

Undersøgelser blandt kvægbrugere:

Viden ned fra hylderne og ud på staldgangen

Projekt nr.: 4067
Journal nr.: 32708-16-0008

Oktober 2017



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



Miljø- og Fødevareministeriet
Landbrugsstyrelsen



Den Europæiske Landbrugsfond
for Udvikling af Landdistrikterne

LDP 2020



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

Indhold:

	Side
Indledning og formål.....	2
Metode og målgrupper.....	3
Gennemførelse, profil på deltagere og repræsentativitet.....	4
Hvor godt føler man sig generelt informeret?	8
Vigtighed af typer af faginformation	10
Vigtighed af informationskilder	16
Modtagelse og læsning af trykte medier	24
Bedømmelse af de medier, der læses	29
Parametrenes driver-effekt/betydning for overordnet bedømmelse	35
Mediernes samlede styrke/image i markedet	41
Læsning og bedømmelse af KvægNYT	43
Bedømmelse af forsiderne af KvægNYT	51
Hvordan kan KvægNYT blive bedre?	53
Brug og bedømmelse af hjemmesider fra SEGES	54
Nyheder fra SEGES i DMS?	59
Kendskab til og information fra SEGES	60
Information fra SEGES – Hvordan?	65
Information af medarbejdere	68

Indledning og formål

Som en del af projektet "Viden ned fra hylderne og ud på staldgangen", er der gennemført undersøgelser blandt mælkeleverende kvægbrugere (brugere af DMS), som denne rapport indeholder resultaterne af.

Projektets hovedformål er at forbedre dyrevelfærden i kvægbedrifter. Dette gør projektet ved, at allerede genereret viden indenfor blandt andet smittebeskyttelse, fordring, brug af styringsværktøjer, ledelse, mælke kvalitet, kalvepasning og byggeri kommer ud til kvægbrugerne og ved hjælp af forskellige formidlingsmetoder og -platforme gør kvægbrugerne dygtigere. Derigennem forbedres dyrevelfærden, kvægbrugernes resultater og i sidste ende økonomien på bedrifterne.

De gennemførte undersøgelser blandt kvægbrugere er en del af arbejds pakke 5, som har til formål at give svar på, hvilke medier og formidlingsformer kvægbrugerne og deres medarbejdere bruger for at tilegne sig viden og opnå bedre resultater og dyrevelfærd på deres bedrift. Undersøgelsesernes resultater vil give et stærkt fundament til de øvrige arbejds pakker, så der sikres den mest optimale formidling via relevante medier, og samtidig en beskrivelse af kvægbrugernes tilfredshed med og vurdering af væsentlighed af de forskellige informationskanaler.

I undersøgelserne er behov for at inddrage alle de måder, som kvægbrugerne i dag indhenter information på, for at afdække hvor der er muligheder for at gøre det anderledes eller bedre, og med det ultimative mål at gøre kvægbrugerne dygtigere og i besiddelse af den nyeste viden inden for deres fagområde. Kort sagt, hvordan landmanden kan få endnu bedre adgang til og nytte af den store viden, der eksisterer og skabes hos SEGES.

I undersøgelserne har der derfor været fokus på den information/kommunikation, som SEGES leverer igennem alle kommunikationskanaler (medier, konsulenter mv.), og i hvilken udstrækning den bliver viderefornet/når ud til kvægbrugerne. Derudover har der været fokus på kvægbrugernes brug af og holdning til andre medier og andre kommunikationskanaler end direkte fra SEGES, herunder vigtigheden af bl.a. erfa-grupper, konsulenter/rådgivere, leverandører, Facebook-sider mv., så det er muligt at foretage en sammenligning af kommunikationen fra SEGES med disse andre kilder/medier.

I de gennemførte undersøgelser er følgende forhold således blevet afdækket:

- Profil på kvægbrugerne: alder, køn, geografi, driftsform, produktionsform, antal medarbejdere, antal malkekøer mv.
- Hvor godt man generelt føler sig informeret om kvægbrug fra alle informationskilder
- Vigtigheden af forskellige typer af faginformati on i forbindelse med drift og udvikling af bedriften
- Vigtigheden af forskellige typer informationskilder som viden/inspiration til drift og udvikling af bedriften
- Læsning og bedømmelse af de trykte medier, der modtages, herunder medier fra SEGES
- Kendskab til og hvor tæt man føler sig på SEGES
- Tilfredshed med informationer fra SEGES, og hvordan det kunne være anderledes/bedre
- Hvordan man informerer medarbejdere om ny viden indenfor kvægbrug
- Konkret læsning af udvalgte artikler i KvægNYT - PageTraffic

Metode og målgrupper

Der er gennemført følgende undersøgelser:

1. Kvalitativ foranalyse:

For nærmere at afdække kvægbrugernes ”kommunikationshverdag og -vaner” og dermed give input til de rigtige emner og spørgsmål i de efterfølgende kvantitative undersøgelser, er der gennemført kvalitative interviews i disse målgrupper:

- a) Deltagelse på KvægKongressen den 27. februar og med gennemførelse af løse samtaler med kvægbrugere samt indgåelse af aftaler om gennemførelse af senere interview.
- b) 2 stk. fokusgrupper i forbindelse med erfa-gruppe møder hos kvægbrugere
- c) 16 telefoniske kvalitative telefoniske interviews med kvægbrugere/mælkeproducenter.

De kvalitative interviews er gennemført i perioden marts-maj 2017 og er rapporteret i en selvstændig rapport og præsentation den 17. maj 2017, og vil derfor ikke indgå i denne rapport. Der vil dog løbende i denne rapport blive henvist til resultater og hypoteser fra den kvalitative foranalyse.

2. Kvantitative undersøgelser:

De kvantitative undersøgelser er gennemført via Internettet og med invitation med link til undersøgelserne online via e-mail til disse målgrupper:

- a. **Samtlige mælkeleverende kvægbedrifter** (brugere af DMS) de seneste tre måneder ifølge SEGES, hvor der forefindes brugbare kontaktdata - i alt **2.459 bedrifter** (inden dubletter og fejlmails - se nærmere nedenfor).

Ifølge SEGES var der i alt 3.057 mælkeleverende kvægbedrifter i Danmark på undersøgelsestidspunktet, men IFO har kun fået leveret adresser på de 2.459 af dem, som dermed er universet for undersøgelsen.

Invitationen er sendt til den registrerede e-mail adresse hos SEGES, og i invitationsteksten er der opfordret til, at det er den primære ansvarlige for den daglige drift, der deltager i undersøgelsen.

- b. **Medarbejdere hos de kvægbedrifter, der har deltaget i undersøgelsen.** Medarbejderne er dels rekrutteret i selve undersøgelsen blandt kvægbrugere, hvor de er blevet opfordret til at oplyse navn og e-mail adresse på deres medarbejdere, og hvor der efterfølgende er blevet udsendt en invitation via e-mail direkte til medarbejderne, dels ved udsendelse af e-mails til samtlige kvægbrugere i undersøgelsen, som har oplyst, at de har dansktalende medarbejdere, men som ikke har oplyst kontaktinfo på dem i undersøgelsen, og hvor de er blevet opfordret til at videresende/bede deres medarbejdere om at deltage i undersøgelsen.

De kvantitative undersøgelser er planlagt gennemført igen om cirka et år, og inden projektets afslutning, for at kunne evaluere på effekten af de iværksatte initiativer og aktiviteter.

Gennemførelse, profil på deltagere og repræsentativitet

For at opnå en så høj gennemførelsesprocent, som muligt, er der i begge undersøgelser blevet udloddet en række præmier (gavekort til Gavekortet.dk), og der er blevet udsendt op til fire påmindelser til dem, der endnu ikke havde deltaget. Derudover er der blevet gennemført en telefonisk rykkerprocedure, hvor et udvalg af de, der ikke havde deltaget, blev kontaktet telefonisk af IFOs medarbejdere, og blev her opfordret til at deltage, og fik straks efter samtalen tilsendt en ny e-mail med link til undersøgelsen.

Undersøgelsen blandt landmændene i de mælkeleverende kvægbedrifter har opnået nedenstående gennemførelses-statistik, og der er således opnået en tilfredsstillende gennemførelsesprocent på **42,3%** af samtlige inviterede (ekskl. dubletter og fejlmails):

Antal kvægbedrifter i alt:		2.459
Antal dubletter (samme navn/e-mail på flere bedrifter)	32	
Antal fejlmails ved udsendelse af invitationer	80	
Antal udsendte invitationer i alt:		2.347
Antal deltagere i undersøgelsen (svar på de første spørgsmål)		992
Gennemførelses-procent		42,3%

I **undersøgelsen blandt medarbejderne** er det ikke muligt at beregne en nøjagtig gennemførelsesprocent, da det ikke har været muligt at identificere og invitere samtlige medarbejdere direkte, og hvor invitationen således er sket via undersøgelsen blandt landmændene, som beskrevet ovenfor.

Ifølge undersøgelsen blandt landmændene har 80% oplyst, at de har ansatte medarbejdere udover medhjælpende hustru, som 21% har. 13% har både medhjælpende hustru og ansatte medarbejdere. 12% af landmændene arbejder alene, og har hverken medhjælpende hustru eller ansatte medarbejdere.

De 80%, der har ansatte medarbejdere har i gennemsnit 3,13 medarbejder, og samlet er der 2.475 ansatte medarbejdere i de deltagende bedrifter. Opregnet til samtlige 2.459 bedrifter i universet, er der således cirka 7.697 medarbejdere, og hvis samtlige mælkeleverende bedrifter medtages, og altså inklusive de 598 bedrifter, som der ikke er leveret kontaktdata på til undersøgelsen, er der i alt cirka 9.568 ansatte medarbejdere hos de danske mælkeproducenter.

De ansatte medarbejdere i undersøgelsen fordeler sig med 66% danske/dansktalende (= 1.639 stk.) og 34% udenlandske/ikke dansktalende medarbejdere (= 836 stk.). Andelen af kvægbedrifter, som har mindst én ansat medarbejder er 89%, som har danske medarbejdere og 44%, som har udenlandske medarbejdere. 33% har således både danske og udenlandske medarbejdere, 56% har kun danske og 11% har kun udenlandske medarbejdere.

Ansatte medarbejdere på bedriften udover dig selv?

Ingen udover mig selv	12%
Medhjælpende hustru	21%
Ansatte medarbejdere derudover (heltid, deltid, elever)	80%

Antal medarbejdere hos de 80%, som har ansatte:

1 medarbejder	28%
2-3 medarbejdere	44%
4+ medarbejdere	28%
Gennemsnit:	3,13

Fordeling af antallet af medarbejdere på.....:

Danske/dansktalende medarbejdere	66%
Udenlandske/ikke dansktalende medarbejdere	34%

Andel hos de 80% med ansatte, som har.....:

Danske/dansktalende medarbejdere	89%
Udenlandske/ikke dansktalende medarbejdere	44%

Da det kun er dansktalende medarbejdere, der er forsøgt rekrutteret til den selvstændige undersøgelse blandt medarbejdere hos de deltagende bedrifter, er det samlede mulige univers således i alt 1.659 medarbejdere.

Kun få af landmændene med danske medarbejdere har i undersøgelsen valgt at oplyse navn og e-mail adresse på deres medarbejdere, og det har derfor kun været muligt at udsende invitationer direkte til i alt 37 medarbejdere. Hvorfor man ikke har ønsket at oplyse navn og e-mail på medarbejdere i undersøgelsen, kan der være flere grunde til.

Der blev efterfølgende udsendt en invitation via e-mail til samtlige landmænd, som havde deltaget i undersøgelsen, og som i denne havde oplyst, at de har dansktalende medarbejdere, men som ikke havde oplyst kontaktinfo på nogle af dem i undersøgelsen. De blev i denne invitation opfordret til at videresende/bede deres medarbejder om at deltage i undersøgelsen. Der blev her udsendt invitationer til i alt 600 landmænd.

I undersøgelsen blandt medarbejdere, er der opnået besvarelser fra i alt 134. I forhold til de udsendte invitationer, er der således opnået en svarprocent på 21%, men hvor der dog i nogle bedrifter er opnået besvarelser fra mere end én medarbejder. I forhold til det samlede mulige univers på i alt 1.659 dansktalende medarbejdere, er der opnået en svarprocent på 8%.

Resultaterne fra medarbejderne er derfor ikke så valide og repræsentative, som resultaterne fra landmændene er, hvilket der skal tages højde for i analysen af resultaterne.

Der har i planlægningen af undersøgelsen blandt medarbejdere været overvejet forskellige mulige rekrutteringsmetoder, herunder f.eks. rekruttering på SEGES Facebook sider, som sikkert ville kunne give adgang til flere medarbejdere. En sådan rekruttering ville dog risikere at give et skævt og dermed langt fra repræsentativt resultat, da undersøgelsen netop omhandler hvilke medier, der anvendes, og en rekruttering i netop et af disse medier, ville uden tvivl påvirke resultatet for brug af dette. Ydermere er medarbejdere, som bruger Facebook-siden fra SEGES, og som samtidig reagerer på en sådan invitation til en undersøgelse, uden tvivl ikke repræsentative for samtlige medarbejdere i kvægbedrifterne. Den valgte fremgangsmåde til at opnå interviews med medarbejdere på kvægbedrifterne vurderes derfor som den absolut bedste, også selvom 134 besvarelser er i underkanten af det ønskelige.

Som tilfældet altid er i undersøgelser via Internettet, og hvor respondenterne selv skal angive deres besvarelser, er der tale om et frafald af respondenter undervejs i undersøgelsen, evt. fordi de føler, at spørgeskemaet er for langt, eller af andre årsager.

Af de i alt 992 landmænd, der starter undersøgelsen, er det således 63% af dem, der gennemfører og besvarer samtlige spørgsmål i den. Dette niveau er helt normalt i sådanne undersøgelser. Blandt medarbejderne er der tale om hele 85%, som afslutter undersøgelsen.

Sammenlignes de to grupper blandt landmændene med dem, der starter, men ikke afslutter undersøgelsen og dem, der gennemfører hele undersøgelsen i en frafaldsanalyse på de basale baggrundsspørgsmål, er der ikke signifikante forskelle mellem de to grupper, og dermed heller ikke behov for en vejning af resultaterne.

Sammenlignes deltagerne i undersøgelsen med det samlede univers af kvægbedrifter på en række baggrundsvARIABLE, er der tale om særdeles høj repræsentativitet, og der er heller ikke på den baggrund behov for en vejning af undersøgelsens resultater.

Som det fremgår nedenfor, er medarbejderne naturligvis ansat på større bedrifter, og er noget yngre end landmændene. Landmændene i undersøgelsen har således en gennemsnitsalder på 50,4 år og medarbejderne er 38,3 år. Også en større andel af medarbejderne er kvinder med 13%, hvor det blandt landmændene er 7%.

Blandt landmændene er det i høj grad lykkedes at få besvarelser fra den primære ansvarlige for den daglige drift, hvor det således er hele 94%, der er ejer eller medejer af bedriften. Resten er enten medhjælpende hustru (3%), søn/datter af ejer – evt. på vej til generations-skifte (1%) eller driftsleder/fodermester (2%).

30% af landmændene anvender malkerobotter/AMS som produktionsform og 84% driver en konventionel og andre 16% en økologisk bedrift.

Antal malkekøer:

	Analyse:		
	Univers	Landmænd	Medarbejdere
Under 100	17%	16%	4%
100-149	25%	27%	20%
150-199	20%	19%	24%
200-299	20%	19%	17%
300-399	9%	11%	21%
400 eller flere	9%	8%	11%

Antal dyr i alt:

	Analyse:		
	Univers	Landmænd	Medarbejdere
Under 100	3%	2%	0%
100-149	7%	8%	1%
150-199	8%	8%	3%
200-299	26%	27%	23%
300-399	22%	22%	27%
400 eller flere	34%	33%	45%

Malkekøer andel af dyr i alt:

Analyse:

	Univers	Landmænd	Medarbejdere
Under 40%	5%	5%	2%
40-49%	34%	34%	37%
50-59%	43%	43%	37%
60% eller mere	18%	19%	23%

Geografi – første ciffer i postnummer:

Analyse:

	Univers	Landmænd	Medarbejdere
1-4 Sjælland	6%	6%	6%
5 Fyn	5%	6%	7%
6 Syd/Sydvestjylland	38%	38%	28%
7 Midt/Vestjylland	20%	22%	23%
8 Østjylland	11%	11%	15%
9 Nordjylland	19%	17%	20%

Alder:

Analyse:

	Landmænd	Medarbejdere
Under 30 år	3%	38%
30-39 år	14%	21%
40-49 år	27%	25%
50-59 år	41%	10%
60-69 år	15%	6%
70 år eller derover	1%	0%

Køn:

Analyse:

	Landmænd	Medarbejdere
Mand	93%	87%
Kvinde	7%	13%

Produktionsform:

Analyse:

	Landmænd
Malkerobotter AMS	29%
Konventionel malkestald/karrusel/bindestald	69%
Begge nogenlunde ligeligt (evt. fordelt på flere bedrifter)	1%

Driftsform:

Analyse:

	Landmænd
Konventionel	84%
Økologisk	16%

Er du.....:

Analyse:	
Landmænd	
Ejer eller medejer af bedrift	94%
Medhjælpende hustru	3%
Søn/datter af ejer af bedrift	1%
Driftsleder/fodermester	2%
Andet	0%

Hvor godt føler man sig generelt informeret?

Både landmændene og medarbejderne blev indledningsvist spurgt, hvor godt de generelt føler sig informeret om kvægbrug fra alle de informationskanaler (kilder, kontakter, medier), hvor de får eller søger information fra.

Og som det fremgår nedenfor, er der tale om et ret højt niveau, hvor det således er tæt på 70% i begge målgrupper, der føler sig generelt meget godt eller godt informeret, og hvor stort set ingen føler sig dårligt eller meget dårligt informeret. 31% i begge målgrupper strækker sig dog til kun at føle sig rimeligt informeret.

Landmændene føler sig en smule bedre informeret i forhold til medarbejderne, idet en større andel på 18% siger, at de føler sig meget godt informeret. Blandt medarbejderne er det 11%, der gør det.

Fordelt på forskellige målgrupper af landmændene, er der den markant største forskel i opfattelsen af, hvor godt man generelt føler sig informeret om kvægbrug efter om man synes at SEGES generelt er god, rimelig eller dårlig til at informere direkte om viden, udvikling og forskning hos SEGES. 40% af landmændene synes, at SEGES er meget god eller god, 45% bedømmer SEGES om rimelig og 9% bedømmer som dårlig eller meget dårlig. De sidste 6% svarer med "ved ikke".

I gruppen, der bedømmer SEGES som meget god eller god, er det hele 83%, der generelt føler sig meget godt eller godt informeret om kvægbrug, og i gruppen, der bedømmer SEGES om rimelig, dårlig eller meget dårlig, er det kun 60%, der generelt føler sig meget godt eller godt informeret.

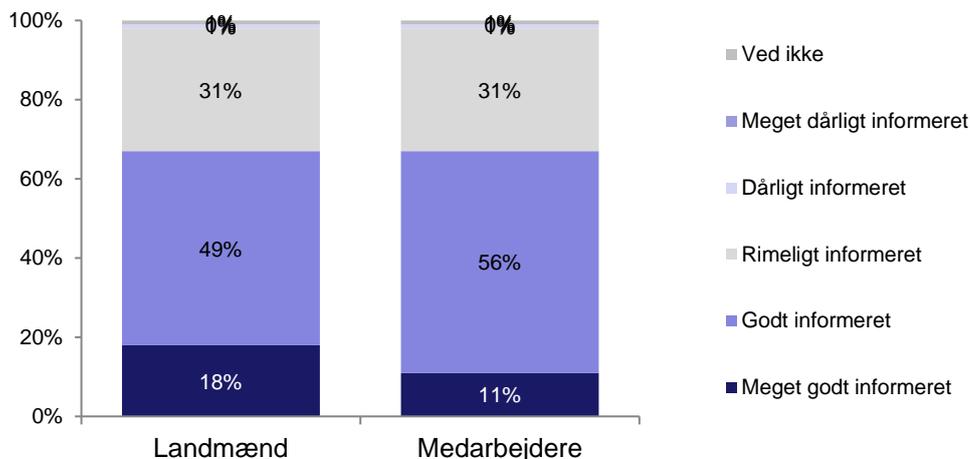
Også læsningen af KvægNYT fra SEGES har en stor betydning for, hvor godt man generelt føler sig informeret om kvægbrug, hvor det således er 72% af dem, der læser alle eller næsten alle numre af KvægNYT, der føler sig meget godt eller godt informeret. Blandt dem, der læser KvægNYT sjældnere eller slet ikke, gælder det for kun 57%.

De landmænd, der har ansatte medarbejdere føler sig markant bedre informeret i forhold til dem, der arbejder alene på besætningen. Og det er landmændene med de største besætninger, der føler sig bedst informeret.

Ses på, hvor godt man generelt føler sig informeret efter hvilke trykte medier, som man læser alle eller næsten alle numre af, er der ikke de store forskelle, men hvor det dog er de faste læsere af Bovi/Bovilogisk, der generelt føler sig bedst informeret. Der er naturligvis tale om en vis samlæsning af flere af medierne, som dermed også griber ind i resultaterne på spørgsmålet.

Landmænd + medarbejdere:

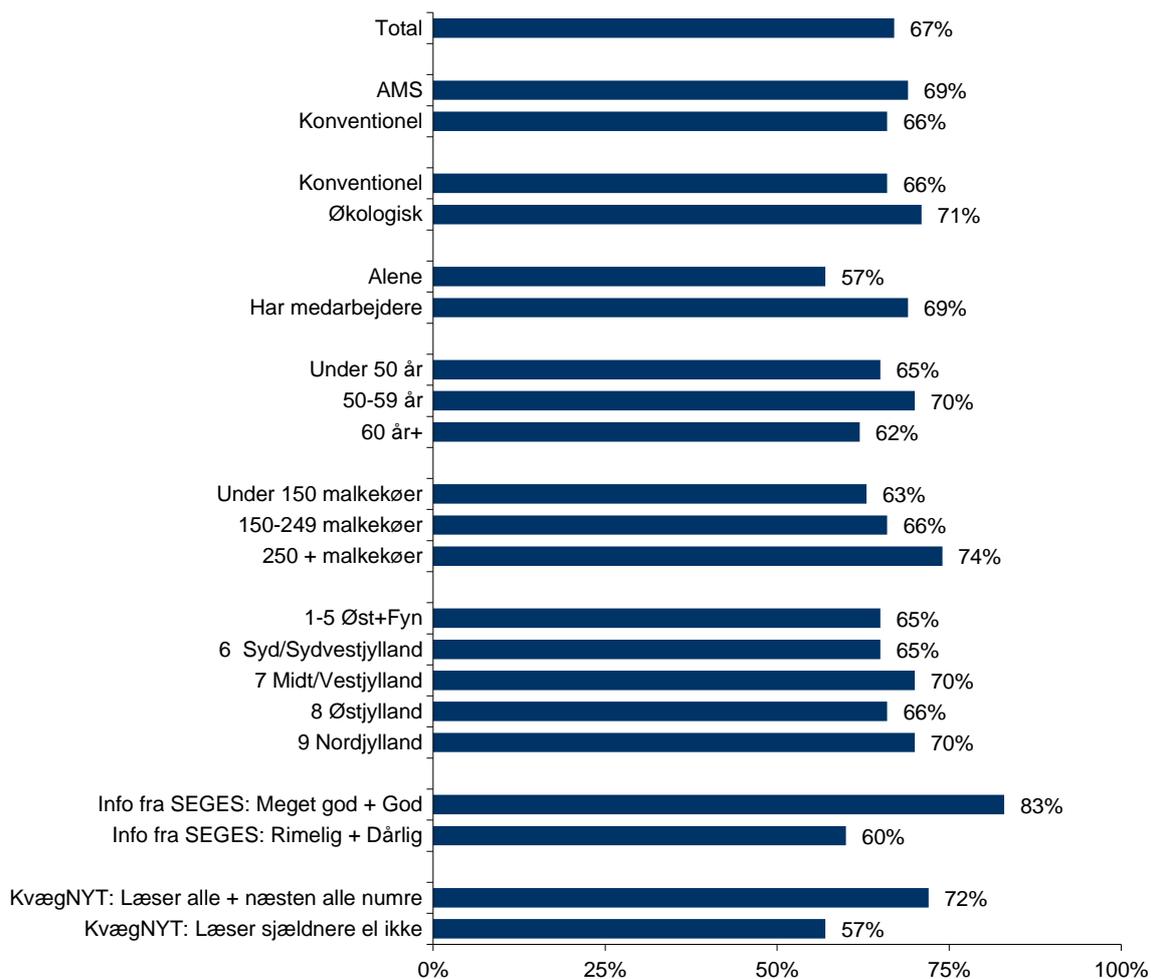
Hvor godt føler du dig generelt informeret om kvægbrug fra alle de informationskanaler (kilder, kontakter, medier), som du får eller søger information fra?



Landmænd:

Hvor godt føler du dig generelt informeret om kvægbrug fra alle de informationskanaler (kilder, kontakter, medier), som du får eller søger information fra?

Andel, der svarer "Meget godt + Godt informeret":

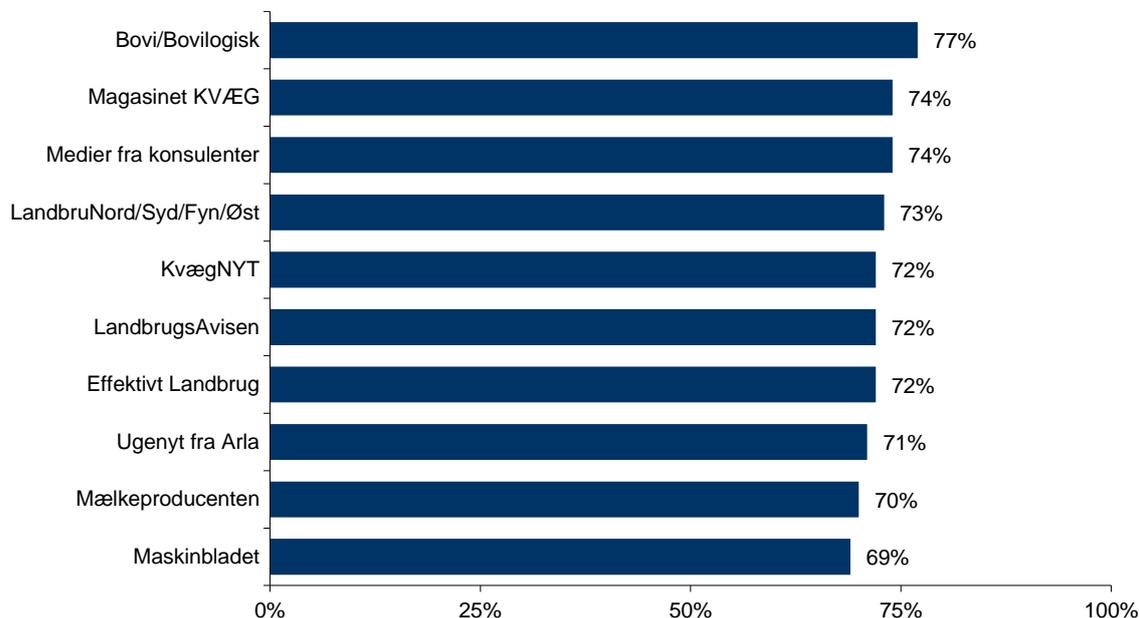


Landmænd:

Hvor godt føler du dig generelt informeret om kvægbrug fra alle de informationskanaler (kilder, kontakter, medier), som du får eller søger information fra?

Andel, der svarer "Meget godt + Godt informeret":

Læser alle + næsten alle numre af de enkelte medier:



Vigtighed af typer af faginformation

Landmændene blev stillet overfor en række forskellige typer faginformation, og blev bedt om at angive, hvor vigtige hver af disse er for dem i forbindelse med drift og udvikling af deres kvægbedrift.

Den absolut vigtigste faginformation for kvægbrugerne er om foder, som 47% bedømmer som meget vigtig og andre 38% som vigtig. Herefter følger information om produktionsøkonomi og styring, mælke kvalitet og dyrevelfærd og sundhed. Laveste betydning har udenlandske kvægbrugeres praktiske erfaringer og løsninger og politiske holdninger og debat i kvægbruget.

Der er her ikke de store forskelle i forskellige målgrupper af kvægbrugerne, men hvor det dog igen er landmændene fra de største bedrifter og med medarbejdere, der generelt bedømmer højest, og i særdeleshed omkring ledelse og arbejdsplanlægning, produktionsøkonomi og -styring, IT værktøjer, inspiration fra udlandet og staldteknik, maskiner og udstyr. Omvendt betragter de information om avl som mindre vigtig i forhold til de mindste bedrifter.

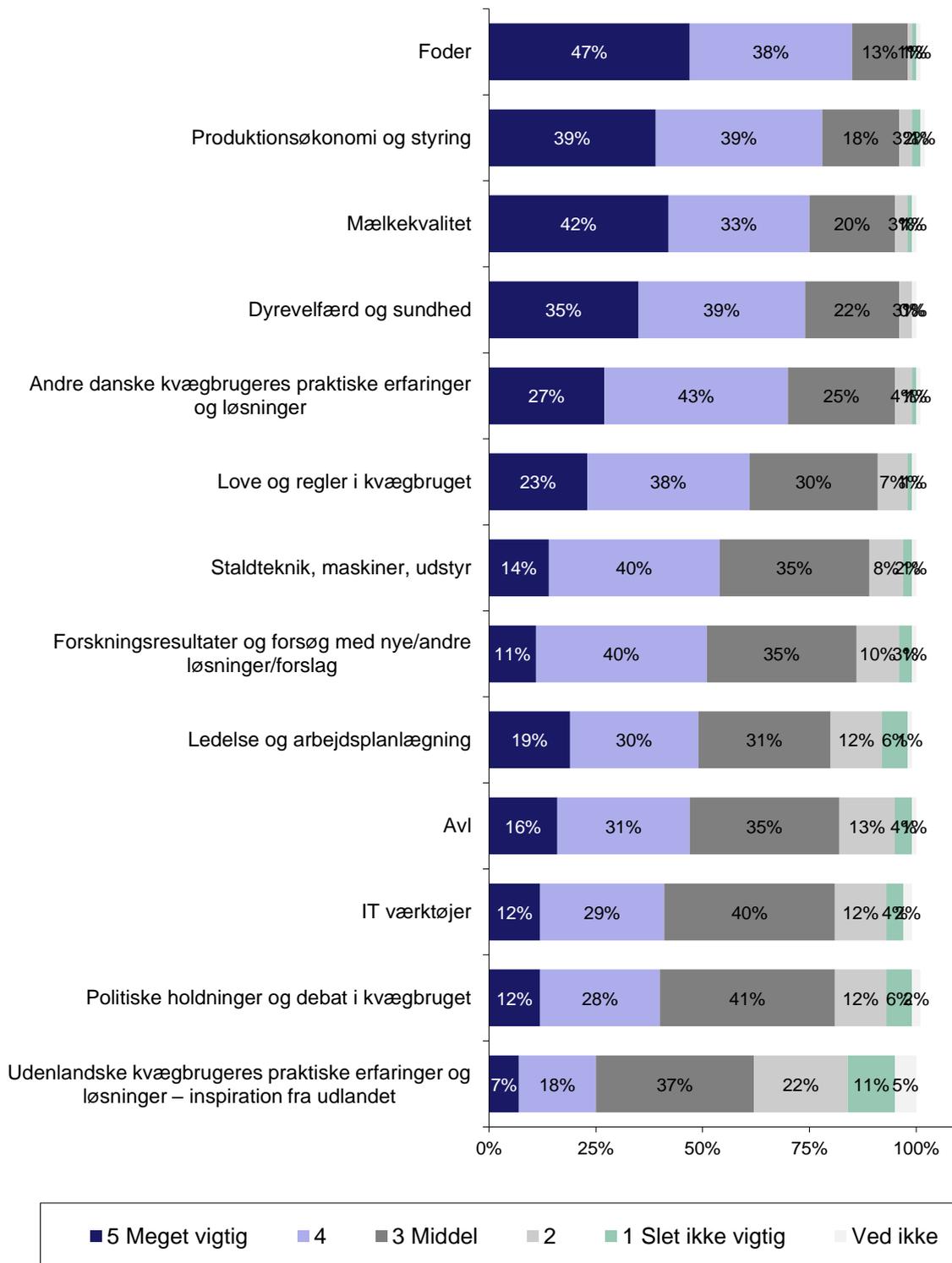
Fordelt på landmændenes alder, interesserer de yngste sig mindre for avl, politiske holdninger og debat i kvægbruget, forskningsresultater og forsøg med nye/andre løsninger/forslag og for mælke kvalitet, men omvendt lidt mere for love og regler, produktionsøkonomi og styring, staldteknik, maskiner og udstyr og andre danske kvægbrugeres praktiske erfaringer og løsninger i forhold til de ældste landmænd.

