



Ärende

MTF:s verksamhetsplan för 2017 - årsmötet 2018 på aktivitetsnivå.

Inledning

Som grund för planarbetet användes planen från föregående arbetsår, se bilaga 1.

Rapportering

Vad önskar medlemmarna, mejeriföreningarna och leverantörerna av oss?

Vi ska:

- Vara en källa för information
- Skapa workshops
- Belysa branschproblem
- Belysa ekonomispörsmål
- Ge tillfällen för utbildning
- Vara ett värdefullt nätverk där leverantörer, studenter och mejerifolk kan mötas
- Skapa möjligheter att presentera ny teknologi och ny utrustning
- Möjliggöra föreläsningar

Vad genomförde vi i fjor?

Se [förvaltningsberättelsen](#)

Idéer

1. Vi ska använda de kontaktytor som vi har mot utbildningen i Lund och Rise.
2. Norrmejerier har fått en ny produktionschef som kommer från Arla Sundsvall Gunnar Eklund. Bengt kontaktar.
3. Studiebesök på AAK i september/oktober
4. Utbildning Tetra Pak eller Alfa Laval

SWOT-analys

Kvarstår med mindre förändring sedan i fjor.

Styrkor	Svagheter
<ul style="list-style-type: none">• Föreningen har en öppenhet• Tydligt stöd/mandat för fortsatt MTF-arbete• Delar ut stipendier• Vi har medlemmar från olika delar av branschen. Därmed blir vi en bra mötesplats• Vi har idéer till fortbildning• Vi har ett bra kontaktnät vilket gör att vi kan ordna bra arrangemang• Vi har god insikt om vår kärnverksamhet	<ul style="list-style-type: none">• Vi har dålig respons på vissa aktiviteter• Vi har en otydlig roll därmed blir vi inte tillräckligt attraktiva. Vi blir inte ett intressant alternativ till företagens egna aktiviteter.• Vår öppenhet minskar fokus• Vi är oftast reaktiva – inte proaktiva – i vår ambition. Det vi säljer har ett ospecifikt syfte• "Mejeritekniskt" kan kanske uppfattas som en begränsning

<ul style="list-style-type: none"> • Vår hemsida har en positiv utveckling • Vi kan erbjuda en effektiv mötesplats och ordna möten mellan leverantörer och andra viktiga aktörer 	<ul style="list-style-type: none"> • Arlas dominans, är det en styrka eller svaghet? Det är en obalans i kunskaper. • Vi styrs från andra länder.
<p>Möjligheter</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vi kan vidga vår branschdefinition • Vi kan vara mer specifika i syftet med våra aktiviteter • Vi kan använda våra stipendier som styrmedel • Vi kan använda vår egen kompetens till att skriva rapporter som kan delges medlemmarna (mot avgift?) • Vi kan nyttja de möjligheter till kommunikation med medlemmarna som sociala medier är • Vi kan ordna problembaserade möten, vi kan erbjuda vårt nätverk på uppmaning från myndigheter. • Vi kan nyttja våra nätverk utanför Sverige, t.ex. för arrangemang i Italien och i Norge. Det kräver en win/win marknadsföring. Vilka är våra argument i vårt nätverksbyggande. • Vi kan/bör ta hjälp att skärpa våra säljande argument och därmed bli bättre säljare. • Vi måste fokusera mer på unga, t.ex. genom att fånga in studenter. 	<p>Hot</p> <ul style="list-style-type: none"> • Företagen ordnar vår typ av arrangemang i egen regi • Företagen begränsar medlemmarnas deltagande i våra arrangemang. • Branschen krymper • Vi har fått en ny ägarstruktur, ibland med ledning från andra branscher. Saknar de kvalitetsaspekten? Trycker de att vår bransch är som andra?

Vision

Vi erbjuder en unik plattform för nätverksbyggande – en social dimension inkluderad – och kompetensutveckling för svensk mejeriindustri och övriga intressenter¹.

Våra värderingar

Stolthet, tradition och förmåga till förändring.

Syfte

Föreningen är en ideell förening med syfte att verka för höjande av medlemmarnas mejeritekniska kompetens så att dessa genom ökat yrkeskunnande och höjd yrkesstolthet främjar sin egen och mejeriindustrins utveckling i Sverige.

