



Se 'European Agricultural Fund for Rural Development' (EAFRD)

Sociale medieaktiviteter i VFL .....	2
VFL, Planteproduktion .....	2
VFL, Kvæg .....	2
VFL, Økologi .....	3
VFL, Ø&V .....	3
VFL, Koncern .....	4
Twitter-konti i VFL-regi: .....	4
På sigt .....	4
Hvem / hvad vil det give mening at opsamle data på? .....	5
Facebook-sider .....	5
Økologi, VFL .....	6
Videncentret for Landbrug, Koncern .....	6
Twitter-konti i VFL-regi: .....	6
Perspektiver på udbytte af monitorering .....	7
Talkwalker vs. vores behov .....	9

## Sociale medieaktiviteter i VFL

### VFL, Planteproduktion

- **Facebook Plantekongressen** <https://www.facebook.com/plantekongres> En Facebook side oprettet af planteproduktion i forbindelse med plantekongresserne. Den er på standby indtil næste plantekongres.
- **Facebook Smart Planteværn og IPM** <https://www.facebook.com/pages/Smart-plantev%C3%A6rn-IPM/141401732688061?ref=hl> Det er også en side, der er oprettet hos planteproduktion, og de gør brug af IPM-værter og konsulenter, der skriver opdateringer på siden. De reklamerer også en gang imellem for arrangementer.
- **Facebook gruppe WaterCAP** <https://www.facebook.com/groups/323590940988616/> Det er en åben gruppe på Facebook, oprettet af planteproduktion. Det er et internationalt projekt og der er medlemmer fra flere lande i gruppen – sproget er derfor på engelsk. Der er også stadig aktivitet i gruppen.
- **LinkedIn gruppe, WaterCAP** [http://www.linkedin.com/groups/WaterCAP-4164673?home=&gid=4164673&trk=anet\\_ug\\_hm](http://www.linkedin.com/groups/WaterCAP-4164673?home=&gid=4164673&trk=anet_ug_hm) Det er en gruppe på samme måde som den åbne Facebook gruppe, hvor der bliver delt forskellige links og nyheder i forhold til projektet
- **Blog, IPM i frugtplantagen:** <http://ipm-frugt.blogspot.dk/> En blog hvor IPM-værter på samme måde som på Facebook deler oplevelser og erfaringer. (Kunne være spændende at måle på/promovere)

### VFL, Kvæg

- **Safe-Teen On Farm:** <https://www.facebook.com/arbejdssikkerhed>, Det er en Facebook side der er oprettet hos Kvæg. Det var en praktikant Asta, der stod for siden, og hun arbejder engang imellem på den. Men den bliver ikke vedligeholdt. Siden omhandler arbejdssikkerhed for unge i landbruget. **Ansvarlig:** Efter 1. maj arbejdsmiljøchef Peter Bjergskov Sønderkjær (indtil da Martin Hestbech )
- **Facebook Smag på Landskabet:** <https://www.facebook.com/smagpaalandskabet?fref=ts> Det er en Facebook side, som administreres af Kvæg. Smag på landskabet er et projektsamarbejde, hvor Videncentret bl.a. samarbejder med kommuner, AgroTech, Aarhus Universitet m.fl.. Siden har mange likes og stor aktivitet med relevant indhold samt engagement fra brugere/følgere. **Ansvarlig:** Kirsten Marstal
- **Facebook Ta' Stilling – Ta' Handling** <https://www.facebook.com/tastillingtahandling?fref=ts> . Det er en Facebook side, der er tilknyttet aktiviteterne herom på Landbrugsinfo. Facebook siden er opdateret og har mange likes. **Ansvarlig:** Marlene Balle Andersen