Når landmændene deles efter, om de er faste eller sporadiske læsere af KvægNYT, interesserer de faste læsere sig markant mere for de forskellige fagområder end de sporadiske læsere gør, og i særdeleshed en større interesse for Dyrevelfærd og sundhed, Forskningsresultater og forsøg med nye/andre løsninger/forslag og for Mælke kvalitet.

Landmænd:

Hvor vigtige er følgende typer af faginformation for dig på nedenstående skala fra 1-5 i forbindelse med drift og udvikling af din kvægbedrift?

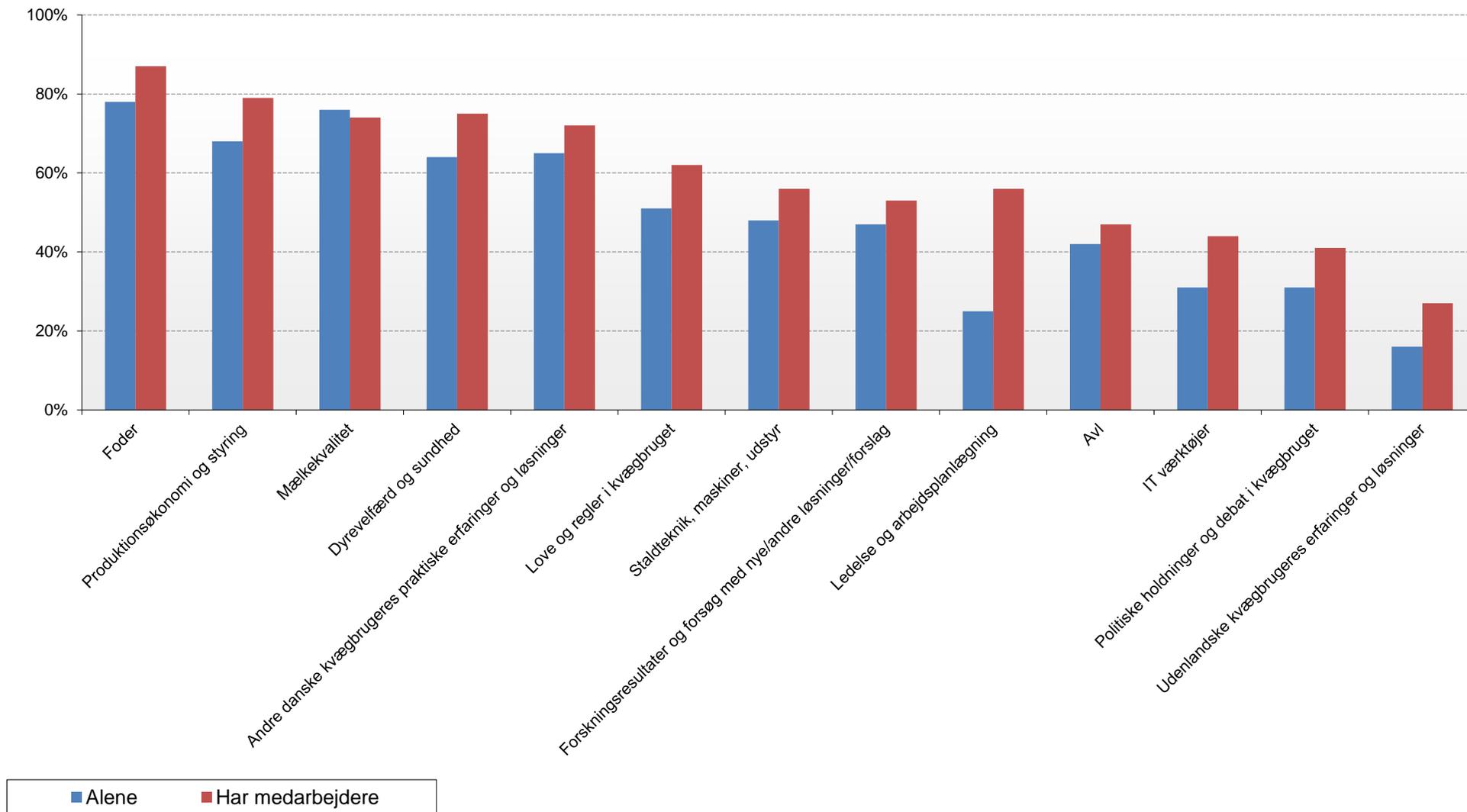
Sorteret efter andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Landmænd:

Hvor vigtige er følgende typer af faginformation for dig på nedenstående skala fra 1-5 i forbindelse med drift og udvikling af din kvægbedrift?

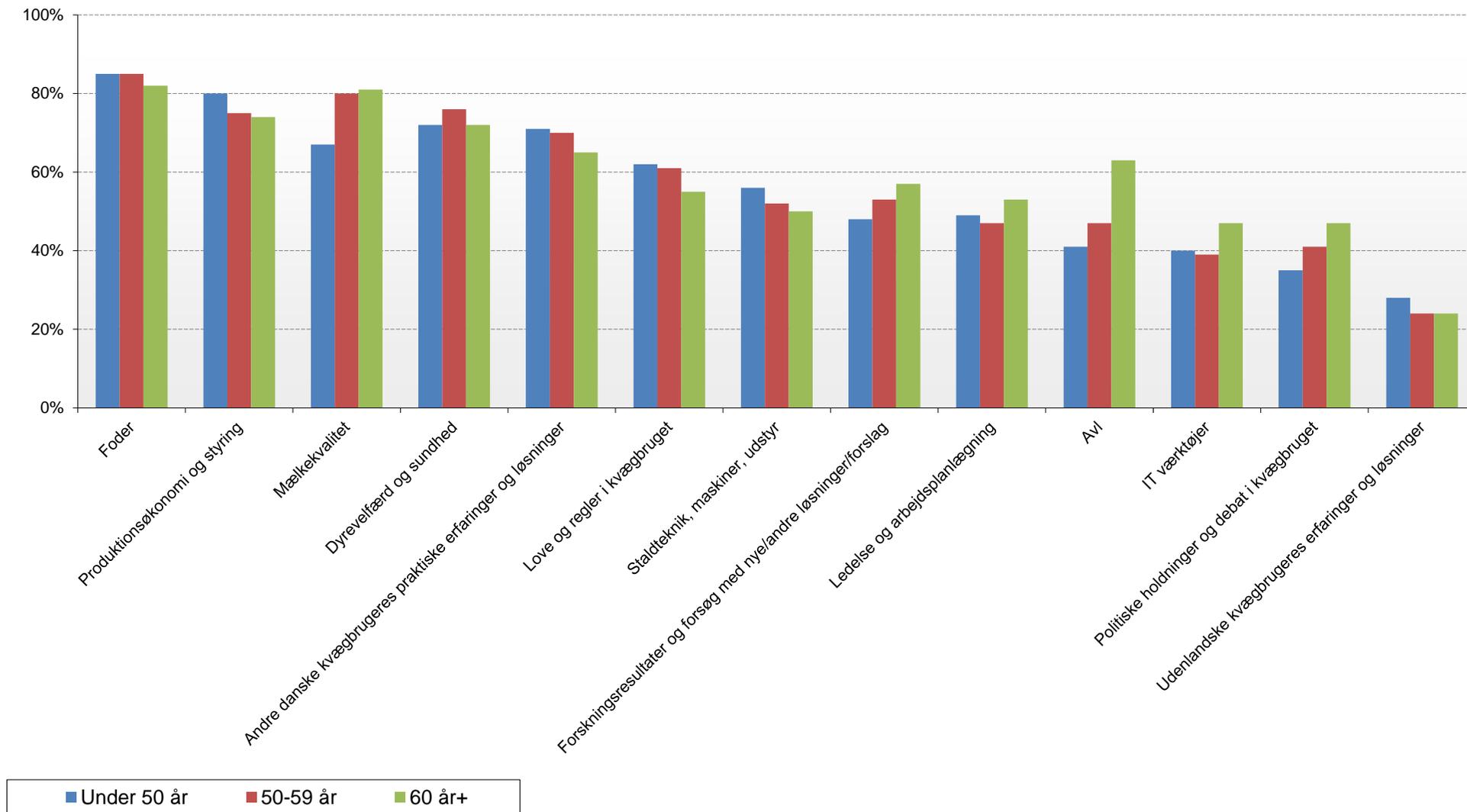
Andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Landmænd:

Hvor vigtige er følgende typer af faginformation for dig på nedenstående skala fra 1-5 i forbindelse med drift og udvikling af din kvægbedrift?

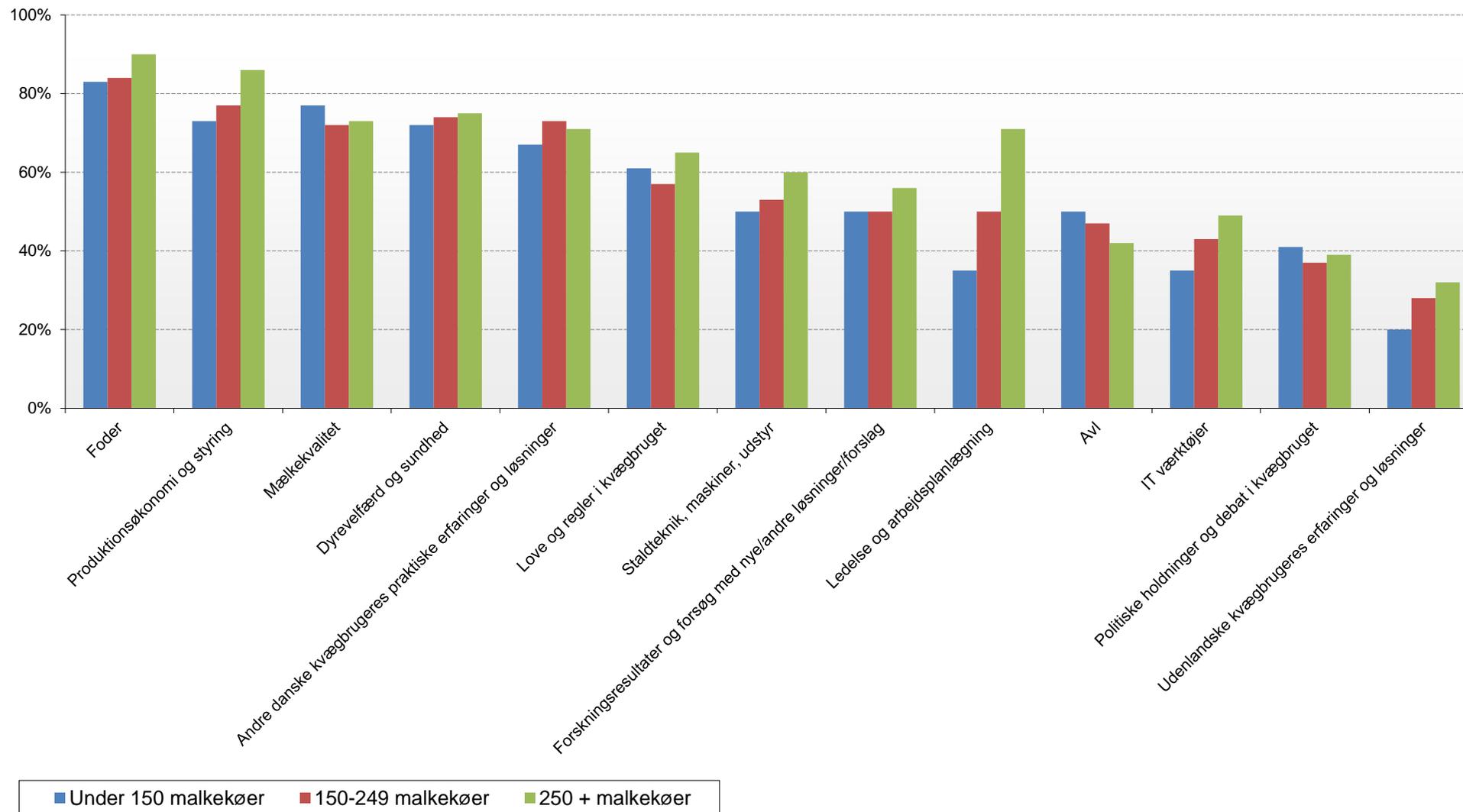
Andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Landmænd:

Hvor vigtige er følgende typer af faginformation for dig på nedenstående skala fra 1-5 i forbindelse med drift og udvikling af din kvægbedrift?

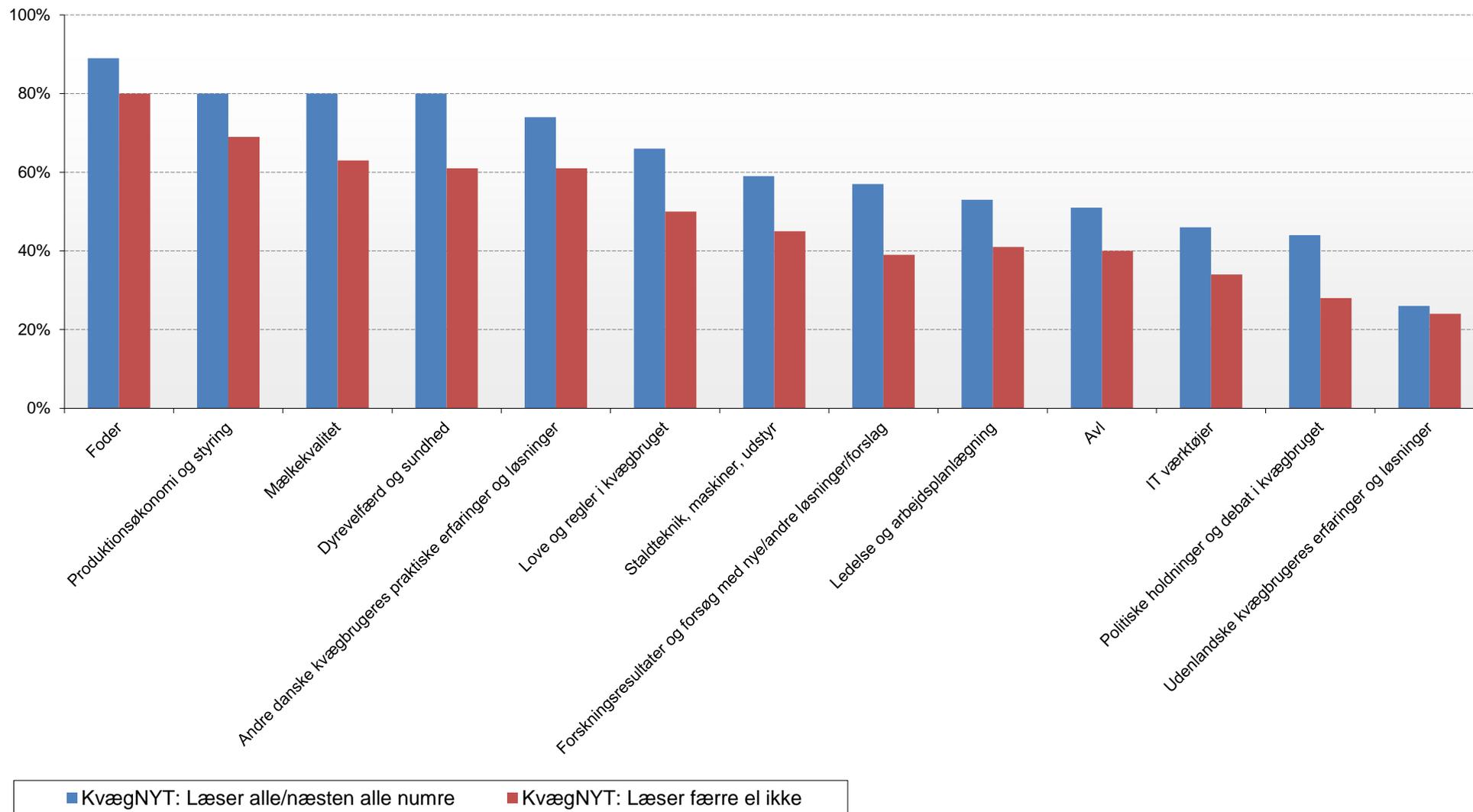
Andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Landmænd:

Hvor vigtige er følgende typer af faginformation for dig på nedenstående skala fra 1-5 i forbindelse med drift og udvikling af din kvægbedrift?

Andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Vigtighed af informationskilder

Både landmændene og medarbejderne blev bedt om med egne ord at angive de vigtigste informationskilder for dem som viden/inspiration til drift og udvikling af deres bedrift og i forbindelse med deres arbejde, og hvor de blev bedt om at tænke på alle de kilder, kontakter, medier mv., hvor de løbende får og søger information fra.

Der er her tale om en omfattende liste med mange forskellige informationskilder, men en optælling af ensartede kilder giver nedenstående resultat i de to målgrupper. De komplette lister forefindes i tabelmaterialet til rapporten.

Som det fremgår, er det i begge grupper fagblade/aviser generelt eller navngivne fagblade/aviser, der topper listen efterfulgt af netværk, erfa-grupper, kolleger, og hvor konsulenter og rådgivere har en noget større betydning for landmændene end de har for medarbejderne, der i stedet har arbejdsgiveren/chefen/landmanden øverst på listen.

Facebook sider (bl.a. Malkekvæg) ligger markant højere på listen blandt medarbejderne end blandt landmændene, og er umiddelbart et mere foretrukket medie blandt dem.

Af navngivne medier er det i begge grupper LandbrugsAvisen efterfulgt af Magasinet KVÆG, der topper listen. Effektivt Landbrug og Maskinbladet ligger også højt i begge grupper.

Informationer fra SEGES ligger generelt længere nede på listen i begge grupper, hvor Landmand.dk dog er noget højere placeret blandt landmændene end hos medarbejderne og på niveau med magasinet KVÆG, Effektivt Landbrug og Maskinbladet.

KvægNYT fra SEGES er på listen i begge målgrupper, men ligger lavt, og er altså umiddelbart ikke et medie, der ligger "top of mind", når man tænker på de vigtigste informationskilder.

Landmændene:

Antal svar	Andel af svar	Andel af resp.	
354	16%	44%	Fagblade, kvægblade, landbrugaviser, blade, tidsskrifter
352	16%	43%	Konsulenter, rådgivere, landboforening
278	12%	34%	Erfa-grupper, kolleger, andre landmænd/kvægbrugere, netværk
215	10%	26%	Landbrugsavisen, Landsbladet
194	9%	24%	Internettet søgning, Google, websider
104	5%	13%	Magasinet KVÆG
82	4%	10%	Effektivt Landbrug
81	4%	10%	Landmand.dk
66	3%	8%	Maskinbladet
64	3%	8%	Bovi/Bovilogisk
47	2%	6%	Dyrlæge
45	2%	6%	Seges
33	1%	4%	Facebook-sider, sociale medier
30	1%	4%	Landbrugsinfo.dk
23	1%	3%	Nyhedsmails, e-mails
21	1%	3%	Sagro
20	1%	2%	Landmandsportalen

17	1%	2%	Danske Mælkeproducenter, Mælkeproducenten
16	1%	2%	KvægNyt
16	1%	2%	Arla, mejeri
12	1%	1%	LandboSyd

Medarbejderne:

Antal svar	Andel af svar	Andel af resp.	
44	14%	33%	LandbrugsAvisen, Landsbladet
30	10%	22%	Netværk, kolleger, erfa-grupper, staldskole, venner, bekendte
28	9%	21%	Arbejdsgiver, chefen, landmanden
26	9%	19%	Fagblade, magasiner og aviser
17	6%	13%	Magasinet Kvæg
17	6%	13%	Maskinbladet
15	5%	11%	Facebook sider, f.eks. Malkekvang
15	5%	11%	Konsulenter, rådgivere, landboforening
15	5%	11%	Seges
14	5%	10%	Internettet, Google, søgning
13	4%	10%	Effektivt Landbrug
11	4%	8%	Dyrlæge
10	3%	7%	LandbrugsInfo
8	3%	6%	Bovi/Bovilogisk
7	2%	5%	Landmand.dk
5	2%	4%	KvægNYT fra Seges
5	2%	4%	LandbrugSyd

Landmændene blev herefter stillet overfor en række konkrete typer af informationskilder, og blev bedt om at angive, hvor vigtige hver af disse er for dem som viden/inspiration til drift og udvikling af bedriften. Spørgsmålet blev ikke stillet til medarbejderne, for dermed at gøre spørgeskemaet til dem kortere, og fordi flere af informationskilderne umiddelbart ikke er relevante for dem.

Som det fremgår, er det nogenlunde de samme informationskilder, der ligger i top som ovenfor, hvor der er spurgt spontant og besvaret med egne ord, men hvor specielt dyrlægerne nu rykker helt til top på listen lige efter eget netværk, som er det absolut vigtigste. Dette styrkes yderligere af den store vigtighed af besøg hos/erfaringer og inspiration fra andre danske kvægbrugere og erfa-grupper.

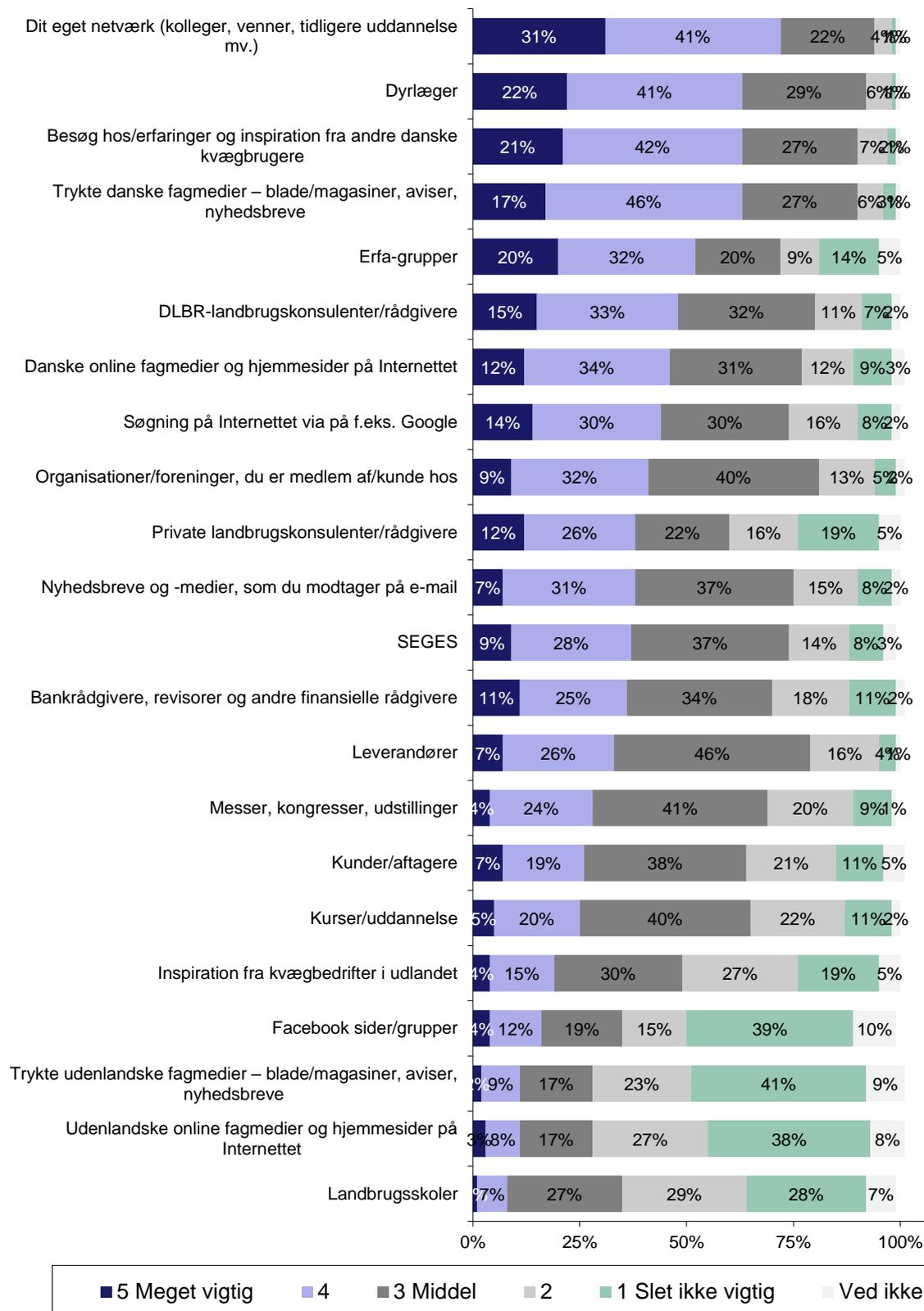
SEGES bliver placeret midt på listen, og bliver altså umiddelbart ikke opfattet som en særlig vigtig informationskilde for landmændene. Og vi ser her den største forskel mellem de landmænd, der er alene på bedriften i forhold til dem, som har ansatte medarbejdere, og hvor sidstnævnte betragter SEGES som en mindre vigtig informationskilde. 38% af dem bedømmer således SEGES som en meget vigtig eller vigtig informationskilde, hvilket er tilfældet for 45% af de landmænd, der arbejder alene på bedriften.

Og det er faktisk et af de eneste områder, hvor kvægbrugere, der arbejder alene, bedømmer informationskilden som vigtigere end dem, der har medarbejdere. Omvendt bedømmer de erfa-grupper, besøg hos/erfaringer fra andre, eget netværk som markant mindre vigtige, end de med medarbejdere gør.

Landmænd:

Hvor vigtige er hver af nedenstående informationskilder for dig på nedenstående skala fra 1-5 som viden/inspiration til drift og udvikling af din bedrift?

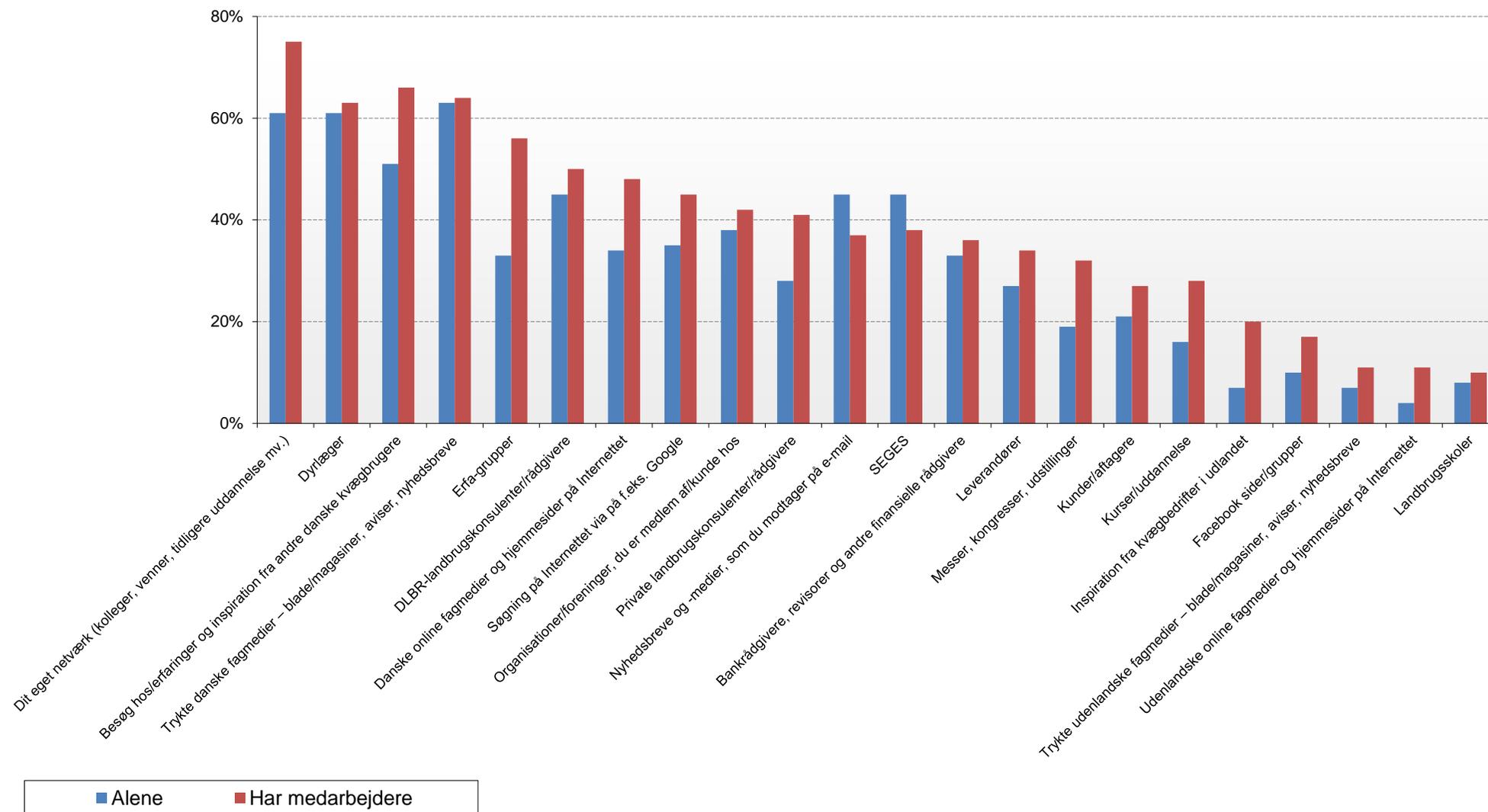
Sorteret efter andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Landmænd:

Hvor vigtige er hver af nedenstående informationskilder for dig på nedenstående skala fra 1-5 som viden/inspiration til drift og udvikling af din bedrift?

