



Biodlarnas medlemsundersökning 2024

På uppdrag av Sveriges Biodlares Riksförbund

2024-12-20

Rapportförfattare: Daniel Burden och Madeleine Hlawatsch

Projektledare: Henrik Svensson



Unitalent

Förord

Unitalent fungerar som en agentur och strategisk partner inom kompetensförsörjning och talangutveckling. Vi hjälper företag att tänka långsiktigt, investera i framtidens kompetens och stärka sin konkurrenskraft. Genom att kombinera vår närhet och erfarenhet av akademiska talanger med en stark förankring i det lokala näringslivet sätter vi rätt akademiska talang i rampljuset utifrån just era behov. Studien har genomförts av två studenter vid Linköpings universitet, Daniel Burden och Madeleine Hlawatsch, som båda är i sitt fjärde år på Civilingenjörsprogrammet i Industriell Ekonomi.



Unitalent

Sammanfattning

Denna medlemsundersökning genomfördes på uppdrag av Biodlarnas riksförbund med syftet att kartlägga medlemmarnas åsikter om förbundet och använda resultaten som underlag för fortsatt utvecklingsarbete. Undersökningen utfördes genom en enkät som skickades ut via e-post till medlemmarna samt genom telefonintervjuer med medlemmar utan registrerad e-postadress. Frågorna i enkäten var indelade i bakgrundsfrågor, frågor om medlemmarnas biodlingsverksamhet, deras engagemang i förbundet samt hur de föredrar att ta emot information. Särskild vikt lades vid frågor om Bitidningen, där målet var att undersöka medlemmarnas inställning till en möjlig förändring där antalet tryckta nummer minskas och fler digitala nyhetsbrev skickas ut.

Svarsfrekvensen var låg, med endast 27,8% av medlemmarna som besvarade enkäten. Resultaten jämfördes med tidigare medlemsundersökningar från 2020 och 2022, vilket visade att medlemmarnas åsikter till stor del är konsekventa över åren. Dock kan vissa skillnader bero på den lägre svarsfrekvensen i årets undersökning och en potentiellt annorlunda grupp av respondenter.

Ett framträdande resultat var att medlemmarna överlag var negativa till förändringen av Bitidningen. Många uttryckte en stark preferens för att behålla nuvarande antal tryckta nummer och var skeptiska till en övergång till fler digitala nyhetsbrev. Baserat på detta rekommenderas att förändringen inte implementeras direkt, utan gradvis och med tydlig kommunikation för att skapa acceptans och minimera motstånd.

Biodlarnas syfte är att finnas till och skapa mervärde för sina medlemmar, men utmaningen är att attrahera nya medlemmar och planera långsiktigt inför kommande medlemmar som förväntas ha en helt annan digital vana än dagens medlemmar.

I arbetet framgår att medlemmarna i Sveriges Biodlares Riksförbund är äldre, där cirka 60% är över 60 år, vilket innebär att majoriteten inte prioriterar digitala alternativ. Det är dock viktigt att förbereda för det kommande generationsskiftet, där en större andel av medlemmarna förväntas ha större vana vid digitala kommunikationssätt. Därför är det även av stor betydelse att förbättra hemsidans användarvänlighet och stärka kommunikationen via internet. Även om få medlemmar för närvarande följer Biodlarna på sociala medier, är dessa plattformar viktiga för att attrahera nya och yngre medlemmar, samt för att möta behoven hos den nya generationen som i högre grad föredrar digitala kommunikationssätt.



Unitalent

Inledning

I följande avsnitt presenteras arbetets bakgrund och syfte.

Bakgrund

Biodlarna, Sveriges Biodlares Riksförbund, är en intresseorganisation för landets biodlare. Drygt 270 lokalföreningar är idag anslutna till förbundet. Dessa är uppdelade i 25 olika distrikt och har tillsammans cirka 16 000 medlemmar, över hela Sverige.

Biodlarnas uppdrag går att sammanfatta i två olika områden, där det första handlar om att finnas till och göra nytta för biodlarna, dvs medlemmarna, och det andra att göra nytta för biodlingen. I och med detta bedriver Biodlarna ett omfattande arbete för att knyta kontakter med myndigheter och andra organisationer som kan påverka saker som har betydelse för biodlingsverksamheten. Det kan till exempel vara att påverka lagar och förordningar eller skapa ekonomiska resurser för medlemmarnas-, föreningarnas- eller distriktens verksamhet. Det kan också vara att marknadsföra biodlingen så att fler blir intresserade att bli biodlare.

Förbundet är medlem i några internationella biodlarorganisationer och genom medlemskap i Lantbrukarnas Riksförbund är förbundet även företrätt i COPA/COGECA som arbetar i Bryssel och kan på så vis påverka de beslut som fattas där, som berör biodlingen.

Syfte

Syftet med denna rapport är att kartlägga medlemmarnas synpunkter på förbundets arbete och använda resultaten som underlag för framtida utveckling. Undersökningen fokuserar på särskilt på Bitidningens popularitet och framtida roll.



Unitalent

Metod

I följande avsnitt presenteras hur arbetet har genomförts. Avsnitten som följer behandlar datainsamling, enkätutformning, databearbetning och potentiella felkällor.

Datainsamling

Datainsamlingen gjordes genom en webbenkät och telefonintervjuer. Webbenkäten skickades ut via e-post till alla medlemmar i förbundet som hade en e-postadress registrerad. Totalt skickades enkäten till 13 952 medlemmar och genererade 3882 svar, vilket är en svarsandel på 27,8 procent. Detta är en minskning på 7,2 procentenheter jämfört med senaste undersökningen. Enkäten var öppen mellan den 2024-11-05 och 2024-12-01 och utöver det inledande e-postmeddelandet skickades en påminnelse. Telefonintervjuer genomfördes slumpmässigt på medlemmar utan registrerad e-post. Totalt genomfördes 10 stycken telefonintervjuer.

För att möjliggöra en jämförelse och analys av utvecklingen i förbundet har även resultatet av medlemsundersökningen som genomfördes år 2022 och 2020 används. Hänsyn har dock tagits till att enkäterna inte är identiska och att flera frågor tagits bort eller byts ut.

Utformning av enkät och telefonintervjuer

Enkäten som användes i denna undersökning är baserad på den som användes vid medlemsundersökningen som genomfördes år 2022, men har modifierats efter förbundets nuvarande behov och feedback från den tidigare undersökningen. Enkätverktyget Survey&Report har använts vid utformning av enkäten. Enkäten skickades ut via Biodlarnas riksförbunds e-post i form av en länk med förhoppning om en högre svarsfrekvens.

Enkäten bestod av 21 frågor samt följdfrågor till några av dessa, frågorna är indelade i fyra kategorier:

- Bakgrund
- Biodlarens verksamhet
- Medlemskap och engagemang i förbundet
- Informationsspridning i förbundet



Unitalent

Bakgrundsfrågorna har använts för att analysera svaren och se trender i hur medlemmarna har svarat, och behandlar bland annat respondentens ålder, distriktstillhörighet och år som biodlare. Därefter följer frågor som rör biodling och medlemskapet i Biodlarnas riksförbund.

Frågelogik har tillämpats för att säkerställa att respondenterna besvarade samtliga 21 frågor. Följdfrågorna var endast aktuella beroende på hur respondenten svarade på föregående fråga. Till exempel behövde en respondent som säljer honung svara på följdfrågor om honungsförsäljning, medan de som inte säljer honung automatiskt skickas vidare till nästa relevanta fråga. Detta har även använts för att minimera bortfall i frågesvaren genom att hålla enkäten relevant för respondenterna.

Frågorna bestod antingen av envalsfrågor, där endast ett svarsalternativ kunde väljas, eller flervalsfrågor, som tillät respondenterna att välja flera svarsalternativ. Procentsatserna som redovisas för flervalsfrågorna anger andelen respondenter som valde respektive alternativ i förhållande till det totala antalet som besvarade frågan. Detta innebär att summan av procentsatserna kan överstiga 100%. Vissa frågor var dessutom fritextfrågor, där respondenterna hade möjlighet att lämna öppna svar i form av egen text.

Telefonintervjuerna fokuserar på den intervjuades bakgrund, såsom ålder, distrikt och antal år som biodlare. Därefter ställdes frågor om deras inställning till mer digitala alternativ.

Databearbetning

I enkäten ingick frågor med text svar. Till analysen med fritextsvar har både word clouds och word trees använts. Word clouds fyller funktionen att redovisa de mest frekventa orden som respondenterna använt i fritextsvar. Det går inte att säga något om i vilken kontext orden är sagda, av den anledningen kompletteras analysen av fritextsvar med word trees. I ett word tree får man se vilka sekvenser av ord som är vanligast och kan därigenom se sammanhanget som ordet används i. Utöver word cloud och word trees har fritextsvaren ytterligare studerats i Microsoft Excel för att komplettera de två verktygen.

Felkällor

I en statistisk undersökning som denna finns det en mängd olika felkällor som kan påverka resultatet i större eller mindre utsträckning. I denna rapport är det framförallt möjligheten att nå önskad målgrupp som behöver tas hänsyn till. I detta arbete har vi arbetat för att minimera effekterna av dessa områden i så stor utsträckning som möjligt men vissa områden bör ändå belysas.



Unitalent

Det finns en viss problematik kopplad till att det inte finns e-postadresser tillhörande alla medlemmar hos Biodlarna. Då enkäten endast sändes ut via e-post blir det inte möjligt för medlemmar utan en registrerad e-post hos Biodlarna att svara på enkäten. Dock har det annonserats om medlemsundersökningen både på Biodlarnas hemsida och i Bitidningen, vilket gör att medlemmar utan registrerad e-post haft möjlighet att åtgärda detta. I och med att enkäten främst skickas ut digitalt kan detta medföra att de som svarade på formuläret är personer som är mer digitalt aktiva vilket kan ha en påverkan på resultatet.

Ytterligare en felkälla var att vid utskicket av påminnelserna gick det inte att exkludera personer som redan svarat på enkäten. Detta kan leda till att vissa personer svarar på enkäten flera gånger men detta minimeras genom att förtydliga i utskicket att enkäten enbart ska besvaras en gång. Detta ledde dock till att enbart en påminnelse skickades ut vilket kan vara en anledning till den låga svarsfrekvensen.



Unitalent

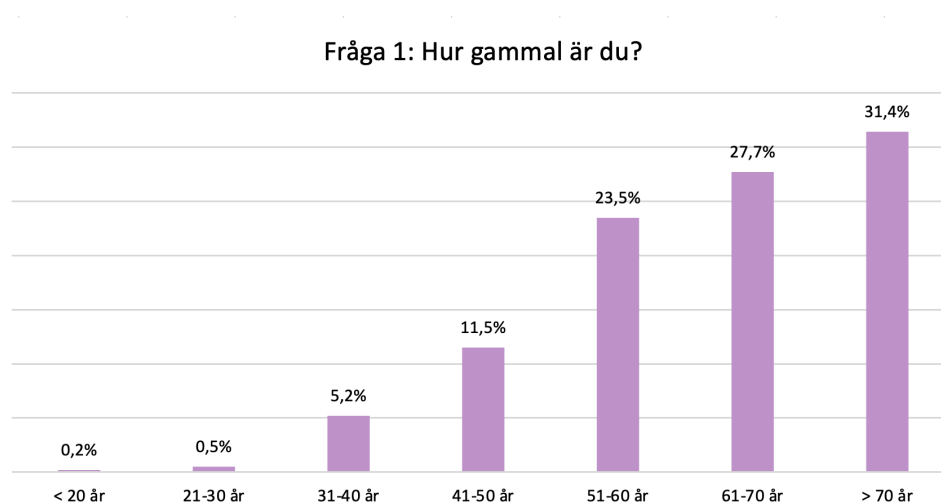
Resultat

I kommande avsnitt presenteras rapportens resultat. Först redovisas bakgrundsfrågor, därefter följer en genomgång av Biodlarnas verksamhet, medlemmarnas engagemang i förbundet samt frågor om informationsspridning. Därefter kommer ett avsnitt som innehåller svar på frågor från telefonintervjuer. För frågor med svarsalternativ på en femgradig skala tolkas värden över tre som positiva, medan värden under tre betraktas som negativa.