- **Facebook: Vores mælk – en ren fornøjelse**  
<https://da-dk.facebook.com/pages/Vores-M%C3%A6lk-en-ren-forn%C3%B8jelse/250374158393760> Det er et projekt ved kvæg, hvor der i opstarten blev lavet en kommunikationskampagne – her bl.a. en Facebook-side. Siden er dog ikke særlig aktiv eller ”spændende” indholdsmæssigt pt.
- **Facebook: KoLedelse**  
[www.facebook.com/arbejdsplanlaegning](http://www.facebook.com/arbejdsplanlaegning) En side omfatter ”Harmoni på bedriften og Bedre data-overblik”. Der bliver delt noget om arbejdsrutiner, DMS og lean. Ansvarlig Ulrik Toftegaard Jensen
- **Facebook: NorFor**  
<https://www.facebook.com/Norfor.info> En Facebook side om NorFor. Ikke særlig opdateret. Ansvarlig: Nicolaj Ingemann Nielsen (i DK)
- **Facebook: Grovfoder**  
<https://www.facebook.com/Grovfoder> Grovfoder er en fagside hos Kvæg, hvor aktivitetsniveauet er lidt forskelligt. Der bliver lagt noget ud om arrangementer, fx Grovfoderekskursionen. Vi&Di er begyndt at dele indlæg fra to grovfoderbloggere, der blogger hhv. på Erfaland og via Wordpress. Ansvarlig: Merete Egelund Olsen
- **LinkedIn, gruppe: Avlsværdital - kødkvæg**  
<http://www.linkedin.com/groups/Avlsv%C3%A6rdital-k%C3%B8dkv%C3%A6g-7489511?gid=7489511&mostPopular=&trk=tyah&trkInfo=tarId%3A1398244097419%2Ctas%3Aavlsv%C3%A6rdi%2Cidx%3A1-1-1> Det er primært Anders Fogh der opdaterer derinde med links og nyheder. Der er 13 medlemmer og aktivitetsniveauet varierer. Ansvarlig: Anders Fogh

## VFL, Økologi

- Debat & blogs på Landbrugsavisen som Tomas Fibiger bestyrer:  
<http://www.landbrugsavisen.dk/Debatogblogs/Oekodoktoren/Forside.htm> Det kunne være relevant for Thomas at få indspark til indhold ved at måle på økologi – landbrug – hvis han vil have en tydeligere stemme..
- **Youtube kanal, Økologi** [https://www.youtube.com/channel/UCSA0Bc5AnVq1VK\\_CXn6-Riw](https://www.youtube.com/channel/UCSA0Bc5AnVq1VK_CXn6-Riw) De deler forskellige videoer med fagligt indhold.

## VFL, Ø&V

- **Facebook, DLBR Job** <https://www.facebook.com/dlbrjob?fref=ts> De deler indhold fra arrangementer med studerende, jobopslag.. Aktivitetsniveauet varierer.
- **LinkedIn, Landbrugets bestyrelsesnetværk (lukket gruppe, kandidatbank)**  
<http://www.linkedin.com/groups?gid=4893727&mostPopular=&trk=tyah&trkInfo=tarId%3A1398245889767%2Ctas%3ALandbrugets%20%2Cidx%3A2-1-2>
- **LinkedIn, Forretningsudvikling i landbruget (lukket gruppe)**  
<http://www.linkedin.com/groups?gid=5072056&mostPopular=&trk=tyah&trkInfo=tarId%3A139824598>

[7942%2Ctas%3Aforretningsudvikling%20i%20landbruget%2Cidx%3A1-1-1](#) en gruppe hvor der diskuteres forretningsudvikling i landbrugsvirksomheden og landbrugserhvervet generelt. Det er et oplagt sted at promovere sine kompetencer og lytte på tendenser og relevante emner i landbruget.

- **LinkedIn, DLBR Kandidatbank (gruppe for jobsøgende), (lukket)**  
<http://www.linkedin.com/groups?gid=4959709&mostPopular=&trk=tyah&trkInfo=tarId%3A1398246061309%2Ctas%3ADLBR%20kandidat%2Cidx%3A1-1-1>
- **LinkedIn, DLBR (virksomhedsside for DLBR) (åben)**  
<http://www.linkedin.com/company/31281?trk=tyah&trkInfo=tarId%3A1398246119692%2Ctas%3ADLBR%20%2Cidx%3A1-1-1> En side hvor der primært deles nyheder fra dlbr.dk
- **LinkedIn, Projektkonsulenter i DLBR (lukket gruppe)**  
<http://www.linkedin.com/groups?gid=4906177&mostPopular=&trk=tyah&trkInfo=tarId%3A1398250114305%2Ctas%3AProjektkonsulenter%20%2Cidx%3A1-1-1> en gruppe på basis af samarbejder

## VFL, Koncern

- **YouTube, Videncentret for Landbrug** en kanal med mange forskellige videoer – her kunne det være interessant at måle/få overblik over hvilke der performer bedst.
- **LinkedIn, Videncentret for Landbrug** autopost af nyheder fra vfl.dk. Her kunne det være spændende at måle på de nyheder der performer bedst i forhold til, at undersøge muligheder for mere videndeling, arrangementer mm.

