

Innovationscenter
for Økologisk Landbrug

Rapport

Om landmandens medievaner

Oktober 2022



**Funded by
the European Union**

NextGenerationEU

Hvordan kan vi bedst
muligt sætte viden om
økologi i spil hos
landmanden?

Introduktion.

Der er lavet flere undersøgelser af landmænds medievaner, med forskellige vinkler og udgangspunkter, og en af hovedkonklusionerne er altid, at deres vaner faktisk ikke adskiller sig markant fra de fleste andres.

Så hvordan finder man en model for, at komme ud med ny og vigtig viden om økologi på en måde, der sikrer at den viden faktisk kommer i brug ude i de økologiske landbrug? Hvornår, hvor og hvordan skal man udforme og lancere viden, så vi faktisk hjælper den enkelte økolog i praksis?

Det har vi søgt at finde nogle svar på i denne undersøgelse, med udgangspunkt i observationer, interviews og spørgeskemabesvarelser fra økologiske landmænd, rådgivere og eksperter. Og selvom de *er* meget som alle andre, er der nogle pointer og retningslinier, der kan gøre viden mere relevant og brugbar i praksis. Disse vil vi skitsere i det følgende.



Sådan har vi grebet undersøgelsen an.

Vi har i denne undersøgelse vægtet det kvalitative højt, for at få en dybere forståelse af landmandens hverdag og rutiner.

Det har vi søgt indsigt i gennem observationer hos og interviews med landmænd, rådgivere og eksperter, for derefter at kvantificere nogle af de indsigter det gav, gennem en spørgeskemaundersøgelse.

Vi har mødt og talt med 22 landmænd, rådgivere og eksperter i den kvalitative del af undersøgelsen, og fået 119 spørgeskemabesvarelser i den kvantitative del.



Observationer



Interviews



Spørgeskema

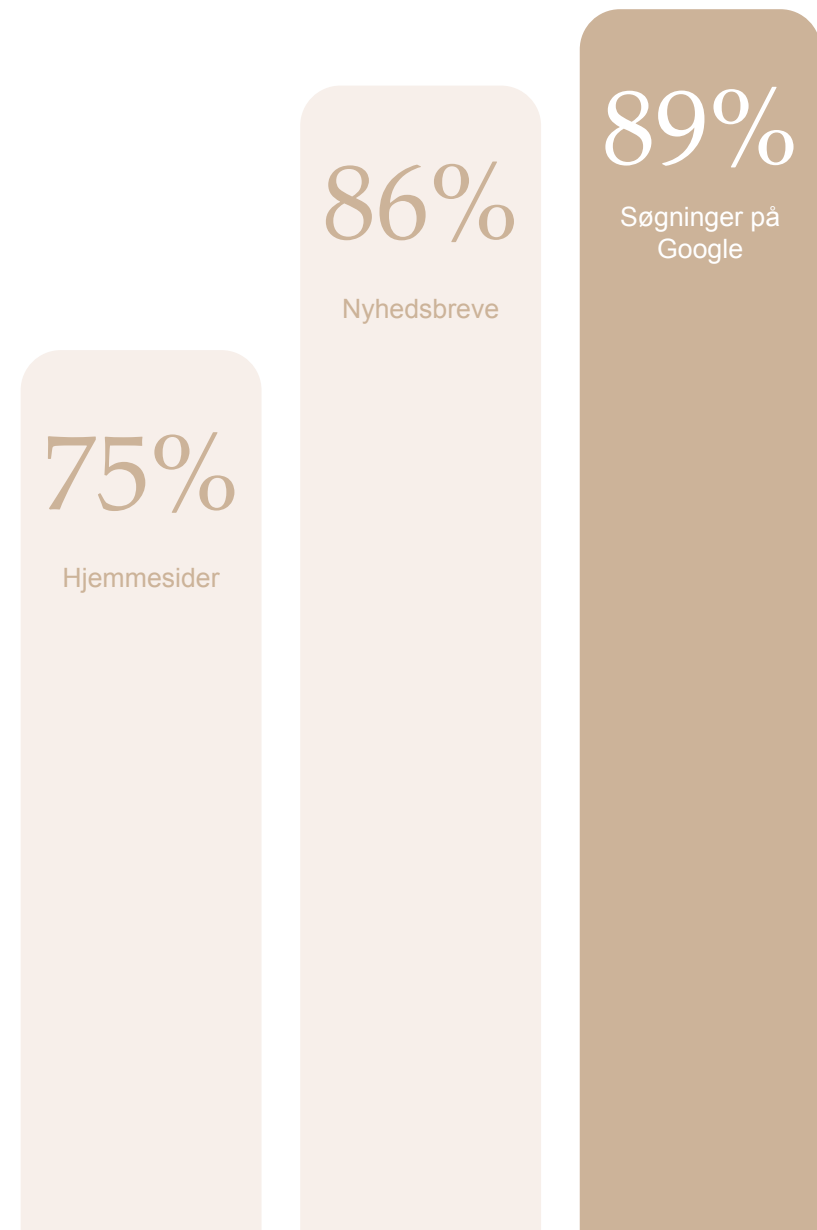
Hvordan benytter landmanden de forskellige kanaler?

