

Afsluttende workshop / Landmandens Bundlinje NU!

19. december 2011 afholdt på Koldkærgård

Den Europæiske Union ved Den Europæiske
Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet
for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget
i finansieringen af projektet.

Birgit Winther Sørensen

Emne: Møde vedr. Landmandens Bundlinje NU!
Placering: Koldkærgård

Start: ma 19-12-2011 09:00
Slut: ma 19-12-2011 16:00
Vis tidspunkt som: Foreløbig

Gentagelse: (ingen)

Mødestatus: Endnu ikke besvaret

Arrangør: Birgit Winther Sørensen

Kære deltagere i Landmandens Bundlinje NU!

ENDELIG fandt vi en fælles dato for afholdelse af afsluttende workshop 'Sådan gik det ... i 2011' i projektet Landmandens Bundlinje NU! – tak for jeres ihærdighed.

Dagen vil bl.a. indeholde evaluering af kampagnens forløb og muligheden for at skabe forretning i projektet. Derfor opfordres I til at sende denne invitation videre til de af jeres ledere der kan have fordel af at deltage.

Dagsorden for mødet følger senere.

SU for deltagelse i mødet **senest** den 28. november 2011 til Birgit Winther Sørensen – bws@vfl.dk

Venlig hilsen

Birgit Winther Sørensen
Sekretær

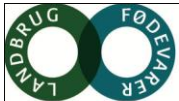
Udvikling

T +45 8740 5508 (direkte) | E bws@vfl.dk

VIDENCENTRET FOR LANDBRUG
Agro Food Park 15, Skejby, DK 8200 Aarhus N
www.vfl.dk

Videncentret for Landbrug er en faglig dattervirksomhed i Landbrug & Fødevarer.
Vi er partner i Dansk Landbrugsrådgivning, der leverer uvildig rådgivning
til landmænd, gartnere og andre kunder.

Den Europæiske Union ved Den Europæiske Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget i finansieringen af projektet.



Deltagerliste afsluttende workshop den 19. december 2011

Bjarke Lassesen, LRØ
Kim Ladekjær, LRØ
Jan B. Jensen, LMO
Vibeke Fabricius, LMO
Merete L. Andersen, LandboNord
Jørgen Cæsar, LandboNord
Søren Greve, SLF
Trine Leerskov, Østdansk LandbrugsRådgivning
Knud Aage Hansen, Østdansk LandbrugsRådgivning
Christian Mikkelsen, landmand
Dorte Marcussen
Eva Gleerup
Jesper Klintebjerg Fuglsang
Karsten Bove
Merete Jensen
Ulrik Toftegaard Jensen
William Schaar Andersen
Birgit Winther Sørensen

Den Europæiske Union ved Den Europæiske
Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet
for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget
i finansieringen af projektet.



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Økonomi & Virksomhedsledelse

Agro Food Park 15
Skejby
DK 8200 Aarhus N

T +45 8740 5000
F +45 8740 5010
E vfl@vfl.dk
vfl.dk

Program for afsluttende møde i projektet "Landmandens Bundlinje NU!" den 19. december 2011

Sted: Koldkærgård Konferencecenter

Kl.	Programpunkt
10.00	Kaffe og ankomst
10.15	Velkomst, formål, forventninger og dagens forløb / v. <i>Eva Gleeurup</i>
10.30	Hvad nåede vi i 2011? Bordet rundt: Hvilke områder valgte din rådgivningsvirksomhed ud til kampagne og effektmåling og hvor langt nåede I? 10 minutter til: LMO, LRØ, SLF, Østdansk LandbrugsRådgivning samt LandboNord. Fortæl om jeres succeser og udfordringer.
11.45	Indlæg ved landmand Christian Mikkelsen: Hvad har jeg fået ud af at deltage i kampagnen? Hvad har effekten af kampagnen været for mig? Hvad var det der gjorde at jeg opnåede effekt?
12.15	Frokost
13.00	Evaluering af projektet. Gennemgang af de indkomne evalueringer. Hvad virkede godt og hvad kan vi udvikle yderligere? / v. <i>Jesper Fuglsang</i>
13.30	Præsentation af vidensyntese om effekt. "Effektskabende handlinger". Dialog: Hvordan bruger vi denne viden i vores fremtidige samarbejde og ude hos landmanden? / v. <i>Eva Gleeurup</i>
14.15	Mål for 2012 Formål og succeskriterier for "Løft Bundlinjen 2012" / v. <i>Dorte Marcussen</i> Mål for videreførelse af 2011 kampagnerne i DLBR-virksomhederne. Hvordan vil vi arbejde videre med vores kampagne i 2012? Tal med en kollega om hvad jeres planer er for 2012. Derefter opsamling i plenum.
15.00	Tak for i dag

Forberedelse til mødet:

Lav et kort resumé af det I har opnået i år til hjemmesiden.

- Hvad har I planlagt?
- Hvad har I opnået?
- Hvordan vil I måle effekt?
- Hvad har stået i vejen for at nå jeres mål?
- Hvad kan hjælpe dig med at nå målene i 2012?

Den Europæiske Union ved Den Europæiske
Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet
for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget
i finansieringen af projektet.

Landmandens Bundlinje NU!

Afsluttende møde 19. december 2011
Koldkærgård Konferencecenter

DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING

Den Europæiske Union ved Den Europæiske
Fond for Udvikling af Landdistrikter og Ministeriet
for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri har deltaget
i finansieringen af projektet.



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Kl.	Programpunkt
10.00	Kaffe og ankomst
10.15	Velkomst, formål, forventninger og dagens forløb
10.30	Hvad nåede vi i 2011?
11.45	Indlæg ved landmand Christian Mikkelsen
12.15	Frokost
13.00	Evaluering af projektet
13.30	Præsentation af vidensyntese om effekt. "Effektskabende handlinger"
14.15	"Løft Bundlinjen 2012" Mål for videreførelse af 2011-kampagnerne i DLBR-virksomhederne
15.00	Tak for i dag

2



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

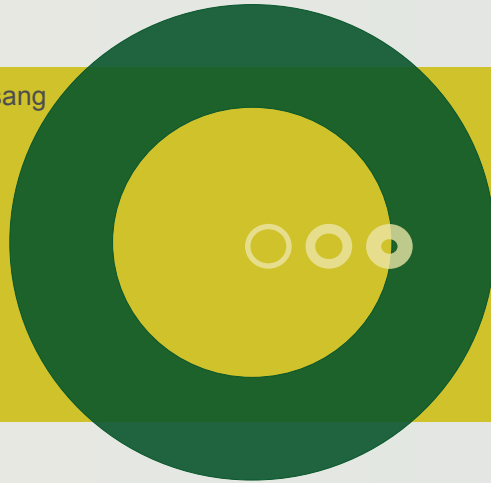
Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010
DK 8200 Aarhus N vfl.dk



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Evaluering af projektet

Jesper Klintebjerg Fuglsang
Økonomi &
Virksomhedsledelse



PARTNER I
DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

○ Jespers indlæg



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

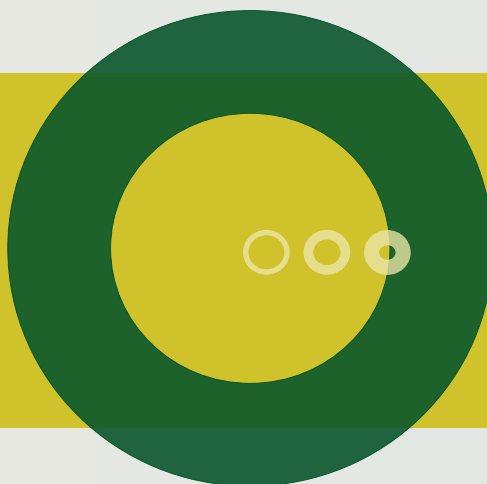
Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010
DK 8200 Aarhus N vfl.dk