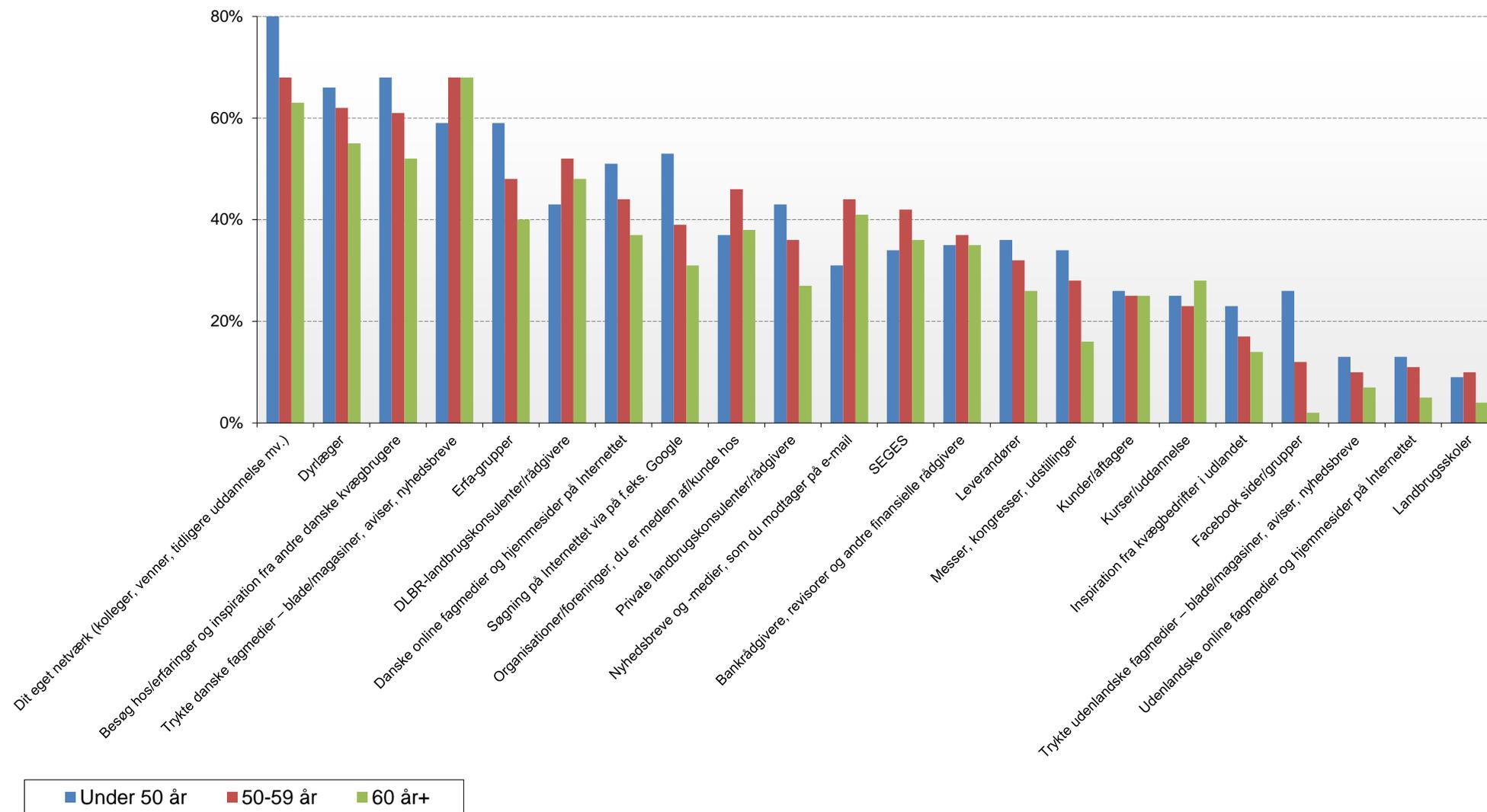
Andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Landmænd:

Hvor vigtige er hver af nedenstående informationskilder for dig på nedenstående skala fra 1-5 som viden/inspiration til drift og udvikling af din bedrift?

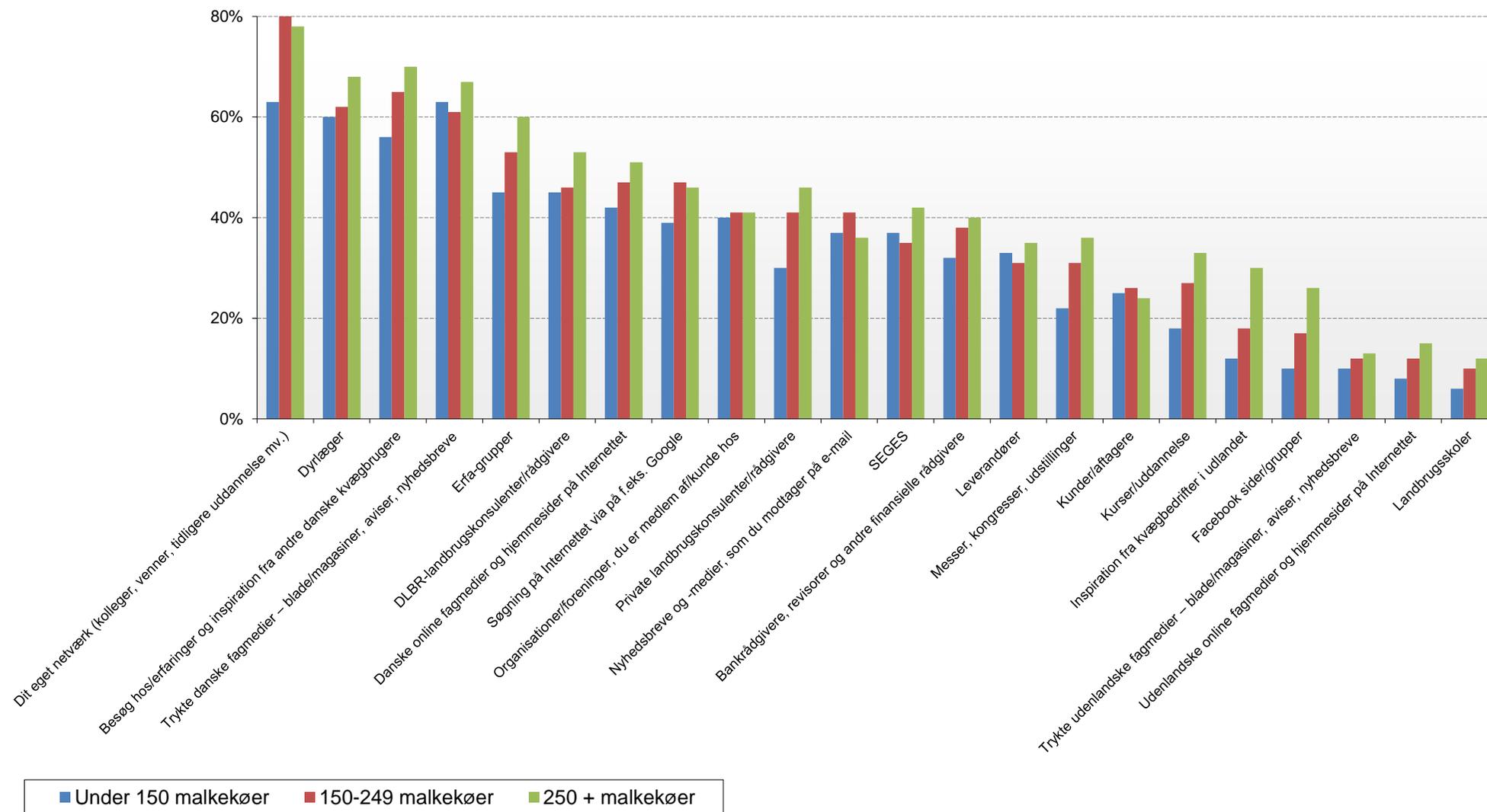
Andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Landmænd:

Hvor vigtige er hver af nedenstående informationskilder for dig på nedenstående skala fra 1-5 som viden/inspiration til drift og udvikling af din bedrift?

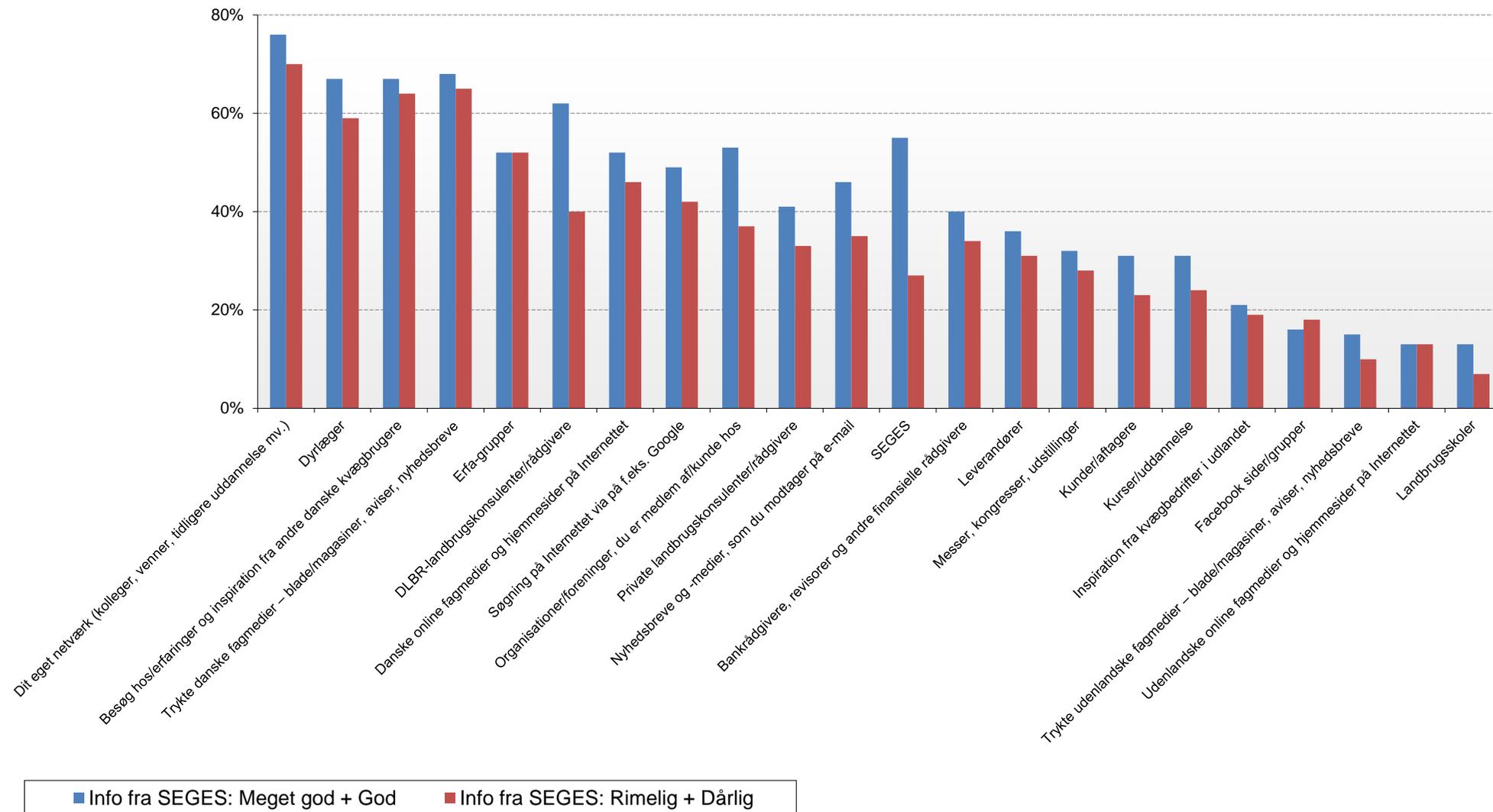
Andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Landmænd:

Hvor vigtige er hver af nedenstående informationskilder for dig på nedenstående skala fra 1-5 som viden/inspiration til drift og udvikling af din bedrift?

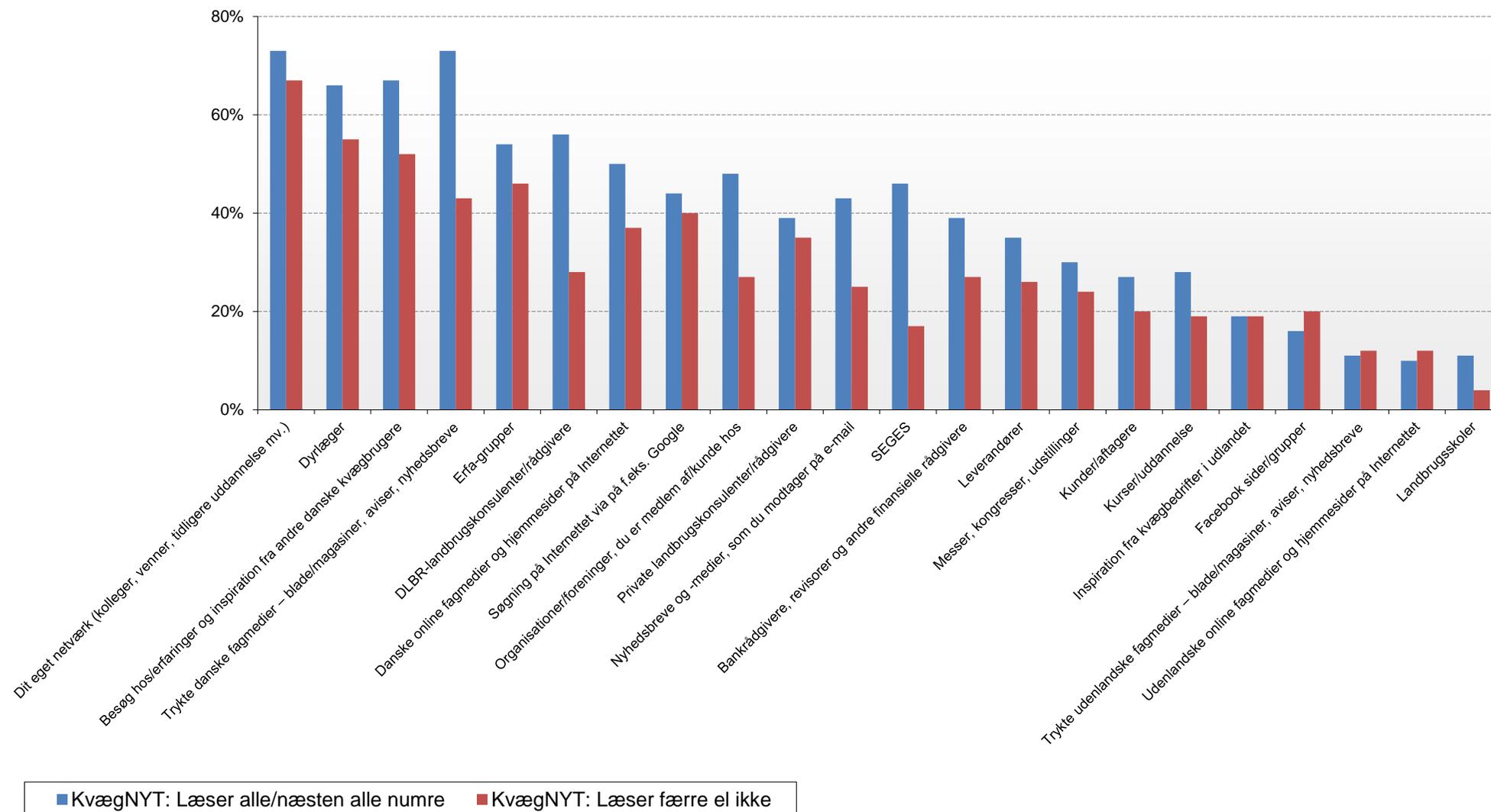
Andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Landmænd:

Hvor vigtige er hver af nedenstående informationskilder for dig på nedenstående skala fra 1-5 som viden/inspiration til drift og udvikling af din bedrift?

Andel, der svarer "5 Meget vigtig + 4 Vigtig":



Modtagelse og læsning af trykte medier

På samme måde som med informationskilderne ovenfor, blev landmændene først bedt om at angive med egne ord, hvilke trykte medier (blade/ magasiner, aviser, nyhedsbreve/blade), som de modtager (fysisk eller som pdf på e-mail), der er de vigtigste for dem. Dette spørgsmål blev ikke stillet til medarbejderne.

80% nævner her mindst et medie, 4% siger, at de ikke modtager/læser nogle og 16% svarer med "ved ikke".

Det absolut mest nævnte medie er LandbrugsAvisen (tidl. Landsbladet), som hele 55% nævner spontant. Herefter følger Magasinet KVÆG, Effektivt Landbrug, Bovi/Bovilogisk og Maskinbladet.

KvægNYT ligger nu højere på listen, men nævnes stadig kun spontant af 4% af landmændene.

Landmænd:

Hvis du kun tænker på de trykte medier (blade/magasiner, aviser, nyhedsbreve/blade) som du modtager (fysisk eller som pdf på e-mail), hvilke er så de vigtigste for dig?

	Total
Mindst ét medie nævnt	80%
Modtager/læser ingen	4%
Ved ikke	16%

Antal svar	Andel af svar	Andel af resp.	
456	29%	55%	LandbrugsAvisen, Landsbladet
246	16%	29%	KVÆG - magasinet
216	14%	26%	Effektivt Landbrug
129	8%	15%	Bovilogisk
113	7%	14%	Maskinbladet
37	2%	4%	Danske Mælkeproducenter, Mælkeproducenten
31	2%	4%	KvægNYT, Seges
31	2%	4%	LandbrugSyd
18	1%	2%	Arla - Ejerbladet, Arla Nyt
14	1%	2%	Økologi og erhverv
11	1%	1%	Viking Nyt
10	1%	1%	Nyhedsbreve
10	1%	1%	Seges
9	1%	1%	LandbrugNord
9	1%	1%	Landmand.dk
8	1%	1%	Dansk Holstein, Holstein International
8	1%	1%	landbrugsmagasinet
8	1%	1%	Landbrugfyn
7	0%	1%	LandboNord
7	0%	1%	Mark
6	0%	1%	Agromarkets
6	0%	1%	Boerderij

6	0%	1%	LandboSyd
6	0%	1%	LandbrugsInfo
5	0%	1%	Aviser
5	0%	1%	Fagblade
5	0%	1%	LDM nyt

På spørgsmålet, om man løbende modtager information/nyheder fra SEGES via trykte eller digitale/online medier, svarer "kun" 41% med "Ja". 37% mener ikke, de modtager noget fra SEGES og andre 22% svarer med "ved ikke".

Ses kun på dem, der senere i spørgeskemaet siger, at de læser alle eller næsten alle numre af KvægNYT fra SEGES (med mælkebilen), er det fortsat kun 46%, der svarer "Ja" på spørgsmålet.

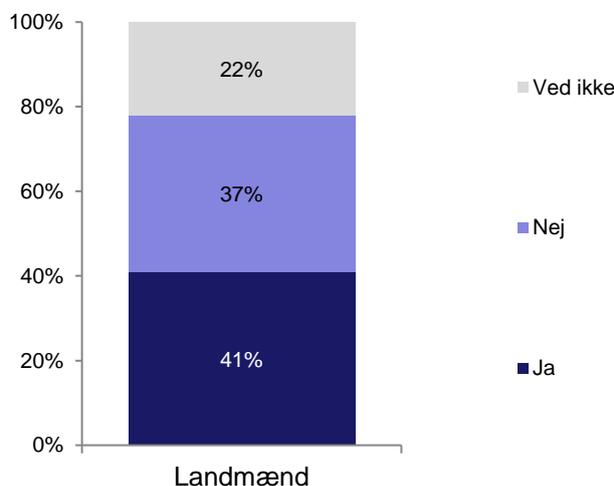
Der er altså umiddelbart en stor andel, som ikke ved, at KvægNYT, som kommer med mælkebilen, netop er fra SEGES.

Når de, der svarer med "ja", dernæst bliver spurgt, konkret hvad de løbende modtager af information/nyheder fra SEGES, svarer yderligere 28% af dem med "ved ikke", og "kun" 72% af dem kan altså med egne ord beskrive, hvad de modtager.

Og blandt disse er det KvægNYT, der bliver nævnt af flest, men omregnet til alle respondenter, er det altså kun 8%, der gør det.

Landmænd:

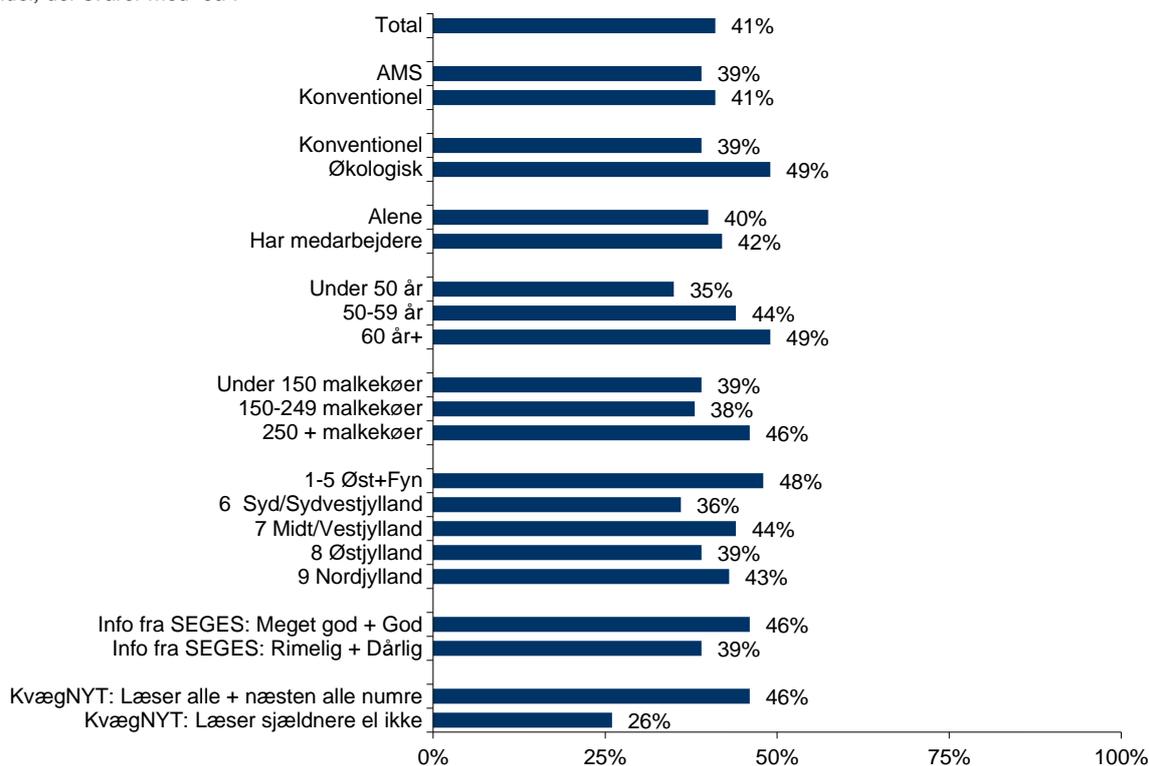
Modtager du løbende information/nyheder direkte fra SEGES via trykte eller digitale/online medier?



Landmænd:

Modtager du løbende information/nyheder direkte fra SEGES via trykte eller digitale/online medier?

Andel, der svarer med "Ja":



Hvis Ja:

Hvad modtager du løbende af information/nyheder direkte fra SEGES?

	Total
Mindst ét medie nævnt	72%
Ved ikke	28%

Information/Nyheder nævnt:

Antal svar	Andel af svar	Andel af resp	
62	19%	8%	KvægNyt (skrevet ordret)
33	10%	4%	Nyhedsbrev på mail, nyhedsmails
18	5%	2%	Landbrugsinfo
16	5%	2%	Kvæg
13	4%	2%	DMS dyreregistrering - opdateringer, funktioner, nyheder, drift
12	4%	1%	Landmand.dk
11	3%	1%	Nyhedsbreve
8	2%	1%	Nyheder, artikler, links på Landmand.dk
7	2%	1%	Facebook
7	2%	1%	Nyheder
6	2%	1%	Nyhedsbrev, blad med tankbil
6	2%	1%	LandbrugsAvisen
6	2%	1%	Plante Info, nyt
6	2%	1%	Faktura, regninger
5	2%	1%	E-mail

På det hjælpne spørgsmål om, hvilke af en række trykte medier (fysisk eller som pdf på e-mail), som man modtager og læser, ligger KvægNYT fra SEGES nu helt i top sammen med LandbrugsAvisen, som de mest læste medier.

Kun 2% af landmændene siger, at de ikke modtager KvægNYT, og hele 91% læser bladet mindst en gang imellem og 71% læser alle eller næsten alle numre af bladet.

Blandt medarbejderne er det 16%, der ikke modtager/ser KvægNYT, sikkert fordi landmanden tager bladet. Et ekstra eksemplar til medarbejderne ville uden tvivl kunne rette op på dette.

Som det også fremgik meget klart i den kvalitative foranalyse, er KvægNYT et blad, som stort set alle læser, men som omvendt ikke bliver betragtet som et så vigtigt medie, og dermed ikke et, som man fremhæver "top of mind" som vigtigt. Der er altså umiddelbart et stort potentiale i at få positioneret KvægNYT bedre og som et vigtigere medie.

Blandt landmændene er det 23%, der ikke modtager Magasinet KVÆG, og blandt medarbejderne gælder det for 22%. Blandt landmændene er det dog det medie, der har den største andel af dem, der modtager det, som læser alle numre (47%). Det er altså umiddelbart et meget populært magasin blandt modtagerne. Tilsvarende er det 44% af dem, der modtager, som læser alle numre af LandbrugsAvisen og af Ugenyt fra Arla, og 38%, som læser alle numre af KvægNYT. Lavest ligger her Nyhedsbreve og medier fra konsulenter/rådgivere, hvor det kun er 16% af dem, der modtager disse, som læser alle numre.

På spørgsmålet til landmændene om, hvor mange udover dem selv, der typisk læser i deres eksemplar af KvægNYT, kan der beregnes et gennemsnitligt antal læsere pr. eksemplar inkl. landmanden selv på 1,96 læsere.

På den baggrund, kan der beregnes et samlet læsertal for KvægNYT på 5.762 læsere, som læser bladet minimum sjældent.

Der er dog usikkerhed omkring dette antal, da landmanden ikke nødvendigvis ved med sikkerhed, hvor mange af hans medarbejdere, der læser i bladet. Og ifølge undersøgelsen blandt de dansktalende medarbejdere, siger 83%, at de læser KvægNYT minimum sjældent.

Ifølge de tidligere beregninger i rapporten, er der i alt cirka 6.315 danske/dansktalende medarbejdere i de i alt 3.057 mælkeleverende kvægbedrifter. Antages det, at 83% af alle disse læser KvægNYT minimum sjældent og tillægges andelen på 96% af alle landmændene, der gør det, kan der beregnes et samlet læsertal på 8.176 læsere.

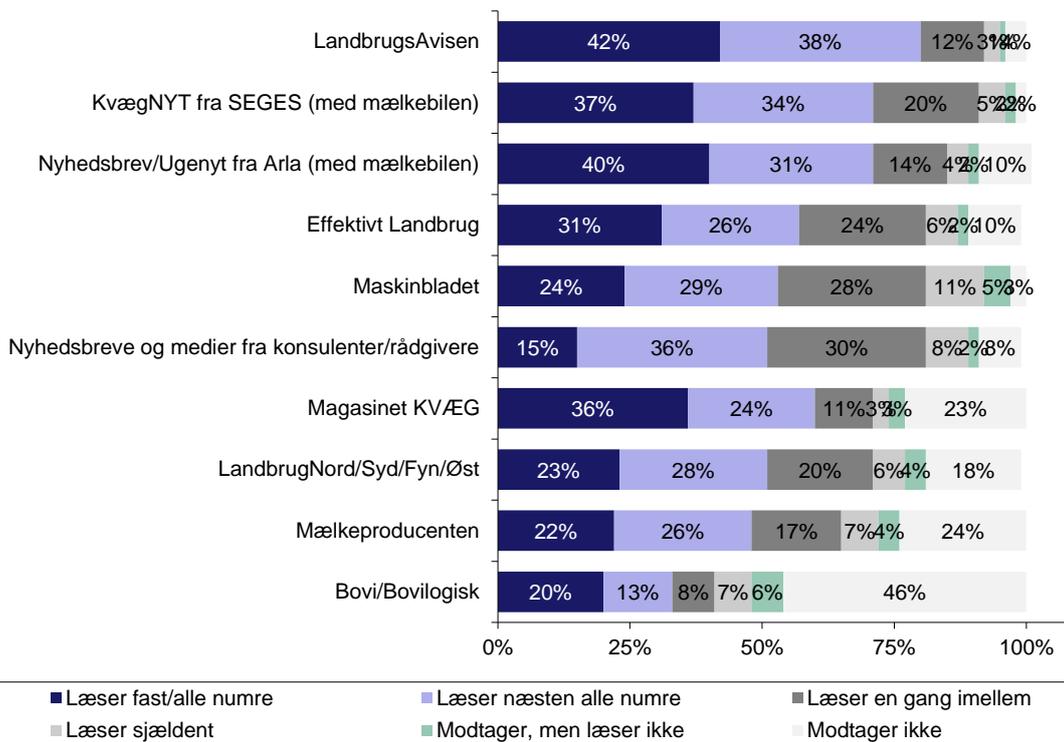
Der er ikke væsentlig forskel på læsningen af de forskellige trykte medier i forskellige målgrupper, hvor det dog er de yngste landmænd under 50 år, der generelt læser mindst og landmændene med medarbejdere ansat, der læser mest.

Både landmændene og medarbejderne blev efterfølgende spurgt, om de læser andre trykte medier end disse. 21% af landmændene og 16% af medarbejderne svarer "ja" til dette, og det er her i størst udstrækning medier som Boederij, Veeteelt og Holstein, der bliver nævnt.

Landmænd:

Hvilke trykte medier (fysisk eller som pdf på e-mail) modtager og læser du i fast eller en gang imellem?

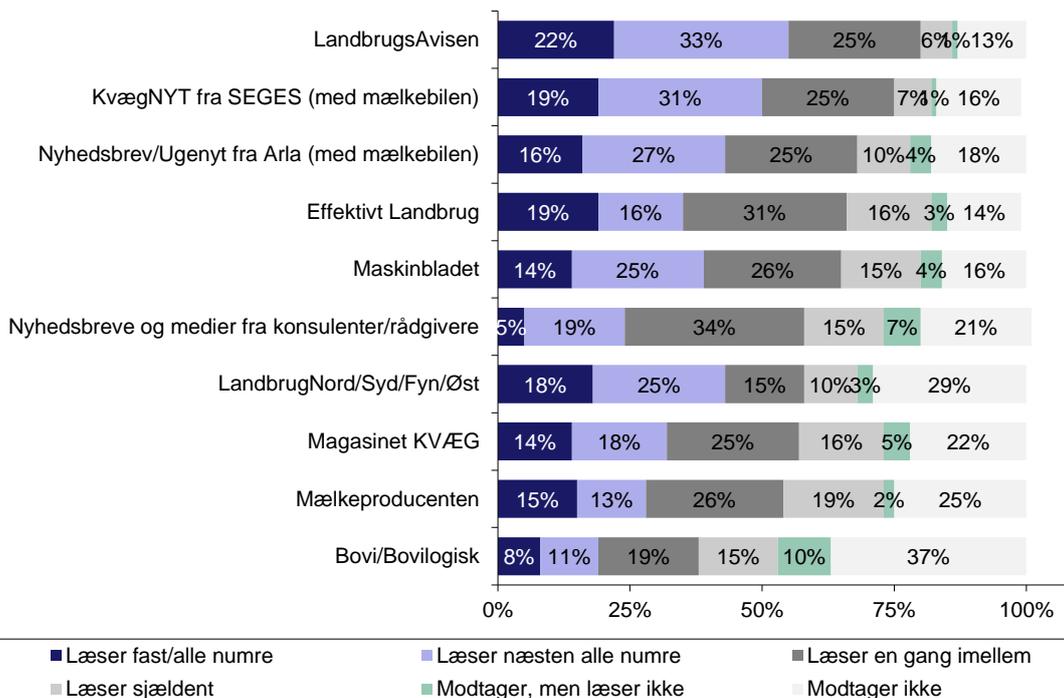
Sorteret efter andel, der læser minimum en gang imellem:



Medarbejdere:

Hvilke trykte medier (fysisk eller som pdf på e-mail) modtager og læser du i fast eller en gang imellem?