De primære kanaler til at finde viden og inspiration.

Spørger man til hvilke digitale kilder der er de mest anvendte, når der ledes aktivt efter ny viden, er Google det hyppigste svar.

Nyhedsbreve er ligeledes en meget populær kilde til ny viden, endda med den ekstra gode, at de præsenterer kurateret indhold, at man kan nøjes med at dykke ned i de ting der specifikt har interesse, og at de fungerer som en slags arkiv, hvorfra man let kan finde tilbage til tidligere læste artikler.

Hjemmesider er der man ender via en søgning på Google eller et link i et nyhedsbrev, men der er ofte store udfordringer med at finde relevant indhold direkte via hjemmesiden selv.




Spg: På hvilke digitale kanaler finder du primært viden og inspiration i dag? (Vælg de tre vigtigste)

Hvor meget fylder de sociale kanaler?

I de kvalitative undersøgelser dukker Youtube og Facebook ofte op som vigtige kilder, og her fremhæves især det helt konkrete ved at se en video, eller den meget hurtige og direkte respons på forespørgsler i en Facebook gruppe.



Spg: På hvilke digitale kanaler finder du primært viden og inspiration i dag? (Vælg de tre vigtigste)



“Hurtig respons er vigtigt - på Facebook er det indenfor to timer nogen svarer. Der kan sagtens komme mere derefter, hvor kommentarerne bare begynder at rulle.”

- Fra interview med Michael, økologisk landmand.


Observation

Facebook i lommen.

Landmandslivet er hektisk og der er utroligt mange opgaver der skal løses i løbet af en arbejdsdag, så tiden til at dykke ned i ny viden er meget begrænset i dagtimerne.

Men mobilen bliver hyppigt brugt, og der opdages og deles nye artikler og viden blandt medarbejderne hele tiden. Ofte fundet via Facebook eller andre sociale kanaler, hvor indhold fra leverandører, fagblade og kollegaer opdages og deles.



A person is walking in a field at sunset. In the background, a green tractor is visible, and the sun is low on the horizon, casting a warm glow over the scene. The sky is filled with soft, orange and yellow clouds.

“Det er om aftenen eller hvis du sidder i traktoren og lige søger efter noget på telefonen, hvis du lige tænker på et eller andet - det bruger jeg meget. Din telefon har du altid på dig.”

- Fra interview med Stiig, økologisk landmand.




Observation

Fagblade til afslapning og fordybelse.

Der ligger fagblade fremme i både frokoststuen og privaten, og selvom de godt kan skimmes i en pause, tages de primært op, når der er ro på bedriften og tid til at fordybe sig i en mere afslappet situation i privaten.

Også her gælder det, at jo mere fagspecifikke og praksisnære bladene er i forhold til den enkeltes bedrift, jo mere værdsættes de.

Mange af fagbladene er til stede på de sociale medier, og kan derigennem skabe interesse i løbet af dagen, for artikler der kan dykkes ned i når der er tid.



“Det skal være jordnært. Det skal ikke være i den der konsulent-form. Du kan få mange ting til at lykkes på et stykke papir, som ikke kan lade sig gøre i virkeligheden.”

- Fra interview med Peter, økologisk landmand.



Observation

Det fysiske møde er en vigtig kilde til viden.

Erfagrunder og personlig rådgivning er meget udbredt, og en vej til ny viden som alle bruger.

Rådgiverne melder at de gerne vil have ny viden i en form, der gør det nemt at tage med ud til landmanden og dele i præsentationer på erfagruppemøder.

Samtidig fortæller flere at de ofte allierer sig med en landmand, der kan fortælle om nogle konkrete erfaringer, som de efterfølgende kan understøtte og udbygge med viden og forskning.

Dette er en vigtig erkendelse fra rådgiverne, da der fra flere landmænd er en vis skepsis omkring afstanden fra skrivebord til mark.

38% siger at rådgivning fra konsulenten er en af de tre vigtigste kilder til at udvikle og optimere bedriften, mens 26% peger på erfagrunder.

Hvilken type indhold
er landmanden
interessereet i?

Det vigtigste for at kunne udvikle og optimere bedriften.

Den type indhold der fremhæves som vigtigst for at udvikle og optimere bedriften er **fagligt nyt**, **forsøgsresultater** og **konkrete vejledninger**, som for eksempel dyrkningsvejledninger.