Enkät svar - Bakgrundsfrågor

Fråga 1: Hur gammal är du?

Den största deltagande åldersgruppen är över 70 år, tätt följt av 61-70 år. Snittåldern för de svarande är cirka 62 år, räknat på mitten av varje åldersspann.



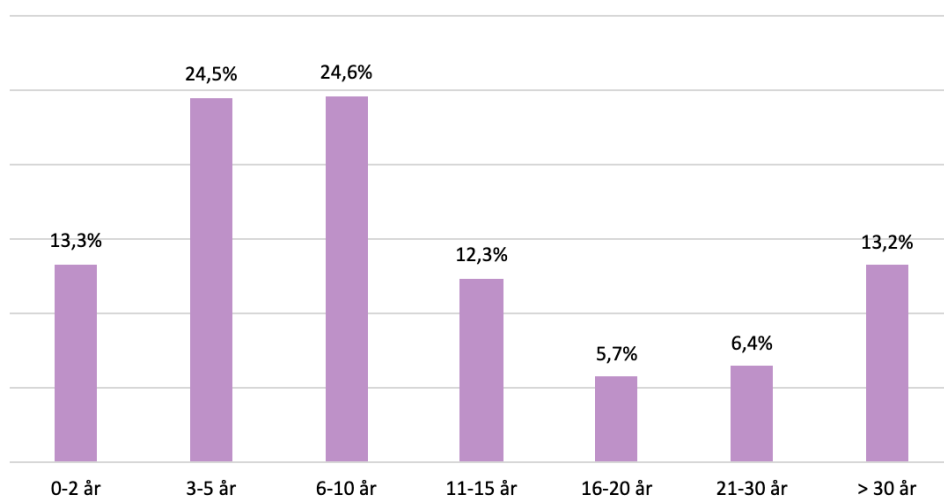


Unitalent

Fråga 2: Under hur många år har du varit biodlare?

Resultatet visar att de flesta medlemmarna har varit biodlare i 3-10 år, där de två största grupperna utgörs av 24,5% som har varit biodlare i 3-5 år och 24,6% i 6-10 år. Endast 13,3% av medlemmarna har varit biodlare i 0-2 år. Resterande 37,6% har varit biodlare i mer än 10 år.

Fråga 2: Under hur många år har du varit biodlare?



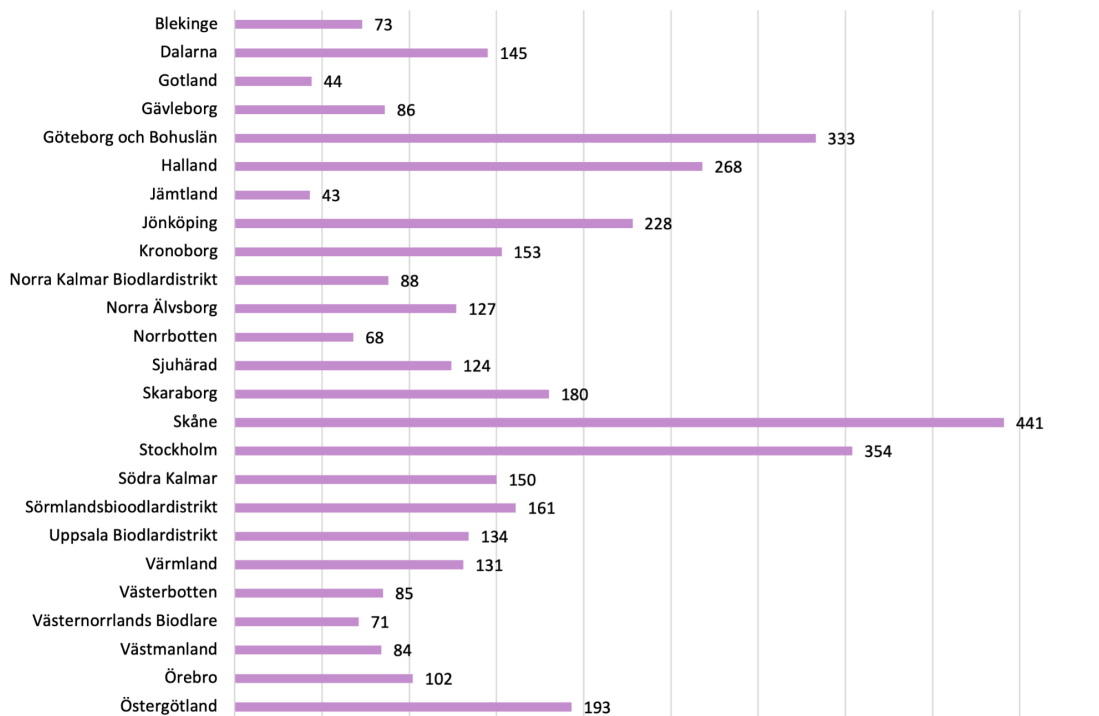


Unitalent

Fråga 3: Till vilket distrikt tillhör den lokalförening du tecknat ditt medlemskap i?

De flesta medlemmarna är fördelade över distrikten Skåne med 11,4%, Stockholm med 9,2% och Göteborg och Bohuslän med 8,6%. Mindre distrikt som Jämtland med 1,1% och Gotland med 1,2% har betydligt färre medlemmar. Resultatet visar en bred geografisk spridning av medlemmar över hela landet.

Fråga 3: Till vilket distrikt tillhör den lokalförening du tecknat ditt medlemskap i?





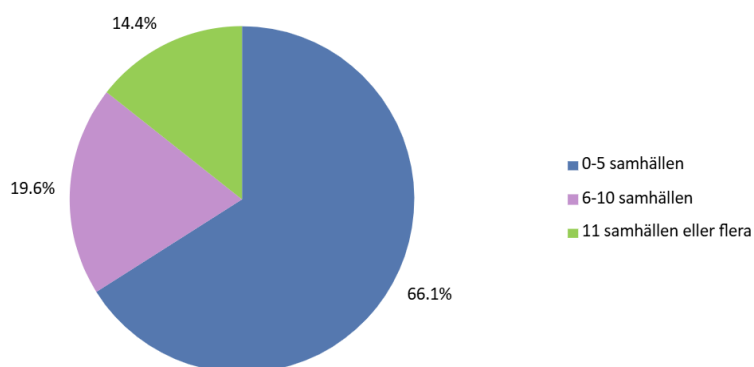
Unitalent

Enkät svar - Biodlarens verksamhet

Fråga 4: Hur många bisamhällen har du i dagsläget?

En majoritet av medlemmarna, 66,1%, har 0-5 bisamhällen, vilket visar att många är småskaliga biodlare. Nästan en femtedel, 19,6%, har 6-10 bisamhällen, medan 14,4% har 11 eller fler bisamhällen. Resultatet indikerar att majoriteten av medlemmarna driver biodling i mindre skala.

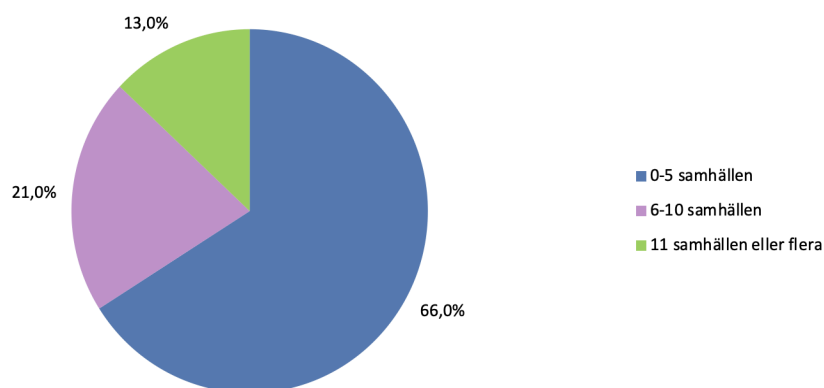
Fråga 4: Hur många bisamhällen har du i dagsläget?



Fråga 5: Hur många samhällen tror du att du kommer ha om 4 år?

En stor andel av medlemmarna, 66,0%, tror att de kommer att ha 0-5 bisamhällen om fyra år, vilket speglar en fortsatt liten skala för många. Samtidigt förväntar sig 21,0% att ha 6-10 bisamhällen, och 13,0% ser sig själva ha 11 eller fler bisamhällen.

Fråga 5: Hur många samhällen tror du att du kommer ha om 4 år?

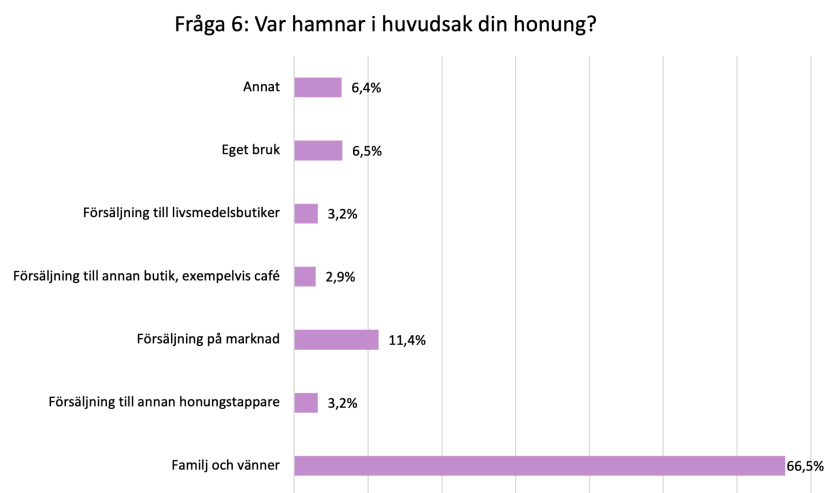




Unitalent

Fråga 6: Var hamnar i huvudsak din honung?

Denna fråga, som var en envalsfråga, syftade till att kartlägga den huvudsakliga användningen av honungen. En majoritet av medlemmarna, 66,5%, uppger att deras honung främst går till familj och vänner. De näst mest populära svaren var försäljning på marknad, med 11,4% svarsandel, samt eget bruk, med 6,5%. 6,4% av medlemmarna svarade annat.



Bland respondenter som svarade annat var de vanligaste orden: försäljning, familj, grannar och vänner. Många nämner försäljning via gårdsbutiker samt till vänner, familj, grannar och allmänheten.