### Twitter-konti i VFL-regi:

- **Videncentret:** Jeg tror, det er Jens Peter der har administrator rettigheder til denne konto. På Twitter-kontoen står der landbrugsinfo.dk/planteavl. Den er ikke aktiv, så den sender ikke negativt signal pt.
- **Her og nu i marken:** Her ved jeg heller ikke hvem, der har administratorrettigheden, men der er aktivitet og 90 følgere.

### På sigt

I August skal jeg mødes med Louise Holland Heide om at oprette en Facebook side for Akademiet.

## Hvem / hvad vil det give mening at opsamle data på?

Det er vigtigt, at vi bruger de sociale data, som findes på nettet effektivt, det kan gøres ved, at vi monitorerer, lytter og udgiver efter det, vi kan lytte os frem til.

Alle aktiviteter skal overvåges, hvis der er et maks. antal vi kan overvåge, skal vi klart starte med de sider, hvor der er mest aktivitet og som er mest opdateret. Det er dem jeg har fremhævet nedenfor:

### Facebook-sider

- **Smart Planteværn – IPM, Planteproduktion:** FB-siden opdateres med relevant fagligt stof – en god dynamik med kobling af stof på LandbrugsInfo, billeder, video og arrangementer.  
**Vurdering:** Det er en side, som godt kunne have gavn af at vide hvad deres målgruppe reagerer godt på. Det vil kunne hjælpe dem til at målrette indhold til FB-siden, arrangementer mm.. Det kræver, at vi via monitoreringssystemet kan se/måle, hvordan deres nuværende indhold performer og via søgeord se, hvordan målgruppen reagerer på andet indhold.
- **Smag på Landskabet, Kvæg:** Der er meget dynamik med brugerne, og en stor del af deres målgruppe er forbrugere.  
**Vurdering:** Via monitorering af sidens performance, vil man kunne måle, hvor Facebook ressourcerne skaber værdi. Vi vil kunne bruge et lytte-modul til at skabe nyt indhold og reagere på fx nye ideer.
- **Ta' stilling – ta' handling, Kvæg:** Det er en side, som også spiller godt sammen med landbrugsinfo og det materiale der ligger her.  
**Vurdering:** Her kunne det være interessant at få overblik over hvilket indhold, der virker/engagerer og hvilket der ikke gør. Og kan vi via monitorering få indblik i, hvilket noget materiale vores følgere/målgruppe vil engagere sig med på FB-siden.
- **KoLedelse, Kvæg:** Det er en side, som godt kunne mangle lidt inspiration og styring i forhold til hvem deres målgruppe er, hvad de interesserer sig for, og hvordan de kan tiltrække flere engagerede målgrupper, og hvilket indhold der giver mening at dele – pt. er det meget salgsfokuseret på det nye DMS-dyreregistrering..  
**Vurdering:** Ved at monitorere det som den tiltænkte målgruppen responderer/interesserer sig for – vil FB-siden nemmere kunne få inspiration til indhold i stedet for at det bliver for afsenderorienteret og salgsorienterede budskaber, de slår op på Facebook.
- **Grovfoder, Kvæg:** Det er en spændende side, idet den er faglig og har en god kobling til LandbrugsInfo. Men det er også en udfordring i og med at aktivitetsniveauet ikke er vildt højt.  
**Vurdering:** Det kunne være gavnligt for administratorerne at få inspiration til, hvordan de kan skabe mere liv til siden med varieret indhold. Også hvordan de kan koble sider og drage nytte af at involvere sig andre steder/på andre sider, hvor det kunne være relevant. På den måde kan de via monitorering være mere proaktive.