Sorteret efter andel, der læser minimum en gang imellem:



Bedømmelse af de medier, der læses

Læserne af de trykte medier blev herefter bedt om at bedømme dem – først på et overordnet niveau og efterfølgende detaljeret på en række konkrete parametre. Landmændene blev bedt om at bedømme op til tre forskellige af de medier, de læser, som blev tilfældigt udvalgt fra interview til interview, og hvor KvægNYT blev bedømt hver gang, hvis det læses minimum en gang imellem. På den måde er det muligt at foretage en sammenligning af de enkelte mediers læsertilfredshed og image på de forskellige parametre. Medarbejderne blev kun bedt om at bedømme KvægNYT på de forskellige parametre, for her at begrænse længden af spørgeskemaet.

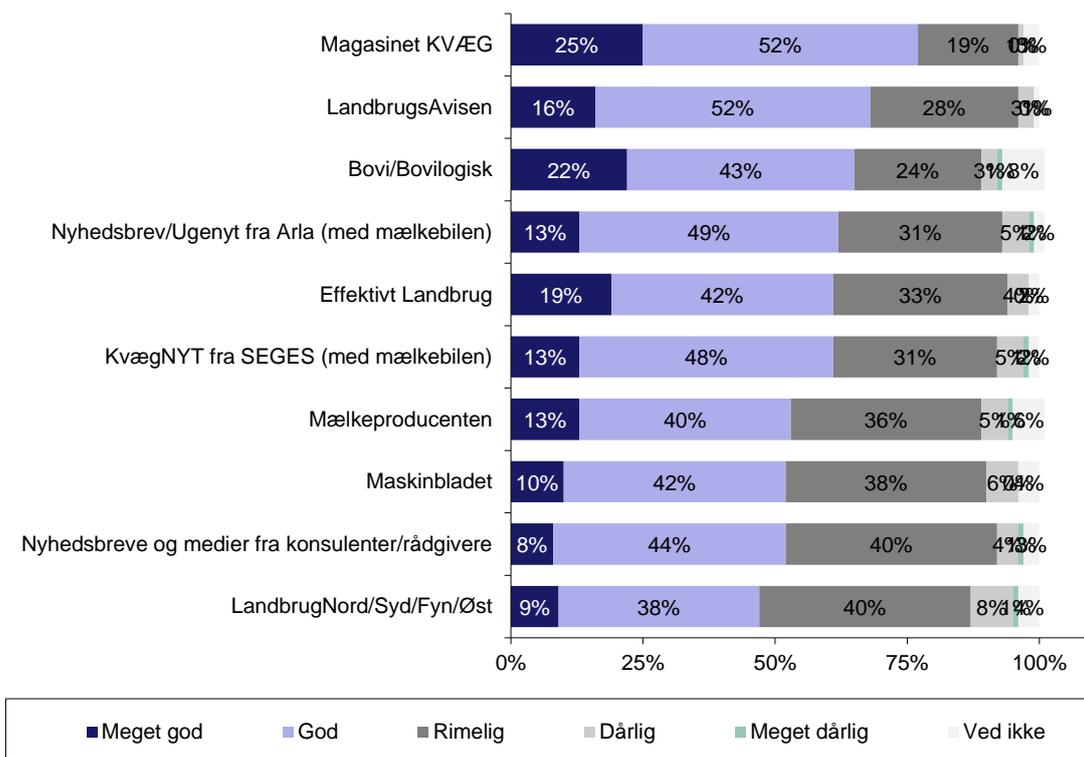
I begge målgrupper er det Magasinet KVÆG, der får den bedste overordnede bedømmelse, efterfulgt af LandbrugsAvisen og Bovi/Bovilogisk blandt landmændene og Bovi/Bovilogisk og Effektivt Landbrug blandt medarbejderne.

KvægNYT fra SEGES ligger rimeligt lavt i bedømmelse i begge målgrupper, og information fra konsulenterne/rådgiverne ligger helt i bund.

Landmænd:

Hvordan vil du overordnet bedømme hvert af de trykte medier, du læser?

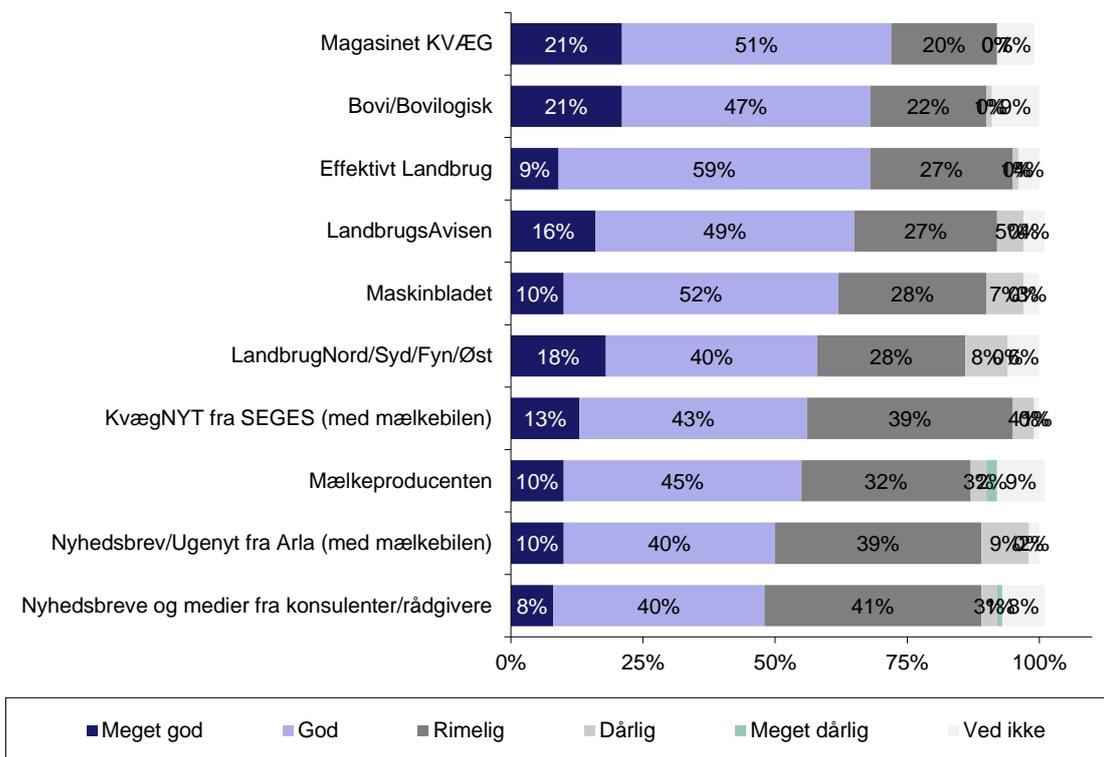
Sorteret efter andel, der svarer "Meget god + God":



Medarbejdere:

Hvordan vil du overordnet bedømme hvert af de trykte medier, du læser?

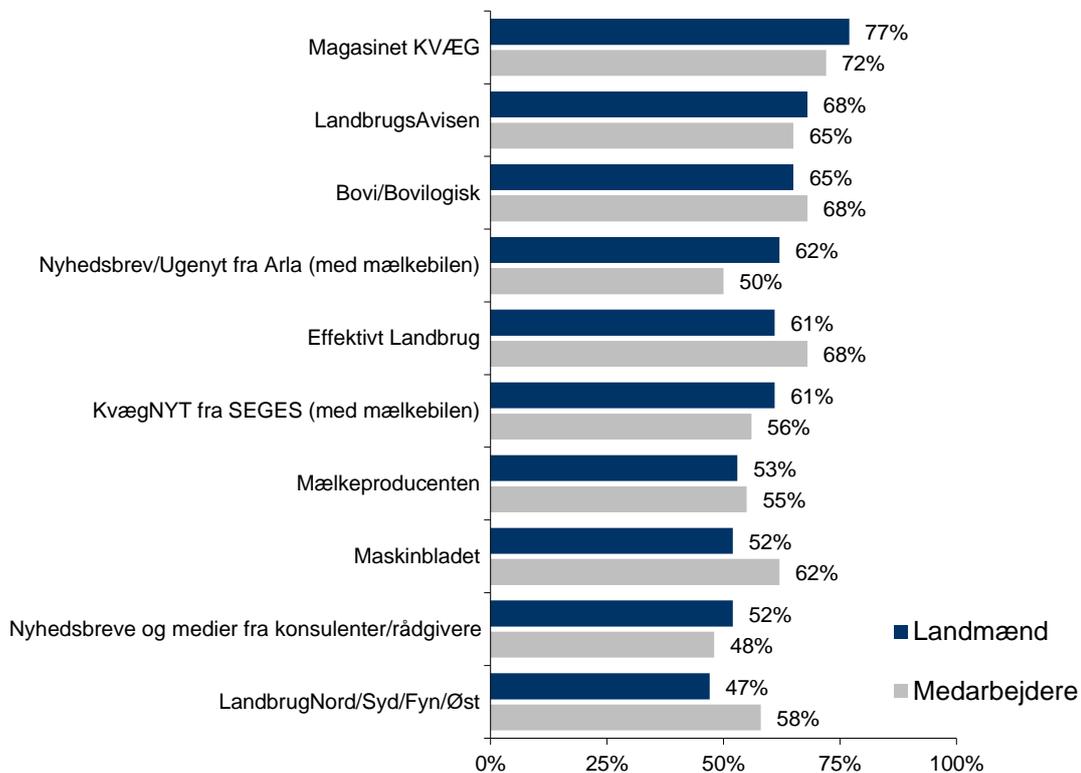
Sorteret efter andel, der svarer "Meget god + God":



Landmænd + Medarbejdere:

Hvordan vil du overordnet bedømme hvert af de trykte medier, du læser?

Andel, der svarer "Meget god + God":



Både de landmænd og de medarbejdere, der læser KvægNYT minimum en gang imellem, blev bedt om at bedømme bladet på en række parametre.

Og som det fremgår af de følgende diagrammer, bedømmer medarbejderne generelt bladet noget bedre end landmændene gør, og specielt på forholdene: Praktisk anvendeligt indhold og inspiration, troværdighed og seriøsitet og Omfang/antal sider.

I begge målgrupper er det forhold som: Overskuelighed – at bladet er læsevenligt og let at finde rundt i, Godt skrevet i et letforståeligt sprog og troværdighed og seriøsitet, der opnår den bedste bedømmelse. Også at der er tale om aktuelt og interessant indhold opnår gode bedømmelser af læserne.

Dårligste bedømmelse får KvægNYT på forholdene: Kritisk, skarpt og debatskabende, Indhold/viden man ikke får andre steder, Journalistisk kvalitet og dybde, Praktisk anvendeligt indhold og inspiration og Alsidighed i behandlingen af forskellige emner.

Der er altså umiddelbart ikke "kant" nok i KvægNYT, hvis det skal bedømmes som et vigtigere medie af kvægbrugerne, men spørgsmålet er dog netop, om et medie som KvægNYT fra SEGES skal have "kant"?

Og selvom der er stor tilfredshed med overskueligheden og sproget i bladet og ligeledes med antallet af sider pr. gang, er tilfredsheden med den journalistiske kvalitet og dybde lav – specielt når der sammenlignes med magasiner som KVÆG og Bovi/Bovilogisk, og hvor der naturligvis er tale om helt andre typer medier.

Der er dog umiddelbart et potentiale for KvægNYT i at styrke den journalistiske kvalitet og dybde, f.eks. ved i højere grad at henvise til mere omfattende artikler om de enkelte emner online, og hvor KvægNYT altså fastholder sin rolle som nyhedsbrev, men hvor rollen som "appetivækker" styrkes, og hvor det i højere grad synliggøres, at det er muligt at læse videre online.

Der er altså umiddelbart et potentiale i at knytte det trykte eksemplar af KvægNYT tættere på dybere informationer/artikler på de andre platforme fra SEGES som f.eks. Landmand.dk og LandbrugsInfo.dk.

Dette vil også kunne påvirke den lave bedømmelse af, at man får ny viden i KvægNYT, som man ikke allerede har set andre steder. Et nyhedsbrev/blad som KvægNYT skal jo netop og naturligvis indeholde nyheder, som man ikke har set andre steder. Dette er der også et stort potentiale i at udvikle yderligere.

SEGES anvender og bør fortsat anvende en række forskellige medier og platforme som kanaler for information til kvægbrugerne, og dermed er der på ingen måde tale om, at de andre medier på markedet er konkurrenter til SEGES eller til KvægNYT eller til andre egne kommunikationskanaler og -platforme.

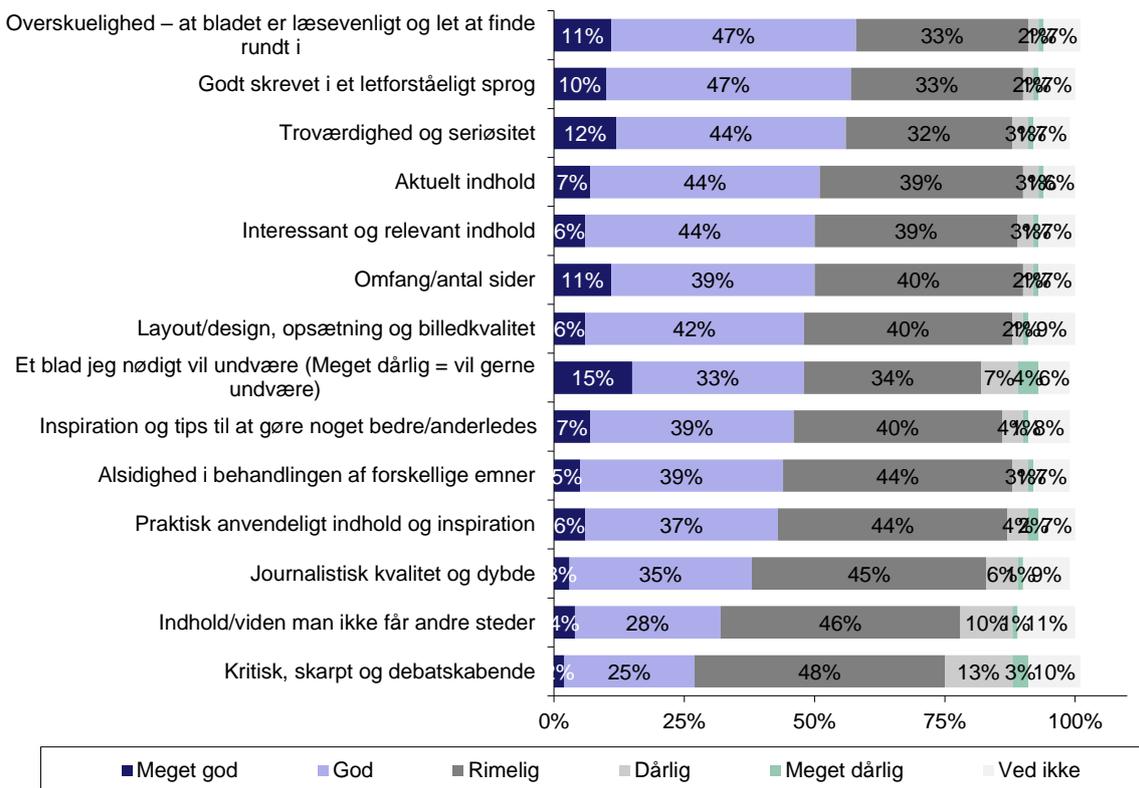
Derfor er den følgende sammenligning af bedømmelsen af KvægNYT med de andre medier på de forskellige parametre ikke ment som en "konkurrentanalyse", men som en inspiration til dels at udvikle KvægNYT yderligere, dels at identificere de stærkeste medier som eventuelle samarbejdspartnere i forbindelse med information fra SEGES til kvægbrugerne.

Med den forholdsvist lave bedømmelse af "Indhold/viden man ikke får andre steder" i KvægNYT, bør det dog overvejes, om ny og vigtig information fra SEGES i højere grad bør offentliggøres i KvægNYT og på andre egne kanaler først og altså før det bringes i andre medier.

Landmænd:

Hvordan vil du bedømme KvægNYT fra SEGES på nedenstående forhold?

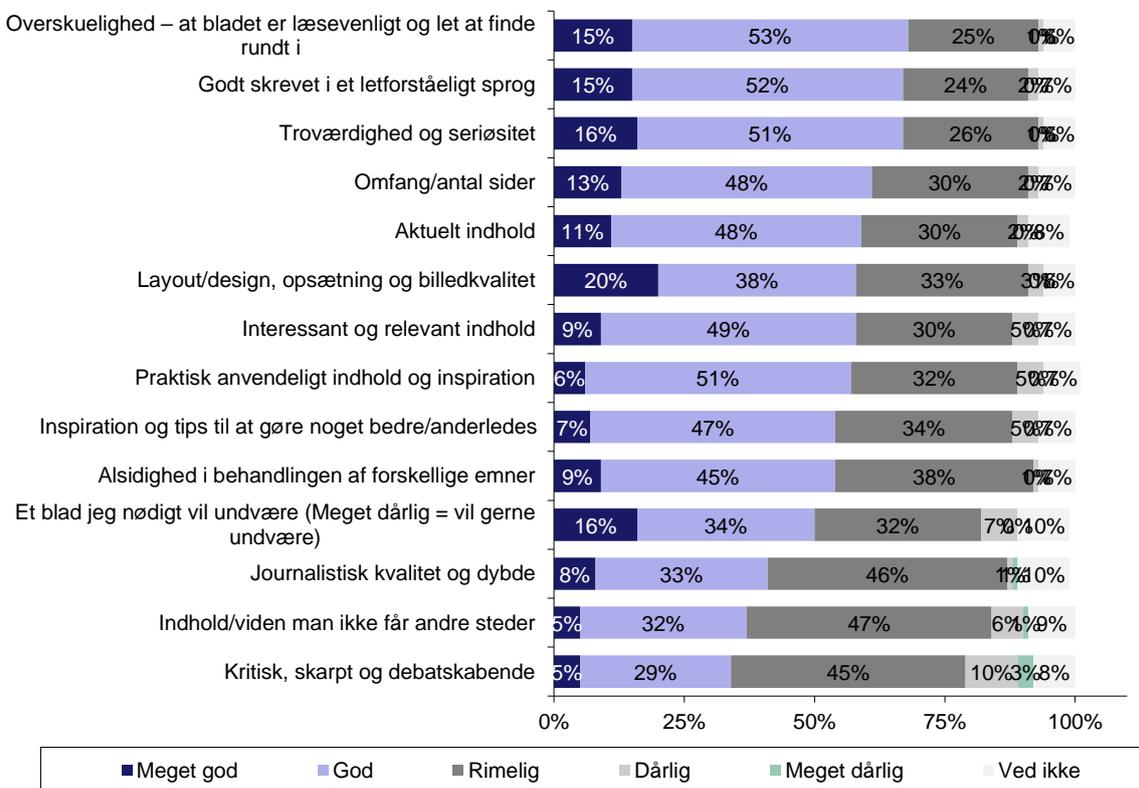
Sorteret efter andel, der svarer "Meget god + God":



Medarbejdere:

Hvordan vil du bedømme KvægNYT fra SEGES på nedenstående forhold?

Sorteret efter andel, der svarer "Meget god + God":



Landmænd + Medarbejdere:

Hvordan vil du bedømme **KvægNYT fra SEGES** på nedenstående forhold?

Sorteret efter andel, der svarer "Meget god + God":



Magasinerne KVÆG og Bovilogisk skiller sig markant ud fra de andre trykte medier på de fleste parametre, og bliver generelt bedst bedømt, og specielt på parametrene: Interessant og relevant indhold, Inspiration og tips til at gøre det bedre, Praktisk anvendeligt indhold og inspiration, Troværdighed og seriøsitet, Layout/design og opsætning og billedkvalitet.

Den dårligste bedømmelse opnår LandbrugNord/Syd/Fyn/Øst efterfulgt af Ugenyt fra Arla og Nyhedsbreve og medier fra konsulenterne.

KvægNYT fra SEGES bliver bedømt som middel på de fleste parametre, og relativt bedst på parametrene: Troværdighed og seriøsitet, Et blad jeg nødt vil undvære, Godt skrevet i et letforståeligt sprog og Overskuelighed – læsevenligt og let at finde rundt i. Og de relativt dårligste bedømmelser får KvægNYT på: Kritisk, skarpt og debatskabende, Indhold/viden man ikke får andre steder, Journalistisk kvalitet og dybde, Alsidighed i behandlingen af forskellige emner og Praktisk anvendeligt indhold og inspiration.

Som tidligere fremgået, er netop det praktisk anvendelige og andre landmænds/netværkets praktiske erfaringer og løsninger de vigtigste informationer for kvægbrugerne, og det er derfor vigtigt at relatere informationer til det praktisk anvendelige. Det bør KvægNYT i højere grad arbejde med.

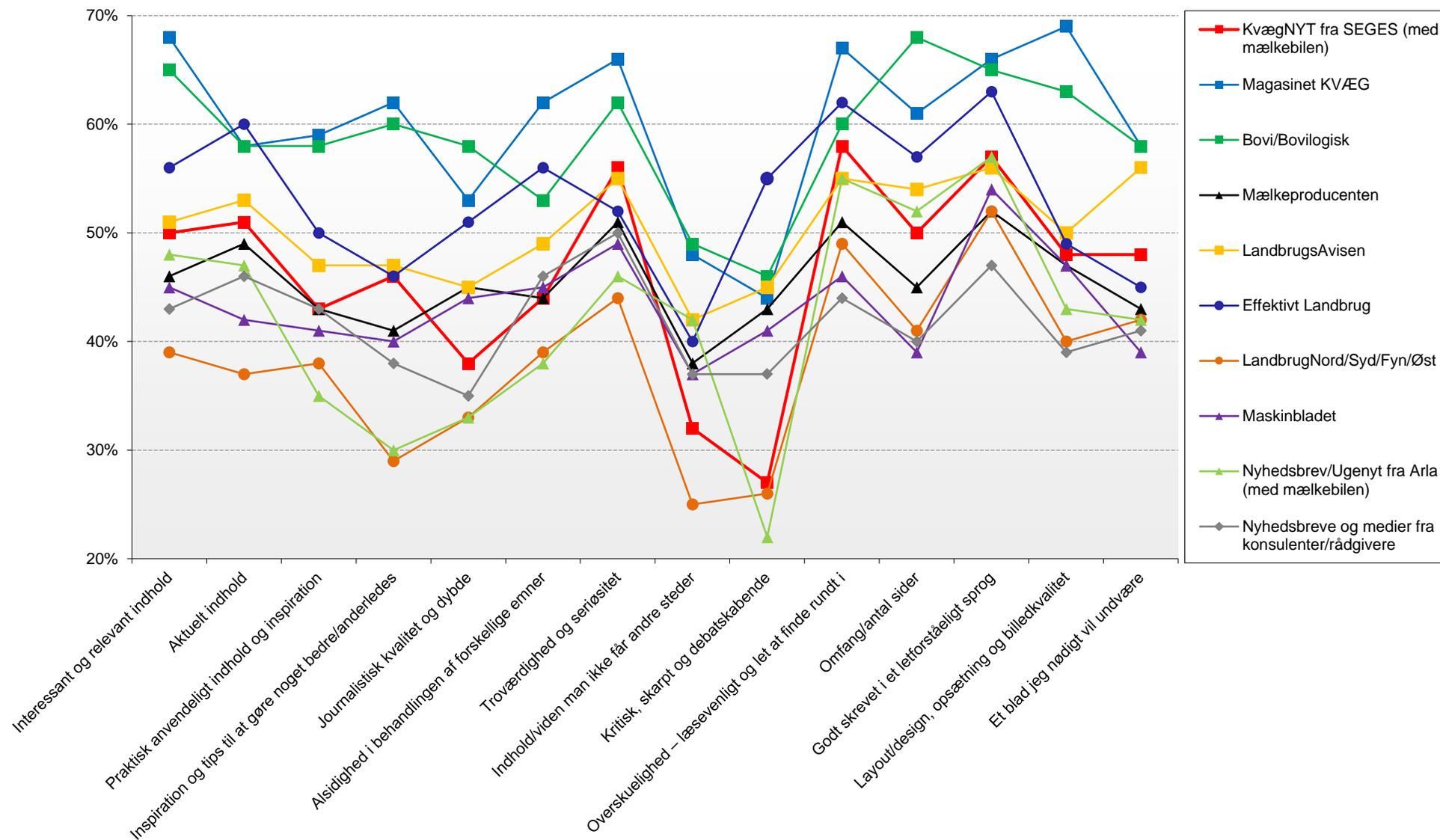
Kun ét medie skiller sig markant ud fra de andre ved at være mere kritisk, skarpt og debatskabende, nemlig Effektivt Landbrug. Generelt er det dog et område, hvor medierne generelt bliver forholdsvist lavt bedømt, hvilket dog i særdeleshed gælder for Ugenyt fra Arla, LandbrugNord/Syd/Fyn/Øst og KvægNYT.

Det bør derfor overvejes, om der evt. skal mere stof om Landbrug & Fødevarers politiske kampe og mærkesager i KvægNYT. Dette vil blive nærmere afdækket senere i rapporten.

Landmænd:

Hvordan vil du bedømme _____ (de enkelte medier, der læses) på nedenstående forhold?

Andel, der svarer "5 Meget god + 4 God":



Parametrenes driver-effekt/betydning for overordnet bedømmelse

For at afgøre hvor vigtige de enkelte parametre er for den overordnede bedømmelse af de enkelte medier, er hver parameters driver-effekt beregnet ved hjælp af korrelationsberegning. En høj værdi betyder, at der er stor sammenhæng mellem bedømmelsen (god eller dårlig) af medierne på den enkelte parameter og på den overordnede bedømmelse af mediet, som altså vil være tilsvarende god eller dårlig. Man får altså en værdi for, hvilke parametre, der i størst udstrækning udvikler sig i samme grad og retning som holdningen til mediet overordnet set.

Det vil sige, at scorer et medie godt på en parameter med høj driver-effekt/korrelation, vil mediet også blive bedømt nogenlunde tilsvarende godt i den overordnede bedømmelse. Og omvendt, hvis mediet bliver bedømt dårligt på en stærk driver, vil det trække tilsvarende ned i den overordnede bedømmelse.

Scorer et medie omvendt godt på en parameter, hvor der er en lav driver-effekt/korrelation, vil det ikke slå tilsvarende igennem i den overordnede bedømmelse af mediet. Man kan sige, at den gode bedømmelse er lidt ligegyldig for den samlede vurdering af mediet.

Som det fremgår i tabellen, er parametrene med de stærkeste drivers, og dermed de vigtigste at blive bedømt godt på: Interessant og relevant indhold, Aktuelt indhold, Praktisk anvendeligt indhold og inspiration og Inspiration og tips til at gøre noget bedre/anderledes.

Mere "ligegyldige" parametre for den samlede vurdering af mediet er: Layout/design, opsætning og billedkvalitet, Godt skrevet i et letforståeligt sprog, Omfang/antal sider, Overskuelighed – læsevenligt og let at finde rundt i og evnen til at være Kritisk, skarp og debatskabende.

Parameteren "Et blad jeg nødt vil undvære" er ikke medtaget i beregningerne, da der her ikke er tale om en egentlig driver, men nærmere en samlet tilfredshed og dermed effekt af bedømmelsen på de enkelte drivers.

	Driver:
Interessant og relevant indhold	0,61
Aktuelt indhold	0,58
Praktisk anvendeligt indhold og inspiration	0,58
Inspiration og tips til at gøre noget bedre/anderledes	0,57
Journalistisk kvalitet og dybde	0,55
Alsidighed i behandlingen af forskellige emner	0,55
Troværdighed og seriøsitet	0,53
Indhold/viden man ikke får andre steder	0,52
Kritisk, skarpt og debatskabende	0,51
Overskuelighed – læsevenligt og let at finde rundt i	0,49
Omfang/antal sider	0,48
Godt skrevet i et letforståeligt sprog	0,47
Layout/design, opsætning og billedkvalitet	0,44

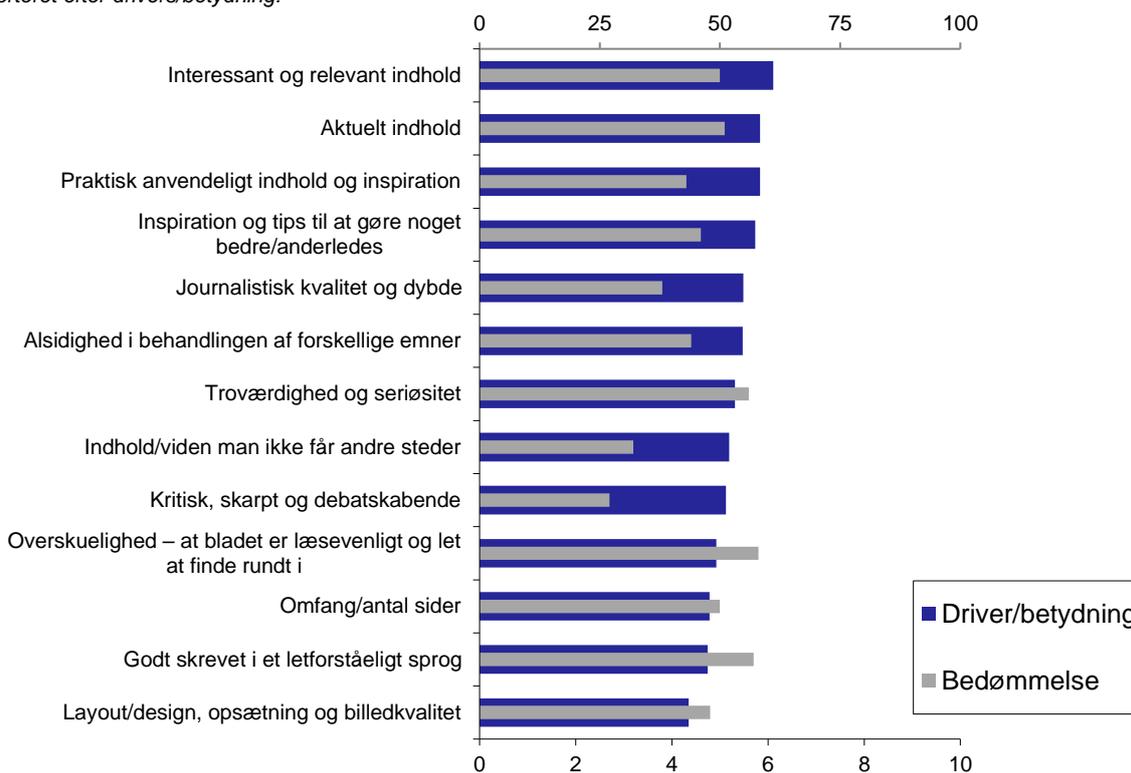
På de følgende sider vises sammenhængen mellem driveren/betydning og bedømmelsen på hver parameter for hvert medie. Og som det fremgår af resultaterne for KvægNYT, opnås de bedste bedømmelser på de svageste drivers, og mindre gode bedømmelser på de stærkeste. Dette bør der arbejdes for at ændre/vende.

Magasinet KVÆG og Bovi/Bovilogisk opnår begge gode bedømmelser på de stærkeste drivers, og der er derfor tale stærke medier, der lægger standarden for, hvad kvægbrugerne ønsker af information.

Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for KvægNYT fra SEGES:

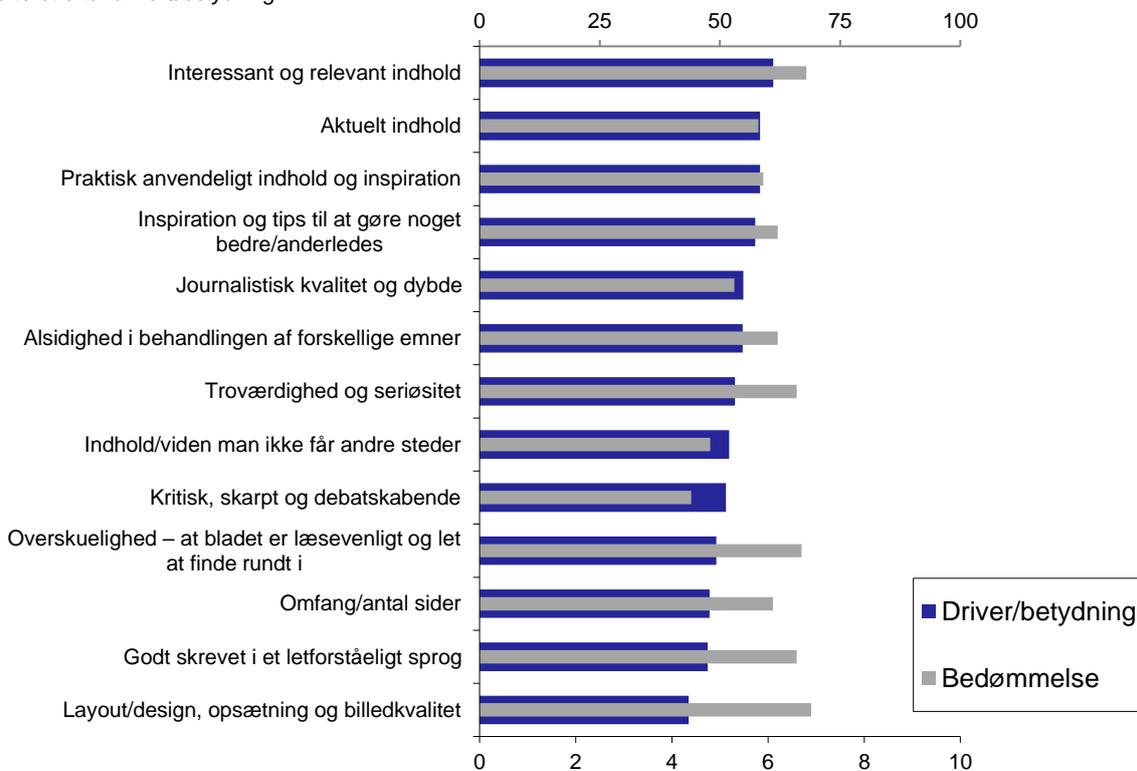
Sorteret efter drivers/betydning:



Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for Magasinet KVÆG:

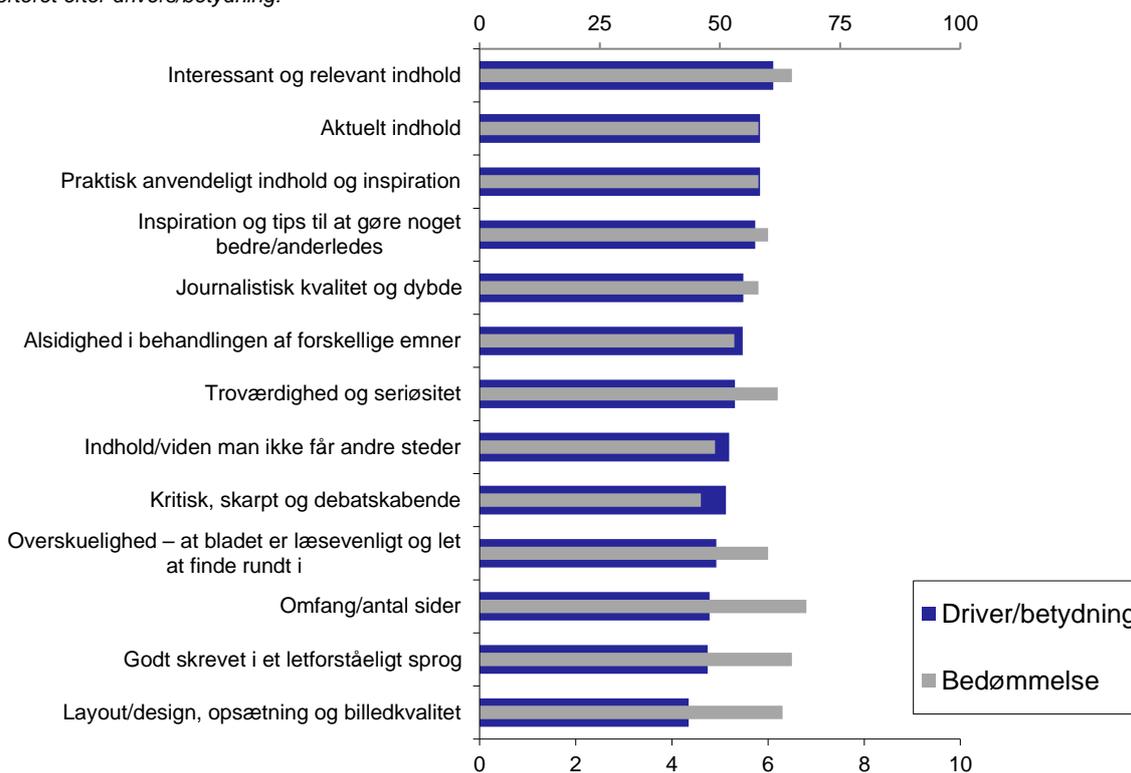
Sorteret efter drivers/betydning:



Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for Bovi/Bovilogisk:

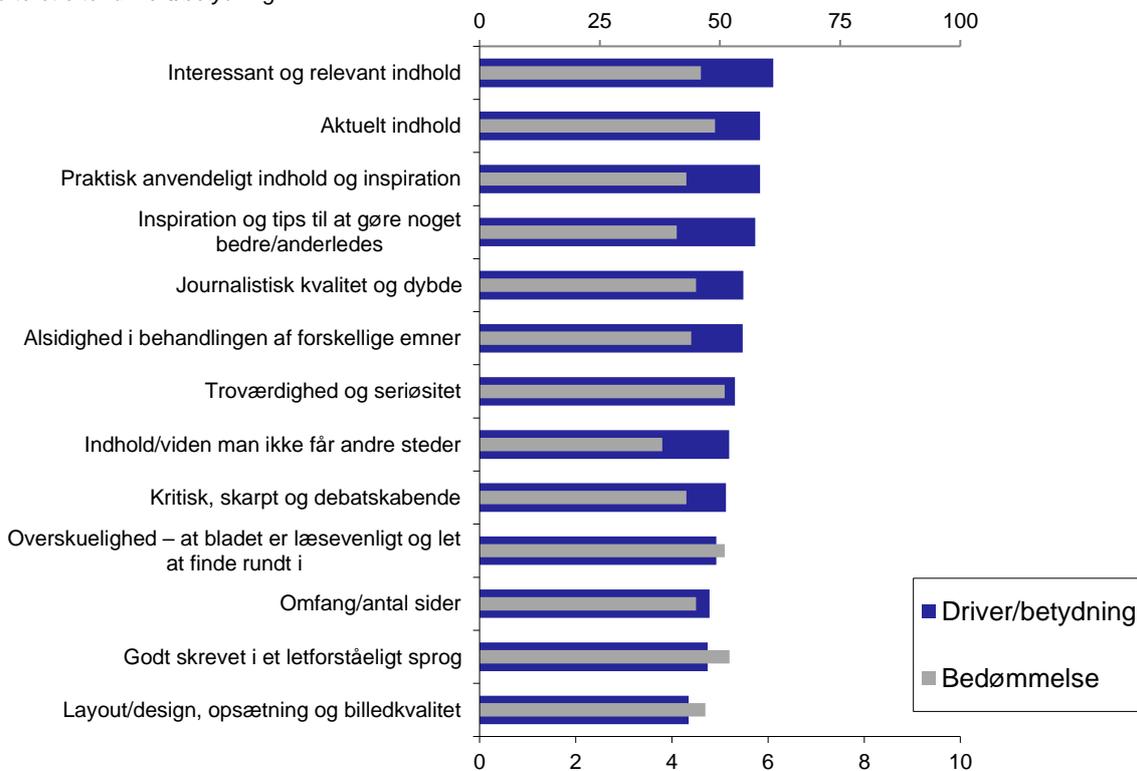
Sorteret efter drivers/betydning:



Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for Mælkeproducenten:

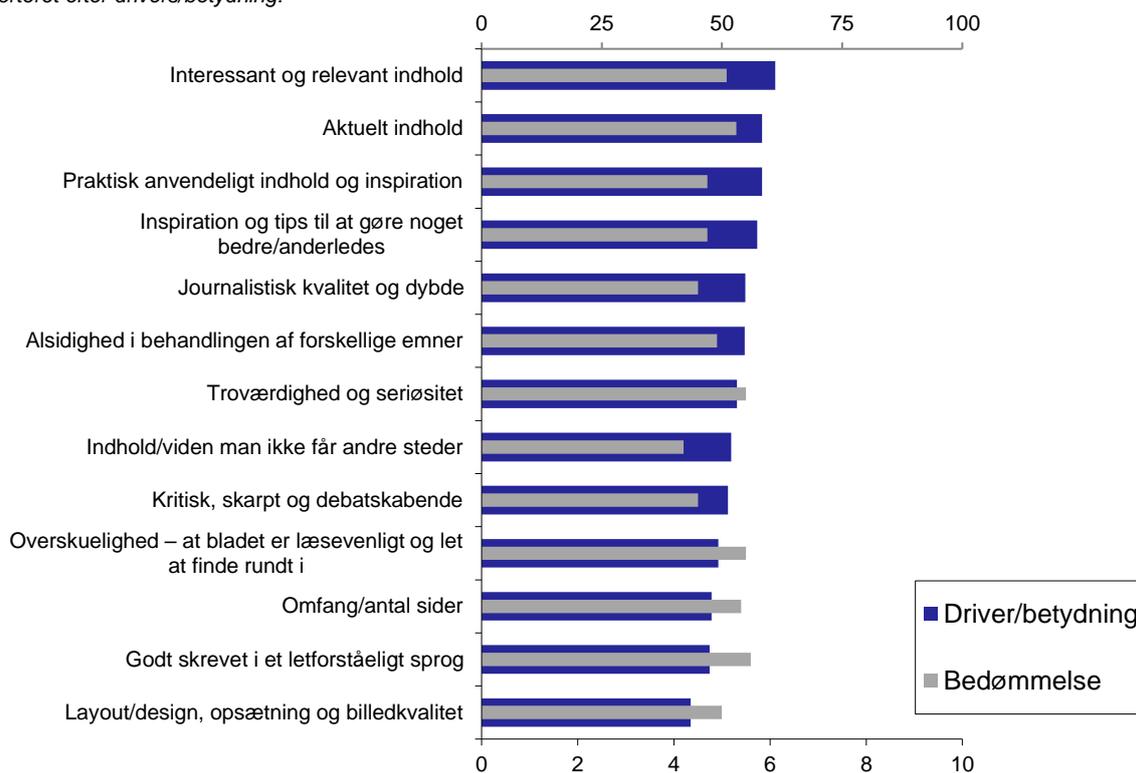
Sorteret efter drivers/betydning:



Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for LandbrugsAvisen:

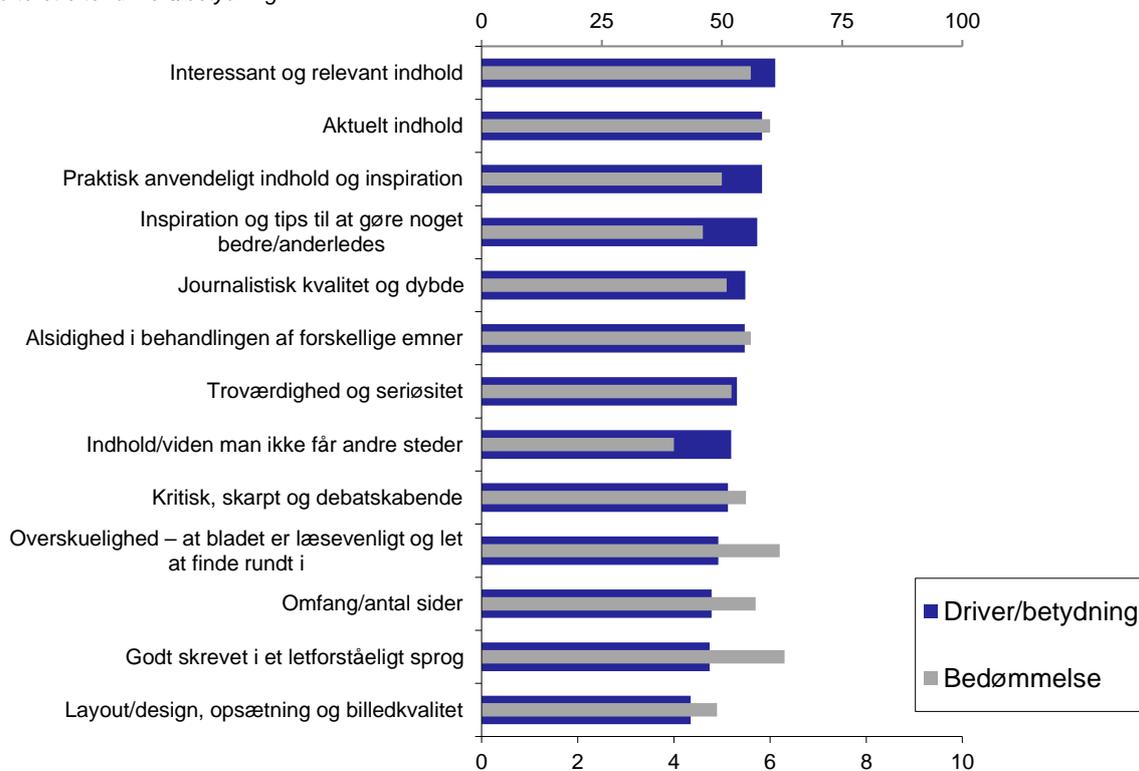
Sorteret efter drivers/betydning:



Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for Effektivt Landbrug:

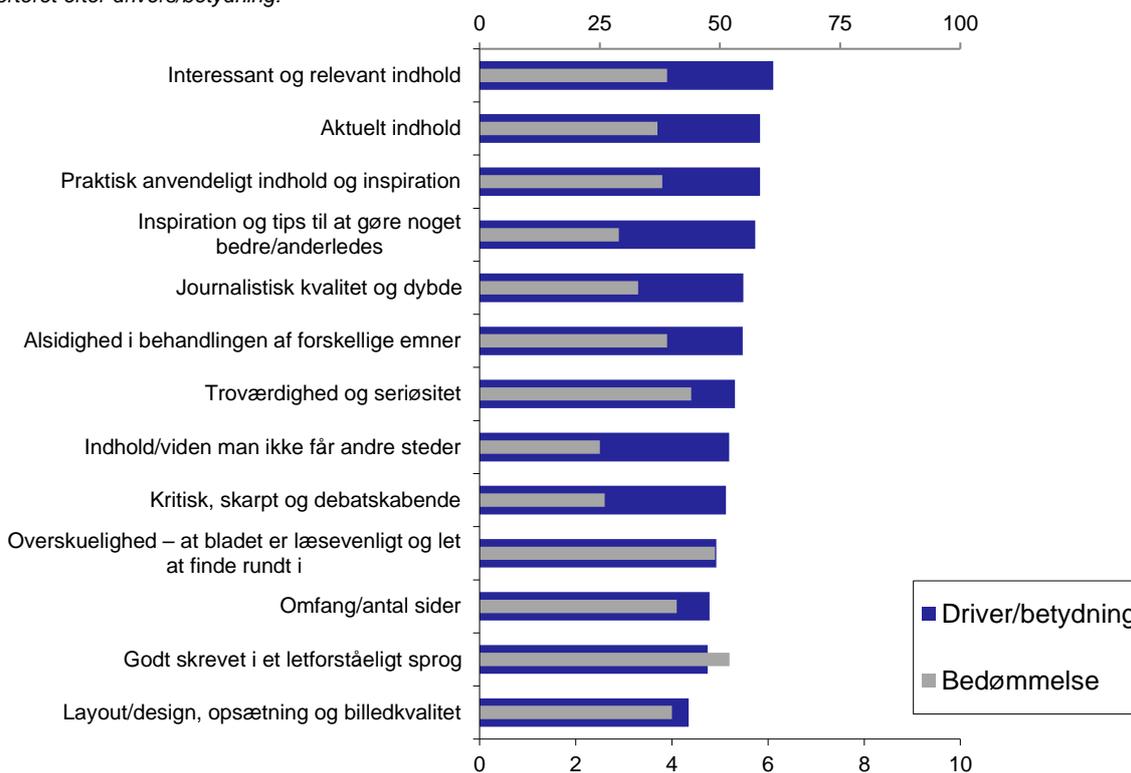
Sorteret efter drivers/betydning:



Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for LandbrugNord/Syd/Fyn/Øst:

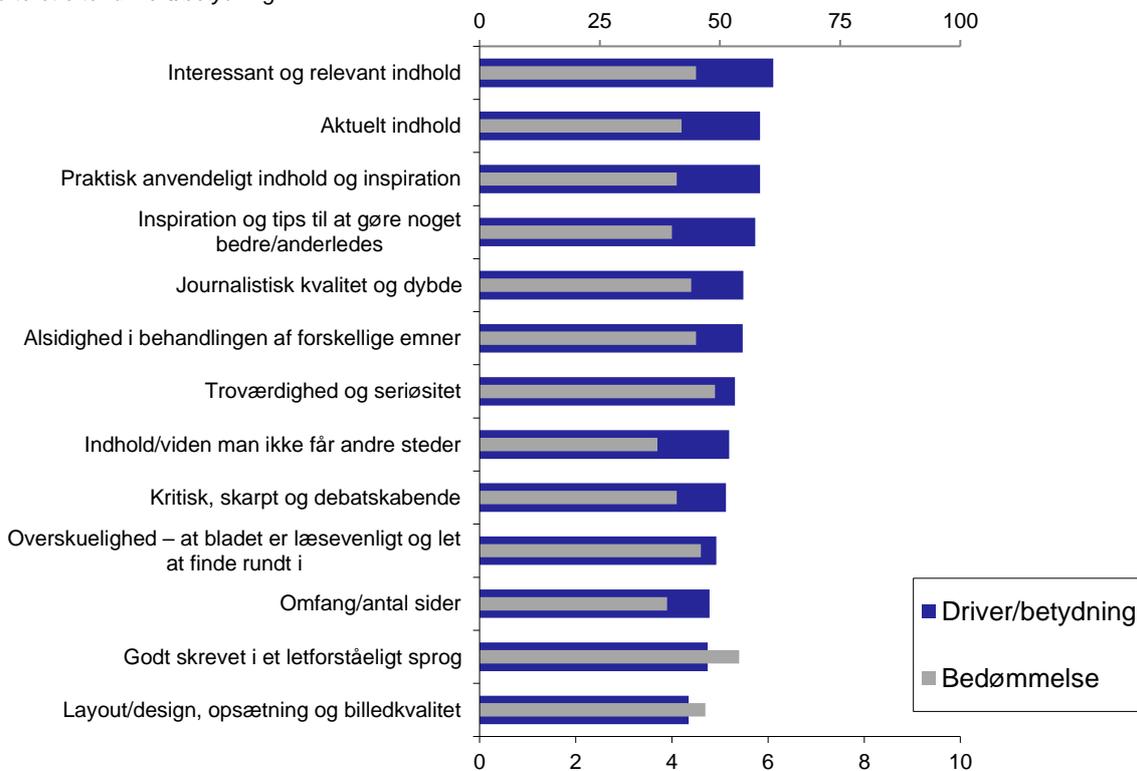
Sorteret efter drivers/betydning:



Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for Maskinbladet:

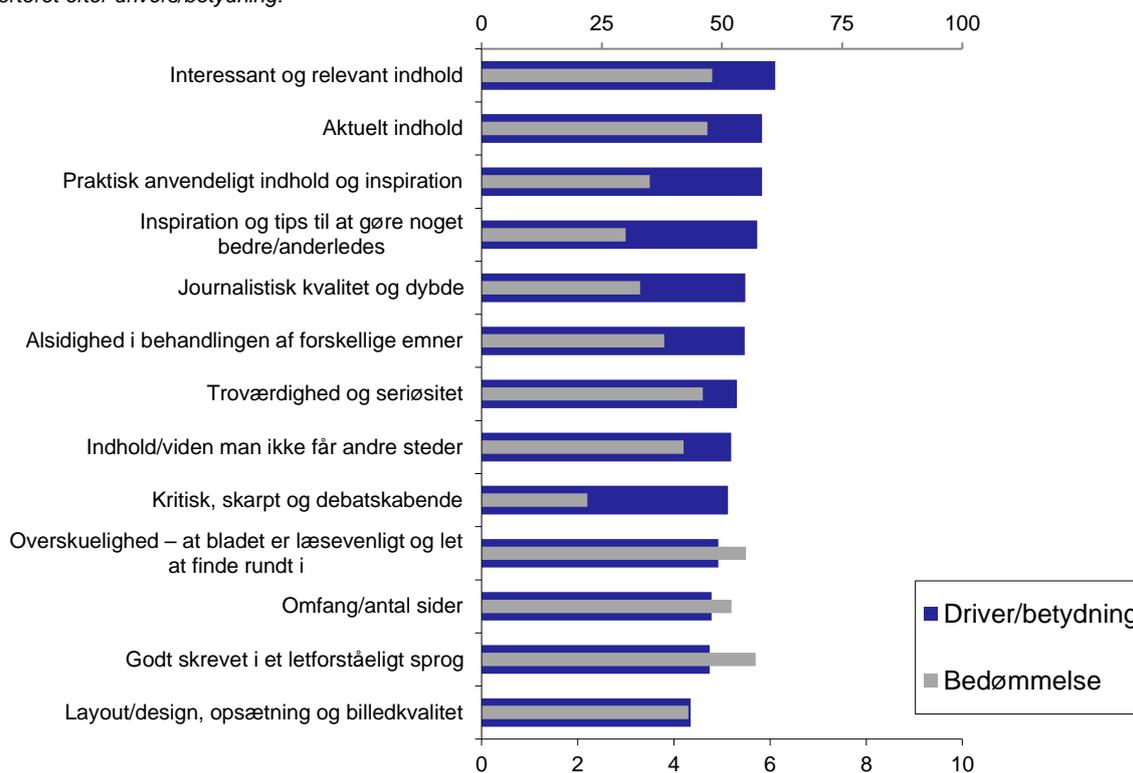
Sorteret efter drivers/betydning:



Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for Nyhedsbrev/Ugenyt fra Arla:

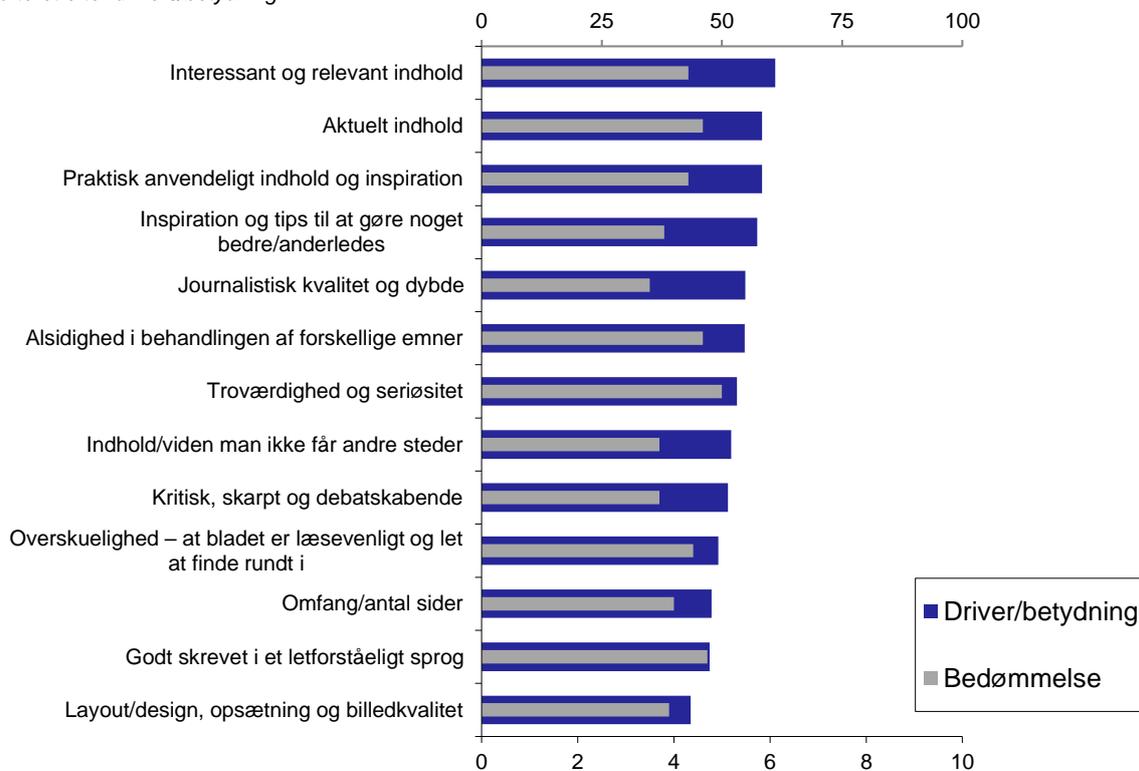
Sorteret efter drivers/betydning:



Landmænd:

Bedømmelse og Drivers for Nyhedsbreve og medier fra konsulenter/rådgivere:

Sorteret efter drivers/betydning:



Mediernes samlede styrke/image i markedet

Ved at gange bedømmelsen af mediet med driver-effekten på de enkelte parametre og yderligere med kendskabet til/læsningen af mediet, får vi en score for hvert medies samlede styrke/image i markedet.

Eksempel på beregning for KvægNYT:

	Driver x 10	Bedøm- melse	Andel, der læser	Styrke/ Image
Interessant og relevant indhold	6,11	50	91	27809
Aktuelt indhold	5,84	51	91	27087
Praktisk anvendeligt indhold og inspiration	5,83	43	91	22827
Inspiration og tips til at gøre noget bedre/anderledes	5,74	46	91	24007
Journalistisk kvalitet og dybde	5,49	38	91	18975
Alsidighed i behandlingen af forskellige emner	5,47	44	91	21906
Troværdighed og seriøsitet	5,31	56	91	27073
Indhold/viden man ikke får andre steder	5,19	32	91	15121
Kritisk, skarpt og debatskabende	5,12	27	91	12589
Overskuelighed – læsevenligt og let at finde rundt i	4,93	58	91	25998
Omfang/antal sider	4,78	50	91	21765
Godt skrevet i et letforståeligt sprog	4,75	57	91	24619
Layout/design, opsætning og billedkvalitet	4,35	48	91	19002
Samlet styrke/image				288778

På grund af LandbrugsAvisens store dækning med hele 92% af landmændene, der læser den mindst en gang imellem og samtidig gode bedømmelser på de vigtigste drivers, opnår avisen den største samlede styrke/image i markedet. Herefter følger Effektivt Landbrug, Magasinet KVÆG og KvægNYT fra SEGES.

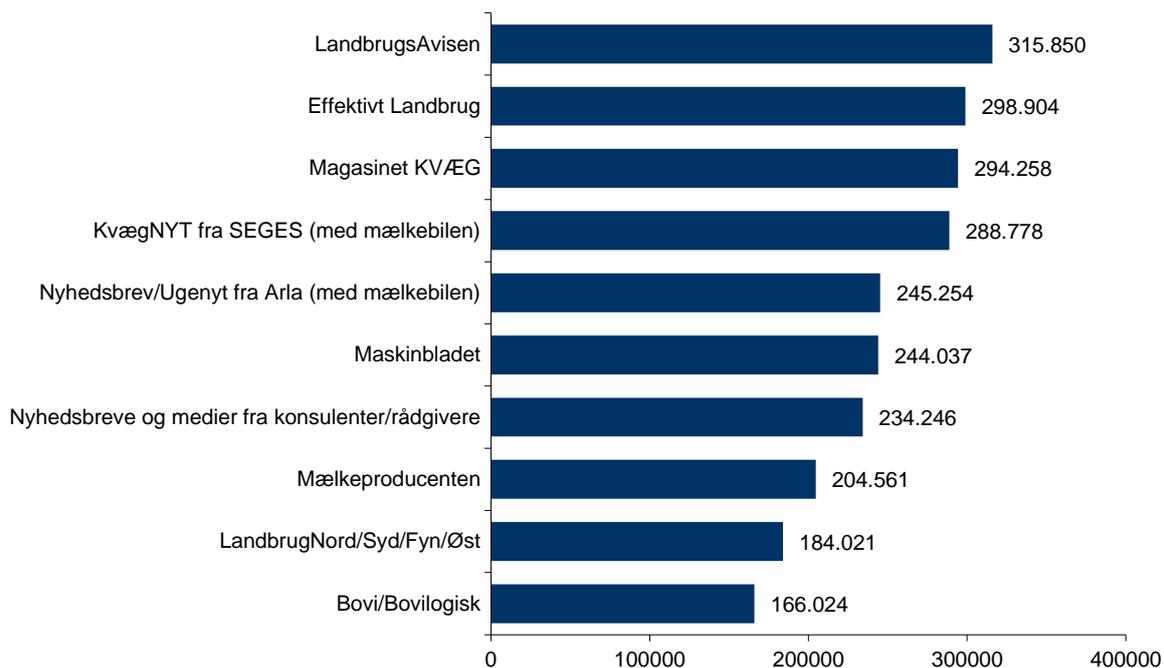
Lavest ligger Bovi/Bovilogisk, alene pga. den lave dækning, hvor det kun er 41% af kvægbrugerne, der læser mediet minimum en gang imellem.

Ses alene på selve styrken af medierne blandt dem, der læser dem, og altså uden at gange styrken med dækningen/læsningen, er det netop Bovi/Bovilogisk, der opnår den næststørste styrke efter Magasinet KVÆG.