Samtidig fremhæves rådgiveren som en vigtig kilde til udvikling og optimering, og blandt rådgiverne er det primært let omsættelige forsøgs- og forskningsresultater, der nævnes som vigtige emner.

44% Fagligt nyt

42% Konkrete vejledninger (f.eks. dyrkningsvejledninger)

38% Forsøgsresultater

38% Rådgivning fra min konsulent

Spg: Hvad er vigtigst for dig for at kunne udvikle og optimere din bedrift? (Vælg de tre vigtigste)

Andre vigtige kilder til udvikling.

Der er naturligvis også andre ting der er relevante for landmanden, når det kommer til at udvikle og optimere bedriften, og der er reelt ikke stor forskel på vægtningen af de vigtigste. **Forskning**, **erfagrudder** og **cases fra andre landmænd** bør derfor også fremhæves som vigtige kilder til udvikling.

27%

Forskning

26%

Erfagrudder

25%

Cases fra andre landmænd

19%

Regler og paragraffer

14%

Arrangementer

12%

Deadlines og kalender


10%

Det er ikke en prioritet

6%

Økologikongres

Spg: Hvad er vigtigst for dig for at kunne udvikle og optimere din bedrift? (Vælg de tre vigtigste)



“Hele årsagen til at jeg valgte at blive økologisk, var fordi jeg fandt en artikel om rækkedyrkning af korn, helt tilfældigt. Han fortalte om hvordan og hans udfordringer, en rigtig fin lille film, som jeg så 20 gange og tænkte, at det skal jeg have gang i det der.”

- Fra interview med Michael, økologisk landmand

Observation

Tilpasset de små pauser.

I de små pauser i dagligdagen, er det videoklip og billeder af maskiner eller eksperimenter udført af en kollega der fænger, og hurtigt kan skabe grobund for samtalen blandt kollegerne.

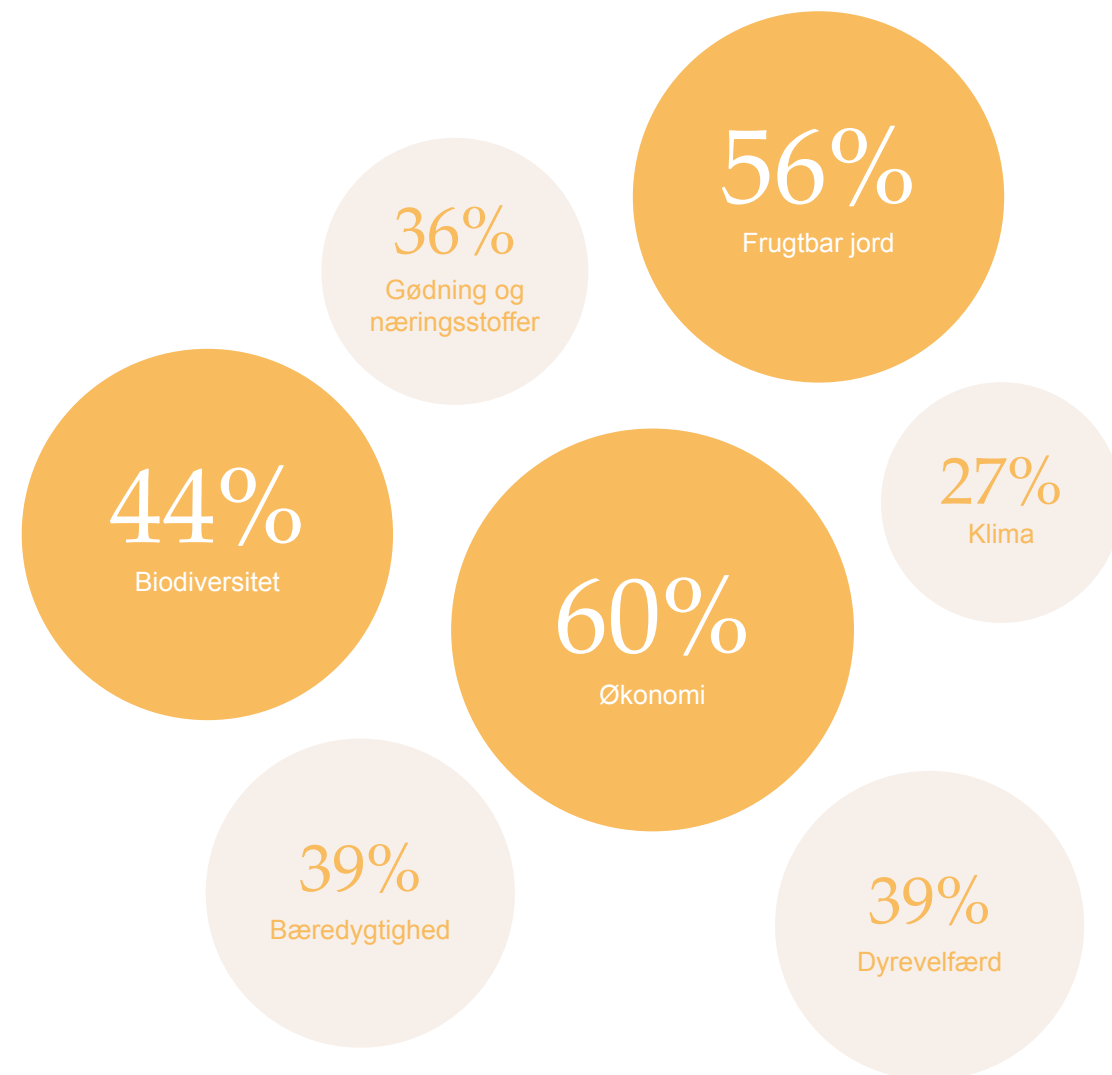
Disse deles og vises til hinanden med det samme, og indgår endda i diskussioner om nye metoder og muligheder, hvor der samles på argumenter og praksiseksempler for at 'overbevise' chefen og hinanden.