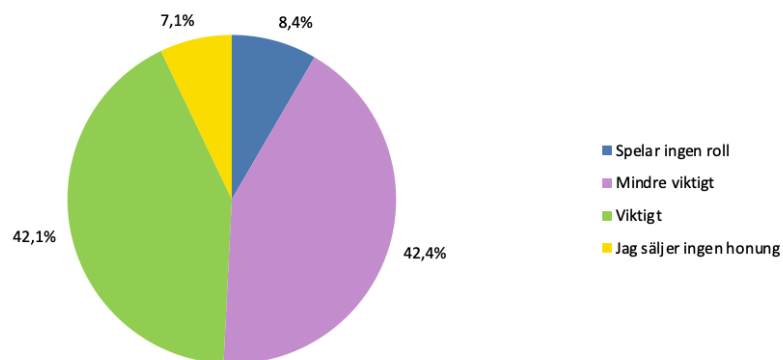
Fråga 7: Hur viktigt är honungens försäljningspris för dig?



Unitalent

Medlemmarna är delade när det gäller hur viktigt honungens försäljningspris är vilket visas i diagrammet. Nästan lika stora andelar tycker att priset är viktigt, 42,1%, och mindre viktigt, 42,4%. Endast 8,4% anser att priset inte spelar någon roll, medan 7,1% uppger att de inte säljer någon honung. Detta pekar på att prisfrågan är relevant för många, men inte avgörande för alla.

Fråga 7: Hur viktigt är honungens försäljningspris för dig?



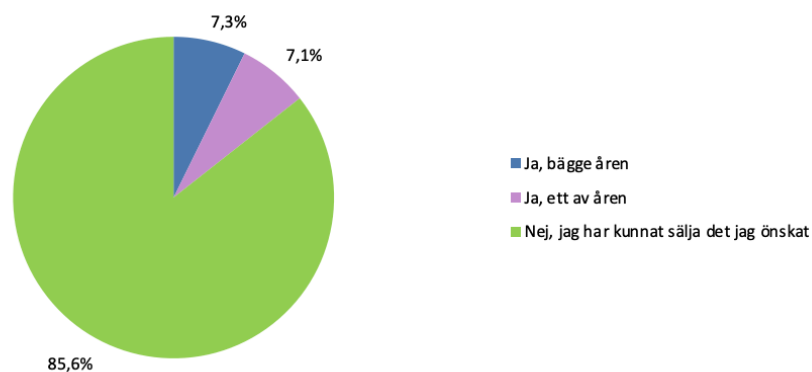


Unitalent

Följdfråga: Har du haft svårigheter med att sälja din honung under de två senaste åren?

Följdfrågan besvarades av de respondenter som valde alternativen viktigt, mindre viktigt och spelar ingen roll i *Fråga 7*, det vill säga medlemmar som säljer honung. Resultatet visar att de flesta medlemmar, 85,6%, inte har haft några svårigheter med att sälja sin honung under de två senaste åren. Dock uppger 7,3% att de haft svårigheter båda åren, och 7,1% har haft svårigheter under ett av åren. Detta indikerar att försäljningsproblem är relativt ovanliga men ändå förekommer hos en mindre del av medlemmarna.

Följdfråga: Har du haft svårigheter med att sälja din honung under de två senaste åren?





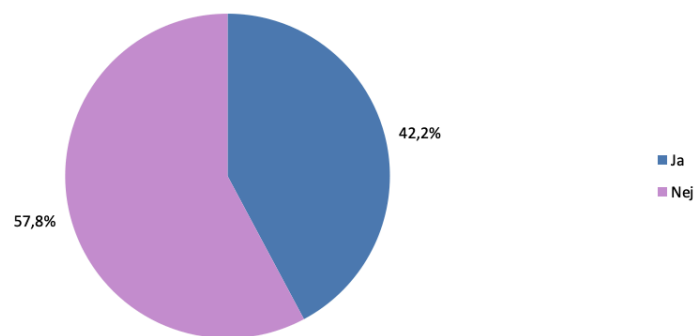
Unitalent

Enkät svar - Medlemskap och engagemang i förbundet

Fråga 8: Deltar du i aktiviteter som arrangeras av ditt distrikt?

42,2% av medlemmarna deltar i aktiviteter som arrangeras av deras distrikt, medan en majoritet på 57,8% inte deltar, enligt diagrammet.

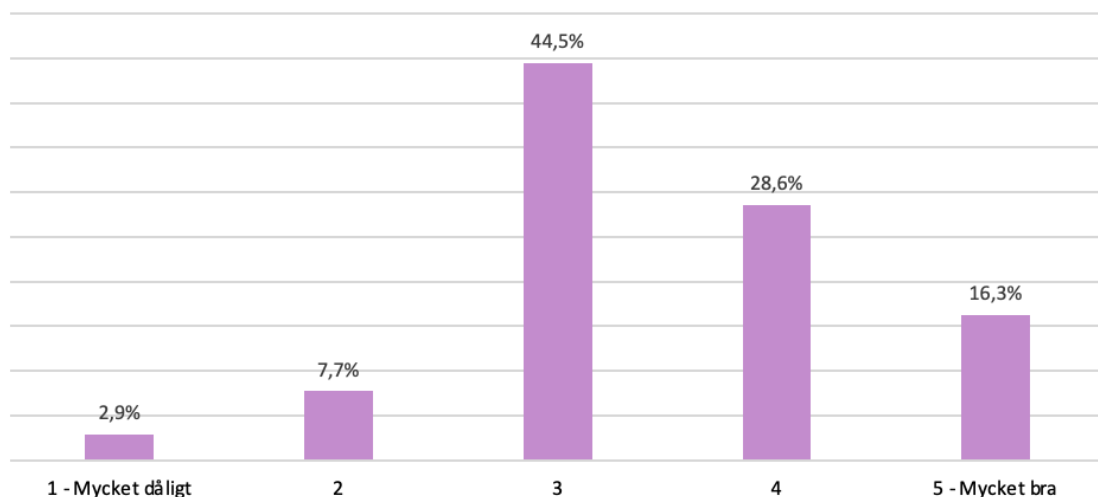
Fråga 8: Deltar du i aktiviteter som arrangeras av ditt distrikt?



Fråga 9: Vad tycker du om arbetet inom distriktet?

Majoriteten av respondenterna, 44,5%, ger arbetet inom distriktet betyget 3 på en skala från 1 till 5. En större andel, 44,9%, ger positiva omdömen med betyg 4 eller 5, medan endast 10,6% ger negativa omdömen med betyg 1 eller 2. Medelvärde bland de som besvarat frågan är 3,5.

Fråga 9: Vad tycker du om arbetet inom distriktet?



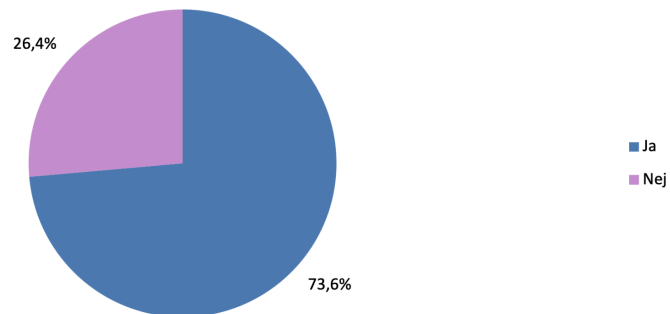


Unitalent

Fråga 10: Deltar du i aktiviteter som arrangeras av din lokalförening?

En stor majoritet av medlemmarna, 73,6%, deltar i aktiviteter som arrangeras av deras lokalförening, medan 26,4% inte deltar vilket presenteras i diagrammet.

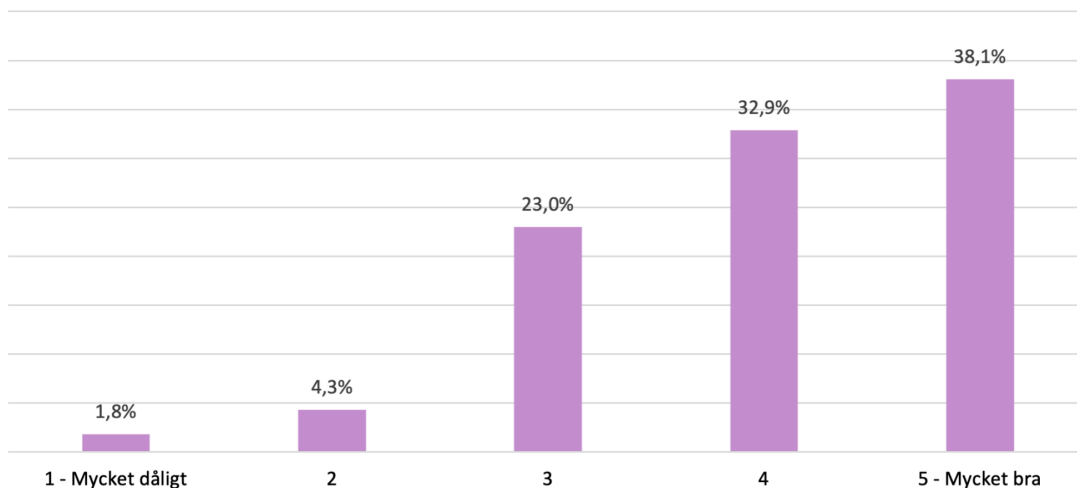
Fråga 10: Deltar du i aktiviteter som arrangeras av din lokalförening?



Fråga 11: Vad tycker du om arbetet i lokalföreningen?

Resultatet visar att arbetet i lokalföreningarna uppskattas av många medlemmar. På skalan 1-5 gav 38,1% betyget 5 och 32,9% gav betyget 4, vilket visar en stark positiv uppfattning. Endast 1,8% anser att arbetet är mycket dåligt och gav betyg 1 och 4,3% ger betyget 2. Medelvärde av de som besvarat frågan är 4. Detta visar att lokalföreningarna generellt sett utför ett arbete som medlemmarna värdesätter högt.

Fråga 11: Vad tycker du om arbetet i lokalföreningen?



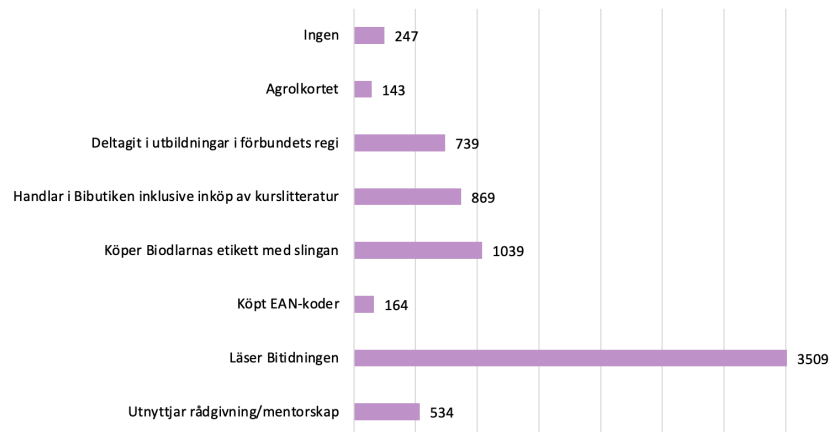


Unitalent

Fråga 12: Vilka av följande medlemsförmåner från Biodlarna har du använt eller använder du just nu?

Den mest använda medlemsförmånen är Bitidningen, vilket 90,4% av respondenterna uppgav, vilket tydligt visar dess betydelse för medlemmarna. Andra populära förmåner är Biodlarnas etikett med slingan, som används av 26,8%, Bibutiken, som utnyttjas av 22,4%, och utbildningar, som 19,0% anger. Endast 6,4% uppger att de inte använder några medlemsförmåner alls.