## **Økologi, VFL**

Debatside/blog på LandbrugsAvisen + YouTube Kanal. (Jeg ved, at de hos Økologi har snakket om at lave et online nyhedsbrev/en Facebook side – men det er noget, der er sat på hold)

**Vurdering:** I forhold til de overvejelser de har, kunne det give god mening for Økologi og få overblik over deres aktiviteter og evt. hvad deres medlemmer reagerer på. Det kunne også være interessant for dem at få et overblik over, hvem der ellers taler om Økologi (forummer, fb-sider mm.) og om Økologi kan blande sig i samtalen.

## **Videncentret for Landbrug, Koncern**

- **YouTube:** En uorganiseret kanal. På den måde at der mangler et overordnet indblik i hvilke videoer der ligger der  
**Vurdering:** Derfor kunne det være interessant at måle på engagement, delinger og indhold – hvad interesserer brugerne sig for, og hvor kan videoerne komme i spil.
- **LinkedIn:** Autopost af nyheder fra vfl.dk.  
**Vurdering:** Her kunne det være interessant at måle, hvilke historier der performer bedst med henblik på om man skal reagere på det. Det vil også være interessant at lytte på historier om VFL, projekter eller relevante projekter i huset og derfra dele noget af det på LinkedIn gruppe – så det ikke bare er afsenderorienteret – men at man fanger sin målgruppe/Interesserede via LinkedIn og giver et bredere billede af Videncentret.

## **Twitter-konti i VFL-regi:**

- **Videncentret:** Jeg tror, det er Jens Peter der har administrator rettigheder til denne konto. På Twitter-kontoen står der landbrugsinfo.dk/planteavl. Den er ikke aktiv, så den sender ikke negativt signal pt.
- **Her og nu i marken:** Her ved jeg heller ikke hvem, der har administratorrettigheden, men der er aktivitet og 90 følgere.  
**Vurdering:** Uafhængig af disse konti, er det relevant at måle på Twitter-aktiviteten. Jeg kan se, at Talkwalker også filtrerer på Twitter, Instagram, Facebook, Blog mm., når man vælger at lytte på bestemte ord. Det er brugbart at lytte på hvilke samtaler, der starter der ved journalister, landmænd, konsulenter m.fl..

## Perspektiver på udbytte af monitorering

Det giver rigtig god mening, at vi bruger monitoreringen til at lytte til, hvad der foregår på nettet, hvordan vores bruger interagerer med vores indhold og få overblik over hvilke behov de har. Fordi det vil være på Facebook-sider, debatforummer o.lign. vi vil kunne kende vores brugere bedre. Derfor er det også vigtigt, at forholde sig til, at monitorering også naturligt afføder andre behov. Fx hvordan og hvem skal reagere på følgende eksempler:

Obs: Redaktør-rolle/ansvarlig i de enkelte afdelinger....

Det er klart, der er en sammenhæng mellem, hvordan siden administreres i den enkelte afdeling i forhold til, hvor meget vi kan påvirke/reagere på relevant stof via en monitorering. Det skal vi have in-mente, når vi overvejer udbyttet af monitoreringen og den videre rollefordeling.

The image shows a screenshot of the Facebook page for 'Smart planteværn - IPM Fællesskab'. The page header features the IPM logo (a green circle with 'ipm' inside) and the text 'Smart planteværn - IPM Fællesskab'. Below the header are navigation tabs: 'Tidslinje', 'Om', 'Billeder', 'Synes godt om', and 'Flere'. The main content area is divided into two columns. The left column contains a 'PERSONER' section with '231 synes godt om', an 'OM' section with links to 'http://www.dansk-ipm.dk/' and 'Impressum', and a 'BILLEDER' section with a grid of photos showing agricultural fields and people. The right column shows a post from 'Smart planteværn - IPM' dated 2. juli. The post text reads: 'På dette års IPM-kursus sætter vi fokus på planteværn i frøafgrøderne. En rutineret frøavlser deler ud af sin viden og erfaringer, og sammen med teoretiske indlæg og praktisk træning i kendskab til græsfrøarterne, ukrudt og skadevoldere får du den nyeste viden om IPM i frøproduktionen.' Below the post is a link to 'Kursus om IPM i frøavl' and a comment from Tina Bjerregaard Jensen. The page also shows a comment from Bent-Ole Rasmussen.