De mest interessante emner.

Økonomien er i højsædet, når man spørger til de emner der er mest interessante, men **frugtbar jord**, **biodiversitet**, **bæredygtighed** og **dyrevelfærd** er også højt på dagsordenen. Man kan sige at der ligger en høj grad af idealisme bag de dominerende emner, hvilket understøtter en meget stærk faglig stolthed og interesse blandt de økologiske landmænd vi talte med.

Helt konkrete emner der blev nævnt i interviews var **ukrudtsbekæmpelse**, **sædskifte og efterafgrøder**, **kvælstof** og **dyrkningsstrategi**. Alt gerne baseret på forsøg, der både konkluderer på effekt og økonomi.



Spg: Hvilke emner interesserer dig mest? (Vælg de tre vigtigste)


Observation

Kort, visuelt og praksisnært.

Det er det visuelle og meget praksisnære indhold, der viser hvad og hvordan, fremfor at beskrive det, og helst med en kollega i hovedrollen, så det er nemt at relatere til.

Der er ikke tid eller lyst til at læse, men er der til gengæld en god visuel maggi-terning, kan det godt inspirere til at gemme og læse en tilhørende artikel når man er kommet hjem.



An aerial photograph of a green tractor with a plow, moving across a field. The tractor is kicking up a cloud of dust or soil behind it. The field is divided into sections by dark, straight lines, likely furrows or rows of crops. The lighting is dramatic, with strong shadows and highlights, suggesting late afternoon or early morning.

“Sådan noget med videoer, hvor de er ude at prøve noget og fortælle noget, og du ikke skal læse for meget. Det at der er en traktor der kører imens, det er bare meget mere spændende.”