Fråga 12: Vilka av följande medlemsförmåner från Biodlarna har du använt eller använder du just nu?



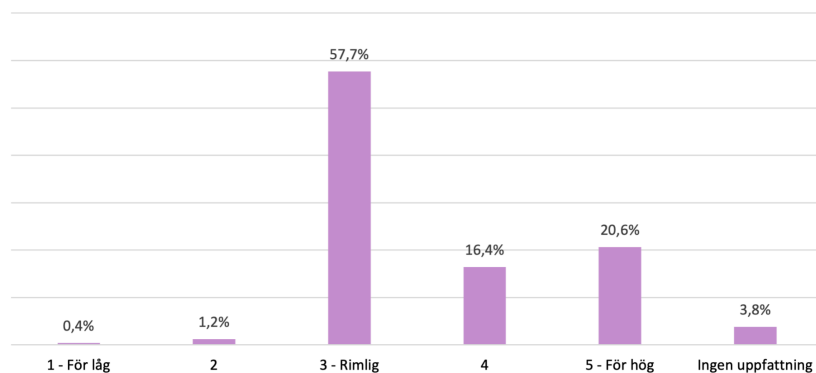


Unitalent

Fråga 13: Vad anser du om nivån på den årliga medlemsavgiften?

En majoritet av medlemmarna, 57,7%, anser att den årliga medlemsavgiften är rimlig. 0,4% tycker att avgiften är för låg, medan 20,6% upplever den som för hög. Endast 3,8% uppger att de inte har någon uppfattning. Medelvärde för frågan på skalan 1-5 är 3,7. Detta tyder på att de flesta medlemmar är nöjda med avgiftsnivån men en del anser att den är för hög.

Fråga 13: Vad anser du om nivån på den årliga medlemsavgiften?

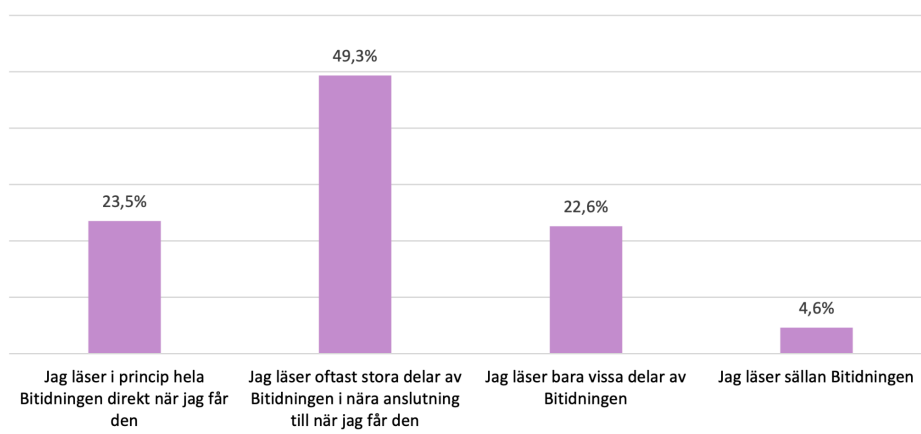


Enkät svar - Informations spridning i förbundet

Fråga 14: Hur brukar du läsa Bitidningen?

En stor andel av medlemmarna, 49,3%, ofta läser stora delar av Bitidningen kort efter att de fått den. 23,5% läser hela tidningen direkt. Cirka 22,6% läser endast vissa delar, medan en liten andel, 4,6%, sällan läser tidningen. Detta indikerar att Bitidningen är en viktig informationskälla för de flesta medlemmar, även om engagemangsnivån varierar.

Fråga 14: Hur brukar du läsa bitidningen?

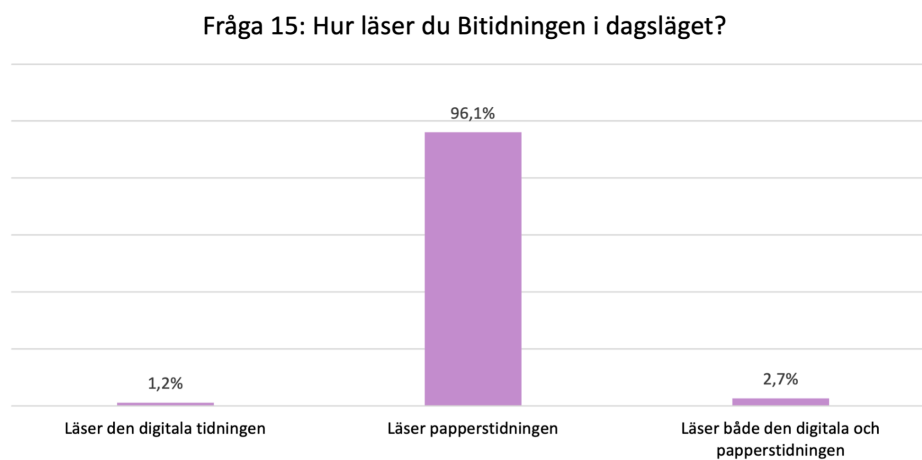




Unitalent

Fråga 15: Hur läser du Bitidningen i dagsläget?

Resultatet visar att en överväldigande majoritet av medlemmarna, 96,1%, läser Bitidningen som papperstidning. Endast 1,2% läser den digitala versionen, medan 2,7% kombinerar både digital och fysisk läsning. Detta visar att papperstidningen är det klart dominerande formatet och fortfarande föredras av nästan alla medlemmar.



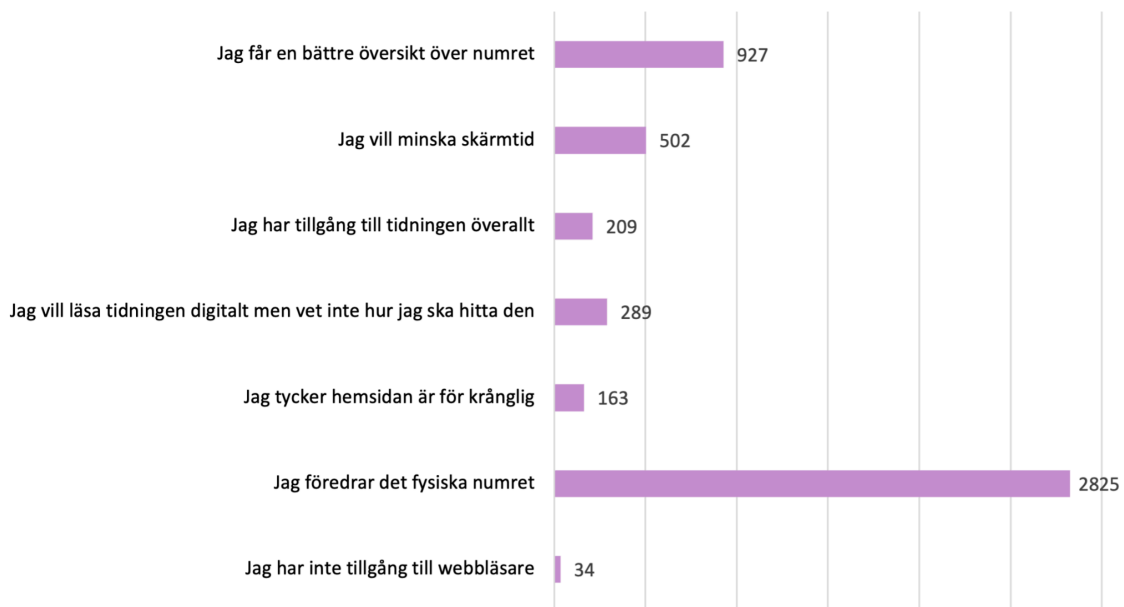


Unitalent

Följdfråga: Varför läser du inte tidningen digitalt?

Denna följdfråga ställdes endast till medlemmar som i *Fråga 15* angav att de läser papperstidningen. Resultatet visar att den främsta anledningen till att medlemmarna inte läser tidningen digitalt är att de föredrar det fysiska numret, vilket 76,0% av respondenterna angav. Andra vanliga orsaker är att pappersformatet ger en bättre översikt, vilket 25,0% besvarade, och en minskad skärmtid, som angavs av 13,5%. En mindre andel, 7,8%, vill läsa tidningen digitalt men vet inte hur de ska hitta den, och 4,4% anser att hemsidan är för krånglig.

Följdfråga: Varför läser du inte tidningen digitalt?



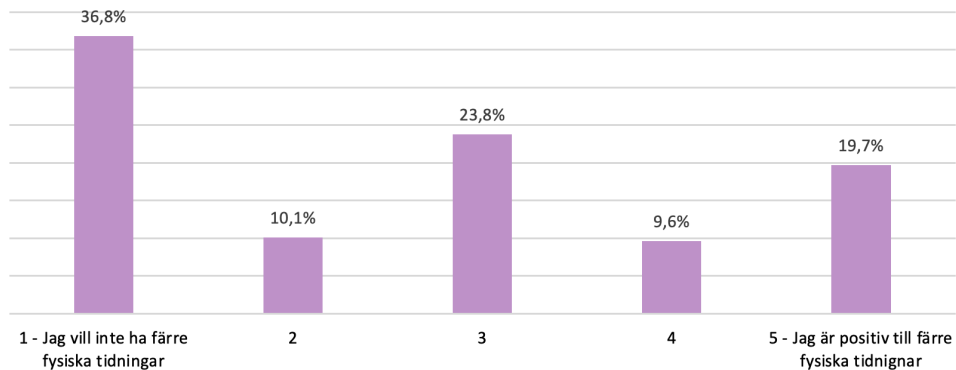


Unitalent

Fråga 16: Hur ser du på en förändring där vi minskar antalet nummer av Bitidningen, men istället skickar ut fler digitala nyhetsbrev för att spara miljö och pengar?

En betydande andel, 36,8%, av medlemmarna vill inte ha färre fysiska nummer av Bitidningen enligt diagrammet nedan. Andelen som befinner sig på den positiva delen av skalan, som angav betygen 4 och 5 på skalan 1-5, är 29,3%. Respondenterna på den negativa delen av skalan med betyg 1 och 2 motsvarar 46,9%. Medelvärdet för de som besvarat frågan är 2,7. Detta indikerar att många medlemmar är mer emot förändringen.

Fråga 16: Hur ser du på en förändring där vi minskar antalet nummer av Bitidningen, men istället skickar ut flera digitala nyhetsbrev för att spara miljö och pengar?