Danmarks Jægerforbund

1. juli

Referencegruppen for jagttegnsundervisningsmaterialet har netop været samlet for at se på de mange gode input til det nye undervisningsmateriale, der er kommet ind fra jagttegnskursuslærerne.

Vores fokus er nu, at arbejde videre med endnu flere praktisk orienterede undervisningsmaterialer og undervisningsmetodiker, der sikrer læring for jagttegnsaspiranterne.



Synes godt om · Tilføj kommentar · Del

1 deling

Bent Lindstrøm, John Balle Jensen, Røgner Hansen og 32 andre synes godt om dette.



**John Balle Jensen** Hvor er jagthornsblæsningen i det nye undervisningsmateriale til jagttegn? Jagthornsblæsning er jo en del af jagten.

2. juli kl. 12:48 · Synes godt om · 1



**Danmarks Jægerforbund** Hej John, du finder jagthornsblæsningen omtalt på siderne 352-353 i den nye bog.

2. juli kl. 13:03 · Synes godt om



**Esben Schæffer** God bog men var det ikke på tide at rykke frem til efter år 2000 og lave den som e-bog? Det vil gøre det nemt at opdatere bogen og ikke mindst betydeligt billigere for nye jægerne at købe!


2. juli kl. 19:22 · Synes godt om



**EMNE: Hjemmeblandet stalosan salve**

→ **Hjemmeblandet stalosan salve**  
02. jul 2014 19:51 #5330

**rikke\_chr**



Indlæg: 3

Hejsa :)

Jeg har hørt en lille fugl synge om at man selv kan blande sin stalosan salve, og vil derfor lige høre jer af herinde om i kender blandingsforholdene?? Jeg har ikke rigtig kunne finde noget på nettet, og ved ikke lige hvor jeg skal søge.


Mvh Rikke 😊

Like 0  
CITER SVAR

---

**sv: Hjemmeblandet stalosan salve**  
03. jul 2014 23:27 #5333

**Kystgaard**



Indlæg: 2

Skal salven bruges til forebyggelse af skuldersår?

Jeg har både blander zink og stalosan salve selv i flere år. Jeg har forsøgt mig frem og lavet en blanding der af konsistens lignede det man køber. Samtidig har jeg holdt øje med virkningen af salven. Mener blandingen var 500 g creme og en spraydåse hætte "mest universale målebæger :)" zink eller stalosan.

Men prøv dig frem :)

Hilsen Jesper Kystgaard

### Talkwalker vs. vores behov

Sådan som jeg umiddelbart oplever Talkwalker, ser det ud til at lytte-delen virker rigtig fint, men jeg kunne godt bruge en intro til programmet, før jeg kan se, hvilket udbytte vi ellers vil kunne udnytte. Også i forhold til pris, ressourcer og vores behov.

Jeg fik en demonstration til **Falcon Social**, som er et dansk system men med stor udbredelse i USA pga. popularitet og muligheder.

Dette program har også en masse synergieffekter, som jeg godt kan se det smarte i. Bla. kan man:

- oprette teams for de forskellige facebook sider, hvor hver bruger/administrator kan styre det hele – både svare på henvendelser direkte i systemet, man kan sende interne beskeder imellem alle brugere, hvis man skal gøre hinanden opmærksomme på noget
- måle på sit indhold og se hvad sine brugere ellers interagerer med, som kan være relevant for de enkelte sider.

- samle alle sine rapporter, så det er nemt at præsentere og måle på de enkelte siders performance.
- lave apps til Facebook direkte i programmet – det er muligt at tilpasse som man vil.

Som udgangspunkt køber man rettigheder til alle funktioner – prisen afhænger af tilknyttede brugere. Deres mindste pakke er med adgang for 10 brugere.

Det virker derfor også til at være et system, hvor man får mest for pengene, hvis man arbejder proaktivt med sociale medier og har en intern sammenkobling/strategi mellem alle afdelinger, der bruger sociale medier. Pt. er vi jo ikke der endnu, men jeg kan klart se mange fordele i, at VFL i fremtiden arbejder mere strategisk med sociale medier og koordineringen af indhold, leads mm.