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Effektskabende handlinger

Eva Gleerup
DLBR-Akademiet



PARTNER I
DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Leverancer

- Katalog over metoder til effektiv rådgivning
- Hvilke elementer skal være til stede for at skabe effekt? –
 - I rådgivningen
 - I projekter
- Links samling over metoder til at måle effekt

6 |



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010
DK 8200 Aarhus N vfl.dk

**Staldskoler i projekt "Team Soliv"**

Ansvarlig/Periode	Merete Studnitz / 2010 - 2011
Hvad	Videndeling indenfor samme faglighed og på tværs af bedrifter.
Hvorfor	At øge søernes holdbarhed og derved forbedre landmandens bundlinje
Hvordan	Driftsledere fra 6 besætninger mødes på skift hos hinanden. Dagsorden: Besøg i stalden og efterfølgende møde. Forrige vært rapporterer på de to handlingspunkter han forpligtede sig til. Nye vært præsenterer en succeshistorie og 2 udfordringer under overskriften "Øge søernes holdbarhed". Læring foregår alene fra landmand til landmand. En facilitator deltager for at sikre fokus. Deltagerne skal: ønske at forbedre deres resultater indenfor sodødelighed være villige til at dele besætningsoplysninger og overvejelser om forholdene i egen besætning med de fem andre besætningsejere og evt. driftsledere. bo indenfor en køreradius på ca. 1 time være villige til at mødes ca. én gang om måneden i en periode på otte måneder.
Erfaringer	Vi skal uddanne landmændene til selv at optimere. Inddragelse motiverer og forpligter. Resultatet måles på sodødelighed. Succeshistorier dokumenteres i "Hvidbog" ultimo 2011. Vi skal turde at præsentere forventet afkast af projekter. Det motiverer landmanden.
Flere informationer	Uddannelse af facilitatorer til staldskole udbydes i samarbejde mellem DLBR-Akademiet og Økologisk landsforening.

7 |



Forudsætninger for effekt i rådgivningen

- Forventningsafstemning / Ejerskab
- Kontrakt med klare mål
- Opfølgning / opbakning
- Spørgeteknik / processtyring
- Ledelsesopbakning

8 |





Staldskoler i projekt "Team Soliv"

Ansvarlig/Periode	Merete Studnitz / 2010 - 2011
Hvad	Videndeling indenfor samme faglighed og på tværs af bedrifter.
Hvorfor	At øge søernes holdbarhed og derved forbedre landmandens bundlinje
Hvordan	Driftledere fra 6 besætninger mødes på skift hos hinanden. Dagsorden: Besøg i stalden og efterfølgende møde. Forrige vært rapporterer på de to handlingspunkter han forpligtede sig til. Nye vært præsenterer en succeshistorie og 2 udfordringer under overskriften "Øge søernes holdbarhed". Læring foregår alene fra landmand til landmand. En facilitator deltager for at sikre fokus. Deltagerne skal: ønske at forbedre deres resultater indenfor sødødelighed være villige til at dele besætningsoplysninger og overvejelser om forholdene i egen besætning med de fem andre besætningsejere og evt. driftsledere. bo indenfor en køreradius på cirka 1 time være villige til at mødes cirka én gang om måneden i en periode på otte måneder.
Erfaringer	Vi skal uddanne landmændene til selv at optimere. Inddragelse motiverer og forpligter. Resultatet måles på sødødelighed. Succeshistorier dokumenteres i "Hvidbog" ultimo 2011. Vi skal turde at præsentere forventet afkast af projekter. Det motiverer landmanden.
Flere informationer	Uddannelse af facilitatorer til staldskole udbydes i samarbejde mellem DLBR-Akademiet og Økologisk landsforening.

9 |



Forudsætninger for effekt i projekter

- Forventningsafstemning / Ejerskab
- Kontrakt med klare mål
- Opfølgning / opbakning
- Processtyring / spørgeteknik
- Ledelsesopbakning
- Involvér og udvikle sammen
- Tænk effektmåling ind fra starten af projektet

10 |





Måling af effekt

- Lbnu.dlbr.blog.dk

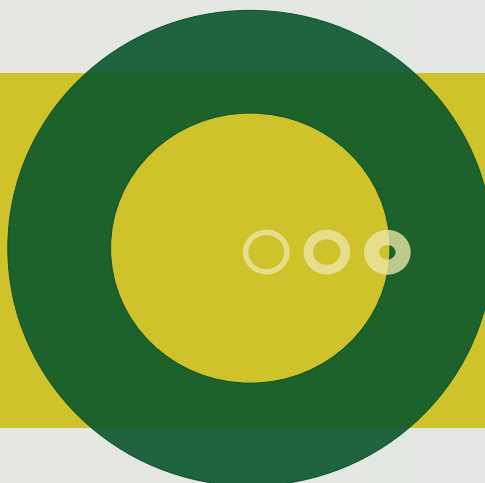
Eksempel "effektmåling"

- Handler om anvendelse af henholdsvis statistisk og kvantitative metoder til effektmåling i det offentlige. Fordi der i det offentlige laves mange tiltag der ikke kan måles statistisk
- Effektmåling er en særlig form for evaluering hvor der anvendes statistiske eller økonomiske metoder
- De metoder der anvendes til evaluering adskiller sig ikke fra samfundsvidenskabelige metoder i almindelighed
- Der anvendes derfor også kvalitative metoder for eksempel interview, feltarbejde, observationer og dokumentstudier

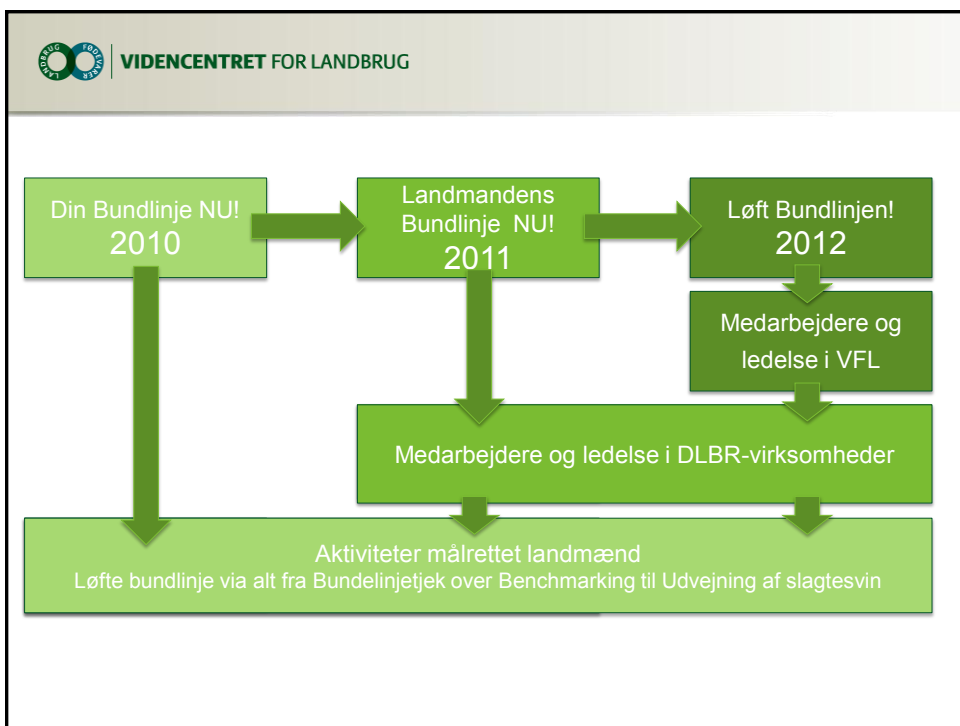
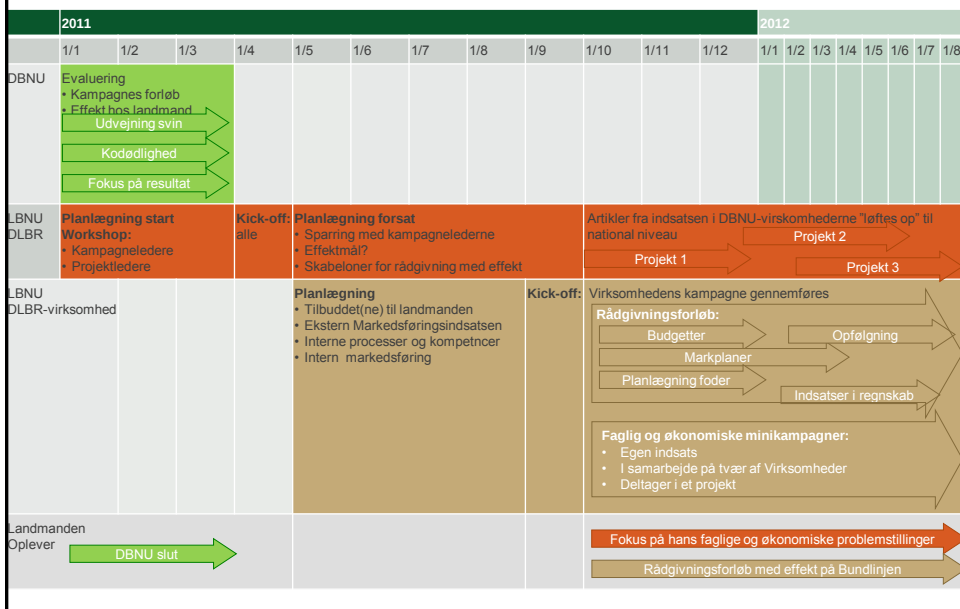