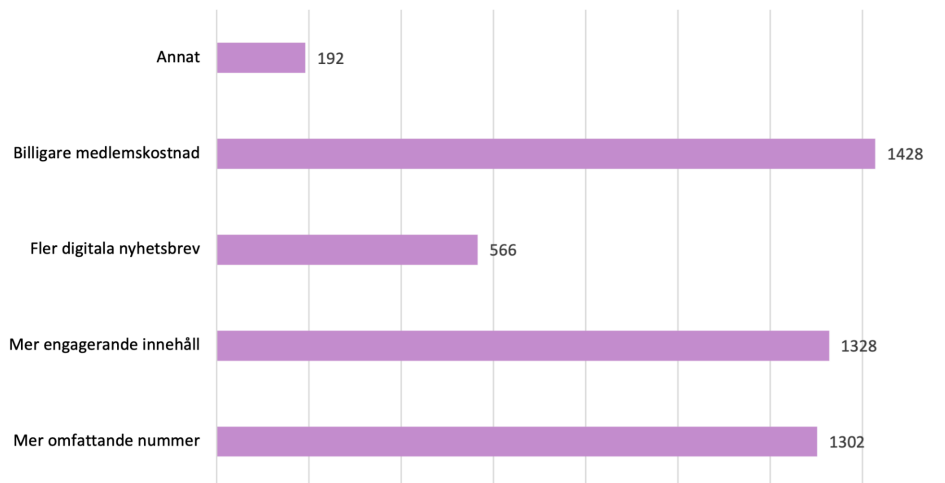


Unitalent

Fråga 17: Vad är det viktigaste för dig om antalet nummer av Bitidningen skulle minska?

Resultatet visar att det viktigaste för medlemmarna, om antalet nummer av Bitidningen skulle minska, är billigare medlemskostnad, vilket prioriteras av 37,0%. 34,3% prioriterar mer engagerande innehåll, och 33,7% vill ha mer omfattande nummer. Endast 14,7% föredrar fler digitala nyhetsbrev, medan 5,0% anger annat.

Fråga 17: Vad är det viktigaste för dig om antalet nummer av Bitidningen skulle minska?



Bland respondenter som svarade annat var majoriteten negativa till förändringen, med nej som ett vanligt förekommande ord. Många ansåg att tidningen är en central del av medlemskapet och att färre nummer skulle minska deras intresse för att vara medlemmar. Några uttryckte att de inte längre skulle se värdet i medlemskapet. Samtidigt betonade en grupp miljöaspekten som något viktigt, där ordet miljö ofta nämndes.

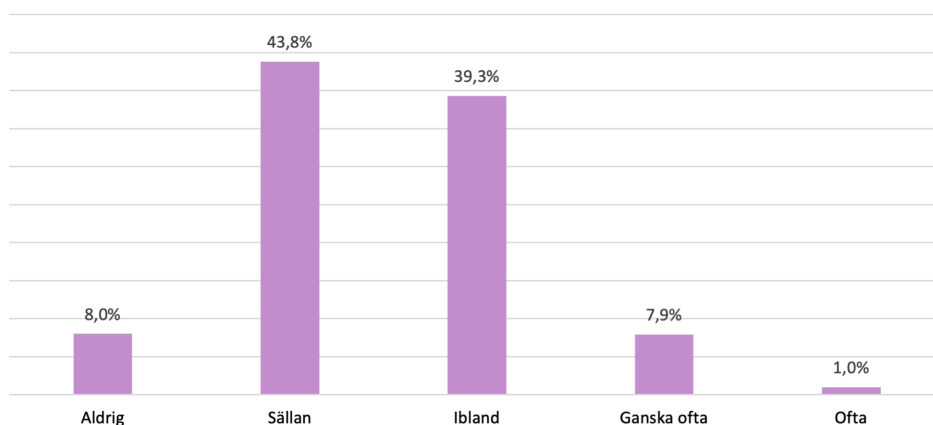


Unitalent

Fråga 18: Hur ofta besöker du biodlarna.se?

Majoriteten av medlemmarna, 43,8%, besöker sällan biodlarna.se. 39,3% av medlemmarna besöker ibland hemsidan, 7,9% besöker sidan ganska ofta, och 1,0% gör det ofta. Samtidigt anger 8,0% att de aldrig besöker hemsidan. Detta visar att hemsidan används relativt sällan av många medlemmar.

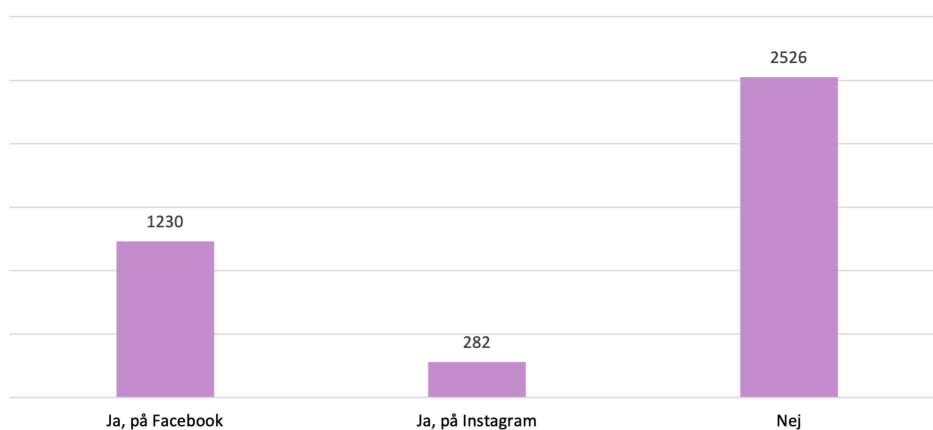
Fråga 18: Hur ofta besöker du biodlarna.se?



Fråga 19: Följer du Biodlarna på Sociala medier?

Diagrammet presenterar att en majoritet, 65,3%, inte följer Biodlarna på sociala medier. Av dem som följer Biodlarna är 31,8% via Facebook och 7,3% via Instagram.

Fråga 19: Följer du biodlarna på Sociala medier?



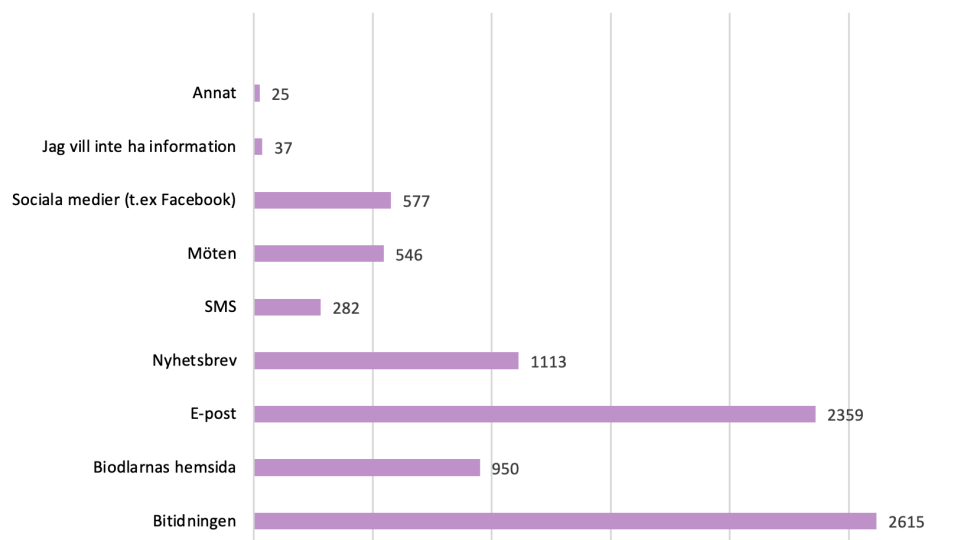


Unitalent

Fråga 20: Hur vill du få information från Biodlarna?

Bitidningen är den mest föredragna informationskanalen som 67,4% föredrar, följt av e-post med 60,8%. Andra populära informationskanaler är nyhetsbrev som föredras av 28,7%, Biodlarnas hemsida med 24,5% och sociala medier med 14,9%. Endast 0,6% av medlemmarna uppger att de inte vill ha någon information. Andelen som svarade annat fick skriva in ett textsvar där vanliga förekommande ord var Bitidningen samt e-mail.

Fråga 20: Hur vill du få information från Biodlarna?



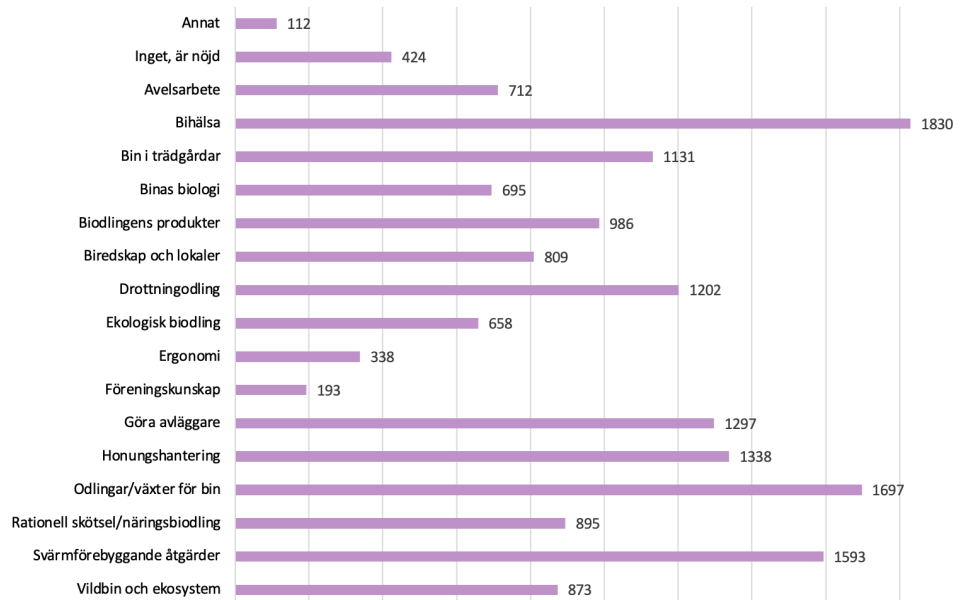


Unitalent

Fråga 21: Vilka ämnen inom biodling skulle du vilja lära dig mer om?

Det mest efterfrågade ämnet inom biodling är bihälsa, vilket 47,1% av respondenterna angav. Detta följs av odlingar och växter för bin, som efterfrågas av 43,7%, och svärmförebyggande åtgärder, som är intressant för 40,8% . Ämnen som honungshantering, som valts av 34,5%, göra avläggare, med 33,4%, och drottningodling, med 31,0%, är också populära. Svartalernativet annat fylldes i av 2,9% av respondenterna.

Fråga 21: Vilka ämnen inom biodling skulle du vilja lära dig mer om?



Medlemmarna som svarade annat vill lära sig om varroabekämpning kopplat till praktiska metoder, behandlingsfria alternativ och internationella lösningar. De efterfrågar kunskap om vaxhantering kopplat till återanvändning och att skapa produkter som ljus och bivaxdukar. Ämnen som invintring, biprodukter, försäljning och fler vetenskapliga artiklar är också populära.



Unitalent

Telefonintervjuer

Hur gammal är du?

De svarande varierade i ålder, med den yngsta på 51 år och den äldsta på 85 år. Den genomsnittliga åldern bland de svarande var cirka 68 år.

Hur länge har du varit biodlare?

En stor del av de intervjuade, 40,0%, har varit biodlare i 19-25 år. 20,0% av de intervjuade har varit biodlare i mer än 50 år. De intervjuade som har kortast biodlingserfarenhet har varit biodlare i 3-5 år vilket är 10,0% samt 6-10 år som motsvaras av 30%.

Hur många bisamhällen har du haft?

En majoritet av medlemmarna, 70,0%, har 0-5 bisamhällen, vilket tydligt visar att många bedriver biodling i liten skala. En mindre andel, 10,0%, har 6-10 bisamhällen, medan 20,0% har 11 eller fler. Flera av de intervjuade nämnde dock att de tidigare haft fler bisamhällen, och en person berättade att de vid en tidpunkt hade så många som 40.

