

Kommunikationsanalyse blandt kvægbrugere

For:



Den Europæiske Landbrugsfond for Udvikling af Landdistrikterne:
Danmark og Europa investerer i landdistrikterne



Se EU-Kommissionen, Den Europæiske Landbrugsfond for Udvikling af Landdistrikterne

Kvalitativ foranalyse

Den 17. maj 2017

Palle Klinke Hansen

IFO · Institutet for Opinionsanalyse A/S

Gennemførelse



- ▶ **15 telefoniske kvalitative interviews med kvægbrugere/mælkeprocenter**
 - ▶ + 1 interview med en kun med kødkvæg – registreret med amme-køer. Hvordan får vi frasorteret dem til næste analyse?
 - ▶ Interviews af 30-60 minutters varighed
 - ▶ 10 vest og 5 øst for Storebælt
 - ▶ Alle aldersgrupper – dog med mest fokus på yngre under 60 år
 - ▶ 97-789 malkekøer:
 - ▶ Små (under 200 køer): 5 stk.
 - ▶ Mellem (200-500): 4 stk.
 - ▶ Store (500+): 6 stk.
 - ▶ Både konventionel og økologisk
 - ▶ Både robotter og konventionel malkestald

- ▶ **2 stk. fokusgrupper i forbindelse med erfa-gruppe møder**
 - ▶ 1,5 time hvert sted
 - ▶ 1 øst med 7 deltagere, 1 vest med 5 deltagere
 - ▶ 1 konventionel, 1 robotter

Informationsniveau



Man føler sig rimeligt godt informeret

- ▶ Man får information fra mange kilder (se nedenfor) – OG man søger i høj grad selv i forhold til tidligere – specielt de unge
- ▶ Man bliver bombarderet med information fra mange sider = interessant målgruppe for mange
- ▶ Det er næsten for meget – man bliver nødt til at sortere i det. Vi har ikke tid til at læse så meget
- ▶ Informationer på Internet vinder stærkt frem – specielt blandt de unge, men også blandt de ældre
- ▶ Men ofte de samme nyheder/historier flere steder – spild af tid.

Bare ikke så godt fra SEGES!!! (mere om det nedenfor)

- ▶ Føles fjern
- ▶ Man ved ikke nok om, hvad der egentlig arbejdes med hos SEGES
- ▶ Man tror/føler, at der findes viden hos SEGES, som ikke kommer godt nok ud til landmanden!!
- ▶ Man føler, at der laves for meget hos SEGES, som man rent praktisk ikke kan bruge til noget i sin hverdag!

ALLE synes derfor, at dette projekt – og denne undersøgelse – er VIGTIG OG GOD!

- ▶ At SEGES erkender, at de er for langt fra den praktiske hverdag hos kvægbrugeren
- ▶ At de ønsker at komme tættere på – og informere mere og bedre

Information fra SEGES – og tæthed og image



SEGES er fjern – mere end tidligere – man ved ikke, hvad I laver og hvad man får for pengene!

- ▶ For dårlig information om, hvad der egentligt laves – og hvad landmanden kan bruge det til. De er for langt fra os
- ▶ Projekter/viden/ideer, som ikke er relevante og praktisk anvendelige i hverdagen hos landmanden – ofte på et for højt/perfektionistisk plan, som ikke er brugbart
- ▶ Man føler, at der ofte forskes blot for at forske – uden sammenhæng med landmandens hverdag og det praktisk mulige og anvendelige. Mange, der ikke kan tjene deres egen løn. Der skal ryddes op!
- ▶ De skal jo have tiden til at gå – de skal have brugt promille afgiftsfonden – som flere siger
- ▶ Det er os der betaler det hele – hvad får vi ud af det?
- ▶ Der bliver tænkt for mange tanker, som ikke er praktisk anvendelige
- ▶ For tung kolos som ikke er til for landmændene. For mange nørder – for få i frontlinjen
- ▶ Flere projekter kommer ikke videre – vi får ikke noget at vide om resultaterne – det bliver ikke til noget.
 - ▶ F.eks. Vægt projekt, som har kørt i 4 år, man ville lave en App og har brugt 20 mio. kr. Det er der ikke kommet noget ud af.
- ▶ Også større distance i dag til konsulenterne – ikke så vigtige mere, som tidligere
 - ▶ Og SEGES er også mere fjern for konsulenterne i dag i forhold til tidligere – bruges mindre
 - ▶ Konsulenterne kan mere selv i dag – større enheder – ansætter selv specialister i stedet for at bruge SEGES.