"Løft Bundlinjen 2012"

Dorte Marcussen
Økonomi
& Virksomhedsledelse

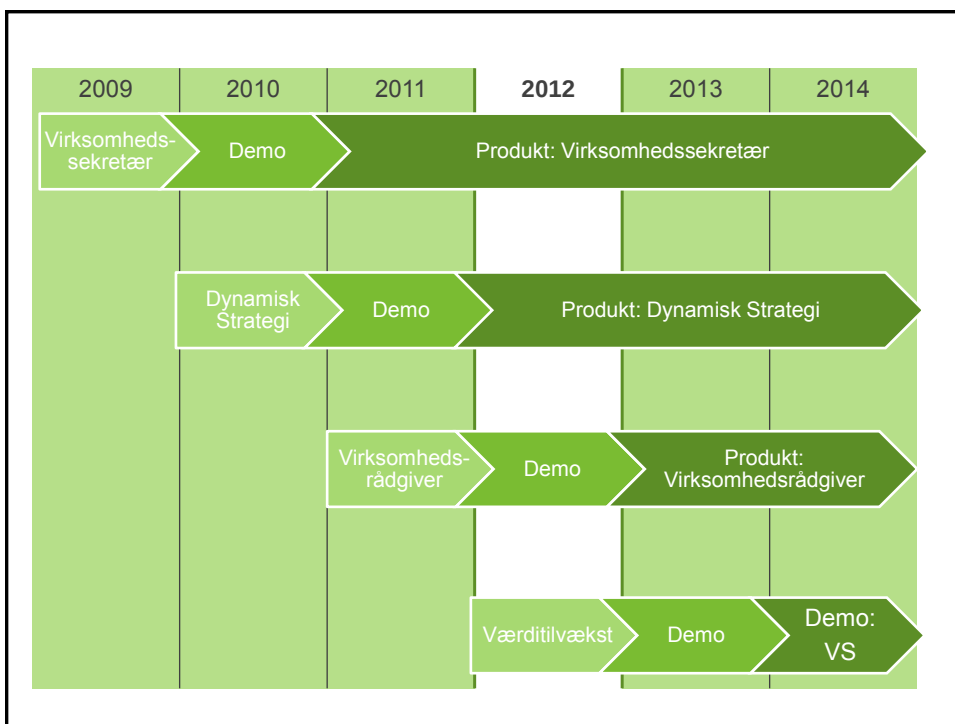
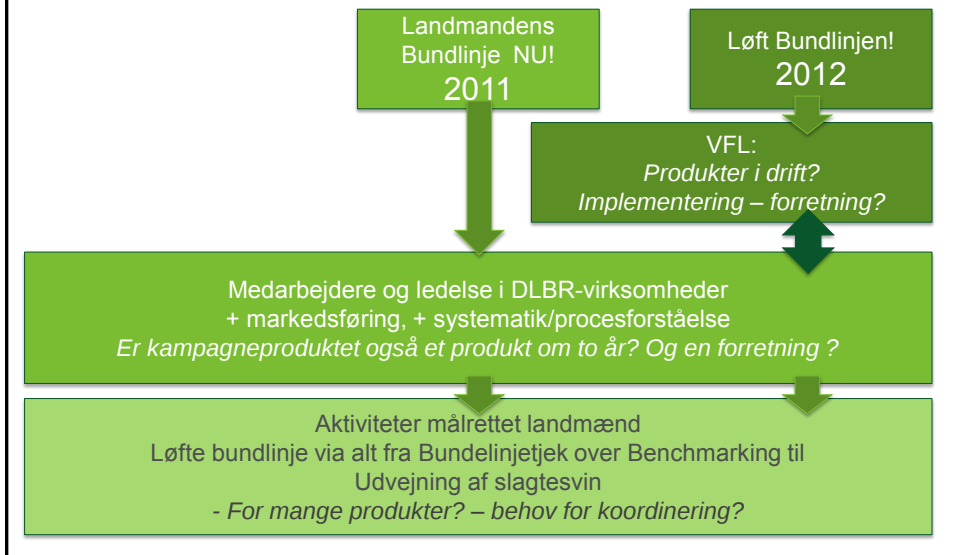