Var hamnar din honung?

Majoriteten av de svarande använder sin honung för eget bruk, vilket gäller för 60,0%. 80,0% av de svarande ger bort honungen till vänner, grannar eller familj. Dessutom säljer 60,0% sin honung, antingen direkt till bekanta eller på marknader.

Vilka medlemsförmåner har du använt eller använder dig av i dagsläget?

Samtliga respondenter uppgav att de har läst Bitidningen och ser den som en förmån från Biodlarna. Två av respondenterna angav dock att de har läst tidningen tidigare men inte gör det längre. Bland de mindre populära förmånerna nämndes nyhetsutskick, utbildningar, möten och köp av glasburkar.

Hur läser du Bitidningen i dagsläget?

90,0% av de svarande uppgav att de läser Bitidningen i pappersformat, medan resterande 10,0%, motsvarande en person, läser den både i fysiskt och digitalt format.

Hur ser du på en förändring där vi minskar antalet nummer av Bitidningen, men istället skickar ut fler digitala nyhetsbrev för att spara miljö och pengar?

Av de svarande uppgav 40,0% att de var positiva till förändringen. 10,0% ansåg att det inte spelade någon större roll för dem, och ytterligare 10,0% uttryckte att förändringen skulle vara acceptabel så länge tillräckligt många tidningar fortfarande skickades ut. Samtidigt var



Unitalent

20,0% mindre positivt inställda till förändringen. De sista 20,0% uppskattade initiativet för dess miljöfördelar, men framhöll att de själva har svårt att läsa på internet.

Vad är de viktigaste för dig om antalet nummer av Bitidningen skulle minska?

50,0% av de svarande angav att det antingen inte spelar någon roll för dem eller att de är osäkra. 30,0% önskade högre kvalitet på tidningarna, medan 20,0% efterfrågade mer omfattande nummer. Bland de mindre populära förslagen nämndes att säkerställa tillgång till samma information som tidigare, en förbättrad och mer användarvänlig hemsida, samt ett lättillgängligt nyhetsbrev.

Hur ofta besöker du biodlarna.se?

50,0% av de svarande uppgav att de sällan besöker biodlarna.se, medan 20,0% angav att de aldrig gör det, varav en person angav att anledningen är att de saknar en dator. De resterande svarande uppgav att de besöker hemsidan ibland.

Hur vill du få information från Biodlarna?

I denna fråga kunde de intervjuvade ha flera svar. 80,0% av de svarande önskar få information via Bitidningen. 60,0% föredrar även att få information från biodlarna.se. 30,0% uppgav att de vill ha information via e-post. Utöver detta nämnde en person sociala medier och en annan möten som önskade informationskanaler.



Unitalent

Analys

I detta avsnitt presenteras en analys av enkätsvaren och telefonintervjuerna. Först jämförs årets resultat med tidigare undersökningar för att identifiera eventuella förändringar över tid. Därefter visualiseras utvalda enkätsvar för att belysa variationer mellan olika variabler. Avslutningsvis genomförs en fördjupad analys av Bitidningen samt en genomgång av svaren från telefonintervjuerna.

Jämförelse med tidigare undersökningar

I detta avsnitt jämförs årets enkätresultat med resultaten från 2020 och 2022. Årets svarsfrekvens var 3 882 av 13 952 medlemmar. Detta innebär en minskning jämfört med 2022 då 5 077 av 14 574 medlemmar svarade, och 2020 då 6 905 av 13 520 deltog. Årets enkät ger därav inte en fullständig representation av medlemmarna, utan troligen reflekterar svaren åsikterna hos några av de mest engagerade medlemmarna.

En sannolik förklaring till den lägre svarsfrekvensen i årets undersökning är skillnader i utskicksstrategi. År 2022 låg enkäten ute under en längre period, och fler påminnelser skickades ut. Denna mer intensiva strategi ändrades efter klagomål från vissa medlemmar om för många utskick från Biodlarna. Möjligtvis kan detta ha påverkat den låga svarsfrekvensen.

Bakgrundsfrågor

Medelåldern bland biodlarna i denna undersökning är 62 år, vilket är två år högre än 2022 då medelåldern var 60 år. År 2020 var medelåldern 57 år. Detta indikerar att medelåldern i föreningen har varit relativt stabil men har ökat något de senaste åren. Som i tidigare rapporter kan det konstateras att majoriteten av medlemmarna finns i distrikten Skåne, Göteborg och Bohuslän samt Stockholm.

Årets undersökning visar att cirka 49,1% av medlemmarna har varit biodlare i 3-10 år vilket liknar resultaten från 2022. Däremot, en tydlig skillnad mellan åren är att fler medlemmar nu har varit biodlare i över 10 år och andelen som har varit biodlare i mindre än 3 år har minskat. År 2020 utgjorde majoriteten medlemmar med 0-5 års erfarenhet. Vidare indikerar detta att fler medlemmar idag har längre erfarenhet av biodling.



Unitalent

Biodlarens verksamhet

Årets enkät visar att 66,1% av medlemmarna har 0-5 bisamhällen. Detta är en ökning från 62,0% år 2022 och 66,0% år 2020, vilket tyder på att respondenterna i årets undersökning generellt har färre bisamhällen. Dessutom förväntar sig 66,0% att de kommer att ha 0-5 bisamhällen om fyra år vilket liknar dagens nivåer av bisamhällen. Det innebär dock inte att medlemmarna saknar ambition att öka antalet bisamhällen, eftersom intervallet 0-5 kan inkludera både nuvarande nivåer och planerade ökning, till exempel från 1-2 till 4-5 bisamhällen.

Biodlarnas honung används främst av familj och vänner, säljs på marknader eller används för eget bruk. Tidigare år var det en flervalfråga men i år är det en envalsfråga vilket gör direkta jämförelser svåra. Det kan dock konstateras att dessa tre användningsområden även tidigare har varit de mest förekommande.

7,1% av respondenterna uppger att de inte säljer honung, jämfört med 9,0% år 2022 och 24,0% år 2020. Detta visar att andelen medlemmar som inte säljer honung är lägre i år. När det gäller prisfrågan anser 42,4% att priset är mindre viktigt och 42,1% att det är viktigt. Detta markerar en ökning av prisets betydelse jämfört med 2022, då andelarna var 46,0% respektive 35,0%.

85,6% av de som säljer honung uppger att de inte haft några problem med försäljningen vilket ligger i linje med 2022 års resultat på 86,0%.

Medlemskap och engagemang i förbundet

42,2% av medlemmarna deltar i distriktets aktiviteter, medan 57,8% inte gör det. Jämfört med tidigare år har deltagandet ökat något, från 32,0% år 2020 och 36,0% år 2022. Denna ökning kan kopplas till att samhället successivt återgått till det normala efter pandemin. Eftersom pandemin främst påverkade äldre, är det rimligt att medlemmar med en medelålder på 62 år valde att vara extra försiktiga.

Engagemanget är högre i lokalföreningarna än distriktet, där 73,6% av medlemmarna deltar. Detta är en ökning från 68,0% år 2020 och 71,0% år 2022. Medlemmarna är även mer nöjda med lokalföreningarnas arbete, vilket återspeglas i ett medelvärde på 4,0 inom skalan 1-5, jämfört med distriktens medelvärde på 3,5. Den högre nöjdheten med lokalföreningarna kan förklara det högre deltagandet.



Unitalent

Bitidningen är den mest uppskattade förmånen för medlemmarna. Därefter följer biodlarnas etikett med slinga, Bibutiken och utbildningar. Dessa förmåner har varit bland de mest populära även i tidigare medlemsundersökningar, med Bitidningens popularitet som en stabil och framträdande faktor genom åren.

I årets rapport uppfattas medlemsavgiften huvudsakligen som rimlig, vilket 57,7% av respondenterna anger. Tidigare medlemsundersökningar har också visat att majoriteten anser avgiften vara rimlig, men årets resultat visar en ökning av andelen som upplever avgiften som för hög.

Informationsspridning i förbundet

Fler medlemmar besöker biodlarna.se i jämförelse med medlemsundersökningen år 2022. Andelen som besöker sidan ibland, ganska ofta och ofta har ökat jämfört med 2022, även om majoriteten fortfarande gör det sällan.

Medlemmarna föredrar främst Bitidningen som informationskanal följt av e-postutskick, nyhetsbrev och hemsidan. Detta överensstämmer med resultaten från tidigare medlemsundersökningar. Nyhetsbrevet, som är ett nytt svarsalternativ i årets undersökning, har visat sig vara uppskattat av medlemmarna.

Många medlemmar vill fördjupa sin kunskap om biodling. Mest efterfrågade områden är bihälsa, odlingar och växter för bin, samt svärmförebyggande åtgärder. Dessa områden var även populära svarsalternativ i tidigare medlemsundersökningar.



Unitalent

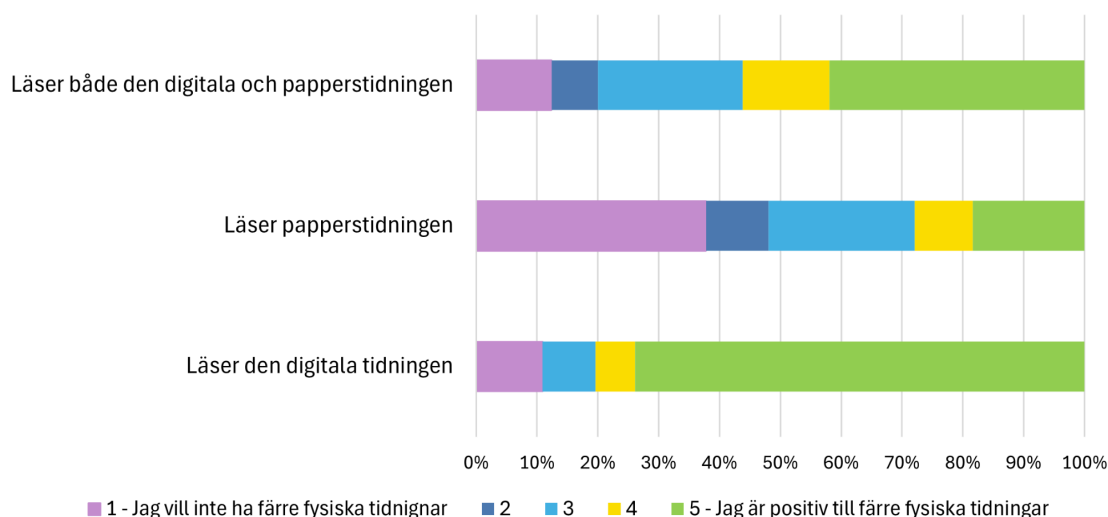
Visualisering av resultat

För att studera samband i enkäten har ytterligare diagram tagits fram, som visar på egenskaper hos respondenter och samband mellan olika frågor.

Samband kring en förändring där antalet nummer av Bitidningen minskar

Diagrammet visar sambandet mellan medlemmarnas läsvanor av Bitidningen och deras inställning till en förändring där antalet fysiska tidningar minskar, men där flera digitala nyhetsbrev skickas ut. Diagrammet visar att medlemmar som läser den digitala tidningen är mest positiva till en förändring med 81% som angav betyg 4 och 5. Medelvärdet är 4.3. Även de som läser både digitalt och på papper är övervägande positiva med ett medelvärde på 3,7. Däremot är medlemmar som enbart läser papperstidningen betydligt mer negativa, med ett medelvärde på 2,6. Eftersom denna grupp utgör hela 96,1% av respondenterna reflekterar deras motstånd majoritetens åsikt.

