

# Virker det?



- også kaldet "Effektmåling"

Du får svar på følgende:

- Hvilket materiale måles effekten på?
- Husker målgruppen spontant materialet?
- Husker målgruppen hvem, der er afsender?
- Har målgruppen lagt mærke til vores budskab?
- Hvordan opfatter målgruppen vores budskab?
- Anvender målgruppen materialet?

## Lad os kalde det hvad det er

Ordet "Effektmåling" er blevet en trendy størrelse. Alle vil gerne vide mere om effekten af deres indsatser, i bestræbelserne på at forvalte nogle givne resurser godt nok.

Bag ordet "Effektmåling" gemmer der sig egentlig bare spørgsmål som: Hvad virker? Hvorfor virker det? Hvordan virker det? og Hvornår virker det? Det handler altså om at vurdere, hvor gavnlige en bestemt indsats er for den målgruppe, som indsatsen er rettet mod.

## Metoden afhænger af typen af indsats

En måde at undersøge om "det virker" er, at sammenligne effekten i en gruppe, der modtager indsatsen (indsatsgruppen), med effekten i en gruppe, der ikke modtager indsatsen (kontrolgruppen). Men denne metode kræver, at de to grupper er ens, ellers risikerer man, at selve forskellen på grupperne – og ikke indsatsen i sig selv – er årsag til forskellen i resultatet.

Når indsatsen = udbrede kendskab til eksistensen og anvendelsen af et materiale, og målgruppen = forskellige typer af rådgivere, som man ønsker, skal gøre brug af materialet – hvordan finder man så ud af, om indsatsen er lykkedes?

## Anvendelse af en kvalitativ metode

Ved kvalitative metoder forstås generelt, at data indsamles og fortolkes på måder, der tillader, at resultaterne præsenteres i en ikke-talmæssig form. Kvalitative metoder er især velegnede, når det handler om forståelse af personers holdninger og handlinger.

En spørgeskemaundersøgelse er derfor anvendt til at undersøge, om de aktiviteter, der er gennemført for at implementere materialet, har virket.



### √ Spørgeundersøgelsens omfang?

- Spørgeundersøgelsen blev gennemført for at afdække, i hvilken grad materialet "ReproManagement – sund fornuft" er implementeret blandt rådgivere, der udfører reproduktionsrådgivning i malkekvægsbesætninger. I alt 370 personer modtog spørgeskemaet, og 135 indsendte besvarelsen ≈ en svarprocent på 36.

Rådgivertype	Adspurgte (antal)	Besvarelser (antal)	Svarpct.
Kvægkonsulenter	108	48	44
Dyrlæger	243	75	31
Avlsrådgivere	19	12	63

### √ Hvilket materiale måles effekten på?

- "ReproManagement – sund fornuft" er et materiale, der understøtter reproduktionsrådgivningen i malkekvægsbesætninger
- Materialets opbygning synliggør de mulige samarbejdsflader mellem mælkeproducenter, dyrlæger, avlsrådgivere, inseminører og kvægkonsulenter
- Materialet er opdelt i 6 kapitler, som gør det nemt for rådgiverne at "plukke" de dele der er relevante i den enkelte besætning:

- o Kap. 1, Reproduktionsstrategi
- o Kap. 2, Udpeg indsatsområder
- o Kap. 3, Prioritér indsatsområder
- o Kap. 4, Sæt mål for indsatsområde
- o Kap. 5, Udpeg punkter til handlingsplan
- o Kap. 6, Handlingsplan

### √ Husker målgruppen spontant materialet?

- Ja - i alt 80 % af besvarelsene viser, at målgruppen umiddelbart kender til materialet. Kendskabet er opstået via artikler, foredrag, tilstedeværelsen på VFL, Kvægs Kongres/AgroNord/Agromek, plakater samt via kolleger og mælkeproducenter. Det er glædeligt, at knap halvdelen af de, som ikke kender til materialet, ønsker at få tilsendt information om det.

### √ Husker målgruppen hvem, der er afsender?

- Ja – besvarelsene viser, at størstedelen af målgruppen ved, at det er VFL, Kvæg, som står bag materialet. I alt 68 % har svaret korrekt på, hvor materialet er tilgængeligt, og 23 % ønsker at få tilsendt et link.

### √ Har målgruppen lagt mærke til vores budskab?

- Ja – besvarelsene viser med al tydelighed, at vi er nået ud med budskabet om, at god reproduktion er en nødvendighed for mælkeproducenten, og at der ligger et stort økonomisk potentiale for rigtig mange bedrifter. Brugerne svarer, at materialet har:
  - sat fokus på og systematik i reproduktionsarbejdet
  - øget forståelsen for reproduktionens betydning for økonomien
  - medført diskussion og handlingsplaner samt ændret folks adfærd
  - øget det tværfaglige samarbejde

### √ Hvordan opfatter målgruppen vores budskab?

- Rådgiverne har taget det til sig, som inspiration og som et konkret hjælpemiddel til at give et løft til reproduktionsrådgivningen. Brugerne svarer, at materialet har bidraget med et langt bedre overblik og konkrete input. Desuden at det er let anvendeligt og med en fremragende opbygning.

### √ Anvender målgruppen materialet?

- I alt 69 rådgivere har svaret på, om man har anvendt materialet. Heraf har 83 % svaret 'Ja'. Yderligere 9 rådgivere har planer om at anvende hele/dele af materialet. Besvarelsene viser, at det er alle 6 kapitler der anvendes, og at rådgiverne har anvendt det i:
  - under 5 besætninger 59 %
  - 5 til 10 besætninger 22 %
  - over 10 besætninger 19 %

### √ Virker det?

- Ud af de besætninger, som rådgiverne svarer, de har anvendt materialet i, er der opnået en positiv effekt i 93 % Rådgiverne beskriver den positive effekt, som:
  - Bedre opstart af køer efter kælvning
  - Øget insemineringsprocent
  - Øget drægtighedsprocent
  - Færre omløbere
  - Lavere kælvningsalder
  - Øget antal kælvninger pr. årsko
  - Reproduktionsarbejdet i besætningerne er systematiseret
  - Bedre udpegning af indsatsområder

### √ Konklusion

- De aktiviteter, der er gennemført for at sætte materialet "ReproManagement – sund fornuft" i drift, er lykkedes. Brugerne har hørt om materialet, ved hvordan de skal få fat i det og anvender det. I 93 % af besætningerne, det er anvendt i, har det haft en synlig og gavnlig effekt på reproduktionsresultaterne. Besvarelsene viser, at vi skal blive ved med at fortælle om materialet. F.eks. via disse aktiviteter:

- o Den gode historie fortælles via artikler
- o Undervisning af ansatte på større kvægbrug
- o Korte videoklip