



Analyser:

Rådgivning, information, netværk og brug af sociale medier

Forskellige projekter gennemført af Videncentret for Landbrug har analyseret flere forskellige typer landmands behov og agerende i forbindelse med bl.a. rådgivning, information og netværk. Projekt Vi&Di har set på analyser der er gennemført i 2008 til 2013. Nedenfor finder du et kort resume fra analyserne, stikordene for resuméet er netværk, nettet, informationsøgning, sociale medier. Du finder også et link til hele rapporten for hver analyse. Den nyeste analyse står øverst.

Nicheproducenter og deres behov

2012 Værditilvækst – merindtjening på råvarer

Interview af 14 nicheproducenter

Link: [Den samlede analyse \(pdf\)](#), [Dias med konklusioner \(pdf\)](#)

Analysen identificering en række rådgivningsbehov, herunder behov for bistand fra rådgivere og netværk. Om netværk står der i analysen:

- Nichelandmændene bruger hellere faglige netværk af landmænd og forretningsfolk end rådgivere generelt
- De mindre nicheproducenter bruger kun rådgivere i begrænset omfang, og de har sværere ved at se, hvordan rådgiverne kan bidrage til deres virksomhed. De får en stor del af deres inspiration via deres faglige netværk og personer, der har produktionsudfordringer som dem selv
- I forhold til rådgivning og mulige støtteordninger er de mindre nicheproducenter mest rosende over for de netværk, hvor de får ny inspiration, og hvor de kan se, hvordan andre gør tingene i praksis, og her kan rådgivere facilitere netværk og lede dem

Endvidere bemærkes i analysen at rådgiveren skal i høj grad være i stand til at skaffe inspiration udefra.

Markedsanalyse: Deltidslandmænd

2012-2013. Dynamiske deltidsbedrifter. Dynamisk rådgivning

2012. 1456 besvarelse af spørgeskema. 6 centre + Land&Liv.

2013. 97 besvarelser af spørgeskema. 1 center.

Links: [Analysen 2012 \(pdf\)](#) :

Links til analysen 2013: (skal lægges op)

Analysen indeholder afsnittene: generelle oplysninger om deltidslandmænd, interesse, søgning af information, hvorfra deltidslandmænd modtagerrådgivning, hvilke rådgivningsbehov deltidslandmænd har, deltidslandmændenes ønsker til møder og arrangementer samt deres forventninger til rådgivningen.

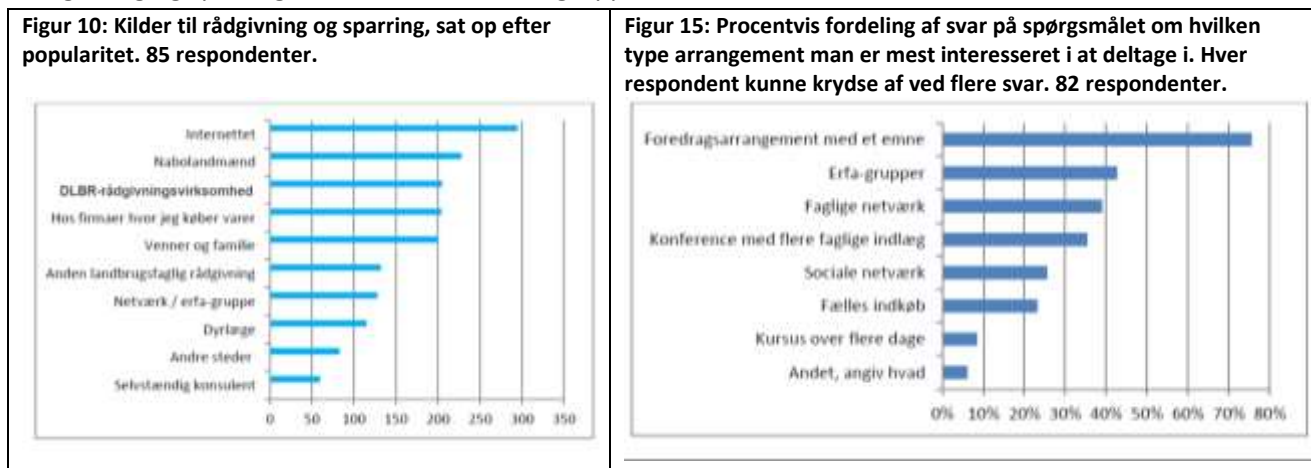
I analysen fra 2012 findes i afsnittet om Arrangementer og interesser, denne tabel:

	Land &		
Hvad er du mest interesseret i at deltage i?	Liv	Total	Procent

ERFA-grupper / netværk	19	396	31,5%
Faglige arrangementer	23	597	47,4%
Fælles indkøb	3	112	8,9%
Udviklingsgrupper	2	26	2,1%
Sociale netværk	1	128	10,2%
I alt	48	1259	100,0%

tabellen viser således 10,2 procent gerne vil deltage i aktiviteter der afholdes via sociale medier, eller som tager udgangspunkt i de sociale medier som platformen, og at 31,5 % er interesseret i netværk/erfagrupper

I analysen fra 2013 finde figurer 10 og 15, som begge vise at nettet, netværk og social medier er kilder til rådgivning og sparring samt interessante for gruppen



Kundeanalyse blandt vækstlandbrug og lead-users

2011 Landmanden som virksomhedsleder

Interview af 19 vækstlandmænd

Links:

[Læs den samlede rapport](#)

[Læs også en kort artikel, der sammenfatter rapportens konklusioner](#)

[Slides med rapportens konklusioner](#)

Analysen redegør for behov og brug af forskellige rådgivning og måder at få information på som kunne understøttes ad brug af sociale medier m.m.. Her skal specielt fremhæves behovet om målrettede erfagrupper. En landmand kan således citeres således for at sige *"Jeg får det meste inspiration til udvikling gennem netværk og ERFAgrupper (75 %) og resten fra landbrugsrådgivning og medier"*. Landmænd efterspørger endvidere hjælp til at sammensætte ERFA-grupper på tværs af landet, som er skræddersyet til deres unikke behov - og gerne med en god facilitator, der kunne få det bedste ud af gruppen, og som deltagerne har en faglig respekt for.

Deltidslandmænd og rådgivningen fra DLBR

2008. Landmand på deltid – menneske på heltid

Interview af 15 deltidslandmænd.

Links til analysen: (skal lægges op under inspiration deltidslandmænd)

Analysen identificering en række tværgående rådgivningsbehov, herunder behovet for netværksdannelse. I analysen er opstillet en prioriteret liste for søgning af viden, hvoraf i forhold til Vi&Di skal fremhævet at søgning på nettet (google) og dermed at adgang til relevant landbrugsfaglig viden på nettet er højt prioriteret

Virksomhedslandmændenes behov for rådgivning

Gennemført: 2008. Virksomheds- og ledelsesrådgivning

Omfang: Interview af 23 vækst-landmænd

Links til analysen: [Læs rapporten](#) (pdf)

Analysen identificering af behov for en række rådgivningskoncepter, hvoraf flere kunne understøttes af en eller flere social medier.