Samband mellan hur medlemmarna läser Bitidningen och hur de ställer sig till en förändring där antalet nummer av Bitidningen minskar men instället skickas fler digitala nyhetsbrev ut

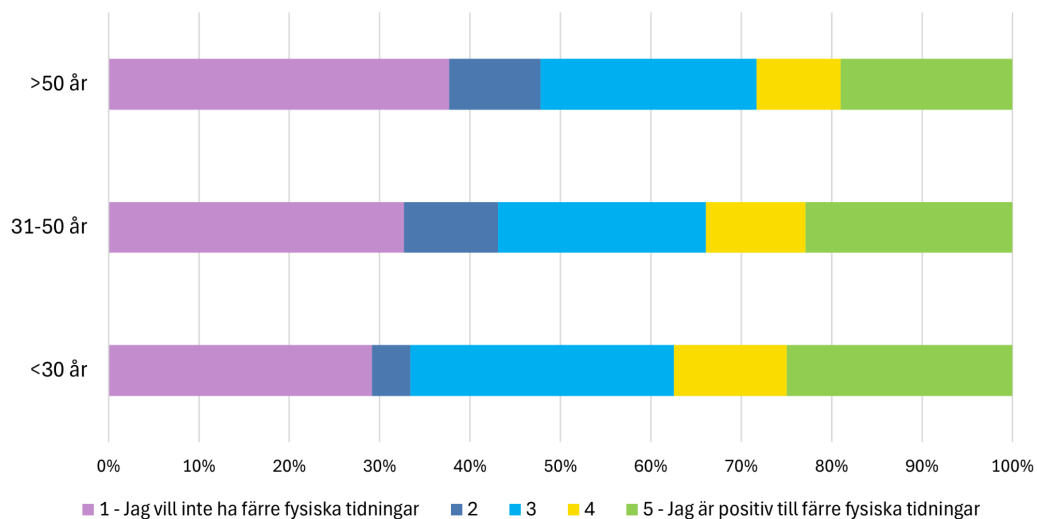




Unitalent

Nedan illustreras sambandet mellan ålder och inställning till en förändring där antalet nummer av Bitidningen minskar och ersätts av fler digitala nyhetsbrev. Resultatet visar att yngre medlemmar generellt är mer positiva till denna förändring. Medelvärdet för medlemmar under 30 år är 3,0, för gruppen 31-50 år 2,8 och för de över 50 år 2,6. Detta indikerar att yngre medlemmar, sannolikt på grund av sin större vana vid digitala format, är mer öppna för förändringar. Eftersom medelåldern bland medlemmarna är 62 år, tillhör majoriteten de grupper som är mest negativa till förändringen. Detta är en viktig faktor att överväga vid framtida beslut.

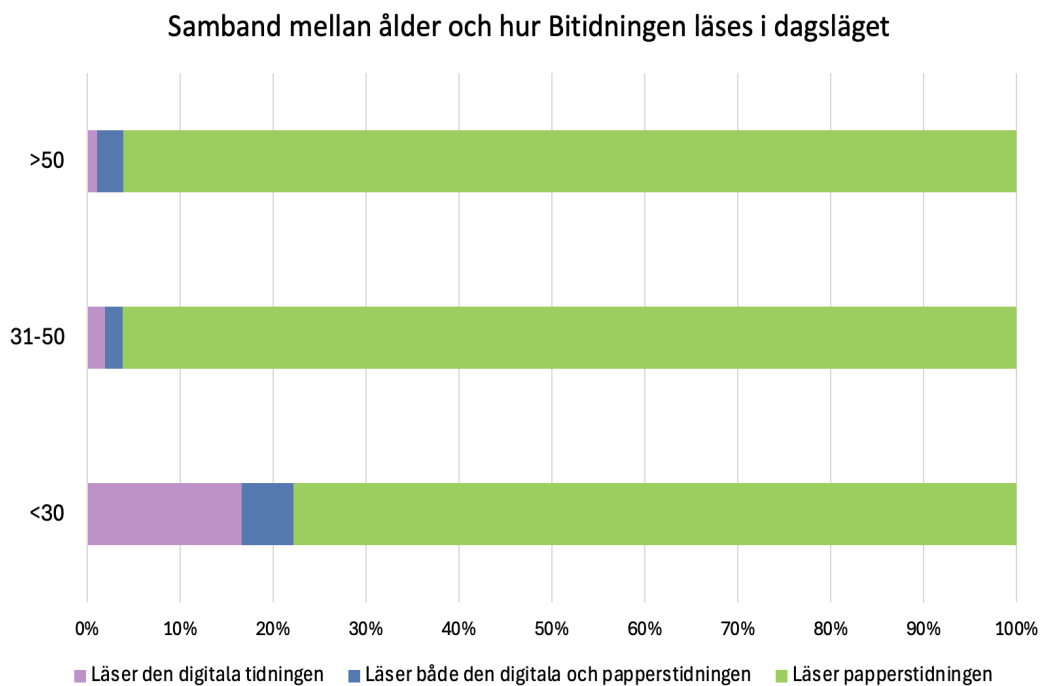
Samband mellan ålder och hur de ställer sig till en förändring där antalet nummer av bitidningen minskar men instället skickas fler digitala nyhetsbrev ut





Unitalent

Sambandet mellan ålder och hur medlemmen läser Bitidningen presenteras i diagrammet nedan. Majoriteten av medlemmarna, oavsett ålder, föredrar papperstidningen. Medlemmar under 30 år använder dock den digitala tidningen i högre utsträckning än äldre grupper och är också de som oftast kombinerar den digitala och fysiska versionen. Bland medlemmar i åldersgruppen 31-50 år är andelen som läser digitalt något högre jämfört med den äldre gruppen. Däremot är medlemmar över 50 år de som främst föredrar papperstidningen och minst använder den digitala versionen.



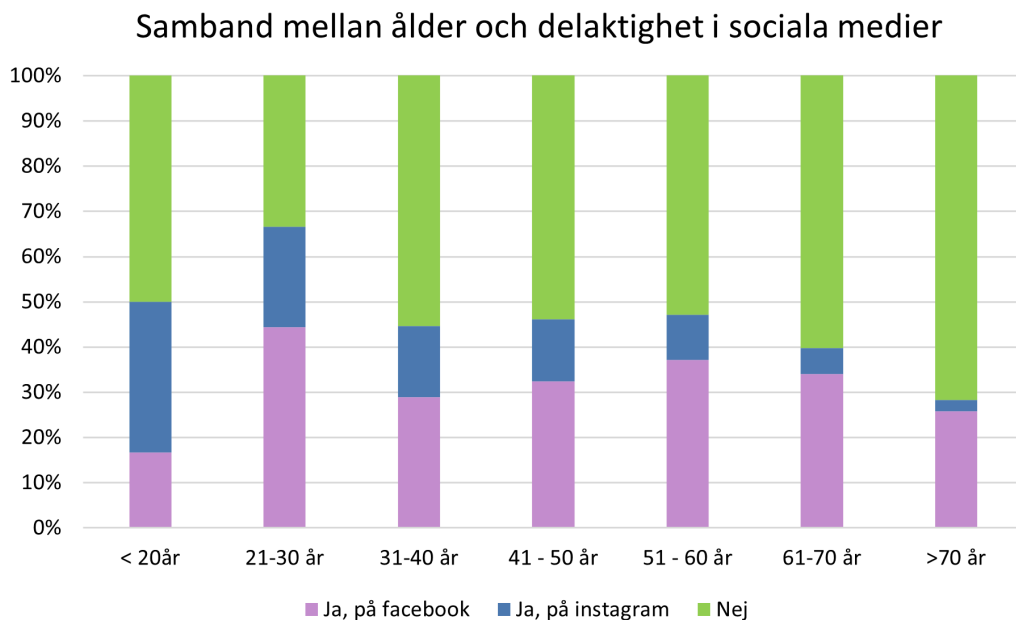


Unitalent

Samband kring ålder och sociala medier

Respondenternas användning av Biodlarnas sociala mediekonton är låg, då 65,3% inte följer dem. Detta illustreras i diagrammet nedan, som visar sambandet mellan ålder och medlemmarnas användning av sociala medier. Ett tydligt mönster framträder: ju högre ålder, desto färre medlemmar följer Biodlarna på sociala medier. Diagrammet visar också att Facebook är den mest populära plattformen i alla åldersgrupper utom under 20 år, där Instagram föredras. Instagram har generellt låg användning men är något mer populärt bland yngre medlemmar. Eftersom majoriteten av medlemmarna är äldre är sociala medier en mindre effektiv informationskanal, och Facebook framstår som ett bättre alternativ än Instagram.

Sociala medier har stor potential att användas mer effektivt för att attrahera nya och yngre medlemmar, då plattformarna möjliggör en mer kontinuerlig och engagerande dialog med målgruppen. Eftersom den nuvarande medlemsbasen är äldre, förväntas nästa generationsskifte innebära en ökad vana vid digitala kommunikationssätt. Detta indikerar att digitala kanaler kommer att bli allt viktigare i framtiden.





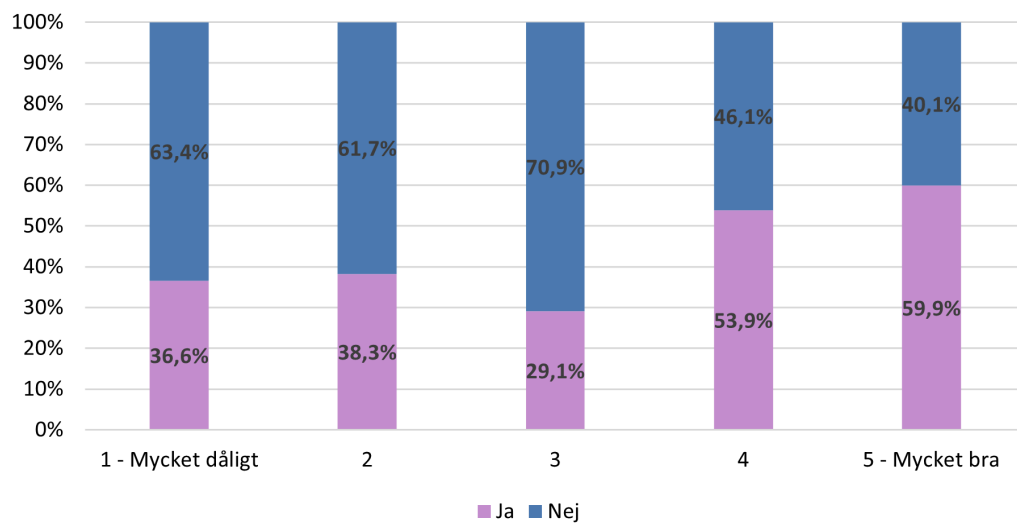
Unitalent

Samband kring frågor gällande distrikt och lokalföreningar

Sambandet mellan medlemmarnas uppfattning om distriktets arbete och deras engagemang i distriktets aktiviteter har analyserats med data från *Fråga 8* och *Fråga 9*. Diagrammet visar tydligt att den procentuella andelen som deltar i distriktets aktiviteter ökar med varje steg på en skalan från 1 till 5, vilket tyder på att en positiv uppfattning om distriktets arbete främjar deltagande.