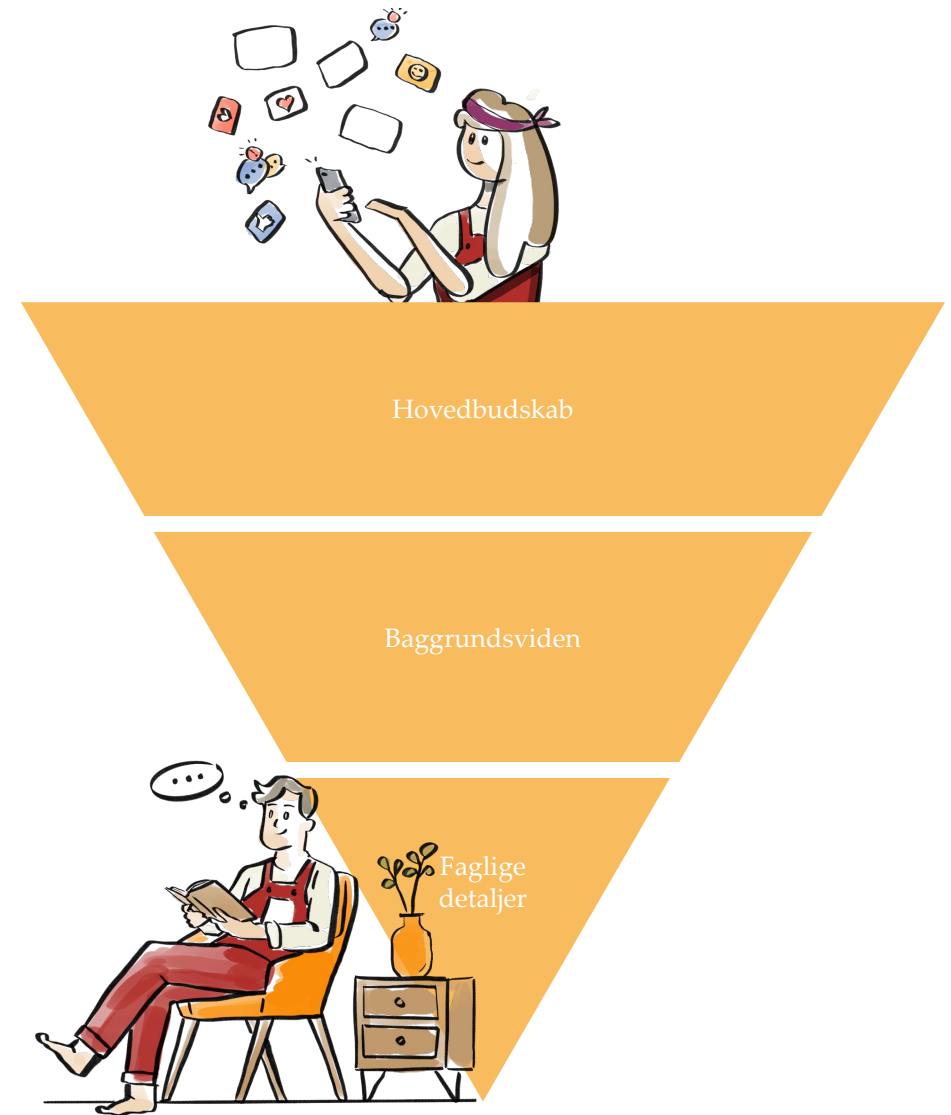
- Fra interview med Stiig, økologisk landmand

Nyhedstrekanten.

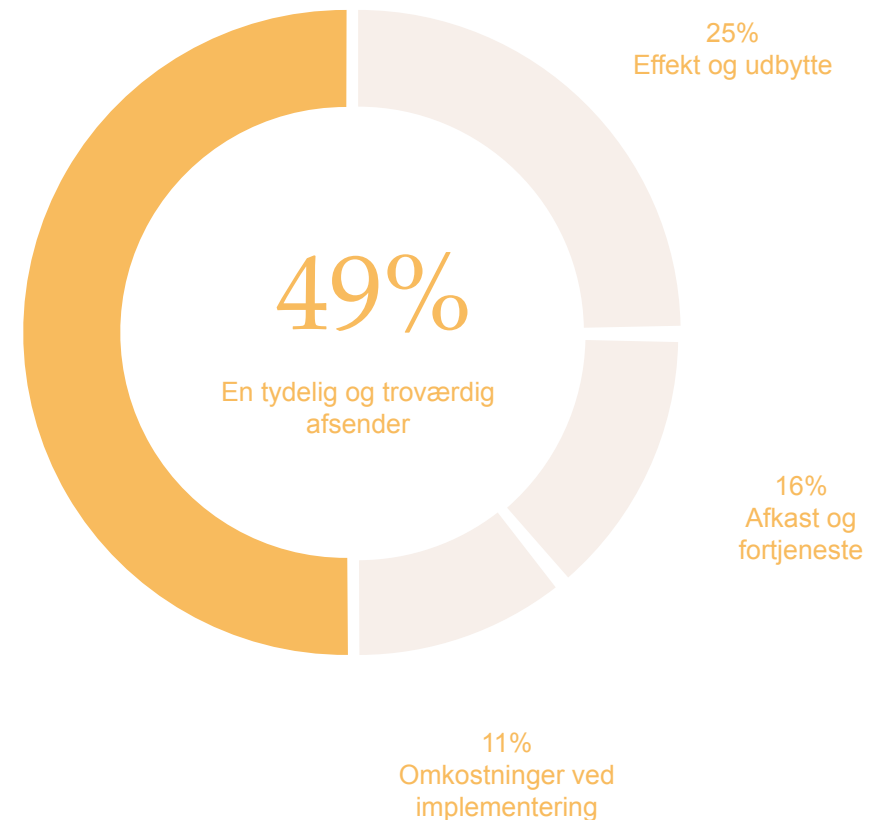
Der var rigtig god respons på en opbygning af vidensartikler, der understøtter de meget forskellige behov for hvor dybdegående den viden der præsenteres skal være.

Dette gøres ved at disponere indholdet, så den praksisnære, konkrete vejledning ligger lige for i toppen, mens der stadig er mulighed for at dykke ned i den bagvedliggende viden og de bagvedliggende forsøg samme sted.