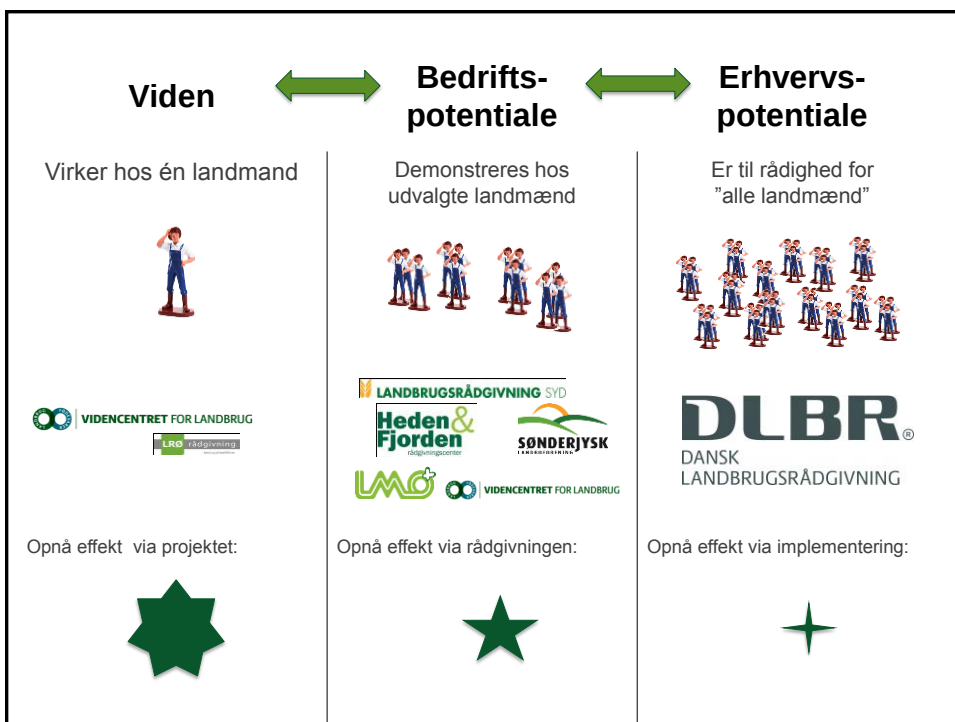
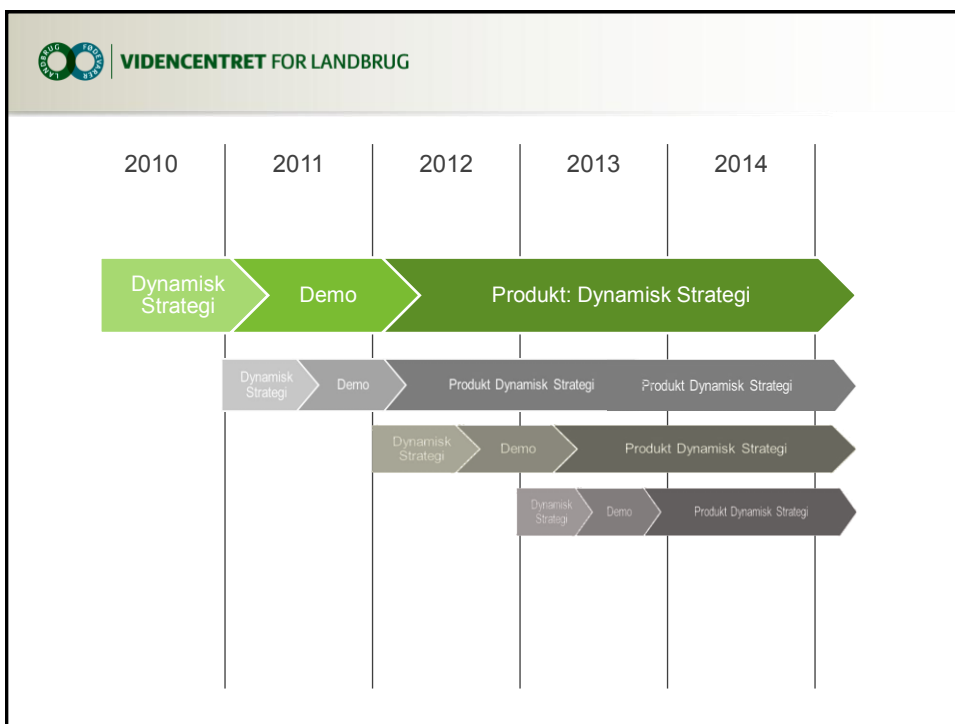
Kampagnen 2011 -2012



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
 Skejby F +45 8740 5010
 DK 8200 Aarhus N vfl.dk





VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010
DK 8200 Aarhus N vfl.dk



Løft Bundlinjen! 2012

Aktiviteter målrettet Videncentret for Landbrug
Fokus på hvor vi er og hvad vi gør:
Udviklingsprojekter
Demonstrationsprojekter
Produkter i drift

Aktiviteter målrettet DLBR-virksomheder
Rådgiv med effekt – Målgruppe: rådgivere
Implementering med effekt – Målgruppe: kampagneleder
Forretningsudvikling med effekt – Målgruppe: ledelse

Aktiviteter målrettet landmænd
Løft Bundlinjen kræver Rådgivning med effekt



2012

- Guidelines for implementering og opnåelse af effekt
 - Og demonstration og tilpasninger af disse i alle led
- "Håndbog" for måling af effekt
 - Og demonstration af brug af denne på flere niveauer
- Kampagner, koordinering og udviklingsforløb
 - Demonstration af "én" leveranceplan mellem DLBR-virksomheden og VFL
 - Demonstration af opnåelse af strategiske mål via deltagelse i projekt(er)





Spørgsmål

- Hvordan vil vi arbejde videre med vores kampagne i 2012?
- Evt. bud på:
 - Hvilke demonstrationer med tilhørende leverancer I kunne ønske jer selv at udføre i regi af "Løft bundlinjen"
 - Hvilke demonstrationer fra andre DLBR-virksomheder ville I kunne lade jer inspirere af
 - Hvad VFL kunne bidrage til i forbindelse med jeres arbejde i 2012 og eventuelle leverancer til "Løft Bundlinjen"

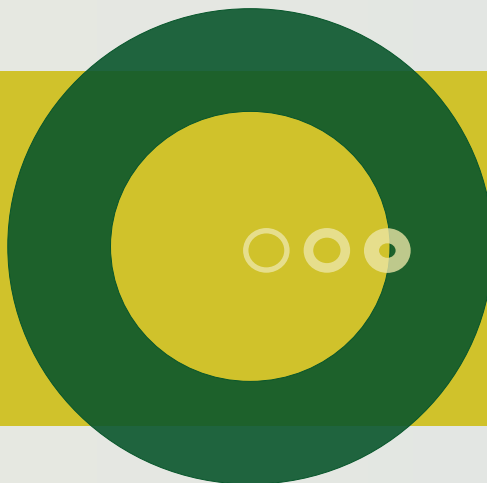


VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Evaluering LB NU!

Jesper Klintebjerg Fuglsang
Markedschef, Deltidslandmænd
Økonomi & Virksomhedsledelse

PARTNER I
DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Helt overordnede betragtninger

- ☐ Helhedsorienteret rådgivning målrettet landmanden (tværfaglighed og sammenhæng fagkontorerne imellem) har et kæmpe potentiale
- ☐ Stort potentiale for at løfte landmandens bundlinje med målrettede indsatser
- ☐ Rådgivning kræver ansvar for processen med landmanden – hvordan sikres effekt/ejerskab af rådgivningsforløbet hos landmanden
- ☐ Der skal skrues enkelte og overskuelige produkter sammen til landmanden
- ☐ Det tager lang tid at gennemføre en kampagne
- ☐ Det kræver mange ressourcer
- ☐ Kampagnen som intern forandringsproces



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010
DK 8200 Aarhus N vfl.dk



Endelig evaluering

- forretningen

Overordnet, hvor tilfreds har I været med at være deltager i projektet Landmandens Bundlinje NU!

Meget tilfreds	Tilfreds	Mindre tilfreds
50 %	25 %	25%

Hvor tilfreds har I været med udbyttet i Landmandens Bundlinje NU!

Meget tilfreds	Tilfreds	Mindre tilfreds
75 %	0 %	25%

Hvad har I været særlig tilfreds med i Landmandens Bundlinje NU!

- Tværfaglige samarbejde og handlingsplaner med fokus på effekt (kroner & øre)
- Fælles indsats flytter bundlinjen hos landmanden og indsiget i kollegers kompetencer
- Nyt rådgivningsprodukt
- Afklaring af ideer til tværfagligt samarbejde
- God mulighed for markedsføring af målrettede aktiviteter – afledt "effekt" efterspørgsel på produktet



Endelig evaluering

- overordnet evaluering

Hvordan kan I skabe endnu større udbytte af Landmandens Bundlinje NU!

Kampagnen skal understøttes af en landsdækkende markedsføringsindsats, der kan være løftestang for lokale markedsføringsindsatser.

PLENUM

Hvordan gør vi det og hvad skal det "fælles" budskab være i kampagnen – specielt ved forskellige kampagner lokalt?





Endelig evaluering

- overordnet evaluering

Hvor _____ har I været med sparringen med projektmedarbejdere på Videncentret i Landmandens Bundlinje NU!		
Meget tilfreds	Tilfreds	Mindre tilfreds
25 %	50 %	25%
Meget vigtig	Vigtig	Ikke vigtig
50 %	25 %	25 %

Hvor _____ har I været med netværket kampagnelederne imellem i Landmandens Bundlinje NU!		
Meget tilfreds	Tilfreds	Mindre tilfreds
50 %	0 %	50 %
Meget vigtig	Vigtig	Mindre vigtig
50 %	25 %	25 %

Hvor tilfredse har I været med møder og workshops i Landmandens Bundlinje NU!