Ett undantag finns dock bland respondenterna som gav betyget 3, där deltagandet är lägst. Detta kan bero på att dessa medlemmar saknar en tydlig uppfattning om distriktets arbete och därför väljer de mellersta alternativet.

Samband mellan uppfattning av arbetet i distriktet och engagemang i distriktet



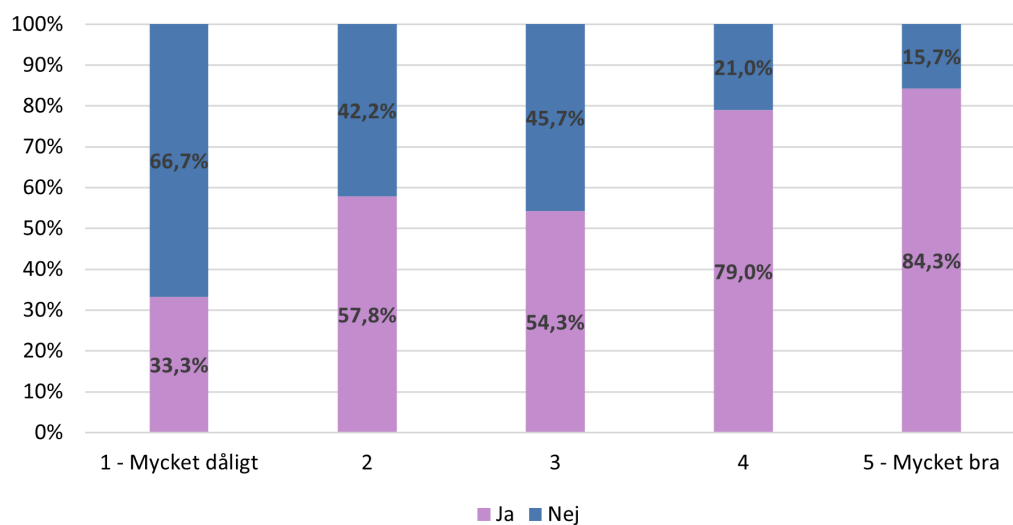


Unitalent

En liknande analys har gjorts för lokalföreningarna med data från *Fråga 10* och *Fråga 11*. Engagemanget i lokalföreningarnas aktiviteter är generellt högre än för distrikten, vilket framgår av diagrammet. Medlemmar som deltar i aktiviteter tenderar att ge en mer positiv bedömning av föreningens arbete. Bland de som gav betyg 4 och 5 deltog 79% respektive 84,3% i aktiviteter, vilket starkt indikerar att engagemang leder till en mer positiv inställning.

Även här finns en avvikelse vid betyget 3, där andelen som deltar är 54,3%, vilket är lägre än för högre betyg. Precis som för distrikten kan detta bero på att respondenter med betyget 3 saknar en tydlig åsikt om föreningens arbete.

Samband mellan uppfattning av arbetet i lokalföreningen och engagemang i lokalföreningen





Unitalent

Bitidningens roll och framtida utveckling

I årets medlemsundersökning har det fokuserats på hur Bitidningen används och medlemmarnas syn på en förändring där antalet nummer av Bitidningen minskar men istället skicks fler digitala nyhetsbrev ut.

Nuvarande situation

Tidningen har en hög användningsgrad och är uppskattad av många medlemmar. Majoriteten läser hela eller stora delar av tidningen, medan endast 4,6% sällan tar del av den. Detta visar på tidningens betydelse som en viktig medlemsförmån.

Bitidningen är den mest använda medlemsförmånen och läses av nästan alla medlemmar, där pappersformatet är det mest populära. Endast 1,2% av medlemmarna läser Bitidningen digitalt. Många föredrar papperstidningen för dess fysiska format, som upplevs ge bättre översikt och minskar skärmtiden. En mindre andel av medlemmarna vet inte hur man hittar den digitala tidningen, och vissa upplever att hemsidan är för svår att navigera.

Syn på förändring

När det gäller medlemmarnas inställning till att minska antalet tryckta nummer och ersätta dem med digitala nyhetsbrev är åsikterna blandade. 36,8% negativa till en sådan förändring, medan endast 19,7% är positiva. Medelvärde på skalan är 2,7, vilket tyder på en neutral till något negativ inställning. Detta innebär att en snabb och omfattande förändring sannolikt skulle möta motstånd. I fritextsvaren uttrycktes även negativ kritik mot denna förändring, där vissa medlemmar uppgav att de inte skulle se något värde i medlemskapet om antalet tryckta nummer av Bitidningen minskade. I telefonintervjuerna var medlemmarna mer positiva till förändringen, vilket kan bero på att den presenterades med en tydligare förklaring.

Om förändringen skulle inträffa är det viktigaste för medlemmarna lägre medlemskostnader, mer engagerande innehåll och mer omfattande nummer, inte flera digitala nyhetsbrev.

Rekommendationer

Förslaget om att minska antalet tryckta nummer till förmån för fler digitala nyhetsbrev möttes med skepticism. Fler respondenter uttryckte missnöje än nöjdhet, och i fritextsvaren framkom att flera medlemmar övervägde att lämna föreningen om en sådan förändring genomfördes. Därför bör denna förändring inte införas direkt, utan snarare gradvis.



Unitalent

Medlemsbasen består av en åldrande målgrupp vilket gör en gradvis förändring mer relevant. Vid nästa generationsskifte kommer fler medlemmar sannolikt vara vana vid digitala kommunikationssätt, vilket kan leda till en minskad prioritering av papperstidningen och en större efterfrågan på digitala alternativ. Därför kan det vara klokt att påbörja övergången redan nu, men samtidigt behålla papperstidningen för att tillgodose behoven hos de nuvarande medlemmarna. En sådan balanserad strategi kan både tillfredsställa de befintliga medlemmarna och gradvis anpassa förbundet till framtidens behov.

En gradvis implementering kan ske genom att introducera digitala nyhetsbrev som ett komplement, snarare än en ersättning, för att vänja medlemmarna vid digitala format och successivt öka acceptansen. För att underlätta övergången bör den digitala versionens användarvänlighet och tillgänglighet förbättras, eftersom vissa medlemmar tycker att den digitala tidningen är krånglig att använda eller inte vet hur man hittar den. Förslag på åtgärder inkluderar att skapa ett lättnavigerat digitalt arkiv och skicka påminnelser via e-post när nya nummer publiceras.

Vid denna gradvisa förändring kan det även vara viktigt att tydligt kommunicera förändringsförslaget till medlemmarna och ge en klar bild av vad det innebär. Detta inkluderar information om hur många tryckta nummer som skulle minska, hur många fler nyhetsbrev det skulle resultera i, samt vilka fördelar detta kan innebära för medlemmarna. Att lyfta fram aspekter som medlemmarna prioriterar t ex, miljöfördelar, lägre medlemskostnader, mer engagerande innehåll och mer omfattande nummer. Detta kan bidra till att skapa en mer positiv inställning till förändringen. Eftersom de intervjuade medlemmarna fick en tydligare förklaring och visade större positivitet, kan detta potentiellt bidra till en mer positiv inställning överlag.

Telefonintervjuer

Medelåldern för telefonintervjuerna är högre än för enkätsvaren, med 68 år jämfört med 62 år. De intervjuade har också längre erfarenhet som biodlare, där majoriteten har varit aktiva i 16-20 år, jämfört med 6-10 år i enkätsvaren. Dessutom har de intervjuade färre bisamhällen i dagsläget än enkätdeltagare, flera förklarade även att de tidigare haft betydligt fler. Detta indikerar att respondenterna utan registrerad e-post generellt är äldre, har längre erfarenhet av biodling, men att de successivt har minskat sin aktiva verksamhet och därmed antalet bisamhällen.

De svarandes honung hamnar främst hos vänner eller familj, som försäljning och eget bruk vilket även stämmer överens med enkätsvaren. De kan även konstateras att i båda



Unitalent

undersökningarna är det Bitidningen som är den mest populära förmånen. Majoriteten av båda undersökningarna läser Bitidningen i pappersformat.

De intervjuade föredrog att få information främst genom Bitidningen, vilket överensstämmer med resultaten från enkäten. En stor andel uppgav också att de vill få information via biodlarna.se, och tre personer nämnde e-post som önskad kanal. Det är anmärkningsvärt, eftersom dessa personer inte har en registrerad e-postadress i systemet, vilket tyder på att de kanske saknar teknisk kunskap och kan behöva stöd för att använda digitala kanaler.



Unitalent

Slutsats

Denna medlemsundersökning har gett viktig information om medlemmarnas uppfattningar och preferenser. Särskilt fokus har lagts på frågor om engagemang, informationskanaler, och förändringar av Bitidningen.

Många av respondenternas svar överensstämmer med tidigare medlemsundersökningar, vilket visar att dessa områden bör fortsätta prioriteras eftersom de har varit populära under en lång period och haft stöd av en klar majoritet av medlemmarna över åren. Detta inkluderar exempelvis önskemål om att lära sig mer om bihälsa, odlingar och växter för bin samt svärmförebyggande åtgärder. Biodlarna bör också fortsätta att prioritera informationskanaler som Bitidningen, e-post och hemsidan, som genomgående har varit uppskattade. Årets undersökning visar dessutom en hög popularitet för nyhetsbrev, vilket också bör ges ökad uppmärksamhet i framtiden. Eftersom majoriteten av medlemmarna inte följer Biodlarna på sociala medier borde denna kanal inte vara huvudfokus utan snarare ett komplement med facebook i fokus. Sociala medier kan vara en viktig kanal för att attrahera nya och yngre medlemmar i framtiden. Dessutom, eftersom allt fler är vana vid digitala kommunikationssätt, kommer detta bli särskilt betydelsefullt vid nästa generationsskifte.

Små avvikelser i resultaten från tidigare år bör inte ges för stor betydelse, eftersom den lägre svarsfrekvensen i årets undersökning innebär att inte alla medlemmars åsikter är representerade.

Frågan om att minska antalet tryckta nummer av Bitidningen och ersätta dessa med fler digitala nyhetsbrev har väckt blandade reaktioner. Majoriteten av medlemmarna är negativa till en sådan förändring, och vissa uttryckte i fritextsvaren att de skulle lämna föreningen om detta genomförs. Det är tydligt att en sådan förändring inte bör införas snabbt, utan istället implementeras gradvis genom att nyhetsbreven introduceras som ett komplement. En gradvis implementering är viktig både för att möta den framtida ökade efterfrågan på digitala alternativ och för att samtidigt tillgodose behoven hos de befintliga medlemmarna. För att öka acceptansen kan föreningen förbättra hemsidans användarvänlighet och ge tydlig information om fördelarna med förändringen, såsom lägre medlemskostnader eller miljövinster. Erfarenheter från telefonintervjuerna visar att medlemmar som fick en tydligare förklaring av förändringen var mer positiva till förslaget.

Telefonintervjuerna bekräftade att äldre medlemmar, särskilt de utan registrerad e-post, är mer passiva och har minskat sin biodlingsverksamhet över tid. Det framgick att vissa av dessa medlemmar önskade e-post som informationskanal, vilket är anmärkningsvärt med



Unitalent

tanke på att de saknar registrerade e-postadresser. Detta pekar på ett behov av tekniskt stöd för äldre medlemmar.