Det kan kombineres med delinger af hovedbudskabet på sociale kanaler, så viden hurtigt og nemt kan komme ud at virke i dagligdagen, samtidig med at der trækkes ind til den dybereliggende viden bag, for dem der ønsker det, når de ønsker det.



En tydelig og troværdig afsender er vigtig.



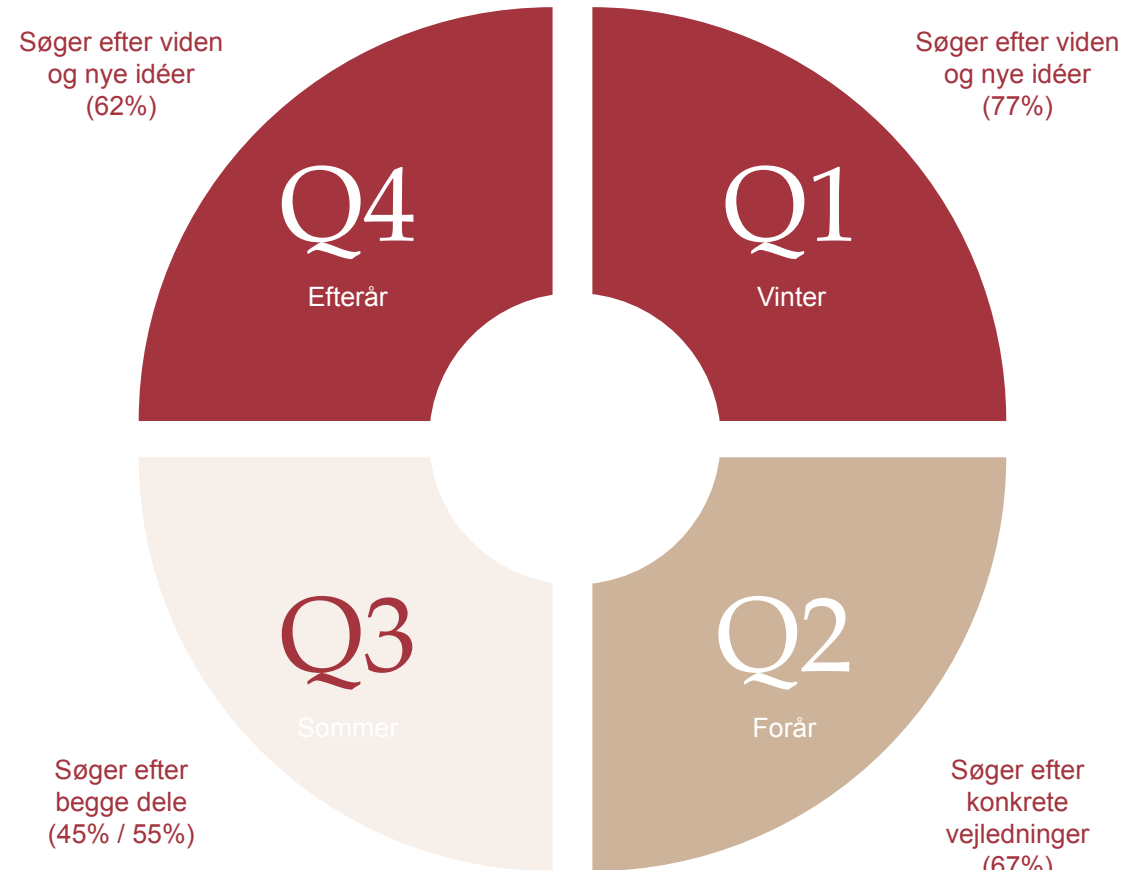
Spg: Hvad er vigtigst for dig, når du bliver præsenteret for ny viden eller inspiration?

Hvornår er det bedst
at henvende sig til
landmanden?

Skiftende behov i årets løb.

Der er meget tydeligt forskel på hvornår på året den økologiske landmand har brug for hvilken type viden. Der tegner sig derfor et årshjul, hvor der i vinter, efterår og dele af sommeren er tid og behov for fordybelse. Her er der plads til at lade sig inspirere og få nye idéer, dykke ned i ny viden og de lidt længere og tungere formater. Forår og dele af sommeren er derimod mere pressede på tid, og her er der et klart behov for helt konkrete vejledninger og praksisnære 'huskelister', der kan være en nu og her hjælp ude i marken.

Sammen med tidligere undersøgelser der viser, at de korte og praksisnære formater understøtter driftsoptimering og rentabilitet, mens de længere og mere teoretiske formater understøtter vækst og visioner, kan det anvendes til at målrette såvel indhold som format ud fra et årshjul.



Skiftende behov i dagens løb.