Generelt har 75 % af kampagnelederne været *meget tilfreds* eller *tilfreds* med fællesarrangementerne, mens 100 % har været tilfreds med møder afholdt i de lokale DLBR virksomheder.

5 |



Evaluering

- forretning

Hvor tilfreds har du været med din egen indsats som kampagneleder i Landmandens Bundlinje NU!		
Meget tilfreds	Tilfreds	Mindre tilfreds
0 %	75 %	25%

Kampagnelederens udfordringer:

- ☐ Ressourcer (tid) til koordinering
- ☐ Potentielle kunder
- ☒ Ejerskab blandt kollegaerne
- ☒ Vedholdende og sikre fremdrift

Kampagneledernes succes:

- ☐ Når samarbejdet mellem kollegaerne fungerer
- ☐ God planlægning
- ☐ Komme i mål – på trods af udfordringer

I hvor høj grad har du haft brug for ekstern sparring som kampagneleder i Landmandens Bundlinje NU!			
Meget høj grad	Høj grad	I nogen grad	Slet ikke
25 %	0 %	50 %	25 %

6 |





Endelig evaluering

- forretningen

Hvad forstår du ved effekt?

- ☐ Effekt giver kroner og øre på bundlinjen – både hos landmand og rådgivning...
- ☐ Effekt skaber overblik over status og alternativer...
- ☐ Effekt af rådgivning er et bedre økonomisk resultat hos landmanden samtidig med det giver sikkerhed for, at det han/hun gør er det rigtige

Hvordan skabes endnu mere effekt i rådgivningen?

- ☐ Opfølgning på opgaven – vise der opnås resultater
- ☐ Helhedsbetragtning på bedriften
- ☐ Omsæt opgaven til kroner for landmanden

Hvad er den største udfordring i arbejdet med effekt?

- ☐ Omsætning af rådgivning til kroner i værdi (effekt) for landmanden
- ☐ Definere effekt og dermed virkningen af en given beslutning
- ☐ Nedbryde effekt til noget forståeligt for landmanden og rådgiverne



Evaluering

- midtvejs evaluering

Vurdering af effektgrupper i Landmandens Bundlinje NU!

	I meget høj grad – I høj grad	Middel
Aktivitet, der flytter landmænd	42 %	25 %
Relevant aktivitet for medarbejdere	50 %	33 %
Relevant aktivitet for virksomheden	67 %	17 %

- Effekt er blevet taget rigtig godt imod hos DLBR virksomhederne og der ligger en plan for, hvordan der arbejdes med effekt lokalt!
- Udfordringen er, at definere effekt målene og lave opfølgning!

PLENUM

Hvad er det der gør arbejdet med effekt til en særlig relevant aktivitet i jeres DLBR virksomhed?





VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Endelig evaluering

- forretningen

PLENUM

Hvad er det I har haft succes med tværfagligt i Landmandens Bundlinje NU, og som ikke lykkedes i jeres hverdag?



PARTNER I
DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Endelig evaluering

- forretningen

Hvad er I særlige tilfreds med i Landmandens Bundlinje NU!

"...mine kollegaer får ros af landmændene for arbejdet"

"De tre konsulenter har fået større indsigt i, hvad de andre kan bidrage med..."



PARTNER I
DLBR
DANSK
LANDBRUGSRÅDGIVNING



VIDENCENTRET FOR LANDBRUG

Agro Food Park 15 T +45 8740 5000
Skejby F +45 8740 5010
DK 8200 Aarhus N vfl.dk



Endelig evaluering

- forretningen

Forretningen i timer og kroner (bedste estimat)

	Timer á kroner	Total (Gennemsnit)
Projektledelse og administration	350 á 750,00	- 65,625
Projektarbejde -Tid der ikke kan faktureres	700 á 750,00	- 131,250
Omsætning		166,000
Samlet for Landmandens Bundlinje NU!		-30,875

Hvor mange kunder har I besøgt i Landmandens Bundlinje NU!

Der har været besøgt 36 kunder fordelt på 3 centre i 2011.

Det giver et gennemsnit i omsætning pr. besøgt landmand på ca. 14.000 kroner – svarende til ca. 20 timers rådgivning



Endelig evaluering

- forretningen

Kompetencer der er løftet i Landmandens Bundlinje NU!

- ☐ Tværfagligt samarbejde
- ☐ Krydssalg
- ☐ Systematik og opfølgning

DESUDEN

- ☐ Udnyttelse af værktøjer

PLENUM

Hvilke værktøjer har I specielt anvendt med succes:

- ☐ Under forberedelsen?
- ☐ I rådgivningen?





Endelig evaluering

- forretningen

Markedsføring

Alle deltagerne i Landmandens Bundlinje NU havde udarbejdet en markedsføringsplan

Markedsføringskanaler anvendt:

- ☐ Fagblade og aviser
- ☐ Nyhedsbreve
- ☐ Møder
- ☐ Dyrskue

Udfordring med markedsføringen:

- ☐ Differentier markedsføringen fra anden markedsføring
- ☐ Manglende landsdækkende markedsføring



Endelig evaluering

- leveranceplan og blog

Leveranceplan

Hvor tilfreds har du været med leveranceplanen i LB NU!		
Meget tilfreds	Tilfreds	Mindre tilfreds
25 %	50 %	25%

Overordnet:

- ☐ Tydeligere forventninger
- ☐ Køreplan for leverancer
- ☐ Deadlines
- ☐ Opfølgingsværktøj

Fremadrettet:

- ☐ Integration af løsningsmodeller i leveranceplanen
- ☐ Integration af leveranceplan og den enkelte kampagneplan

Blog

Har du brugt bloggen LB NU!	
Ja	Nej
0 %	100 %

PLENUM

Hvis bloggen skal give mening for jer, hvad skal den så indeholde?





Evaluering

- midtvejs evaluering

Ledelsens vurdering af opbakning til kampagnelederen i projektet Landmandens Bundlinje NU!

	Meget høj – høj	Middel
Direkte ledelse	77 %	8 %
Øvrige ledelse	54 %	23 %

Der opleves stor opbakning fra den direkte ledelse og der stilles ressourcer til rådighed!
Udfordring at få kundeemner fra de involverede faglige afdelinger!

PLENUM

*Hvad er **ledelsens** og **kampagnelederens** største opgave ved gennemførelse af kampagnen eller tilsvarende kampagner fremadrettet?*



20. december 2011

Referat fra afsluttende workshop i Landmandens Bundlinje NU! – mandag den 19. december 2011

Tilstede: Bjarke Lassesen, LRØ, Kim Ladekjær, LRØ, Vibeke Fabricius, LMO, Merete L. Andersen, LandboNord, Søren Greve, SLF, Trine Leerskov, Østdansk LandbrugsRådgivning, Knud Aage Hansen, Østdansk LandbrugsRådgivning, Dorte Marcussen, VFL, Eva Gleerup, VFL, Jesper Klintebjerg Fuglsang, VFL, Karsten Bove, VFL, Merete Jensen, VFL, Ulrik Toftegaard Jensen, VFL, William Schaar Andersen, VFL og Birgit Winther Sørensen, VFL.

Velkomst, formål, forventninger og dagens forløb

Eva Gleerup bød velkommen.

Hvad nåede vi i 2011?

Bordet rundt: Hvilke områder valgte din rådgivningsvirksomhed ud til kampagne og effektmåling og hvor langt nåede I? Fortæl om jeres succes og udfordringer.

