett projekt som vuxit ur myllan Food Shift.

Food Shift är ett öppet nätverk och en plattform för aktörer som jobbar bortom hållbarhet. Organisationer, företag, forskare och privatpersoner som inte stannar vid det cirkulära eller det hållbara utan fokuserar på att också återskapa, återuppbygga, regenerera det som förstörts, det som gått förlorat. I det utrymmet vill vi verka på många plan:

- Nätverka, både fysiskt och på våra digitala plattformar.
- Seminarier, workshops, un-conferences.
- Utforska och lära tillsammans, dela kunskap, best practices.
- Extern kommunikation för att lyfta frågor och påverka samhällsdebatten - blogg, video, artikel.
- Stöda idéarbete - jobba aktivt och systematiskt med att nära idéer. En accelerator/inkubator för regenerativa projekt.
- Utgöra en samlande kraft som på kan jobba med kartläggning, överblick och strategier och på sikt även kanske hjälpa organisationer som vill utvecklas i regenerativ riktning.

Food Shift är ett participatoriskt projekt. Riktningen vi tar framöver styrs av personerna som engagerar sig, vilka projekt vi lyckas säkra finansiering för osv.

Hur kan du bidra och engagera dig?

Följ vår facebook-sida för nyhetsuppdateringar
<https://www.facebook.com/foodshiftcollective/>

Följ Food Shift på Twitter:
https://twitter.com/food_shift

Skapa ett konto för samarbeten och lärande på:
<https://foodshift.se/>

Kom och prata med oss på Slack:
<https://foodshift.se/slack>

Se videos, intervjuer och webinarier på vår Youtube-kanal
https://www.youtube.com/channel/UCsyQNBs8_Vh4u-OJ5Tce3Ow

Tipsa dina vänner om att vi finns

VÄLKOMMEN TILL SKIFTET!