På samme måde som behovet for typer af informationer skifter i løbet af året, kan man opdele dagen ud fra indsigt i den travle arbejdsdag. I dagens løb skal indhold teases og iscenesættes med helt korte og praksisnære eksempler på hvordan ny viden anvendes, gerne med video og billeder som det bærende element, og gerne så der er mulighed for senere at vende tilbage til den bagvedliggende viden på et senere tidspunkt.

I aftentimerne er der mulighed for at præsentere de længere formater og den mere dybdegående viden, der bakker op om dagens korte teasere. Her er det især vigtigt at kunne finde tilbage til de nyheder og artikler man er blevet eksponeret for i løbet af dagen.





“Det dur ikke at prøve at putte informationer i hovedet på en landmand, som ikke er klar til at modtage dem.”

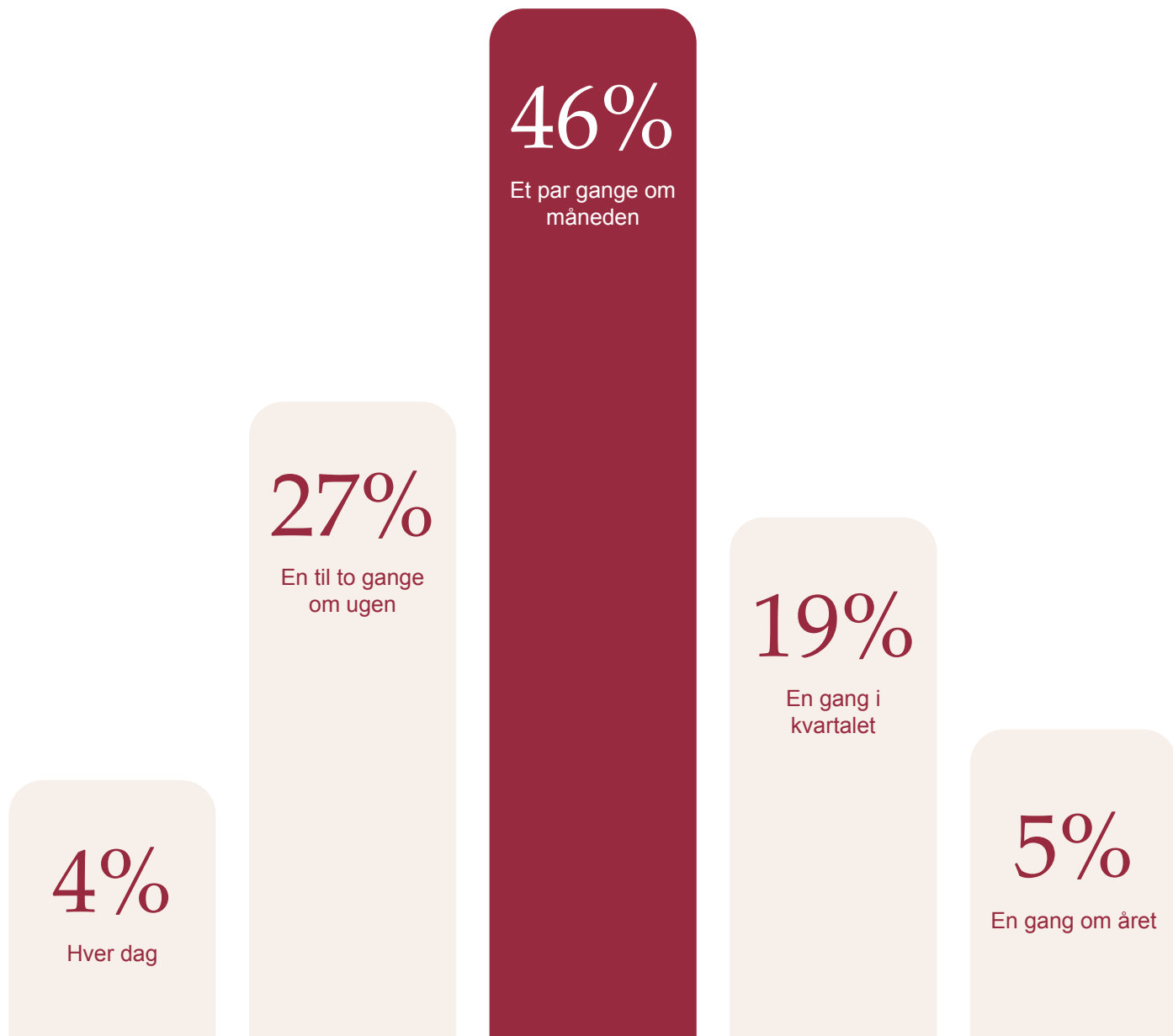
- Fra interview med Nicolai, ekspert

Spg: Hvor ofte søger du konkret vejledning og viden på nettet?

Søger efter viden et par gange om måned.

