

Landbruget som drivkraft for social inklusion og mental trivsel

Hovedformål med visionen

Indsatsen har til formål at etablere en tværsektoriel – helst offentligt eller delvist offentligt drevet – ramme for sociale landbrug. Rammen skal understøtte samarbejder mellem landbrugssektoren og relevante aktører om undervisnings-, arbejdsmarkedsrettede og

sociale indsatser for unge og voksne med behov for særlige hensyn. Staten eller en national fond fastlægger de overordnede rammer og kvalitetskrav, mens den konkrete drift forankres lokalt. Indsatsen kan indledes med forsøgsprojekter i udvalgte kommuner og suppleres af målrettede forskningsmidler

til beskæftigelse og uddannelse via landbrug og natur.

Definition af socialt landbrug

Socialt landbrug er en bred betegnelse for landbrugsvirksomheder, der kombinerer traditionel landbrugsdrift med sociale

formål. Disse landbrug skaber muligheder for meningsfuld beskæftigelse, uddannelse og fællesskab for mennesker, som har behov for særlige støtteordninger eller ønsker at indgå i et inkluderende fællesskab på landet. Socialt landbrug kan derfor bidrage til både lokal udvikling, social inklusion og personlig trivsel.



Fokusområder

1. En social jordbrugskordinator

En social jordbrugskordinator i kommunen, der fungerer som fast koordinerende bindeled og varetages af en fast person. Koordinatoren matcher ideelt set borgere og landmænd i samarbejde med en kontaktperson i en lokal landbrugsforening. De har tilsammen indgående kendskab til landmanden, produktionen og borgernes behov og kan samle sager fra jobcenter, FGU og socialpsykiatri.

2. Anerkendelse og finansiering af de sociale indsatser f.eks. mentorrollen på landbruget

Landmanden eller den ansvarlige på bedriften skal kunne fungere som borgerens mentor i stedet for en kommunal mentor. Mentortimerne skal derfor kunne overføres fra kommunen til landbruget, så landmanden

honoreres for opgaven. Mentorrollen skal betragtes som en faglig og social kerneopgave i indsatsen – ikke som en frivillig eller ekstra service – og indgå på lige fod med øvrige beskæftigelses- og sociale indsatser.

3. Afstand og transport er en reel stopklods

For borgere på kanten af samfundet er transport ofte en udfordring for at kunne arbejde på et landbrug. Lange afstande gør det svært at møde stabilt op, og mange falder fra. Omvendt viser erfaringer fra Norge, at flere lokale gårde med tilbud i samme kommune gør en reel forskel så lokalsamfundet bindes bedre sammen gennem lokal, borgernær service. Samtidig findes der allerede i Danmark eksempler på sociale landbrug, der tilbyder lokale undervisnings- og aktivitetstilbud som STU (særligt tilrettelagt ungdomsuddannelse for unge med særlige behov), besøgs gård, gårdbutik og privat gårdbørnehave.

4. Uddannelsestilbud for landmænd

Der etableres målrettede frivillige efteruddannelsestilbud for landmænd i pædagogisk og social praksis, fx via AMU, landbrugsskoler eller tilsvarende uddannelsesmiljøer. Formålet er at styrke landmændenes green care kompetencer i arbejdet med borgere med forskellige sociale, uddannelsesmæssige og personlige udfordringer.

5. Varig beskæftigelse koster – men betaler sig

Tilbud, der reelt kan bringe borgere på kanten af samfundet videre mod varig beskæftigelse, tager tid og koster penge. Alligevel opleves det, at nogle kommuner primært ser på lav pris frem for kvalitet. Landbrug er rigtige arbejdspladser med ansvar og krav, men behandles ikke altid sådan i sociale indsatser. Der er behov for større anerkendelse af, at kvalitet og effekt hænger sammen – og at sociale landbrug først og fremmest er arbejdspladser, ikke billige alternativer.

6. En fælles national mærkningsordning

Green Care Netværket har udviklet og afprøvet fem pejlemærker for god green care-praksis, som kan danne grundlag for etableringen af en fælles national mærkningsordning. Pejlemærkerne omfatter:

- Udvikling og transparens i tilbuddets indsatser, økonomi og evaluering.
- Sikkerhed for deltagere og medarbejdere.
- Dyrevelfærd, når dyr indgår i indsatsen.
- Naturforbundethed, herunder ansvar for og understøttelse af levende natur og biodiversitet.
- Troværdighed i kommunikation og markedsføring.