Merete: Det er noget andet i år end sidste år, ift. Bundlinje-delen – vi har bibeholdt navnet, ikke startet noget nyt igen. Bad driftsøkonomerne om at vælge kunder ud. Hvad vil han tjene hvornår, satte en skabelon op. Er på plads, men ikke sådan lige at få fat i navne, rykket og rykket for dem, fik navne medio november, kvæg i december – manglede resten. D.d. har vi fået alle navne – kører kampagnen i januar mdr. – den største udfordring er den interne kampagne – har prøvet at inddrage folk, men svært at få leveret pga. af travlhed. NU er vi klar ... fag + driftskonsulent på projektet.

Effekt-delen – udvejning af slagtesvin, kan tjene helt vildt mange penge, hvis de går i gang med det. Individuel handlingsplan i erfa-gruppen, kører konkurrence mellem deltagerne (hvem når deres individuelle mål), enighed om hvad man måler på. Så langt så godt – én er med på det – to andre overvejer, mangler 3 deltagere. Vi sendte 1 medarbejder ud for at veje grisene for landmanden. Hanne Gregersen skriver en artikel fra en landmand som i forvejen vejer sine grise + hans medarbejdere er med. Artiklen kommer i februar, håber det giver gejst.

Vibeke: Jeg kom ind i projektet med en sidevind, markplan contra svinefodring, som nu er kampagnen. Har kørt i efteråret – for-projekt som vi vil køre videre med, sammen med planteavl og svin som vi kendte. 3 hjemmeblandere og brovægte, ud hos landmanden - hvad har du af mulighed? Høj selvforsyningsgrad ud fra givne faktorer. Regnet på det – nu-drift og fremtidig sædskifte, positivt resultat, de kan spare omkostninger. Hvad tror vi potentialet på det her er, ikke taget stilling til om projektet skal være med i 'Løft bundlinjen' eller om vi bare selv kører det videre. Kommet rigtig langt på inter-

ne linjer. Ikke vist effekt endnu – vil først kunne måle effekt i 2013. Spørgsmål til Vibeke: Har I gjort overvejelser om hvordan I får det delt internt?

Søren: Havde i forvejen besluttet at køre 'den Sønderjyske bundlinje-match', dejligt med ekstra finansiering. Fælles måde at lave handlingsplaner på (skema) – alle driftsøkonomer skulle sammen med kvæg + svin lave handlingsplaner – positivt at kollegerne tager det til sig (næsten uden brokkeri) – masser af artikler, smart med en udviklingsgruppe - der kan test af. Kører med det og vi drager erfaringer af det bagefter. AgroNyt, dyrskue ... mangler dog lidt vedrørende handlingsplaner. Kærer en vinder på generalforsamlingen. Der skal konkluderes lidt skarpere undervejs (Sørens konklusion). Vi har pt. lavet 40 aftaler. Bundlinje-tjek på hvordan man ender med en handlingsplan, følges op med, at man måler på mål (opfølgning). Landmanden prioriterer sammen med de enkelte rådgivere. Intervallerne i konkurrencen er lidt for store, skulle have lagt et fælles møde ind midtvejs. Et tiltag til næste år – grupperådgivning, sparre med hinanden – 'committer' dem i fællesskab, hvor økonomikonsulenten er den koordinerende.

Bjarke: Vi har taget udgangspunkt i 'Din bundlinje NU!' fra 2010 – vi fik lavet 1.000 stk. t-shirt som vi på centret gik med HVER mandag, så kampagnen var synlig for de landmænd som kom på centret om mandagen – afholdt en svinekongres, alle landmænd fik en t-shirt.

2011 indlæg med – bundlinje tjek, et værktøj til at arbejde tværfagligt. Kvæg, svin og planter – hvad er det der gør at dette ikke rykker så meget, landmændene er faktisk meget godt tilfreds, men vi blev ramt af hverdagen. Har vendt kampagnen i 2011 - hvordan gearer vi os selv som rådgiver? Hvordan får man startet den gode rytme, fokus på hvordan man arbejder sammen som rådgivere. Ambitiøst mål i august – koordinerende arbejde, handlingsplan udsat 3 mdr. Grupperådgivning som vigtigste værktøj til at arbejde med effekt. Kører et regulært bundlinje-tjek igennem, landmanden udvælger selv 3 punkter. Lavpraktiske eller økonomiske emner, de må selv vælge. Gruppemøde i januar, status/resultat på effekten i juni mdr. Optakt til videreudvikling af bundlinje-tjekket.

Trine: Vores kriterier til dette projekt, var at vi skulle have intern opbakning i huset, som vi kunne sælge ind + finde et projekt hvor vi kunne gøre noget anderledes end tidligere år. Få engagement + fuldføre handlingsplaner, gerne have fat i mange kunder. Vi tog udgangspunkt i benchmarking – alle der har årsrapport får tilsendt sammenligningstal + brev (møde med en konsulent som de ikke kendte i forvejen, gratis). Landmanden skulle finde 2 indsatsområder som han kunne gøre noget ved, som forberedelse til mødet. Tidsplanen er røget. Godt i gang nu – ringer rundt vedr. mødeaftaler. Stor succes. Har været ude hos 35 – mange aftaler i hus. Møder skal være aftalt inden nytår og afholdes i januar. Vi kommer ikke med løsningen - kunden selv er på arbejde, skal selv finde ud af indsatsområder, vi er ligeglade med beløbets størrelse. Skal lave en adfærdsændring. Landmanden er overrasket over at han kunne finde nogle indsatsområder (kommer frem ved de spørgsmål vi stiller – spørgeteknikker). Startede med 4 konsulenter i projektet, nu oppe på 8. Kan næsten ikke få armene ned pt. Det hedder 'Din bundlinje NU!' **også** for centret. Har faktisk en del 'grønsagsavlere' og gårdbutikker, har holdt et gå-hjem-møde, 65 var tilmeldte, egen afsætning var fokusområdet. Der var mange ikke-kunder. Har haft let ved at få navnene i projektet denne gang.

Indlæg ved landmand Christian Mikkelsen:

- Det handler om at finde det rigtige team
- Få sine medarbejdere involveret
- Vigtigt at det er struktureret, opfølgning, mål og delmål

- Vær skarpe på konklusionen
- Super godt projekt.

Spørgsmål/svar - Christian: Få nye øjne på (en værdi i sig selv), flere rådgivere omkring en ejendom (fx flere planteavlskonsulenter), huske at involvere sine ledende medarbejdere, rådgivere + dyrlæge ude sammen, fundet på af konsulenten, Christian synes at tværfaglige projekter er spændende. Hvad forventer du af konsulenter og af dig selv efter projektet? skulle gerne være en fortløbende proces, stadig opfølgning fra konsulenterne, forventer Christian. Vigtigt for Christian at involvere sine medarbejdere (bruger kaffepausen til det). Hvilke principper bruger du fremadrettet fra dette projekt? Vi har afprøvet andre mødeformer, kaffemøder er godt, vigtigt at holde processen i gang. Mangler ½ mand i besætningen for at nå nogle af målene, lettere når økonomien er til det.

Evaluerings af projektet

Jesper Fuglsang gennemgik resultaterne af de besvarede Survey Xact.

Gennemgik midtvejs-, overordnet, leveranceplan - ift. forretnings-evaluering. (Se evt. Jespers PowerPoint- præsentation).

Fælles markedsføring, hvordan skulle VFL have støttet op omkring dette pkt.? fx gennem artikler, holde fast i det navn/budskab man har valgt (holde fast i forankringen), tage fat i noget landmændene allerede kender, hvis kampagnecentrene gik ind for samme projekt (bruge hinanden noget mere).

Hvis bloggen skal give mening, hvad skal den så indeholde?

- Stort set ingen bruger bloggen/har besøgt den
- Smæk den over på facebook (lukket gruppe).