Der er ikke mange der søger efter viden og vejledning på nettet særligt ofte. Lige under halvdelen af de adspurgte svarer **et par gange om måneden**, mens 27% melder **en til to gange om ugen**.

Dog kan vi observere at der langt oftere deles små bidder af viden, som måske bare ikke ses som decideret videnssøgning, når man spørges direkte.



Observation

Computeren er et arbejdsredskab.

Computere er en integreret og nødvendig del af det moderne landmandsliv, men anvendes i høj grad som et arbejdsredskab. Der er computere i kostalden, i frokoststuen og på kontoret.

I frokoststuen vises eksempelvis Landmand.dk og det individuelle overblik den platform kan give, herunder nyheder fra udvalgte kilder.

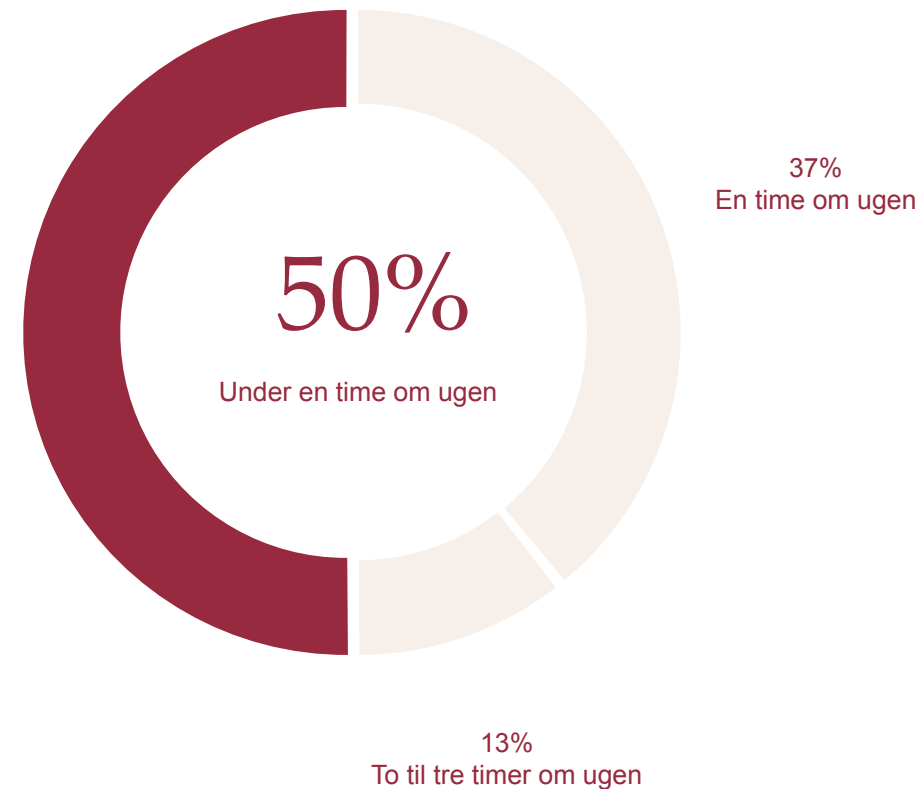
På kontoret og i stalden er computere primært noget man arbejder med, til at løse meget konkrete og praksisnære opgaver som planlægning, registrering, løn osv.



Lille vindue til at fange opmærksomhed.

Tid er en knap ressource i en landmands hverdag, og andelen der afsættes til at søge viden og inspiration om økologi er meget begrænset. Direkte adspurgte melder 50% at de bruger **under en time om ugen**.

Dette taler ind i modellen, hvor viden iscenesættes og tilpasses direkte til de enkelte kanaler, der er relevante for landmanden, så viden lettere kan skubbes ud frem for at skulle søges frem.



Spg: Hvor meget tid vil du sige at du bruger på at søge informationer, viden og inspiration om økologi?




Observation

Mobilen er med overalt.

I løbet af dagen er det primært mobilen der er i spil. Enhver pause, om det er i frokoststuen, i stalden eller i traktoren, er en chance for at tjekke mobilen, og her er det de sociale medier, de korte budskaber, de spændende billeder og overskrifter der trækker opmærksomhed blandt medarbejderne.

Små videoklip og billeder deles, artikler der rammer et helt aktuelt og praksisnært tema, og hurtigt kan dissekeres uden at skulle læse for meget. Deling er essentielt og bruges både til at dele med andre og til at gemme spændende indhold i egen indbakke.



“Det er meget tilfældigt - hvis jeg lige har et problem, eller ser nogen gøre noget smart, så dykker jeg ned i hvorfor de gør det. Er der noget økonomi eller andet smart i det.”

- Fra interview med Michael, økologisk landmand

Innovationscenter
for Økologisk Landbrug