SEGES bør komme tættere på kvægbrugerne – komme ud og besøge os

- ▶ Det vil være sundt for dem at komme lidt mere ud til os – og se, hvad der fungerer i praksis
- ▶ Spørge os, hvad vi rent faktisk har brug for, at de forsker i
- ▶ Ikke som konkurrent til konsulenterne – men sammen med konsulenterne
- ▶ Kom tættere på – og arbejd med noget mere relevant for os!!!
 - ▶ Udbyg **Forum for Rådgivning** med mere ”almindelige landmænd” og ikke kun dem, der er ”fedtet ind i ” rådgivningssystemet – ikke kun organisationsfolk
 - ▶ Afhold brainstorm-møder med fokus-områder det næste år. F.eks. på KvægKongressen
 - ▶ Få skilt det mere ad – det praktiske og det teoretiske for sig

SEGES og Foulum – hvem, hvad, hvorfor?



Man kender ikke forskellen godt nok – og hvilken nytte de giver hinanden

- ▶ Man VED, at SEGES hører under Landbrug & Fødevarer, og Foulum hører under Aarhus Universitet
- ▶ Man VED, at Foulum laver en masse forsøg på sit eget forsøgscenter
- ▶ Man VED, at SEGES er ejet af landmændene og laver projekter og forsøg ude på gårdene

...MEN man ved ikke, hvorfor der er disse to instanser, og om de får udbytte af hinanden

Eller for den sags skyld og vigtigst: hvilket udbytte landmanden reelt får ud af det.

- ▶ Arbejder de sammen?
- ▶ Hvad får vi egentlig ud af det?
- ▶ Hvem er hvem, og hvad man bidrager med er uklart
- ▶ De burde arbejde mere sammen – og inddrage kvægbrugerne mere i arbejdet

Man ved bare for lidt om NYTTEN af det hele!

De vigtigste informationskilder



Meget forskelligt fra landmand til landmand

Svært at rangliste, men.....

- ▶ Søgning på Internettet vinder stærkt frem – men meget forskelligt fra landmand til landmand
- ▶ Konsulenterne mister lidt betydning, men er stadig meget vigtige – dog mest til det økonomiske
- ▶ Eget netværk og andres **praktiske** erfaringer og løsninger er det absolut vigtigste

Listen:

1. Egen søgning på Internettet/Google, egne erfaringer, egen ledelse og udvikling
2. Konsulenter/rådgivere
3. Eget netværk – kolleger, venner fra uddannelse, erfa-grupper (for nogle meget vigtigt – for andre helt ligegyldigt/kaffeklub) + inspiration fra udlandet – stigende betydning
4. **Online – medier/hjemmesider:**
 1. Landmand.dk
 2. LandbrugsAvisen
 3. Maskinbladet
 4. Landbrugsinfo.dk (via landmand.dk)
 5. Grupper på FB
5. **Trykte medier:**
 1. Magasinet KVÆG
 2. LandbrugsAvisen
 3. Bovi/Bovilogisk
 4. Effektivt Landbrug
 5. KvægNYT
 6. Mælkeproducenten(kun få får/læser)
6. KvægKongressen – lige så vigtig som trykte medier
7. Nyhedsbreve på e-mail fra konsulenter, SEGES, leverandører mv.. Få bruger e-mail
8. Kurser, uddannelse – bl.a fra SEGES

De vigtigste informationskilder



1. Egen søgning på Internettet/Google:

- ▶ Den hurtigste vej til ny viden – noget man søger konkret
- ▶ Dårlig søgefunktion på landbrugsinfo.dk – men er blevet lidt bedre
- ▶ Man er blevet dygtigere landmænd – man ved, hvad man selv skal søge efter. Man finder selv på mere og nye løsninger i dag.
- ▶ Men meget forskelligt fra landmand til landmand hvor online man er – også blandt de yngste.

2. Eget netværk:

- ▶ Andres praktiske erfaringer og løsninger er det absolut vigtigste
- ▶ Erfa-grupper er meget vigtige for nogle – og helt ubetydelige for andre, som opfatter det mere som socialt/en kaffeklub
 - ▶ Afhænger af, hvor stor man er og hvor meget man kan selv. De helt store – erfa-grupper betyder ikke så meget
- ▶ Andre sparringspartnere – tidligere medstuderende på uddannelse mv. er vigtigere. Eget netværk!!!

3. Konsulenterne:

- ▶ Har mistet betydning/magt, men er stadig vigtige
- ▶ Man shopper rundt blandt flere – også private. Finder dem, der er skarpest på et felt
- ▶ Private – fordi nogle er specialister – men mest pga. økonomi / er billigere
- ▶ Man stiller større krav om kvalitet for pengene/tiden i dag – de skal kunne levere noget brugbart!
- ▶ Mest til det økonomiske – mindre til det kvægfaglige
- ▶ Større enheder i dag og i fremtiden – flere inhouse specialister – og dermed mindre afhængige af SEGES. Faresignal – og øget konkurrence mellem konsulenterne og SEGES i stedet for at være talerør for/forlænget arm!!
- ▶ Mange føler, at konsulenterne IKKE er dygtige nok ift. prisen. Det er DYRT! Alt for dyrt.
 - ▶ Der sidder for mange, der ikke er kvalificeret nok – som ikke kan tjene deres egen løn
 - ▶ Der skal skæres ind til benet – mange, der sidder og gemmer sig

De vigtigste informationskilder



4. Online-medier

- ▶ Specielt LandbrugsAvisen og Maskinbladet er stærke online - og de har fået landmændene, også de ældre, til at bruge det
- ▶ Landmand.dk bruges af ALLE – og dagligt

5. Trykte medier

- ▶ Magasinet KVÆG er det absolut mest læste og seriøse
- ▶ Bovi er også OK, men har alt for meget skjult reklame
- ▶ LandbrugsAvisen og Maskinbladet er stærke online – de trykte bliver ikke læst så meget længere
- ▶ KvægNYT bedømmes som ret godt/rimeligt af de fleste!! Og læses af de fleste. Men nævnes bare IKKE spontant af nogle overhovedet

6. KvægKongressen

- ▶ Cirka halvdelen har besøgt
- ▶ Den er virkelig god – alle er glade for den – godt setup
- ▶ God faglig inspiration

7. Nyhedsbreve på e-mail

- ▶ Få bruger e-mail – eller har en medarbejder/hustru til at sortere i dem
- ▶ Man får så mange e-mails – alt for meget spam
- ▶ Man vil hellere søge selv eller have info på en anden måde

8. Kurser, e-learning

- ▶ Meget få bruger
- ▶ Meget dyrt – for dyrt. Dér har de mistet jordforbindelsen, som én udtrykker det

Direkte citater fra interviews



Kig indad i strukturen! De skaffer den rigtige viden. Vi lever i en verden, hvor viden er meget tilgængelig, men der hvor den ofte går gal er at finde de rigtige mennesker til at kommunikere det ud. Så find nogle bedre folk!

Rådgiverne/konsulenterne er ikke gode nok til at komme med nye ting og informere os

På Landbrugsinfo.dk kan man finde alt fra SEGES, men spørgsmålet er, hvor mange, der aktivt bruger det – det kan jeg godt være bange for.

Kvægbrugere er ikke som landmænd er normalt – de er mere praktisk orienteret – hårdt-arbejdende. Men det vil ændre sig med de yngre, der bliver mere teoretiske

Magasinet KVÆG er det bedste. De er lidt i familie med SEGES – den praktiske vinkel på forskning.

KvægNYT – den lille folder. Jo, det er rigtigt, den får jeg da også. God til medarbejderne.

SEGES finder på noget nyt bare for at holde sig i arbejde – ofte dumme ting, vi ikke kan bruge til noget rent praktisk

SEGES har en udfordring! Der kan sidde folk, der ikke kan tjene deres egen løn. Man kan gemme sig. Det er landmandens pengepung!

KvægNYT.... Nåå ja, det modtager vi også. Det er det, der kommer med mælkebilen. Det er virkeligt godt – det er vi glade for! Medarbejderne læser det også – fordi det kommer til stalden.

Vi bliver bombarderet med viden på alle platforme – det strømmer ind fra SEGES i alle retninger, men ikke så meget DIREKTE fra SEGES. Derfor bliver SEGES som afsender af informationen ofte lidt utydelig, og får ikke den rette kredit for det. SEGES bør have en mere direkte afsender rolle.

Man kan ikke hente så meget fra rådgiverne som tidligere. Man er selv blevet dygtigere. Mere fokus på inspiration fra landbruget og fra udlandet. Rådgiverne er ikke fulgt med. Mange kan selv i dag – mange kører solo – henter info fra forskellige steder – sætter selv ting sammen – gør meget selv.

Viden fra konsulenterne er ofte datid, ikke fremtid. De er ikke nok fremme i skoene. Jeg ved ofte mere selv. Bl.a. fra inspiration i udlandet.

Det er ofte ikke praktisk muligt, hvad SEGES kommer med. F.eks. stille 100 køer på en speciel måde. Eller hvordan man har sand i sengebåse. Ofte forskning for forskningens skyld som ikke er praktisk anvendeligt

Videoklip fra SEGES er gode – også til at vise til medarbejdere. Men ofte lidt for perfekt til at det er praktisk muligt i stalden. Og ofte noget vi ved i forvejen.

Der er for meget forskning, som ikke er relevant for os. Videnskabelige nørder, der er for langt ude, som ikke kan anvendes i praksis – og det er for dyrt. Disse personer burde ikke sidde hos SEGES, men på Aarhus Universitet/ Foulum. SEGES bør blive mere praktisk orienteret!

KvægNYT er en appetitvækker på at læse videre andre steder om emnet – men de er bare for dårlige til at fortælle om den mulighed – HVOR?

Mere korte facts og ikke lange akademiske udtalelser

KvægNYT

Nævnes IKKE spontant som et vigtigt medie/informationskilde af en eneste!!!

Umiddelbart ikke så vigtigt et medie – MEN.....

- ▶ Stort set alle (8 ud af 10) læser det hver gang
- ▶ Mange/flertallet er ret glade for det – andre synes det er ligegyldigt
- ▶ Det er godt, det kommer med mælkebilten – skiller sig ud fra andet post, som drukner. Dog ikke så meget tid til at læse det i stalden
- ▶ GODT at det kommer i trykt form !!! Det når alle – også de unge, de ældre og medarbejderne!!! Mange ældre er stadig ikke online! Giver anledning til en snak med medarbejdere.
- ▶ Det skal ramme en bred skare – fra dem, der kun læser trykte medier til den knivskarpe landmand med 10 ansatte som søger information i USA.
- ▶ Kun få får det på e-mail eller læser det online på Landmand.dk – og få ved, at det er muligt!
- ▶ Godt sprog – ingen problemer der
- ▶ Vigtigt med billeder ved artikler og på forsiden – appetitligt. Ellers ville det blive for tungt og kedeligt – ville ikke fænge
- ▶ OK med tung/meget tekst på forsiden. Det er jo et nyhedsbrev og ikke et blad/magasin som f.eks. KVÆG eller Bovi
- ▶ Mere fokus på det praktiske – mere hot spot – udvikling i majs ifm. tørke mv.

God appetitvækker til at læse videre om emnet – men HVOR?

- ▶ Behov for større synergi mellem KvægNYT og dybere information på Landbrugsinfo.dk! Det skal synliggøres og udnyttes!!
- ▶ Gøre KvægNYT til endnu mere en appetitvækker – en spiseseddel med overskrifter og tydelig angivelse af hvor man kan læse videre/mere – brug krudt på at koble medierne trykt/online mere sammen
- ▶ Omfang er fint. Man vil ikke have mere eller mindre. Dog måske lidt mere.
- ▶ For man undrer sig over, at SEGES ikke har mere at fortælle end 4 sider hver 14. dag. Der må da være meget mere, spørger man sig selv???
- ▶ Overvej at gå væk fra temaer – risiko for, at hele bladet ikke bliver læst, hvis temaet ikke har interesse.
- ▶ Medtag flere nyheder – og få lokket folk online for at læse videre – med et DIREKTE og NEMT link til f.eks. KvaegNyt.dk/mere
- ▶ KvægNYT bør have sin egen hjemmeside/App – link til.

Landmand.dk og Landbrugsinfo.dk



- ▶ **Landmand.dk er uundværlig og alle bruger den**
 - ▶ Men der bør være flere nyheder på den – eller de bør ligge fast øverst. F.eks. link til KvægNYT og de vigtigste nyheder på Landbrugsinfo.dk
 - ▶ God portal til hurtigt at komme videre til det, der er vigtigt for den enkelte
- ▶ **Landbrugsinfo.dk bruges af færre – og ikke så meget**
 - ▶ For tungt – for meget – for rodet – ikke overskueligt
 - ▶ Ikke specifik nok til kvægbrugere – svært at finde noget relevant og det, man søger
 - ▶ For dårlig søgefunktion. Nærmere og hurtigere at søge på Google
 - ▶ Besværligt/irriterende med login – men man kan godt forstå det. Men bør kunne gøres nemmere/enklere
 - ▶ Integrér det mere med landmand.dk

Vigtige – og daglige – nyheder fra SEGES skal serveres nemt og mere elegant!!

Og derefter med mulighed for at klikke videre til dybere artikler på Landbrugsinfo.dk

- ▶ På flere platforme – men primært på Landmand.dk – der skal være nye nyheder HVER dag – drypvis. Som på LandbrugsAvisen og i Maskinbladet – blot ikke så meget
- ▶ Evt på DMS – drypvis – få, men meget vigtige nyheder
- ▶ I KvægNYT, som bør have sit eget site – ikke bare en pdf.udgave, men en App med de vigtigste nyheder
- ▶ Faste SEGES-sider i Magasinet KVÆG.

DMS – og som platform for nyheder fra SEGES



Det er blevet bedre – tæt på at være godt!

Der er kommet mange nye ting på

Men.....

- ▶ Kan ikke bruges ordentligt på iPad – kun andre styresystemer som f.eks. Android
- ▶ Problem med skærmopløsning på alm. computer
- ▶ Bokse der popper op, så man ikke kan se, hvad man skriver
- ▶ For langsomt/tungt – burde gå meget hurtigere
- ▶ Visualisering/layout kunne være bedre/pænere – som f.eks. programmer til malkerobotter (Lely), som er langt flottere/bedre

Som platform for nyheder fra SEGES?

Det deler landmændene i to næsten lige store grupper med JA – og NEJ !!!

NEJ:

- ▶ DMS er DATA/produktionsstyring – og det skal det være – ikke nyheder her
- ▶ Tingene skal holdes adskilt
- ▶ Vi vil ikke forstyrres når vi arbejder i DMS

JA:

- ▶ Hvorfor ikke – vi bruger det jo hver dag – og så fanger man vores opmærksomhed
- ▶ Det ville være rigtigt godt
- ▶ Men det må ikke blive for meget – nyheder skal komme drypvis som en lille popup funktion – en boks med nyheder, man kan åbne, hvis man vil

KvægNøglen

Lidt under halvdelen bruger/er med – og flere vil gerne
God bedømmelse – vigtigt/godt benchmark værktøj.



Hvad skal SEGES gøre....

...For i højere grad at få viden ned fra hylderne og ud på staldgangen – og hurtigere?

▶ Fortsæt med at udgive KvægNYT som trykt medie

- ▶ Lav evt. nyt design for at vække opmærksomhed – og få det slået mere fast i den spontane erindring som et vigtigt medie
- ▶ Skab stor synergi til et online-site med dybere artikler om de enkelte emner – og gør det meget synligt, at KvægNYT er en appetitvækker, og HVOR (nem adresse – f.eks. KvaegNyt.dk/mere) man kan læse den fulde artikel
- ▶ Mindre tema-baseret – flere vigtige emner hver gang – mere et nyhedsmedie/spiseseddel med det vigtigste – med flere overskrifter og kortere tekster og med ”læs mere her”
- ▶ Overvej at udgive det hver uge – vis, at I har meget at fortælle!
- ▶ Gøre det mere praktisk orienteret og mindre politisk og teoretisk
- ▶ Spørg om man ønsker flere eksemplarer pr. sted. Eller aflever to stk. hvert sted. Dog ikke så afgørende/vigtigt
- ▶ Lav det evt. også på engelsk/eller noget af det – mange udenlandske medarbejdere på bedrifterne

Hvad skal SEGES gøre....

...For i højere grad at få viden ned fra hylderne og ud på staldgangen – og hurtigere?

- ▶ Daglige nye nyheder på Landmand.dk og evt. på DMS (ikke for meget – drypvise nyheder, 1-2 ad gangen, men nye hver dag).
- ▶ Forsøg at udbrede dagligt nyhedsbrev på e-mail, selvom mange ikke bruger e-mail. Eller lav en nyheds-App til telefonen – KvaegNyt-Appen. Det vil blive brugt! Som Maskinbladet.
- ▶ Faste SEGES-sider i Magasinet KVÆG og i LandbrugsAvisen og evt. i Maskinbladet
- ▶ Tag ud og besøg Kvægbrugerne – skab tættere kontakt. Evt. via konsulenterne. Undersøg hele tiden, hvad der er vigtigt for dem lige nu og her.
- ▶ Uddan konsulenterne bedre – skab tættere kontakt, og sørg for, at de har den nyeste og vigtigste viden. Vis dem, at I ER en vigtig partner, og at de IKKE kan/skal det hele selv
- ▶ Større internationalt udsyn – inspiration fra udlandet.
- ▶ Kortere og skarpere information – langt mere praktisk anvendeligt

Mange siger at SEGES (kilden) skal komme til dem med information – men de er bare svære at komme i kontakt med – bruger ikke e-mail så meget .