Landmænd:

Mediernes samlede styrke/image score i markedet – ganget med andel, der læser:

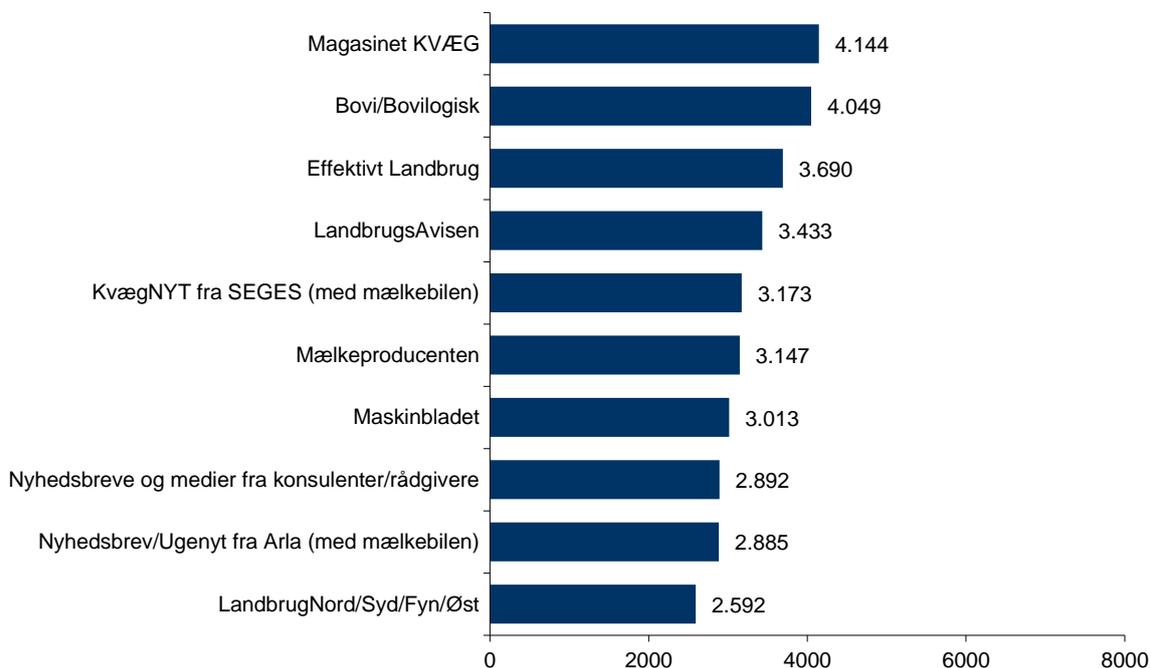
Driver x Bedømmelse x Andel, der læser minimum en gang imellem:



Landmænd:

Mediernes samlede styrke/image score blandt egne læsere – ikke ganget med andel, der læser:

Driver x Bedømmelse:



Læsning og bedømmelse af KvægNYT

De landmænd og medarbejdere, der modtager KvægNYT, men som ikke læser det mindst en gang imellem blev spurgt, hvorfor de ikke læser KvægNYT oftere, end de gør, og hvad der evt. skulle ændres for, at de ville læse det oftere.

Det er vigtigt at bemærke, at der kun er kommet meget få kommentarer på spørgsmålet, da det netop er meget få, der normalt ikke læser KvægNYT. Af kommentarer er bl.a. kommet disse:

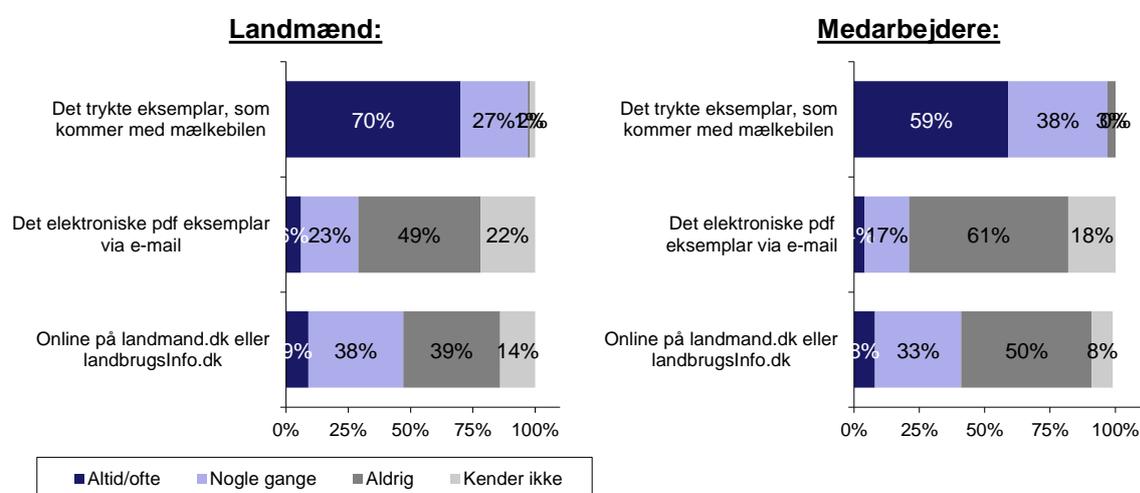
- Det er meget for at fremhæve SEGES den måde det er skrevet på
- Jeg syntes tit den fortæller højt og flot om en masse problemstillinger, men sjældent hvordan man konkret løser problemerne sådan nede på staldgulvs niveau.
- Det er ikke faglig faktuel, og seriøst
- Jeg har ikke tid til at læse alt
- Tørt, støvet og henvender sig til de ringeste 50%. De bedste har allerede styr på de foreslåede tiltag.
- Har ikke ny information efter du har læst alle de andre
- Fordi den ikke kommer med posten
- Ønsker ikke at betale for et blad med så lidt troværdighed, ønsker ikke bruge tiden på det
- Sjældent den lander på skrivebordet (medarbejder)

Læserne af KvægNYT blev stillet en række nærmere spørgsmål om deres læsning af og holdning til bladet.

Læsningen af KvægNYT sker hovedsageligt i det trykte eksemplar. Hele 70% af landmændene og 59% af medarbejderne siger, at de altid/ofte læser den på denne måde. Kun få læser bladet som pdf via e-mail, men cirka halvdelen læser den online på landbrugsinfo.dk eller landmand.dk (artikler/nyheder fra bladet).

Landmænd + Medarbejdere:

Når du læser KvægNYT fra SEGES, hvordan gør du så normalt det?



Hovedparten af læserne af KvægNYT er umiddelbart tilfredse med, at der bliver gået i dybden med ét hovedtema ad gangen i bladet. I den kvalitative foranalyse var der ellers en klar indikation på, at man gerne både ville have ét hovedtema, men også andre af de vigtigste nyheder/emner hver gang. Netop for at undgå, at for mange helt undlader at læse bladet, fordi temaet ikke har deres interesse.

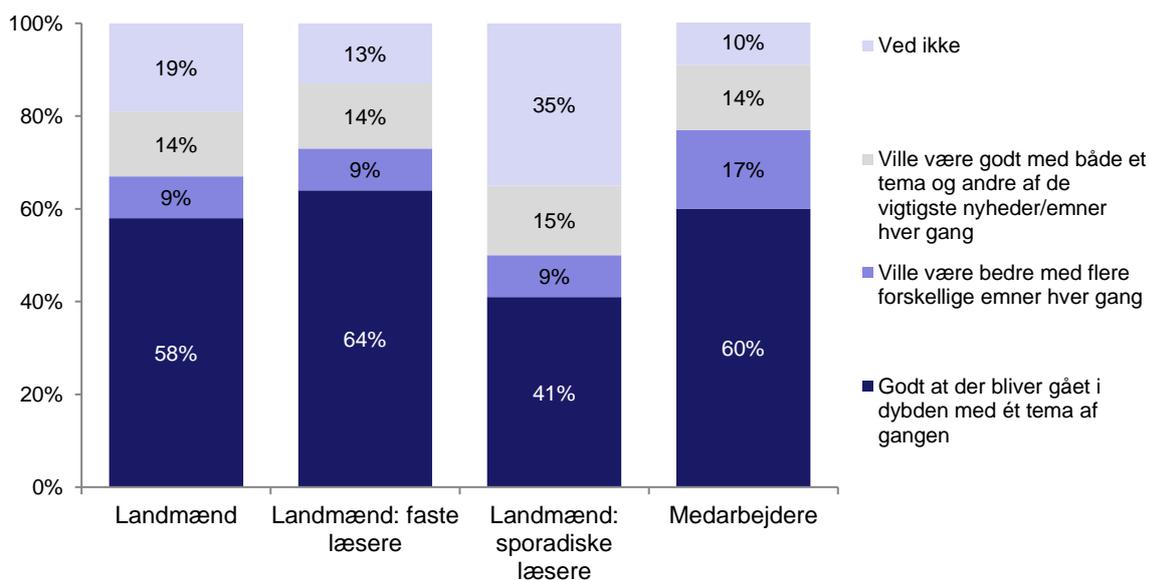
Og det er da også tilfældet i denne undersøgelse, hvor 54% af landmændene og hele 63% af medarbejderne siger, at det sker ofte eller en gang imellem. Og ses kun på de sporadiske læsere blandt landmændene, er det tilfældet for hele 73%, som ofte eller en gang imellem ikke læser et nummer af KvægNYT, fordi temaet ikke er relevant/interessant for dem.

Og det er da også 31% af medarbejderne og 23% af landmændene, der gerne ville have flere forskellige emner hver gang fremfor ét tema af gangen.

Men umiddelbart ønsker man ikke flere sider i bladet end de fire, som det indeholder nu. Kun 8% af landmændene mener, at bladet burde have flere sider. Blandt medarbejderne er det dog 18%, der mener det.

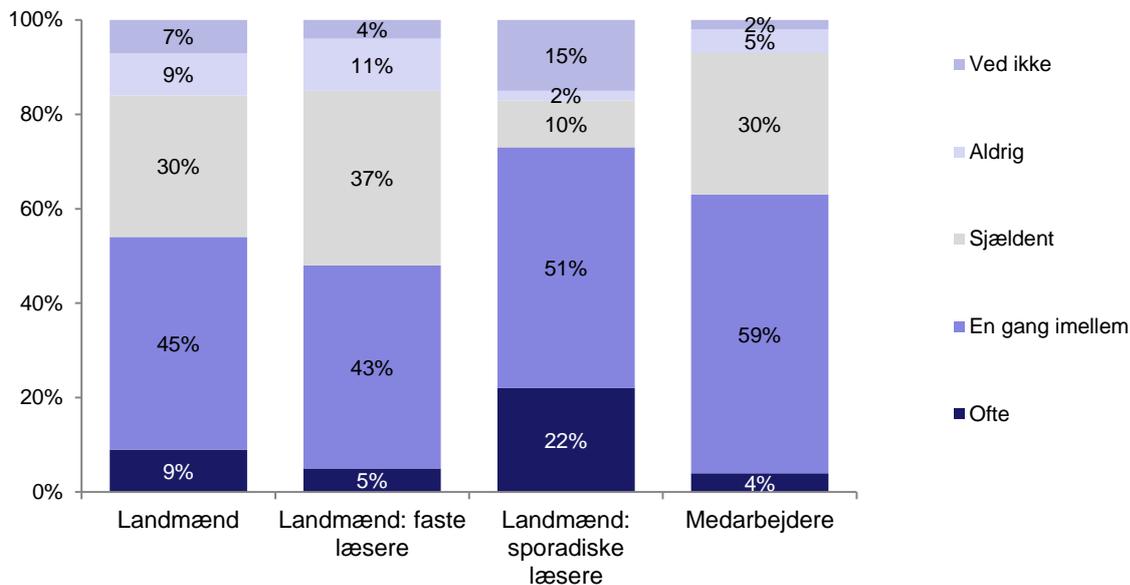
Landmænd + Medarbejdere:

Hvert nummer af KvægNYT har et hovedtema. Hvad synes du om det?



Landmænd + Medarbejdere:

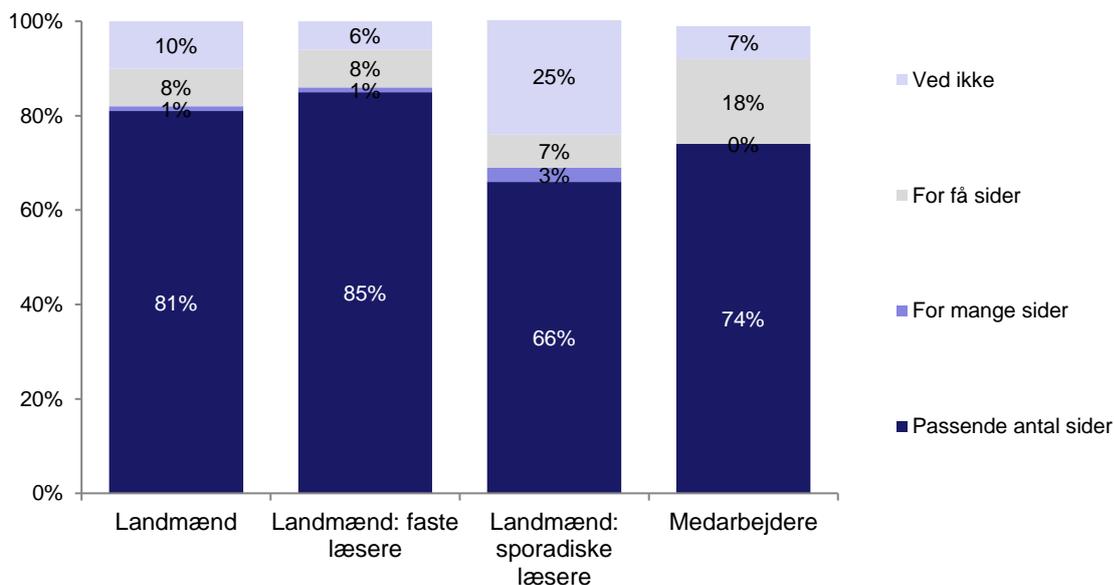
Hvor ofte sker det, at du slet ikke læser et nummer af KvægNYT, fordi temaet ikke er relevant for dig eller har din interesse?



Landmænd + Medarbejdere:

KvægNYT indeholder i hvert nummer fire sider.

I forhold til den viden du forventer at kunne få fra SEGES, er det så.....

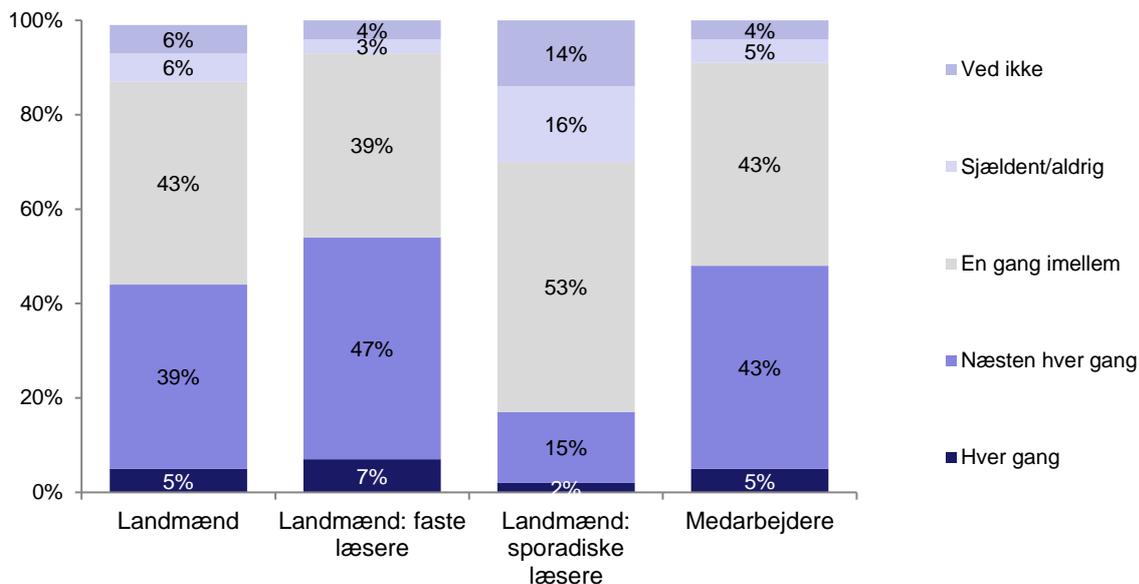


Kun 5% af både landmændene og medarbejderne finder noget interessant og relevant for dem hver gang de læser KvægNYT, hvilket umiddelbart er meget lavt, og kan netop tale for, at der hver gang medtages flere forskellige emner, så der altid er noget af interesse for de fleste. Andre 39% af landmændene og 43% af medarbejderne siger dog, at de finder noget interessant og relevant næsten hver gang.

Specielt de sporadiske læsere er noget skuffede her, og hvor det kun er 17% af dem, der finder noget interessant for dem hver gang eller næsten hver gang de læser bladet.

Landmænd + Medarbejdere:

Når du læser KvægNYT, hvor ofte finder du så noget interessant og relevant for dig?



52% af landmændene og 57% af de faste læsere blandt dem og hele 63% af medarbejderne savner ofte eller en gang imellem mere information om det, de læser om i KvægNYT, og kun 3-4% siger, at det aldrig sker.

Dette kan indikere, at KvægNYT bør indeholde mere stof hver gang, hvilket den lave bedømmelse på journalistisk kvalitet og dybde ligeledes indikerer. Eller det kan betyde, at der er en stor mulighed for i højere grad at synliggøre og henvise til yderligere og dybere artikler om emnerne online. Altså i højere grad få knyttet den trykte udgave af KvægNYT sammen med de andre online informationskanaler, og netop i højere grad få slået fast, at KvægNYT blot er en "appetitvækker" for den omfangsrige information, der findes online hos SEGES.

Der er ingen tvivl om, at læserne er vant til og glade for den trykte udgave af bladet, men mange/næsten alle bruger også Internettet, og hvor det således er hele 88% af landmændene, der besøger/bruger Landmand.dk mindst en gang om måneden, og 73% gør det mindst en gang om ugen. Også medarbejderne bruger Landmand.dk, men dog i mindre udstrækning, hvor det således er 68%, der gør det mindst en gang om måneden og 49% mindst en gang om ugen.

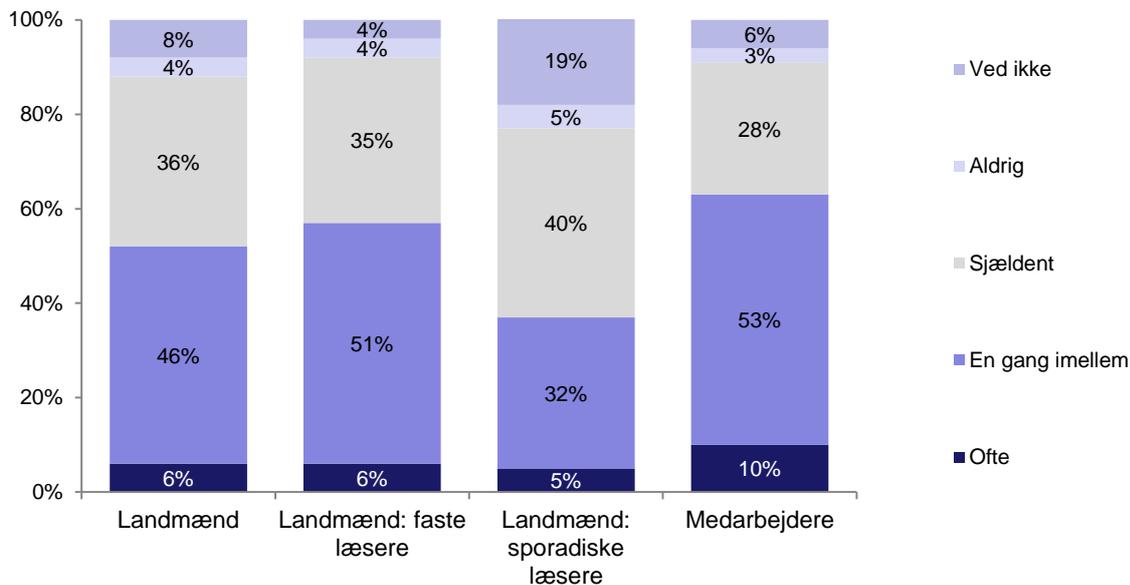
Også LandbrugsInfo.dk bruges flittigt, men dog ikke så meget som Landmand.dk. 69% af landmændene besøger/bruger den mindst en gang om måneden og 48% gør det mindst en gang om ugen. Hos medarbejderne gælder det for hhv. 60% og 35%.

Der er altså umiddelbart et stort potentiale i alt koble de forskellige medier fra SEGES endnu tættere sammen. Først for nylig er der f.eks. kommet mulighed for at have link til KvægNYT liggende på sin portal på Landmand.dk.

Men det primære bør være "fortællingen og overbevisningen om", at der er langt mere brugbar information at hente hos SEGES end blot de fire sider på papir hver 14. dag. Som et forsøg bør der f.eks. skrives "Læs mere på.../online" som afslutning på hver artikel i KvægNYT, samt skrives nogle artikler om mulighederne for mere information.

Landmænd + Medarbejdere:

Når du læser artikler i KvægNYT, hvor ofte sker det så, at du efterfølgende savner/ønsker mere information om det, du har læst om?



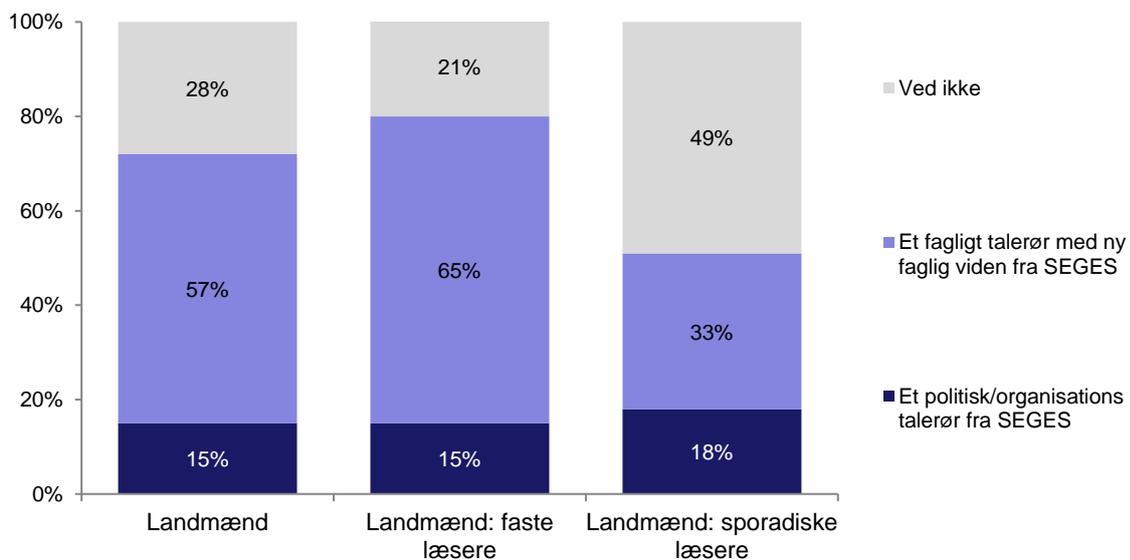
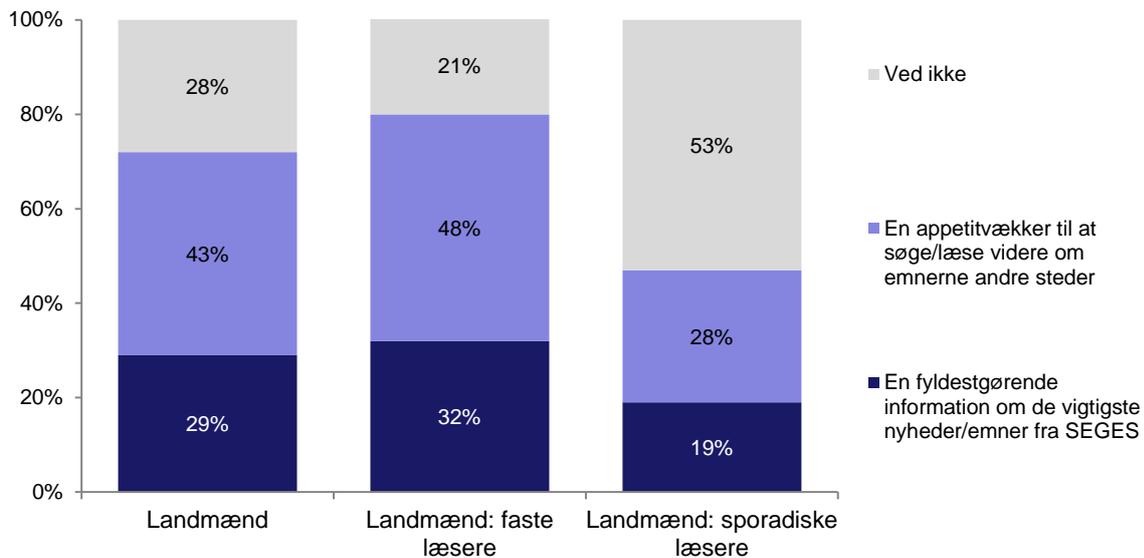
Landmændene blev også spurgt nærmere om den rolle/funktion, som KvægNYT har for dem, og som det fremgår nedenfor, er det hele 43%, der opfatter rollen/funktionen som netop at være en appetitvækker til at søge/læse videre om emnerne andre steder, og blandt de faste læsere, der læser alle eller næsten alle numre af bladet, gælder det for 48%. Samtidig er det i størst udstrækning de yngste landmænd og blandt dem med de største bedrifter, at der er denne opfattelse.

Der er altså umiddelbart stort potentiale i at udnytte denne position yderligere.

Som det ydermere fremgår nedenfor, opfatter 57% af landmændene KvægNYT som et fagligt talerør med ny faglig viden fra SEGES, og igen er det de faste læsere, der i størst udstrækning har den holdning med hele 65%. Kun 15% opfatter det primært som et politisk/organisations talerør.

Landmænd:

Hvordan opfatter du KvægNYTs rolle/funktion som kommunikation fra SEGES til dig på disse områder?

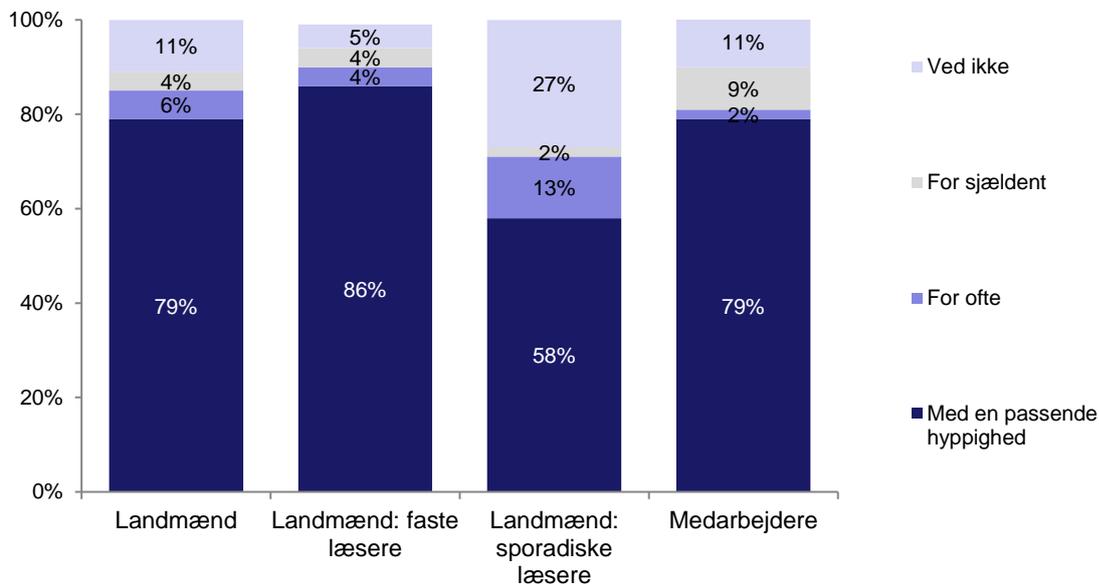


At KvægNYT udkommer en gang hver 14. dag, og at man modtager ét eksemplar af bladet er der stor tilfredshed blandt landmændene. Blandt medarbejderne er der en større andel på 12%, der ønsker flere eksemplarer (så de kan få deres eget), og 9% mener, at bladet udkommer for sjældent i forhold til den viden, som de forventer at kunne få fra SEGES.

Landmænd + Medarbejdere:

KvægNYT udkommer en gang hver 14. dag.

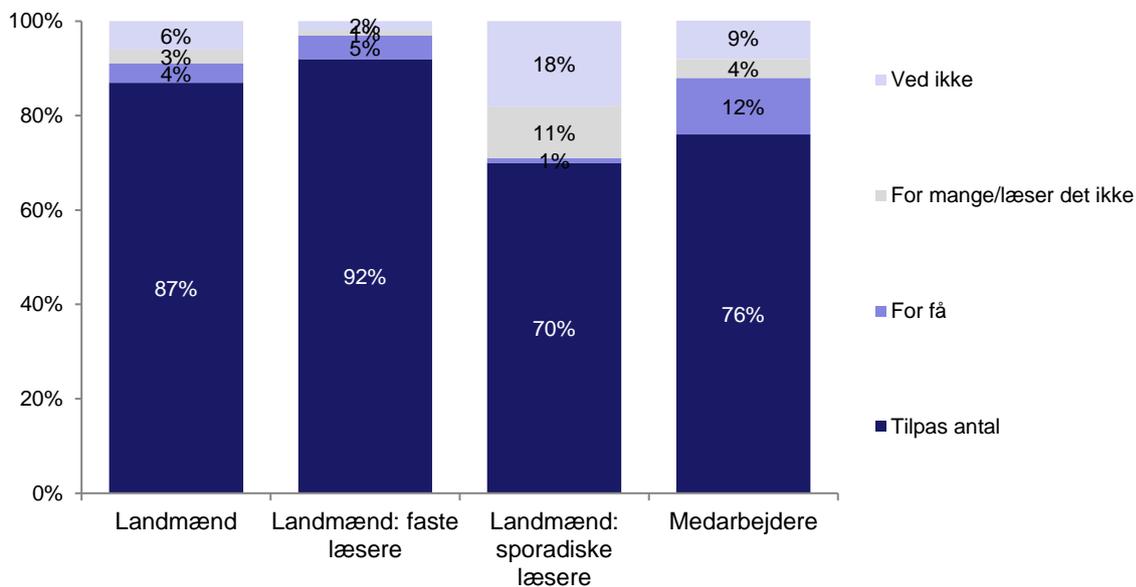
I forhold til den viden du forventer at kunne få fra SEGES, er det så.....



Landmænd + Medarbejdere:

I modtager ét eksemplar af KvægNYT med mælkebilens hver 14. dag.

Er det.....

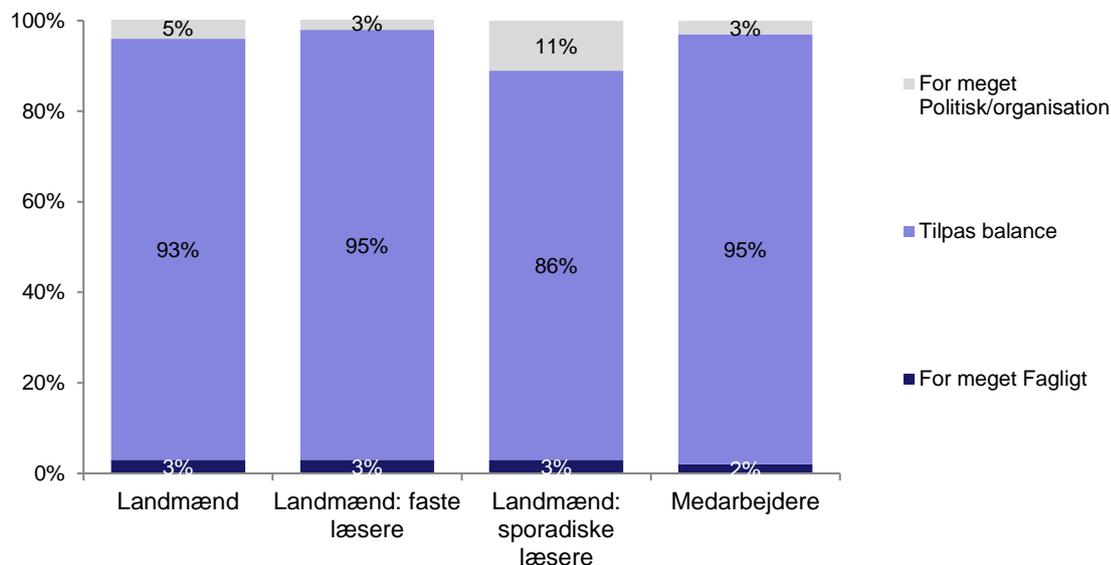


Der er stor tilfredshed med balancen mellem hhv. politisk og fagligt stof og teoretisk og praktisk anvendeligt stof i KvægNYT. Også længden på artiklerne i KvægNYT opnår stor tilfredshed.