Præsentation af vidensyntesen om effekt. "Effektskabende handlinger"

Dialog: hvordan bruger vi denne viden i vores fremtidige samarbejde og ude hos landmanden?
v. Eva Gleerup

Jette har interviewet projektledere af eksisterende projekter. Effekt i projektet og hvad skal der til for at skabe effekt for landmanden.

Se Evas PowerPoint præsentation.

Effektkataloget bliver udgivet som en del af afrapporteringen i år.

Effekt hvordan: forudsætning for effekt i rådgivning:

- Forventningsafstemning
- Ejerskab
- Kontrakt klare mål
- Opfølgning
- Processtyr
- Ledelses-opbakning

Forudsætning for effekt i projekter:

- Akkurat de samme punkter som ovenfor

- Virker bedst hvis vi involverer hinanden
- Udvikle sammen
- Tænk effektmål fra start
- Konklusion/afrundning på vort mål (Søren/Christian)

Hvad er de irrationelle mål der 'tænder' konsulenten? (Kim)

- Engagement
- Engagement også hos dem som tænker anderledes
- Fra andre kolleger og ikke landmanden
- Vigtig at ledelsen signalerer ejerskab for projektet.

Sidste leverance – linksamling på bloggen – tanker og metoder om måling af effekt, kendskabsgrad, kvalitative målinger. Planen til næste år, når vi kender til de forskellige muligheder, hvilken form for effektmåling i forskellige sammenhænge.

Workshop om hvordan man skaber engagement – forslag fra Merete.

Mål for 2012

Tilbageblik i 2010, 2011 frem mod 2012 "Løft bundlinjen!" – gennemgået af Dorte Marcussen.

Vi har stadig noget at hente ift. (evalueringen) - ejerskab, kampagnen, opmærksomhed på det som skal skabe effekt.

Hvordan skal vi (VFL) skabe forretning ved implementering? Det vil vi arbejde videre på i 2012.

Fokus på hvordan vi gør det: Udviklingsprojekter, Demonstrationsprojekter, Produkter i drift.

- Guidelines for implementering og opnåelse af effekt
- Håndbog/katalog for måling af effekt
- Kampagner, koordinering og udviklingsforløb.

VFL, afholder en projektmesse: den 6. februar 2012:

- Produkter, som er klar til drift.
- Produkter, hvor der er en ny version/supplement under vejs.
- Produkter, der er under nyudvikling.

Hvordan vil I arbejde videre med jeres kampagne i 2012? Set i henhold til vores kommende LD-ansøgning:

- Hvad kunne I tænke jer at være med i næste år?
- Hvad kunne I tænke jer at levere næste år?

I plenum:

- Merete, vi skal demonstrere at vi kan gøre en forretning af projektet
- Workshop internt/eksternt hvordan skaber vi engagement
- Knud Aage, vi skal lære af hvad vi har lært i denne her periode, vi skal have det struktureret

- Søren, vi skal have mere styr på opfølgning, potentiale - hvor mange kr. er samlet op (en artikel i Maskinbladet), forretningsplansskabelon
- Bjarke, vi skal passe på med at slå for store brød op (forkerte tidspunkt) – kampagnehjul, vælge nogle high-lights, vigtig at vælge et fælles mål, det der er i fokus, noget organisationen skal være parat til
- Vibeke, mit produkt kan være med til at løfte landmandens bundlinje.

Opgave med hjem: send en mail tilbage til Dorte – dom@vfl.dk – senest den 2. januar 2012 om formiddagen – hvilke leverancer I ønsker at levere i 2012 – hvad skal VFL give for det (kr.)?

Evaluering af dagen:

Hvad er jeres indtryk af i dag – har det været pengene værd at køre herop i dag?

- Søren en rigtig god dag, jeg tyvstjæler flere gode ideer
- Knud Aage en god dag, gode spørgsmål, gode svar
- Bjarke – det har været godt.

Blog: lbnu.dlbrblog.dk – se jeres egne tags – fx slf osv.



Navn: Evaluering af leveranceplan og blog LB NU!

Dato: 2011-12-15 15:38:55

Hvor tilfreds har du været med leveranceplanen?

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	25,0%
Tilfreds	2	50,0%
Mindre tilfreds	1	25,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Har leveranceplanen gjort forventningerne til jer som kampagnecenter tydeligere?

	Respondenter	Procent
Ja	3	100,0%
Nej	0	0,0%
I alt	3	100,0%

Hvis ja - hvordan?

jeg har ikke været i tvivl om hvad jeg skulle levere for at have løst opgaven

Hold kadancen og positivt skubbe på processen.

Super godt med en plan, hvor jeg kunne se hvad der forventes af mig og hvad der skulle leveres.

Hvis nej - hvorfor ikke?

Jeg må indrømme, at jeg hele vejen igennem kampagnen har været en del i tvivl om VFL's forventninger til det leverede materiale. Jeg synes ikke at selve leveranceplanen er særlig konkret - måske skulle den have været gennemgået i forbindelse med den første workshop i september? For mig var mødet med medarbejderne fra VFL på vores eget center langt mere givtigt - da det enkelte projekt her blev langt mere konkret. Jeg ved også udmærket, at leveranceplanen måske havde været mere brugbar, hvis jeg havde været med i de indledende snakke på vores eget center omkring kampagnen i forsommeren - der er nok faldet mange guldkorn der, som kunne have været dejlige at have med i bagagen siden hen.

Hvor tilfreds har du været med opfølgningen på leveranceplanen?

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	25,0%
Tilfreds	3	75,0%
Mindre tilfreds	0	0,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Har leveranceplanen været en hjælp i dit arbejde som kampagneleder?

	Respondenter	Procent
Ja	3	75,0%
Nej	1	25,0%
I alt	4	100,0%

Hvis ja - hvordan?

Der har været nogle opgaver jeg har kastet mig over som jeg måske ikke ville have løst hvis jeg ikke havde planen godt med overblik.

Dejlig opfølgning og meget forståelse når jeg ikke har leveret til tiden.

Hvis nej - hvorfor ikke?

Hvilke forbedringsforslag har du til leveranceplanen?

Måske kunne der være nogle forslag til løsningsmodeller være bygget ind i planen

Jeg tænker, at forholdet mellem leveranceplanen/VFL og jeg kunne have været langt bedre og have givet mere sparring, hvis VFL i de opfølgende mails angående leveranceplanen tog konkret afsæt i de enkelte centres kampagneplaner?

Har du et alternativ til leveranceplanen?

nej

nej

Nej

Hvis ja - hvilket?

Jeg tænker, at leveranceplan og kampagneplan for det enkelte center skal smelte langt mere sammen på et tidligt tidspunkt i kampagneforløbet, sådan at man udfra den fælles sammensmeltede plan kan se, hvornår det enkelte center konkret skal "levere" noget i forhold til VFL.

Har du anvendt bloggen?

	Respondenter	Procent
Ja	0	0,0%
Nej	4	100,0%
I alt	4	100,0%

Hvor tilfreds har du været med bloggen - overordnet?

	Respondenter	Procent
--	--------------	---------

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	0	-
Tilfreds	0	-
Mindre tilfreds	0	-
Ikke tilfreds	0	-
I alt	0	-

Hvor tilfreds har du været med indholdet?

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	0	-
Tilfreds	0	-
Mindre tilfreds	0	-
Ikke tilfreds	0	-
I alt	0	-

Hvor brugervenlig har bloggen været?

	Respondenter	Procent
Meget brugervenlig	0	0,0%
Brugervenlig	1	50,0%
Ikke brugervenlig	1	50,0%
For kompleks	0	0,0%
I alt	2	100,0%

Har der været behov for introduktion til bloggen?

	Respondenter	Procent
Ja	1	25,0%
Nej	3	75,0%
I alt	4	100,0%

Hvad har du været særlig tilfreds med ved bloggen?

Hvilke muligheder er der for forbedringer af bloggen?

Har du et alternativ til bloggen?

Hvis ja - hvilket?

Navn: Overordnet evaluering af LB NU!

Dato: 2011-12-15 15:36:42

Overordnet, hvor tilfreds har I været med at være deltager i projektet "Landmandens Bundlinje NU!"

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	2	50,0%
Tilfreds	1	25,0%
Mindre tilfreds	1	25,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Hvad har I været specielt tilfreds med i "Landmandens Bundlinje NU!"?

Jeg synes jeg har fået god sparring fra VFL

Fælles kampagne og god synlighed

God fokus på effekt god PR Godt samarbejde mellem afdelingerne

Hvordan kan I skabe endnu større udbytte af "Landmandens Bundlinje NU!"?

?

Jeg har fulgt tidligere kampagner fra sidelinjen og synes, at der har været langt mere markedsføring af den overordnede mål af kampagnen i diverse medier (f.eks. Find 500 kr/ha)- jeg tænker f.eks. at VFL kunne have kørt en fælles markedsføring af Landmandens Bundlinje NU og det overordnede formål at skabe effekt af en given rådgivning i diverse medier. En sådan fælles markedsføring kunne løbende have inddraget de enkelte centres formål med kampagnen og endelig kunne centrene enkeltvis eller i fællesskab have markedsført deres resultater og videre arbejde med kampagnens produkter.

Anvende den landsdækkende opmærksomhed til at "annoncere" lokalt.

Mere fokus på effekt og opfølgning

Hvor tilfreds har I været med planlægningen af projektet "Landmandens Bundlinje NU!"?

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	33,3%
Tilfreds	2	66,7%
Mindre tilfreds	0	0,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	3	100,0%

Hvor tilfreds var du med workshoppen (Planlægningsdag af "Landmandens Bundlinje NU!") den 18. maj?

	Respondenter	Procent
--	--------------	---------

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	0	0,0%
Tilfreds	3	100,0%
Mindre tilfreds	0	0,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	3	100,0%

Hvor tilfreds var du med workshoppen (hvad er effekt?) den 7. september?

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	0	0,0%
Tilfreds	3	75,0%
Mindre tilfreds	1	25,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Har der været behov for andre fælles møder?

	Respondenter	Procent
Ja	0	0,0%
Nej	4	100,0%
I alt	4	100,0%

Hvilke?

Hvor tilfreds har I været med møder i jeres center?

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	0	0,0%
Tilfreds	4	100,0%
Mindre tilfreds	0	0,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Hvad har I været specielt tilfreds med ved møder på jeres center?

God sparring og hurtig leverance af det aftalte

Jeg har kun deltaget i det sidste møde med VFL på vores eget center, hvor leveranceplanen blev gennemgået og begrebet "effekt" blev analyseret. På mødet deltog Dorte M., Eva G. og Jesper K. Jeg har desværre ikke deltaget i de indledende workshops og møder i kampagnen i forsommeren, hvorfor jeg nok også føler, at jeg i forløbet ofte har "løbet med halv vind"?!

Godt at fokusere på fælles kampagne.

God ånd og tro på tværfaglige handlingsplaner. Alle har troet det var det rigtige for os

Hvem har I sparret med i kampagnen?

VFL

Andre centre og ledelsen i huset.

mest internt

Hvilke fagkontorer har været involveret i jeres "Landmandens Bundlinje NU!" kampagne?

	Respondenter	Procent
Kvæg	3	75,0%
Svin	4	100,0%
Driftsøkonomi	4	100,0%
Skat	0	0,0%
Miljø	0	0,0%
Planteproduktion	4	100,0%
Andre	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Er det fordi vi er meget traditionelle vi tænker de fagkontorer?

Hvilke fagkontorer har været involveret i jeres "Landmandens Bundlinje NU!" kampagne? - Andre

Hvor tilfreds har I været med Videntcentret for Landbrug?

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	2	66,7%
Tilfreds	2	66,7%
Mindre tilfreds	1	33,3%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	3	100,0%

Hvad har I brugt Videntcentret for Landbrug til?

Sparring og gode ideer

Jeg kan ikke give et ordentlig svar, da jeg ikke har deltaget i de indledende møder i kampagnen og derfor ikke kan vurdere VFL's rolle i kampagneforløbet.

Sparing omkring effekt og hjælp til Logo

Overordnet tilfredshed med... - Projektledelsen? - Tilfredshed

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	25,0%

	Respondenter	Procent
Tilfreds	3	75,0%
Mindre tilfreds	0	0,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet tilfredshed med... - Effektgruppen? - Tilfredshed

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	25,0%
Tilfreds	3	75,0%
Mindre tilfreds	0	0,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet tilfredshed med... - Projektadministrationen? - Tilfredshed

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	25,0%
Tilfreds	3	75,0%
Mindre tilfreds	0	0,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet tilfredshed med... - Projektplanen? - Tilfredshed

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	25,0%
Tilfreds	3	75,0%
Mindre tilfreds	0	0,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet tilfredshed med... - Gennemførelsen? - Tilfredshed

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	25,0%
Tilfreds	2	50,0%
Mindre tilfreds	1	25,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet tilfredshed med... - Sparringen med projektmedarbejderne på Videncentret for Landbrug? - Tilfredshed

	Respondenter	Procent
--	--------------	---------

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	1	25,0%
Tilfreds	2	50,0%
Mindre tilfreds	1	25,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet tilfredshed med... - Netværket kampagnelederne imellem? - Tilfredshed

	Respondenter	Procent
Meget tilfreds	2	50,0%
Tilfreds	0	0,0%
Mindre tilfreds	2	50,0%
Ikke tilfreds	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet, hvor vigtig er... - Projektledelsen? - Vigtighed

	Respondenter	Procent
Meget vigtig	3	75,0%
Vigtig	1	25,0%
Knap så vigtig	0	0,0%
Ikke vigtig	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet, hvor vigtig er... - Projektledelsen? - Kommentar

Overordnet, hvor vigtig er... - Projektadministrationen? - Vigtighed

	Respondenter	Procent
Meget vigtig	2	50,0%
Vigtig	2	50,0%
Knap så vigtig	0	0,0%
Ikke vigtig	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet, hvor vigtig er... - Projektadministrationen? - Kommentar

Overordnet, hvor vigtig er... - Projektplanen? - Vigtighed

	Respondenter	Procent
Meget vigtig	3	75,0%
Vigtig	1	25,0%

	Respondenter	Procent
Knap så vigtig	0	0,0%
Ikke vigtig	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet, hvor vigtig er... - Projektplanen? - Kommentar

Overordnet, hvor vigtig er... - Gennemførelsen? - Vigtighed

	Respondenter	Procent
Meget vigtig	4	100,0%
Vigtig	0	0,0%
Knap så vigtig	0	0,0%
Ikke vigtig	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet, hvor vigtig er... - Gennemførelsen? - Kommentar

Overordnet, hvor vigtig er... - Sparringen med projektmedarbejderne på Videncenteret for Landbrug? - Vigtighed

	Respondenter	Procent
Meget vigtig	2	50,0%
Vigtig	1	25,0%
Knap så vigtig	1	25,0%
Ikke vigtig	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet, hvor vigtig er... - Sparringen med projektmedarbejderne på Videncenteret for Landbrug? - Kommentar

Overordnet, hvor vigtig er... - Netværket kampagnelederne imellem? - Vigtighed

	Respondenter	Procent
Meget vigtig	1	25,0%
Vigtig	1	25,0%
Knap så vigtig	2	50,0%
Ikke vigtig	0	0,0%
I alt	4	100,0%

Overordnet, hvor vigtig er... - Netværket kampagnelederne imellem? - Kommentar