Föreningen kan medverka i kontaktskapandet mellan personer verksamma inom vår

¹ Bland Övriga intressenter kan nämnas: teknik- och tjänsteleverantörer till mejeriföretagen, skolor, högskolor och universitet som utbildar personer som arbetar inom eller förväntas arbeta inom vår bransch, myndigheter vars verksamhet direkt påverkar vår bransch.

bransch och personer som bidrar till branschens utveckling.

Målgrupp: de personer som är verksamma inom vår bransch eller som bidrar till branschens utveckling.

Övriga intressenter: de som ger ekonomiska förutsättningar för deltagande och för vilka vi måste visa att vi gör skillnad.

Framgångsfaktorer

- Vi genomför bra och intressanta besök. "vi är bra på att ordna".
- Vi är gatekeepers inom teknikområden
 - Vi kan kommunicera dessa
 - Vi väcker och initierar diskussion
- Vi levererar argument till att motivera deltagande och sponsorering av våra arrangemang
- Våra arrangemang har unika kvaliteter som det inte är lätt att få på annat sätt.
- Nya studenter ser det som självklart att bli del av vårt nätverk

Mål

1 år framåt

- A Vi har ökat andelen yngre medlemmar genom 10 nya under 40 år. På sikt ska 30 procent vara yngre
- B Vi genomför minst 2 unika arrangemang per verksamhetsår.
 - Antalet deltagare ska vara ≥ 35
 - Utvärdering ska vara $\geq 4,5$ på en 5-gradig skala
 - Kommentarer ska vara: Gör det igen!
- C MTF upplevs och värderas som ett värdefullt nätverk
- D Våra stipendier är eftertraktade och kända
 - Stipendiaterna har med dem i sina CV
 - De bidrar till vårt goda rykte
- E Våra medlemmar känner ökad stolthet för branschen
 - Pris för årets bästa examensarbete
- F Förbättra föreningens intäkter så att kapitalet bibehålls.

Aktiviteter

För mål A Öka medlemsantalet

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Medlemsförteckningen på webben sorteras om per företag och mejeri	UB och PEP	Maj 2017
2. Kursdeltagare i LTH/Livsmedelsteknikkurs erbjuds gratis 1 års medlemskap	MG	KONT
3. Studerande vid Mejeriteknik/Mejeriteknologi LTH gratis medlemskap	MG	KONT
4. Affisch med kallelsen	UB	KONT

För mål B1 Studiebesök

Aktivitet	Ansvarig	När

VERKSAMHETSPLAN 2017

1. Rise i Göteborg (fd. SIK)	BP	Maj-2017
2. BRA och Sacco i Italien ca 15 -18 september	HA	Sept-2017
3. AAK i Karlshamn	JE	Sept/Okt-2017
4. Utbildning	PEP	Nov-2017

För mål B2 Årsmötet 2018

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Vapnö/(Kvibille)(Slöinge)	BP, UB	Feb/Mars-18
2. Alternativt Stockholm Kallhäll samtidigt med Ostfestivalen	BP, UB	Feb/Mars-18

För mål C Samarrangemang/Samarbeten

Aktivitet	Ansvarig	När
1. LRF Mjolk tema Utbildning	BP	Okt-2017
2. Svenska Dryckesakademien, arr med mjölkfokus	MG/MP	Höst-2017

Mål D Stipendier

Aktivitet	Ansvarig	När
1. I år inga flera, pengarna slut	UB/PEP	KLART

Mål E Stolthet

Aktivitet	Ansvarig	När
1. Pris för bästa examensarbete	MG	Dec-2017

Mål F Budget och ekonomi

1. Budget enligt bilaga	PEP	KLART
-------------------------	-----	-------

Möteskalender för styrelsen

Alla möten är telefonmöten

- Den 20 april kl 12
- Den 18 maj kl 12
- Den 20 juni kl 12
- Den 23 augusti kl 12
- Den 13 september kl 12
- Den 18 oktober kl 12
- Den 15 november kl 12
- Den 13 december kl 12
- Den 17 januari 2018 kl 12



VERKSAMHETSPLAN 2017

Årsmötet

I perioden februari-mars 2018 Vapnö alt Stockholm

Vid datorn

Ulf Borgström
Sekreterare