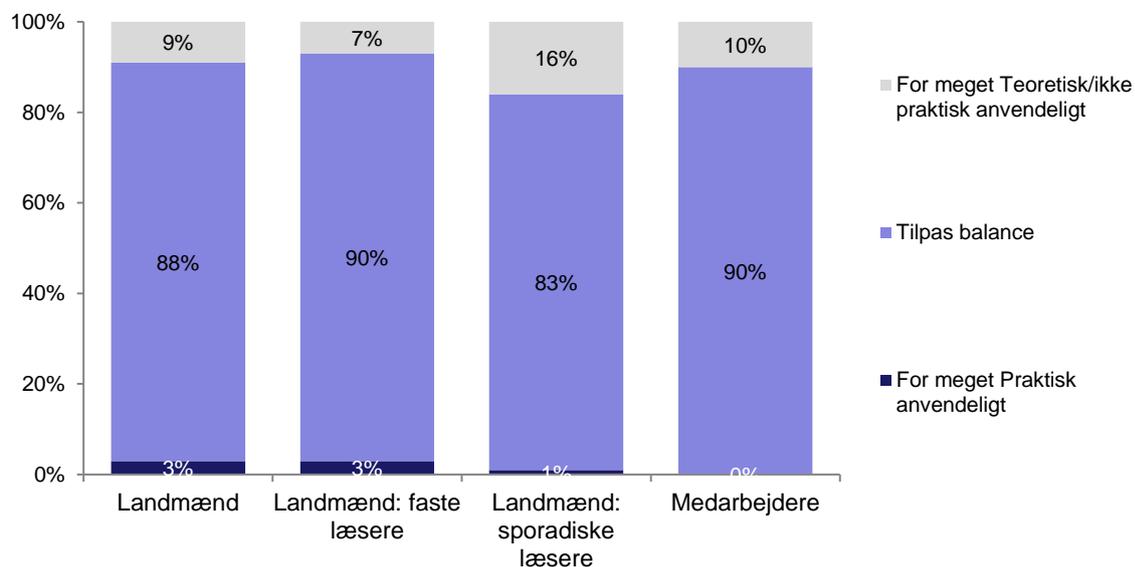
Landmænd + Medarbejdere:

Hvordan vil du bedømme balancen i KvægNYT af disse typer indhold?

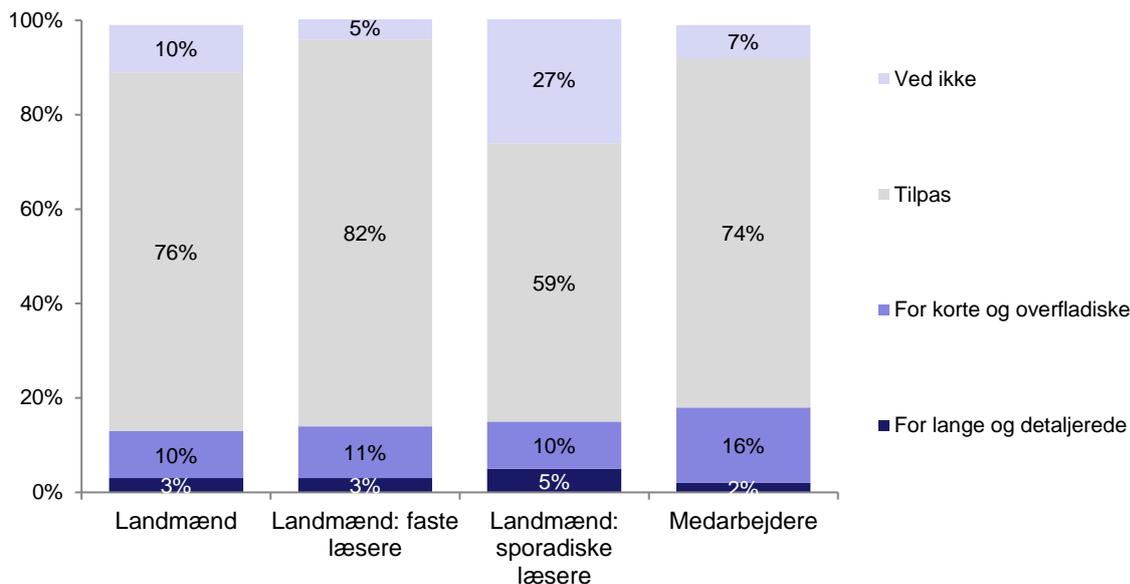
Fagligt – Politisk/organisation:



Praktisk anvendeligt - Teoretisk/ikke praktisk anvendeligt:



Landmænd + Medarbejdere:
Er artiklerne i KvægNYT generelt.....



Bedømmelse af forsiderne af KvægNYT

Både landmændene og medarbejderne blev vist billeder af nogle udvalgte forsider af KvægNYT, og blev bedt om at bedømme dem samlet/generelt på disse forhold, og hvor der skulle svares på en skala fra meget af det ene eller meget af det andet – f.eks. meget flotte, lidt flotte, både flotte og grimme, lidt grimme eller meget grimme:

Om forsiderne generelt er:

- Flotte – Grimme
- Moderne – Gammeldags
- Overskuelige – Rodet
- Lette – Tunge
- Inspirerende – Kedelige
- Fanger mig – Fanger mig ikke

Der blev vist disse forsider af KvægNYT:

Nr. 9:



Nr. 10:



Nr. 11:



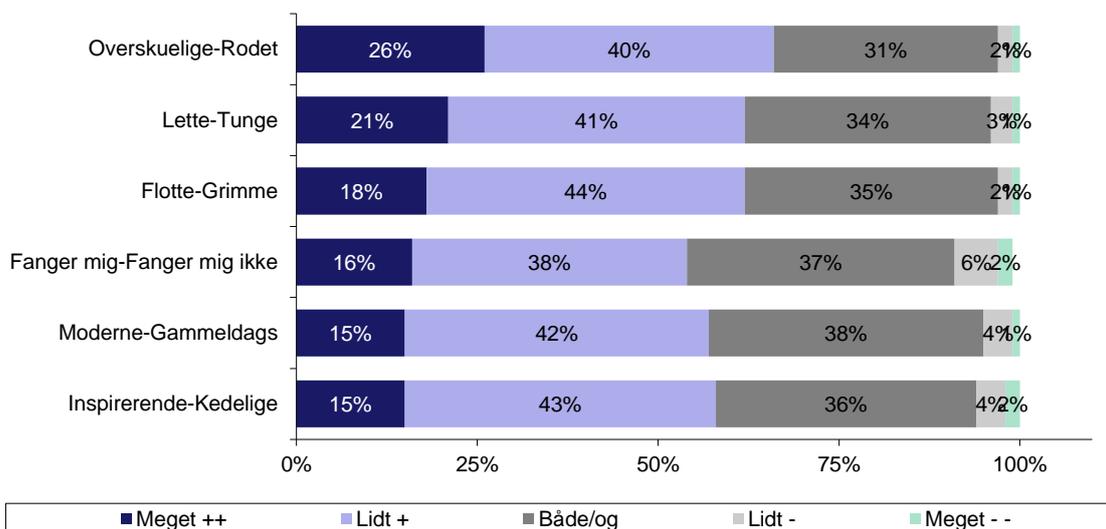
Og som det fremgår nedenfor, er der rimelig stor tilfredshed med forsiderne, som i størst udstrækning bliver vurderet som overskuelige, lette og flotte. Der er dog over 30%, der bedømmer forsiderne som både/og eller decideret negativt på de forskellige forhold, så der er klart potentiale til forbedringer.

Landmænd + Medarbejdere:

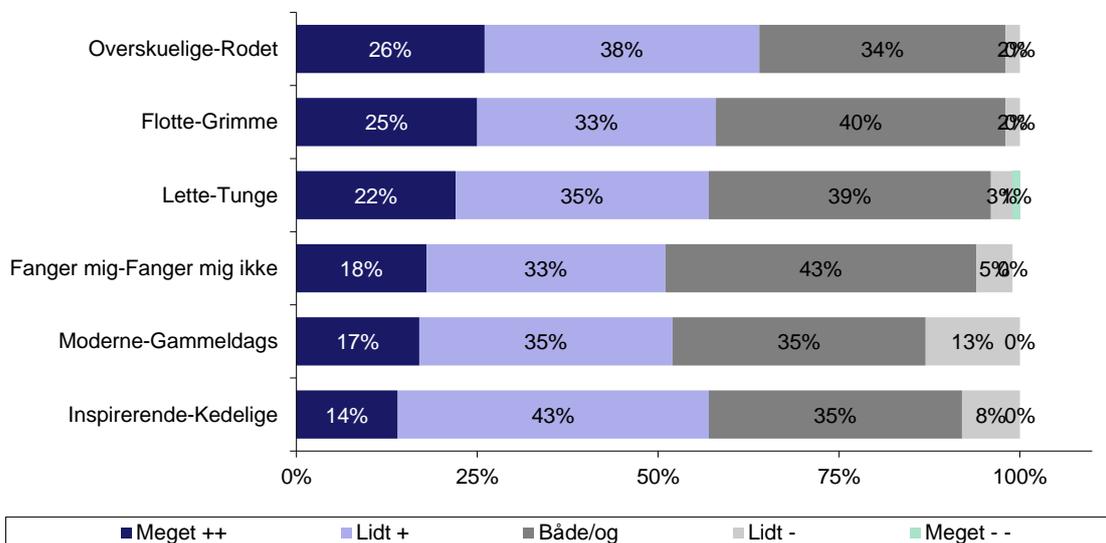
Forsiderne af KvægNYT er generelt.....:

Sorteret efter andel, der svarer med "Meget ++":

Landmænd:



Medarbejdere:



Hvordan kan KvægNYT blive bedre?

Både landmændene og medarbejderne blev bedt om at beskrive med egne ord, hvordan de mener KvægNYT kan blive bedre.

Der er desværre ikke så mange, der er kommet med kommentarer, men de væsentligste er disse:

- Kom med nogle nyheder, som vi ikke har læst i Effektivt Landbrug ugen før.
- Ved at skrive om noget vi ikke ved
- Mere indhold, flere sider, lidt flere artikler
- Flere sider så emnerne bedre kan uddybes
- Jeg vil gerne gå lidt dybere i et emne. Så måske et emne mindre, men lidt dybere i et emne. Ofte kommer der ikke nok detaljer
- Det kunne blive meget bedre, hvis man skrev lidt mere om et emne, og altså går mere i dybden med det.
- Kunne godt tænke mig, at der blev oplyst bedre om, hvor der er adgang til uddybning af emnerne
- Mere dybde, bedre henvisninger til yderligere viden om emnerne
- Hold op med alle mulige og umulige Ph.d. afhandlinger, som har rodet i emner, jeg kunne have fortalt jer på et split sekund. F.eks. 'Halte køer trives bedre i dybstrøelse' No shit Sherlock. Der bliver lavet alt for meget åndsvagt forskning, blot fordi der kan hives EU midler hjem til det, men uanset hvor midlerne kommer fra er de ofte spildt på pjat.
- Fagekasperter kan ofte gå for meget i detaljer når de skal lave en artikel
- At man ser kvægbruget fra landmandens side og ikke med øjne, der sidder bag et skrivebord.
- Det er ikke altid så let at ændre tingene som der bliver beskrevet.
- Bladet giver meget mere værdi såfremt I får mere stof fra landmændene selv. Som f.eks. artiklen med Hans Peter Lildholdt.
- Mere praktisk for almindelige landmænd
- Ville gerne have flere artikler om flere forskellige landmænds erfaringer om de forskellige temaer, der er normalt kun en landmands erfaringer der beskrives.
- Gider ikke papir. Ender altid våd og beskidt. Kom nu ind i nutiden og læg det på nettet/landmand.dk
- Sende det på mail
- Der er ikke behov for at Kvægnyt kommer med mælkebilten. Bladet er tit vådt og beskidt når jeg finder det. Og det er for dyrt. Gider ikke at blive tvunget til at betale for noget jeg ikke vil have. Kan godt finde info på nettet efter behov.
- Hent noget inspiration fra verden og de danske landbrug, der gør det godt. Man bliver så træt af at læse om alle de undersøgelser der laves. Spørg landmanden eller hans kone
- Ofte synes jeg bladet virker lidt 'Bedrevidende'
- Til tider skrevet i en lidt nedladende tone
- Der bliver brugt for mange udtryk/ord som stammer fra højere læreanstalter som vi på landet ikke forstår
- Mange artikler fortæller ikke om det virkelige liv som vi små landmænd lever. At det til tider går de små bedre og at det ikke altid er bedst at være størst.

- Er træt af at der med artiklerne stort set altid medfølger en opfordring til at søge hjælp hos en konsulent... Lad være med at skrive 'klap jer selv på skulderen artikler' !
- Bland temaer, eller lav blade én gang ugentligt med hver sit tema.
- Generelt bliver der brugt for lidt tid på, hvilket udgangspunkt der ligger til grund for de forbedringer, der dokumenteres. Hvis man har en bedrift hvor niveauet er over middel, men man stadig gerne vil forbedre sig, er der for mange selvfølgeligheder. Og de problemstillinger der berøres viser ikke løsninger, der kan anvendes. F.eks. udskiftning af slidte madrasser i sengebåse. Der findes intet brugbart materiale, hvis det ikke er muligt at gå over til sand i båsene. Seneste undersøgelse er fra 2007 - der må da være masser af 20-årige stalde der har brug for viden om, hvilke madrasser der er bedst i 2017?

Brug og bedømmelse af hjemmesider fra SEGES

Landmand.dk bruges i stor stil af specielt landmændene, hvor hele 51% bruger siden hver dag eller næsten hver dag, og andre 22% gør det mindst en gang om ugen. Også medarbejderne bruger Landmand.dk, hvor det således er 68%, der gør det mindst en gang om måneden.

Brugen af LandbrugsInfo.dk er markant mindre, hvor det således kun er 21% af landmændene og 11% af medarbejderne, der bruger den hver dag eller næsten hver dag.

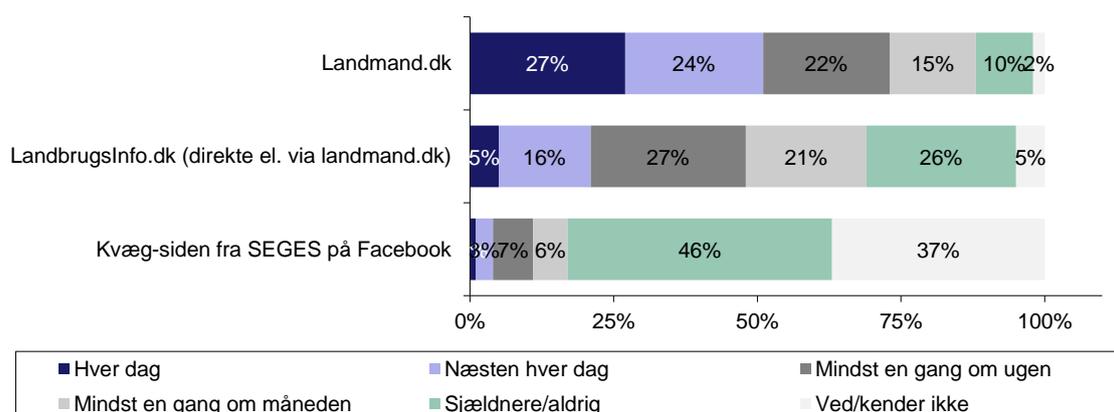
Og endnu lavere er brugen af Kvæg-siden fra SEGES på Facebook, som kun 17% af landmændene bruger, og hvor hele 37% siger, at de ikke kender den. Blandt medarbejderne er der en noget større brug af Facebook siden, som 38% bruger mindst en gang om måneden.

Specielt for Kvæg-siden på Facebook er der tale om et markant større brug blandt de yngste landmænd, blandt dem med medarbejdere og blandt de største bedrifter.

Landmænd + medarbejdere:

Hvor ofte besøger/bruger du disse hjemmesider fra SEGES?

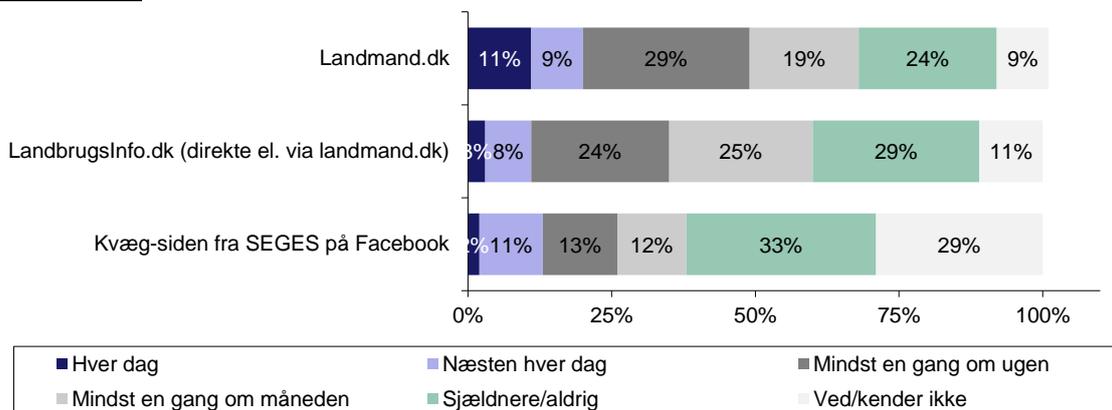
Landmænd:



Landmænd + medarbejdere:

Hvor ofte besøger/bruger du disse hjemmesider fra SEGES?

Medarbejdere:



Brugerne af hjemmesiderne blev herefter bedt om at bedømme dem – først på et overordnet niveau og efterfølgende detaljeret på nogle konkrete parametre. Denne detaljerede bedømmelse blev kun foretaget af landmændene og kun af Landmand.dk og LandbrugsInfo.dk.

På det overordnede niveau er det både blandt landmændene og medarbejderne, Landmand.dk, der bedømmes bedst, hvor det således er 66% af landmændene og 58% af medarbejderne, der bedømmer den som meget god eller god.

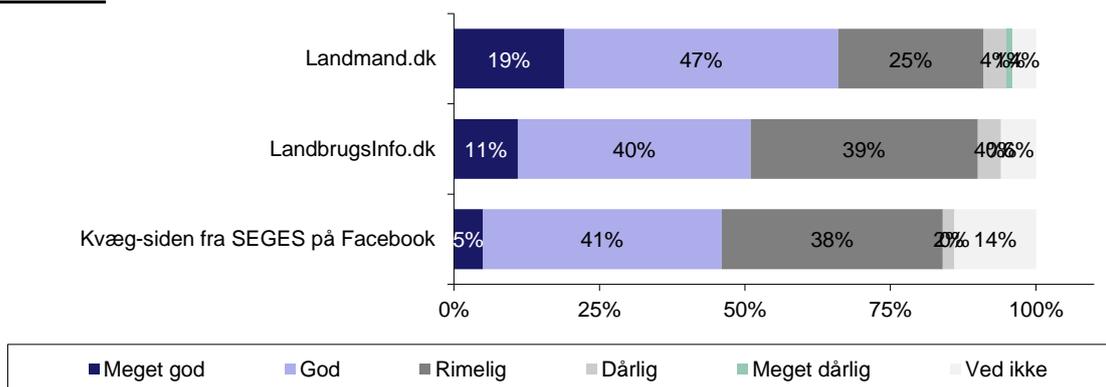
Kun meget få bedømmer de enkelte hjemmesider som decideret dårligere, men en ret stor andel på mellem 25-44% bedømmer dem kun som rimelige.

Landmænd + medarbejdere:

Hvordan vil du overordnet bedømme hver af de hjemmesider fra SEGES, du besøger/bruger, som viden/inspiration til drift og udvikling af din bedrift?

Sorteret efter andel, der svarer "Meget god + God":

Landmænd:

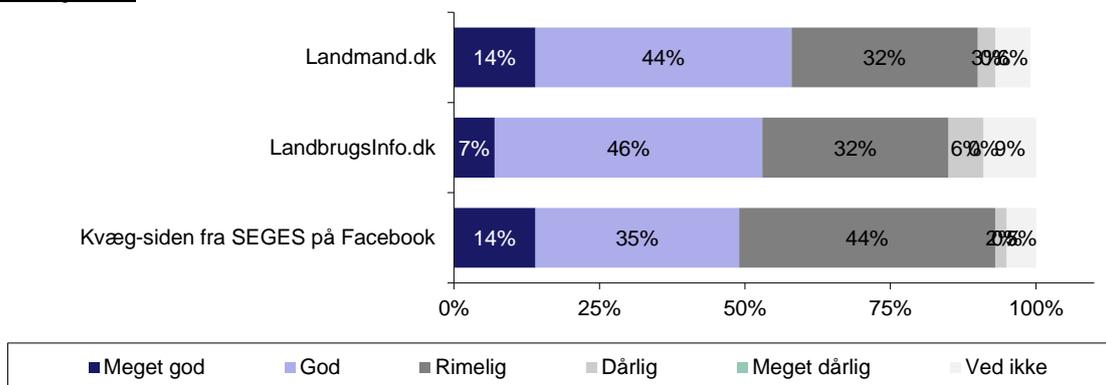


Landmænd + medarbejdere:

Hvordan vil du overordnet bedømme hver af de hjemmesider fra SEGES, du besøger/bruger, som viden/inspiration til drift og udvikling af din bedrift?

Sorteret efter andel, der svarer "Meget god + God":

Medarbejdere:



De, som ikke har bedømt de enkelte hjemmesider som "Meget god", blev efterfølgende bedt om at beskrive med egne ord, hvad der skulle til for at de ville gøre det.

For **Landmand.dk** kommer der primært disse forklaringer, som i høj grad drejer sig om, at siden er blevet dårligere efter den seneste opdatering, at der kræves log in for at læse nyheder, og at der generelt er for få nyheder på siden:

- En app ville give mere fart og bedre funktionalitet
- Efter opdateringen er siden blevet knap så brugervenlig og lidt uoverskuelig.
- Den er blevet rodet og uoverskuelig efter at den er lavet om. Bruger den ikke meget mere.
- Det tager længere tid at logge på efter det er omlagt
- Vil gerne have forsiden uden log in - det giver appetit på aktuelle nyheder.
- Gammel forsider tilbage, hvor man fik appetit uden at logge ind.
- jeg kunne bedre lide den gamle forsider, hvor man ikke skulle igennem 2 login for at læse dagens overskrifter
- det er for omstændig at komme ind (kunne ønske 1 side hvor man logger direkte ind)
- Gå tilbage til den gamle model. Den var overskuelig og tiltalende. Mere spændende og let anvendelig. Hader den nye side ikke kan gemme mit password.
- At alt det jeg skal bruge er linket på denne side - lige som det var i starten med landmandsportalen
- Som den var før opdateringen. Der var nyheder fra Landbrugsavisen en integreret del OG der krævedes ikke login, før man skulle videre til ting der kræver login. Dengang havde jeg den som startside, men nu er det Landbrugsavisen.
- De har været bedre førhen
- efter den er blevet ændret er den stor tung klods at komme rundt på
- Jeg syntes at Landmand.dk er blevet dårligere efter den sidste opdatering af siden, hvor der kræves et log in bare for at se nyheder? Nyhederne syntes heller ikke at være tilgængelig på samme måde som før. Jeg må indrømme at før opdateringen besøgte jeg siden 1-3 gange dagligt, mest pga af at der var et godt flow i nyhedsstoffet.

- Mere overskuelig, og samlet overblik over nyheder, den var bedre før sidste 'makeover'
- Jeg mangler det hurtige nyhedsoverblik der var før uden at skulle logge ind
- Var rigtig glad for den gamle version Landmand.dk. Bruger ikke den nye da man skal logge på... kunne godt lide at have den gamle version som startside, der fik man nyhederne fra både landbrugsavisen og SEGES lige i ansigtet når man åbnede browseren, derefter kunne man logge på, hvis man havde behovet..
- Har endnu ikke vænnet mig til det layout! Mangler især at de forskellige bokse er på samme sted hver gang. jeg har flere forskellige skærmstørrelser hvilket betyder ny opsætning hver gang
- Uoverskueligt, rodet. Ikke overblik på 1 side!
- Den er alt for uoverskuelig. Det ligner en app min 2-årige datter bruger i vuggestuen, med store felter de kan trykke på.
- Der skal ikke flyttes rundt på tingene hele tiden, så man skal side og lede
- Den virker rodet efter den er blevet lavet om
- Mulighed for eget layout, valg af temaer der står først - mulighed for at prioritere det der er vigtigst for mig
- Seges bør have et helt andet udgangspunkt. Formentlig bør store dele af Seges skæres væk eller sælges
- Flere links til mine firmaer fx Agromarkets, DC-ejer og DLG-kundeportal, som mangler
- Den er dårlig til viden og information.
- Der er for mange, for mig irrelevante informationer
- For rodet opsætning - nemmere tilgang til nyheder fra Landbrugsavisen evt. med et lille billede som førhen

For **LandbrugInfo.dk** kommer der primært disse forklaringer, som i høj grad handler om en for dårlig søgefunktion, og dermed uoverskuelighed:

- Der er rigtig meget info, måske søge funktioner kunne laves bedre, hvis der skrives i søgefeltet kommer der tonsvis af artikler, jeg forventer mere at der kommer konkrete beskrivelser
- Svært at søge i. Kan ikke finde det jeg leder efter
- Søgefunktion er uoverskuelig
- Bedre søgefunktion. Det er meget svært at søge artikler frem fra KvægNyt
- Søgefunktionen - svært at finde info, man lige står og mangler
- En bedre og mere overskuelig søgefunktion til de ellers mange relevante sider
- Jeg har nogle gange svært ved at finde det, som jeg skal bruge. Og søgefunktionen er ikke detaljeret nok til at få lige det frem, som jeg mangler
- Den er rodet – mere overskuelig
- Det er et meget stort indhold af faktuelle artikler. Måske en kombination af søgning, og forslag om relateret indhold kunne gavne på overblik og samtidig lokke brugere til lige at nuppe en artikel mere, når man nu er der alligevel.
- Lidt tung når man søger på emner. Gør søgning på artikler efter periode afgrænsning. 0-3 mdr. 3-6 mdr. Indenfor et år eller lign.
- Alt for mange gamle artikler. Ville være dejligt hvis sidste nyt var fremhævet tydeligere.

For **Kvæg-siden fra SEGES på Facebook** er der kun kommet meget få besvarelser på grund af det lille brug af siden. Hvad der er kommet af kommentarer er disse:

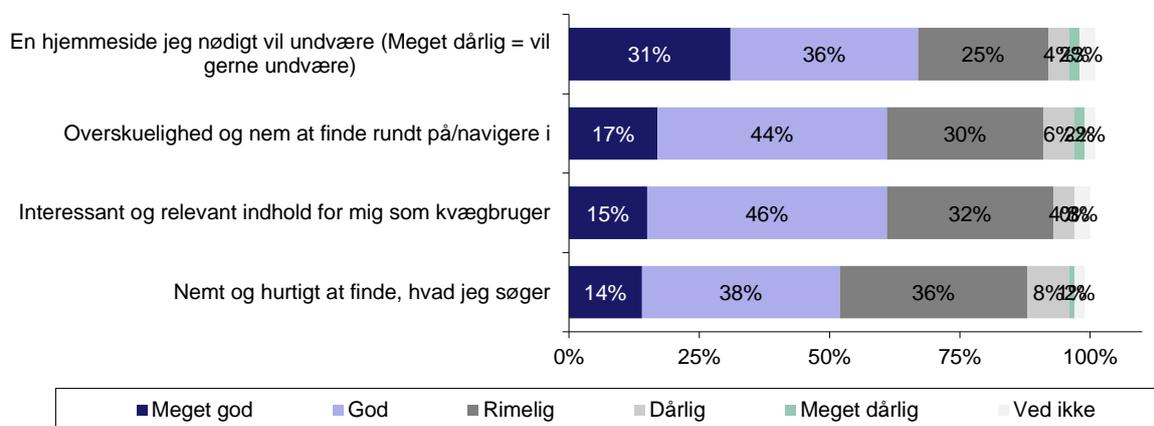
- Højere faglighed
- Så skulle det være en lind strøm af relevante nyheder, hvilket mediet giver rigtig god mulighed for. Det kunne fint være med link til landbrugsinfo, da Facebook ikke er til lange afhandlinger. Men I har kontakt til os stort set dagligt, så brug muligheden til at give os den viden, vi ellers søger andre steder - I har den jo tit først alligevel.
- Lidt overfladisk
- Når der kommer mere samarbejde med DLBR virksomhederne, mere reaktioner/diskussion!
- Jeg mener, at det er dårlig stil, de gange hvor facebook teaser en side, der ligger på den lukkede del af kvæginfo. Meningen er vel, at man skal få lyst til at følge linket, og tilegne sig ny viden. Den lyst fordufter, hvis man ender i et blindt link. Der har det kun værdi for os, der har et login til Landbrugsinfo.
- Flere korte faglige ideer.
- Den mangler debat og erfaringsudveksling. Det klarer 'malkekvæg' dog fornuftigt

Landmand.dk får generelt lidt bedre bedømmelser på de forskellige forhold end Landbrugs-Info.dk gør. For begge hjemmesider er det søgefunktionen, der opnår den laveste bedømmelse, og i særdeleshed hos LandbrugsInfo.dk, hvor kun 5% bedømmer den som meget god og andre 32% som god. Hele 55% bedømmer den således kun som rimelig eller decideret som dårlig.

Landmænd:

Hvordan vil du bedømme **Landmand.dk** på nedenstående forhold?

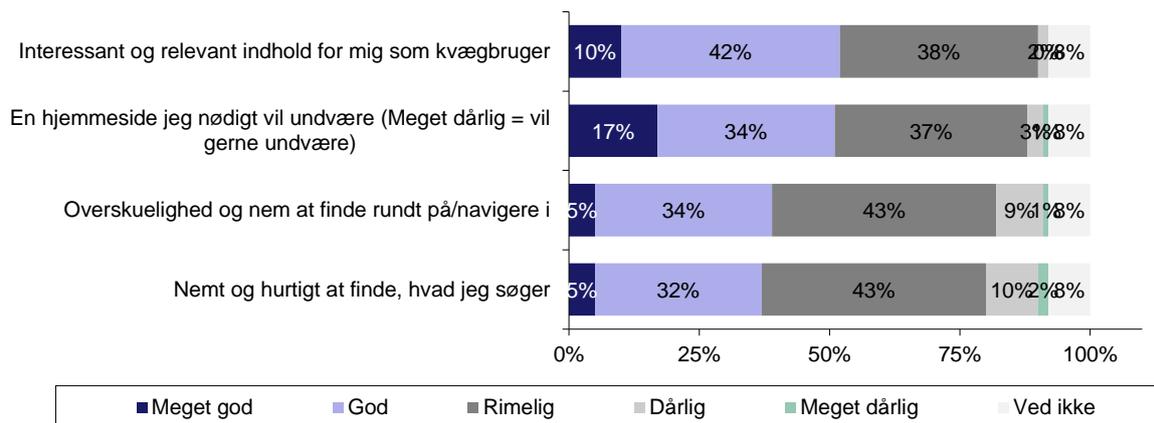
Sorteret efter andel, der svarer "Meget god + God":



Landmænd:

Hvordan vil du bedømme LandbrugsInfo.dk på nedenstående forhold?

Sorteret efter andel, der svarer "Meget god + God":



Medarbejderne på bedrifterne blev også spurgt, om de løbende besøger andre hjemmesider på Internettet eller får information fra andre som inspiration til deres arbejde. 33% siger, at de gør dette, og det er her i størst udstrækning LandbrugsAvisen.dk, Facebook-gruppen Malkekvæg og Maskinbladet.dk, der bliver nævnt.

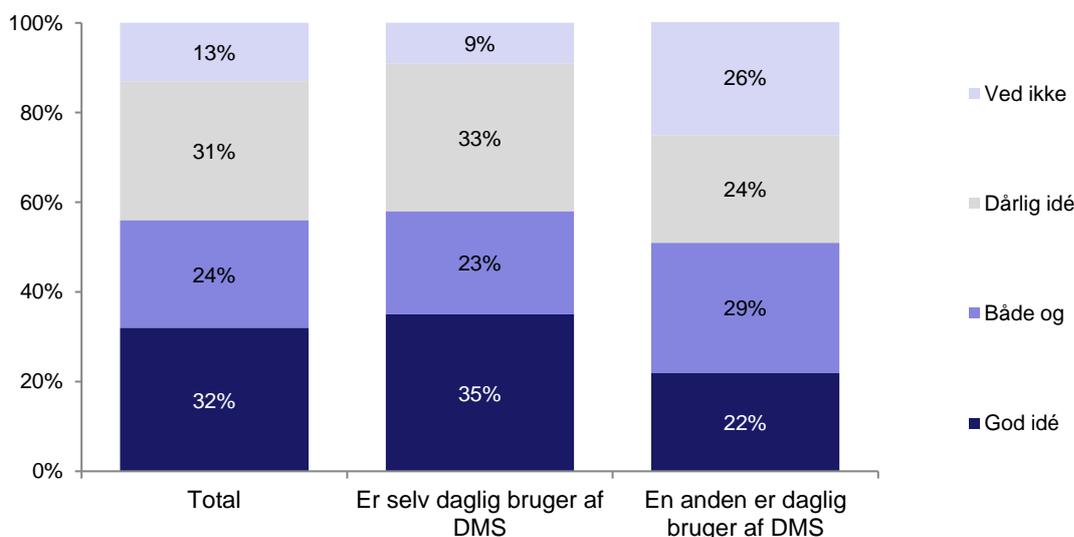
Nyheder fra SEGES i DMS?

Landmændene blev spurgt, om de selv er den daglige bruger af DMS Dyreregistrering, hvilket er tilfældet for 81% af dem, og hvor det hos andre 19% er en anden person, der er den daglige bruger.

Alle landmænd blev herefter stillet følgende spørgsmål:

Landmænd:

Hvad ville du synes om, hvis der f.eks. under nyheder i DMS også kom et par/få overskrifter med de vigtigste daglige nyheder fra SEGES, som man i dag kan læse på f.eks. LandbrugsInfo.dk og i KvægNYT, og som man ville kunne klikke på, hvis man ønsker at læse mere i et nyt vindue/faneblad?



Som det fremgår, deler forslaget landmændene i to lige store grupper, der hhv. synes det er en god idé og en dårlig idé og med en restgruppe, der svarer med både og.

Efterfølgende blev de bedt om at uddybe deres svar med egne ord, og altså nærmere forklare, hvorfor de synes det er en god eller en dårlig idé.

Blandt dem, der synes det er en god idé, fremhæves bl.a. disse forklaringer:

- Jeg bruger siden dagligt – hurtig adgang til nyheder
- Jeg er jo derinde alligevel
- Ny viden kommer hurtigere frem
- Tidsbesparende – få nyhederne ét sted
- Let tilgængeligt
- Ville lægge mærke til/få nyheder, som man ellers ikke ville lægge mærke til
- Så ville man blive opmærksom på nyhederne
- Så skal man ikke søge efter dem
- Så er man opdateret hver dag / går ikke glip af noget
- Det er nemt
- Alle genveje gør livet lettere

Blandt dem, der synes det er en dårlig idé, fremhæves bl.a. disse forklaringer:

- Forstyrrende tidsrøver
- Tingene skal holdes adskilt
- DMS skal bruges til registrering, ikke andet (f.eks. "reklame" for SEGES eller andre)
- DMS skal ikke forkludres med en masse andet
- DMS er et dagligt arbejdsværktøj. Der skal ikke alt muligt støj ind over som kan forvirre og fylde
- Fordi DMS ikke virker godt nok/logisk
- Information fra SEGES er ikke så objektiv som i andre medier
- Information/nyheder søges andre steder, der er egnet til det
- Det vil distrahere
- DMS er langsomt nok i forvejen
- Man er ikke i DMS for at klikke videre – du bruger det til arbejde
- DMS er ikke til nyheder, ligesom Ø90 eller skats hjemmeside heller ikke er
- Det vil gøre DMS mere uoverskuelig og rodet
- Her skal man koncentrere sig om arbejdet

Kendskab til og information fra SEGES

Både landmændene og medarbejderne føler, at de ikke har et særligt stort kendskab til, hvad SEGES arbejder med, og de føler sig fjern fra SEGES. Kun 22% af landmændene og 25% af medarbejderne siger, at de føler de har et meget godt eller godt kendskab til, hvad SEGES arbejder med, og kun 10% af landmændene og 4% af medarbejderne føler sig meget tæt eller tæt på SEGES.

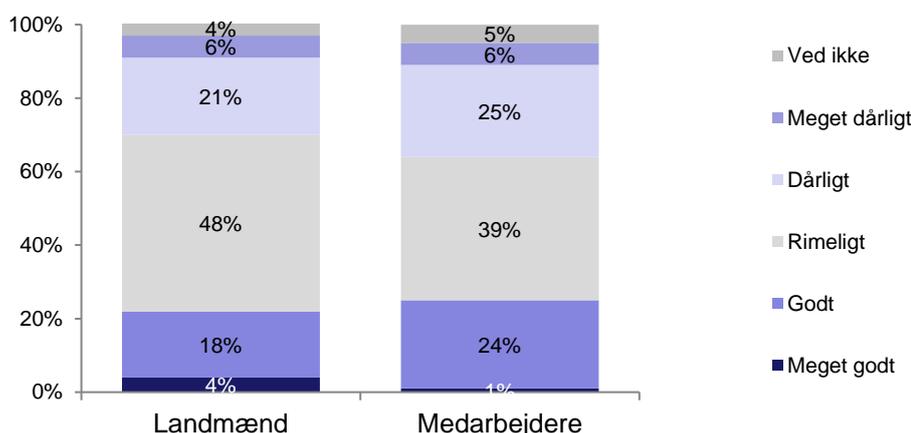
En noget større andel på 40% blandt landmændene og 37% blandt medarbejderne bedømmer dog SEGES til at være meget god eller god til at informere dem direkte om viden, udvikling og forskning hos SEGES, og kun 9% af landmændene og 15% af medarbejderne bedømmer SEGES som dårlig eller meget dårlig til det.

Ses alene på den andel af landmændene, der bedømmer SEGES som meget god eller god til at informere dem, er der da også en markant større andel af dem, der kender til, hvad der arbejdes med og som føler sig tæt på SEGES. Og det er naturligvis logisk, at god information er nøglen til stigende kendskab og tilknytning.

Og som tidligere fremgået, er andelen, der generelt føler sig godt informeret om kvægbrug markant højere blandt dem, der finder informationen fra SEGES som god.

Landmænd + medarbejdere:

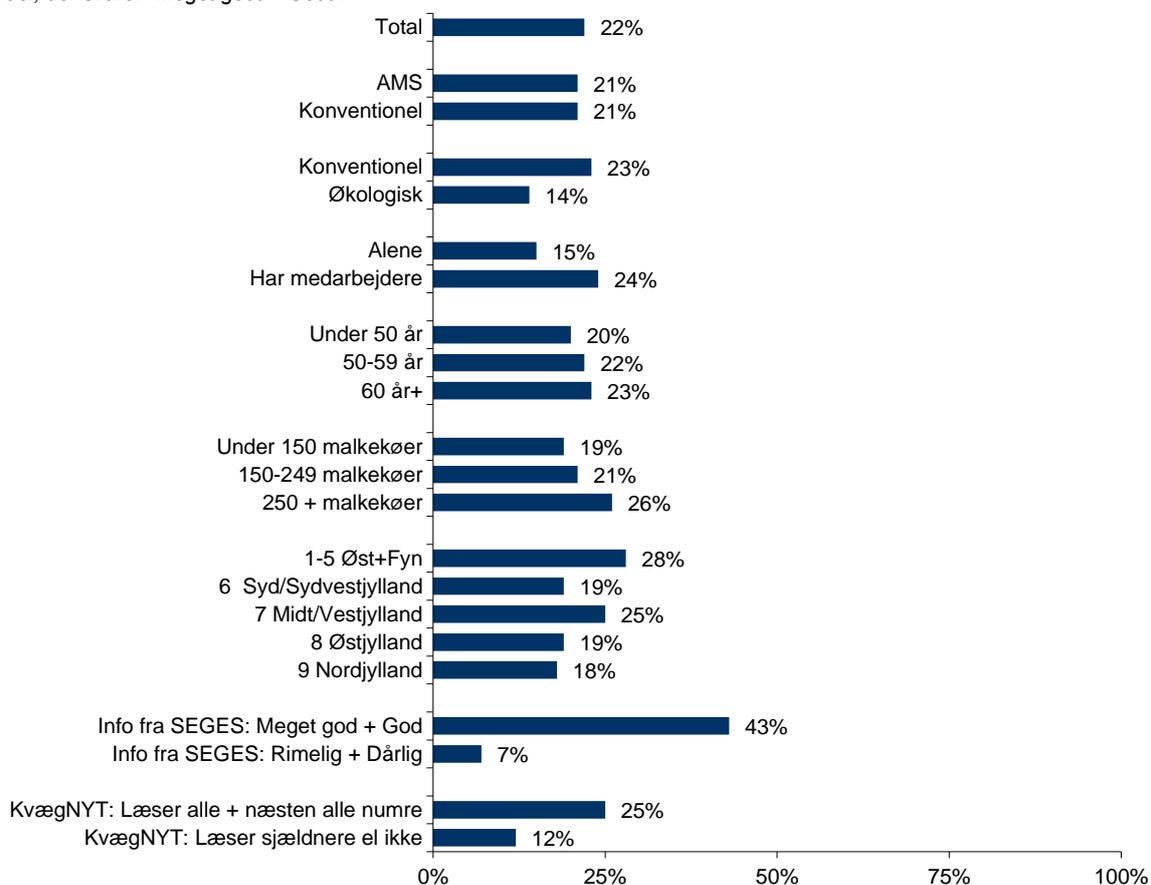
Hvor godt føler du, at du kender til, hvad SEGES arbejder med?



Landmænd:

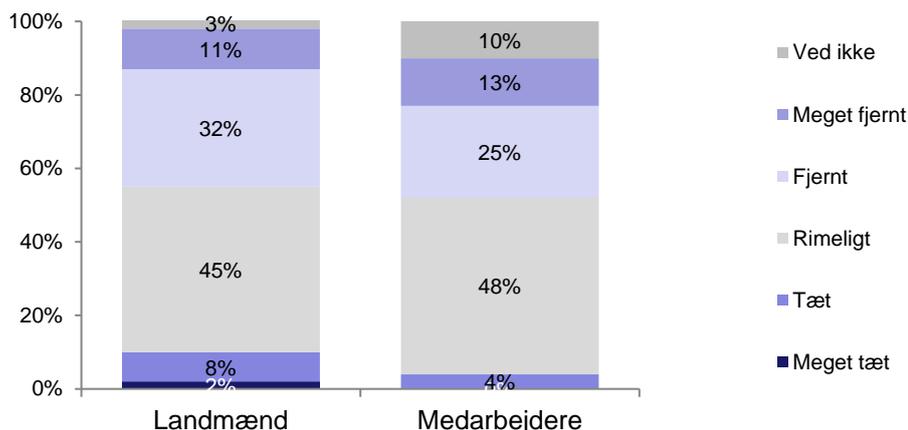
Hvor godt føler du, at du kender til, hvad SEGES arbejder med?

Andel, der svarer "Meget godt + Godt":



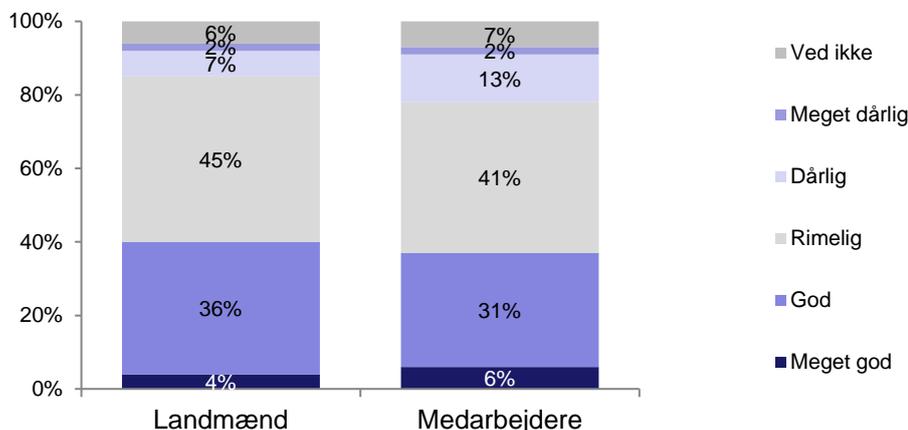
Landmænd + medarbejdere:

Hvor tæt føler du dig på SEGES?



Landmænd + medarbejdere:

Hvor god er SEGES generelt til at informere dig direkte om viden, udvikling og forskning hos SEGES?

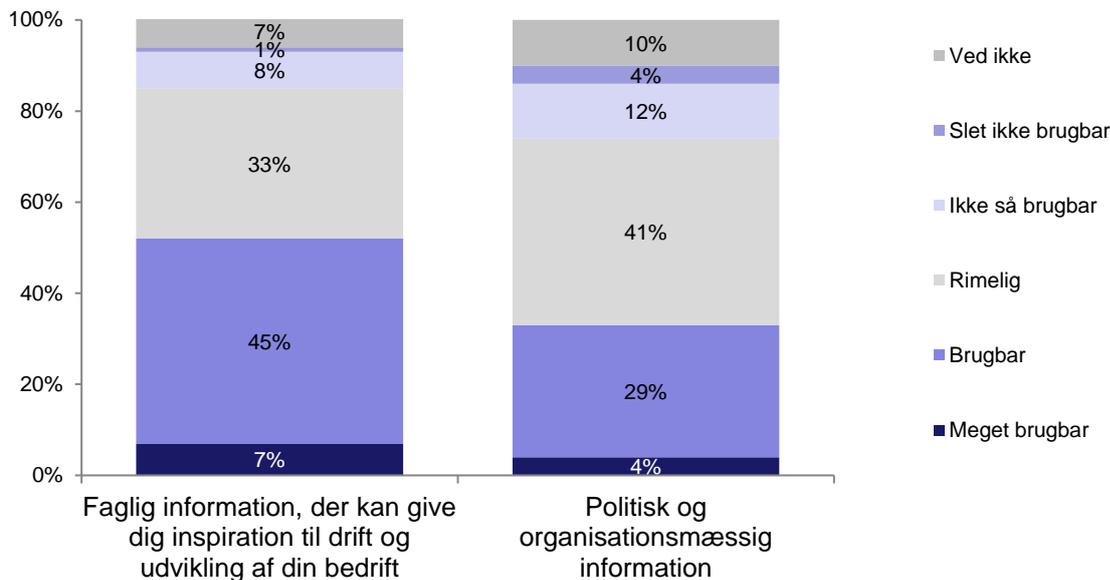


Landmændene blev også spurgt, hvor brugbar den information de får fra og om SEGES er for dem på følgende to områder. Og som det fremgår, er det nu hele 52% af landmændene, der vurderer den faglige information fra SEGES som meget brugbar eller brugbar.

Brugbarheden af den politiske og organisationsmæssige information fra SEGES vurderes lavere med 33% af landmændene, der svarer med meget brugbar eller brugbar, og for 16% af dem, er den ikke brugbar.

Landmænd:

Hvor brugbar er den information du får fra og om SEGES samlet set via alle de kommunikationskanaler, du anvender, når det drejer sig om:



De landmænd, der vurderer **den faglige information fra SEGES som meget brugbar eller brugbar** begrundet det bl.a. med følgende:

- Den er relevant og inspirerer mig i min hverdag
- Meget troværdig og relevant viden
- Det er jo der al viden samles så det skal jo være brugbar for min bedrift.
- Jeg mener også det må være nyeste viden!
- Uafhængig rådgivning
- Fordi det skal og bør være den nyeste viden på området
- Det er ofte rettet direkte mod min type bedrift
- Det er seneste nyt, både fagligt og politisk.
- Er med til at holde mig 100 procent opdateret
- Fordi der jævnlig findes oplysninger/artikler som kan bruges
- Som regel er det ret fagligt og passer ind i daglig dagen. Seges skal dog passe på ikke at 'opfinde' emner som ikke passer til alm. landbrug. Det skal kunne bruges i virkeligheden
- Berører mange gode emner, men ikke med den dybde og baggrundsinfo jeg føler jeg har brug for, for at det bliver 100% implementerbart i min bedrift
- Fordi den giver inspiration, men det kan ikke stå alene. skal også have andre sider af sagen også. der kan den godt være lidt ensporet.
- Relevant viden som kan uddybes
- Så kan jeg ændre lidt på rutinerne i det daglige hvis nødvendigt
- Betragter det som relevant og oplysning om nyeste viden
- Den kan bruges!
- Faglig information er altid brugbar.
- Er skrevet på højt fagligt niveau

- Som landmand handler det jo i høj grad om at suge til sig, og finde ud af om noget kan bruges i bedriftens setup, kort eller langsigtet. Seges laver jo mange undersøgelser, farmtest og formidler viden fra verdensdele til de danske landmænd. Der er mange muligheder for at benchmarke sig med andre, lige fra i DMS til økonomiske nøgletal på div punkter.

De landmænd, der vurderer **den faglige information fra SEGES som rimelig, ikke så brugbar eller slet ikke brugbar** begrundes det bl.a. med følgende:

- Informationen er så forudsigelig, og ensidig. Det er netop om informationen halter efter aktualiteten.
- Lidt akademisk og ofte fokuseret på meget store bedrifter
- vil godt have det mere jordnær
- Fordi jeg finder inspiration andre steder og har det meget svært med konsulenter.
- fordi vi generel er trætte at seges
- synes i det hele taget at seges er en dyr og unødvendigt noget.
- Der er meget af det som er på et niveau enten for højt eller lavt til at vi kan bruge det til noget. Eller er det ikke praktisk nok og falder derfor til jorden
- Jeg ved ikke hvad man kan forvente men jeg ved at det er dyrt.
- Seges har fokus på den store bedrift. De mange ansatte og en typisk markdrift. Seges fokus er ikke på dem der gør andet. Inspiration kommer fra dem der bryder mønsteret ikke fra dem der danner det.
- Det handler for meget om at sælge konsulent timer der
- Seges finder hele tiden på nye undersøgelser, for at holde arbejde til deres medarbejdere, ikke undersøgelser som kvægbrugere efterlyser. Men vi betaler for alle SEGES undersøgelser.
- Jeg tænker ofte, hvad laver alle de ansatte
- der er for lidt om alle de forsøg der foregår bla. på Foulum. Savner resultater
- Den bliver tit for teoretisk og er for lidt håndgribelig
- fordi mange af de informationer først skal vendes engangfor at komme ned på brugerniveau
- Nogle gange er det bare ikke brugbar
- der kommer så mange informationer og vi er nødt til at sortere om det bare er en døgnflue eller mere seriøst
- Alt for teoretisk og overfladisk selvom mange af emnerne kunne være interessante
- Tilfredsstillende, men ikke prangende. Meget fokus på store bedrifter - glemmer tit de mindre bedrifter....
- Der er ingen føling med den virkelige verden
- Seges vinkel er skæv. Seges bør reduceres
- seges vurderer alting med farvede briller
- Det er altid tungt at skulle kontakte Seges for hjælp da man ikke føler sig velkommen i telefon
- for langt fra papir til praktiske løsninger
- I er for selvglade. Manglende følelse af at I er 100% på landmandens side
- Laver i Fagligt arbejde?? i så fald hvilket?

- Fordi den tit afspejler en viden der er meget teoretisk og synes udviklet af folk bag et skrivebord
- Fordi meget af det er lavet for at holde Seges i gang, ikke landbruget !
- Seges konsulenter er ikke kloge nok
- Som jeg oplever min hverdag med en stor kvægbedrift, er det bare ikke fra seges, at jeg oplever at få den sidste nye viden tilført min bedrift, de er for mig ret langt væk fra den hverdag jeg står i, og det burde ikke være sådan. Med de få mælkeproducenter vi efterhånden er tilbage, skulle vi nærmest være på fornavn med hinanden, det er vi bare langt fra.

Information fra SEGES – Hvordan?

Landmændene blev stillet overfor en række forskellige forslag til kanaler for information fra SEGES, og blev bedt om at vælge op til de fire af dem, som de helst vil have information igennem.

Som den absolut vigtigste nævnes KvægNYT som trykt blad med mælkebilen som i dag. Hele 55% fremhæver den. Herefter følger Nyheder på Landmand.dk og som nr. 3 er det interessant, at nyheder i DMS nævnes af 23%.

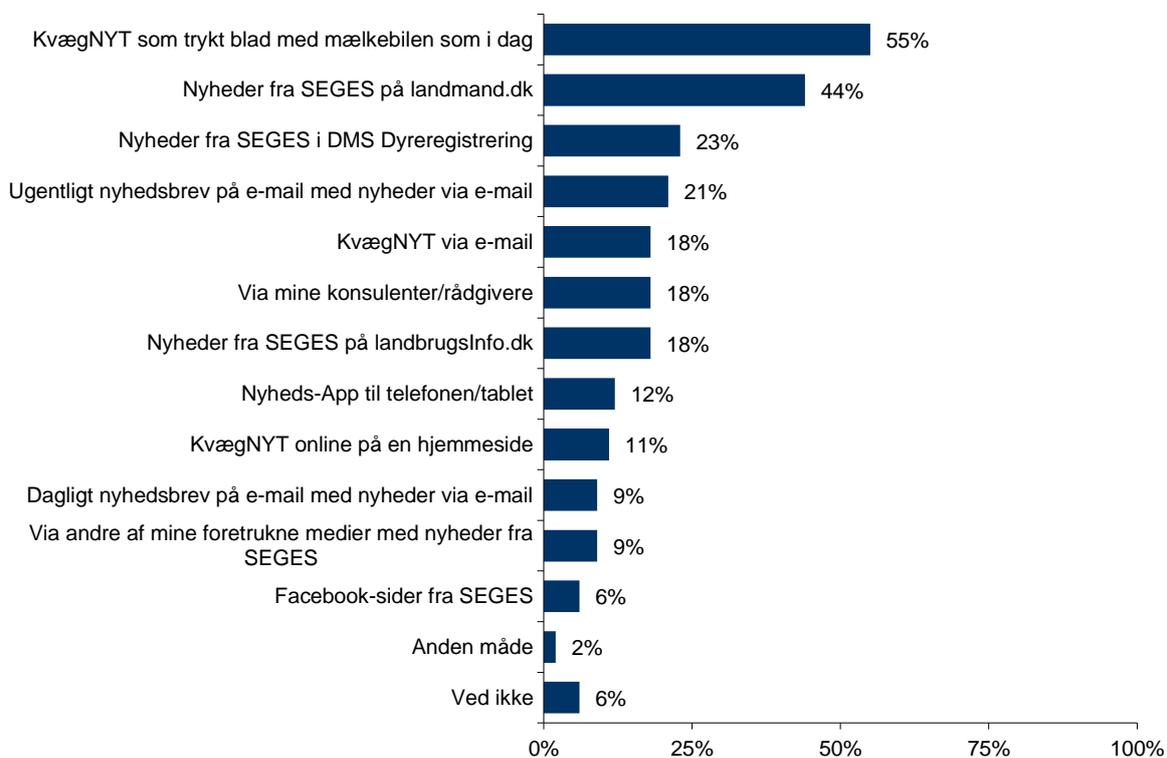
Facebook-sider ligger helt i bunden med kun 6%. Blandt de yngste kvægbrugere under 50 år er det dog 11%, der vælger dette, og 15% af landmændene fra de største bedrifter med 250 malkekøer eller flere vælger det.

Men det trykte eksemplar af KvægNYT er der stor enighed om i alle målgrupper.

Landmænd:

Hvordan vil du helst have information fra SEGES?

4 svar muligt:



Til sidst i undersøgelsen blev både landmændene og medarbejderne bedt om at komme med forslag/ideer med egne ord til, hvordan SEGES bør informere dem bedst muligt, så de får bedre og hurtigere information via de informationskanaler, de anvender i dag, eller via helt nye måder at informere på.

Der er naturligvis tale om et svært spørgsmål at svare på, da landmændene jo ikke er medieeksperter, og langt fra alle er kommet med forslag. Af forslag, der kommer, er bl.a. disse:

- Information via landmand.dk
- Seneste nyt bør formidles via fagmedierne, gerne seneste nye forskningsprojekter
- Nyheds App til smartphone/Tablet
- Ny viden hurtig ud på nyheds mail, Evt med opfølgning fra lokal rådgivning , sørg for der er et samarbejde
- jeg vil helst have info per mail, det er den mest direkte vej hvor der går mindst tabt.
- Tror nu er det ok. For meget mere behøver ikke at være bedre.
- Jeg syntes det fungerer godt
- Luk det ned, vi har landboforeninger vi kan trække på når vi vil have noget at vide.
- Fortsæt det i gør: Kvægnyt, landbrugsinfo samt nyheder på landmand.dk og i DMS.
- Brug de medier vi færdes på i forvejen til at komme ud med budskabet
- I skal ikke bare bombardere mig med alt hvad i ved, men kun de emner jeg finder interessante, hvis jeg vil vide andet kan jeg selv finde det på jeres platforme.
- Savner en bedre arkiv søgning, således der er nem adgang til de problemstillinger jeg har PT
- Kan ikke se at jeg får værdi for de penge jeg bruger på Seges
- Synes faktisk at et link via dms eller landmand.dk vil være fint
- Brug de hjemmesider i har og gør dem åbne for et hurtigt kig. Log ind hvis man vil i dybden.
- Jeg tror at posen bør rystes, vi har mange fagblade, de burde nok reduceres og målrettes, og det bør komme tydeligere frem når man læser fagblade, at netop denne artikel indeholder: sidste nye viden
- Behandl jeres kunder som arbejdsgivere ikke som undersåtter
- Tage ud til Erfa grupper
- Deltage i staldmøder når landboforening afholder sådanne eller selv lave nogen
- Korte informationer i DMS eller mail
- Få ideerne ud på staldgangen som pilotprojekter til billige penge.
- I brænder for lidt for os landmænd. Start med selv at hoppe ned fra hylden og ud i stalden for at se udfordringen. Se så op på hylden, om der er noget brugbart
- Mere fagligt kompetente mennesker der også ved hvordan arbejdsgangene er ude på bedrifterne.
- Lav nogle flere praktiske forsøg, så vi som landmænd ikke skal bruge penge på hvad der fungerer. Det kunne være gulvtyper, madrasser eller mange andre ting
- Synes farmtest med brugerundersøgelser kan være en guldgrube af information
- Det er svært at komme igennem til Seges hvis man står i et problem nu og her, tit skal vi igennem mange led på telefon - det er ikke ualmindeligt at tale med 4-5 personer
- Lav et bedre blikfang på landmand.dk fremfor at nedtone nyheder nederst på siden

- Gør mere i at møde landmanden der hvor han er, bliv bedre til at oplyse/inddrage landmænd i jeres arbejde - det kunne måske medfører større forståelse - fra begge parter.
- Drop ideen om at vi er totalt målrettede. Placer links mange forskellige steder, så det bliver nysgerrigheden der lokker os videre. Jeg er i hvert fald personligt nået til en erkendelse af, at det er et begrænset antal steder jeg overkommer at søge viden målrettet, og dermed udelukker jeg via min adfærd muligheden for at have en kortere eller længere liste over websteder mm, hvor jeg skal holde mig informeret om udvikling og forskningsresultater. Uanset, at det måtte være af betydning og relevans for mig.
- Pas på ikke at gøre kendt viden til en fantastisk nyhed.
- Det er meget vigtig at få bladet fysisk ellers får vi den ikke læst. Et blad bliver altid læst, når den ligger på bordet.
- Kvit og frit site, uden kode og abonnement, uden kontakt af en konsulent fra landbrugscenter for at kunne åbne site
- Overskrifter med nyheder i DMS er måske et skridt i den rigtige retning.
- Lav facebooksider - evt. med specifikke emner, fx kalvedødelighed, avl, og mælkeproduktion.
- Føler mere Seges render bag os og prøver at følge med

Information af medarbejdere

Både landmændene og medarbejderne blev også spurgt, hvordan de informerer deres medarbejdere/får information fra deres arbejdsgiver omkring ny viden indenfor kvægbrug.

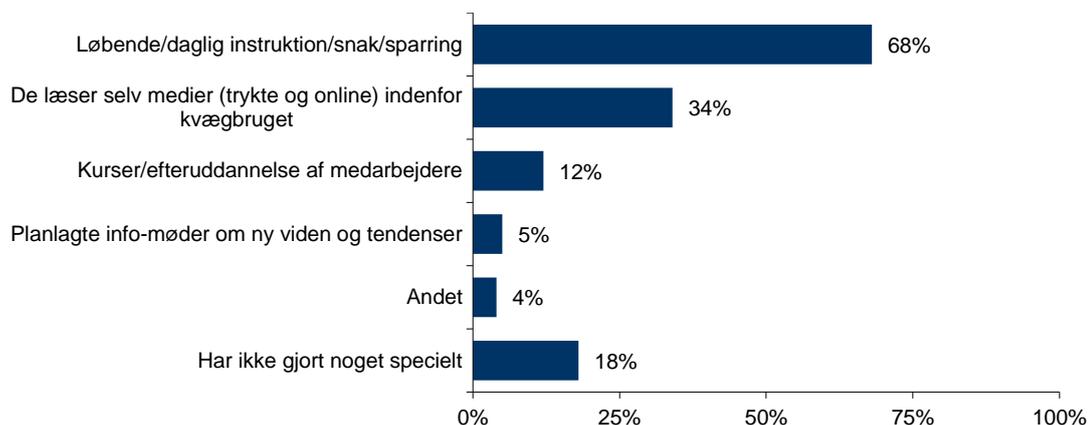
Og som det fremgår af de følgende figurer, er det den løbende/daglige instruktion/snak/sparring, der er den mest udbredte. Og hvor 34% af landmændene mener, at deres medarbejdere selv læser medier indenfor kvægbrug, er det hele 71% af medarbejderne selv, der siger, de gør det. Der er dog ingen tvivl om, at de medarbejdere, der har deltaget i undersøgelsen, i højere grad er repræsenteret af dem, der netop selv læser medier om kvægbrug, og hvor dem, der ikke gør dette, i mindre grad har deltaget. Og når landmanden stilles spørgsmålet, tænker han naturligvis på samtlige af hans medarbejdere, herunder også eventuelle udenlandske.

Kun i meget få tilfælde bliver der afholdt planlagte info-møder om ny viden og tendenser på bedrifterne.

Landmænd:

Hvordan har du informeret dine medarbejdere det seneste år omkring ny viden indenfor kvægbrug?

Flere svar muligt:



Medarbejdere:

Hvordan bliver du informeret på din arbejdsplads omkring ny viden indenfor kvægbrug?

Flere svar muligt:

