

## Private rådgivningsvirksomheders brug af LandbrugsInfo.dk

### *Formål*

Projektet har til formål at opnå viden om landmænds brug af LandbrugsInfo.dk for derigennem bedre målrette LandbrugsInfo.dk til denne kundegruppe, samt understøtte deres daglige arbejde, behov og præferencer med viden og værktøjer fra LandbrugsInfo.dk. Den kvalitative undersøgelse tager udgangspunkt i, hvordan landmænd bruger LandbrugsInfo.dk og hvorfor, de gør, som de gør. Undersøgelsen er ikke repræsentativ for landmænd, men har fokus på nuancerne og detaljerne, som fremhæves i rapporten.

### *Metode og deltagere*

Der er gennemført fire dybdegående interviews, samt fokusgruppeinterview med en landmandsfamilie. Deltagerne var primært mælkeproducenter med mark, samt en landmand med ren plan-teavl. Hvert interview var af en times varighed og foregik henholdsvis pr telefon og på landmandens matrikel. Spørgsmålene var baseret på en semistruktureret spørgeguide. Rekruttering af deltagere er sket via landmændenes deltagelse i tidligere SEGES projekter.

### *Fremhæves som positivt*

Landmændene fremhæver uvildigheden på LandbrugsInfo, de gode artikler og viden, samt muligheden for at nørde ned i detaljen.

### *Målgruppe*

Landmændene betragter sig som målgruppe for LandbrugsInfo, men målgruppen inkluderer også konsulenter og landbrugsskoleelever. Én enkelt fremhæver, at det især henvender sig til den professionelle landmand.

### *Kontekst for brugen*

Landmændene bruger LandbrugsInfo, når der er tid og de vil nørde i noget specifikt. LandbrugsInfo bliver ikke brugt til at søge efter viden for at løse konkrete problemer i stalden her og nu, men mere for at komme i dybden med et vidensområde. Fordybelsen tager tid, hvorfor landbrugsInfo bruges om eftermiddagen og aftenen og gerne om vinteren, når der er mere tid.

Landmændenes tidsforbrug på LandbrugsInfo er alt i mellem et par gange om ugen til næsten aldrig, men de fleste er i gennemsnit på LandbrugsInfo et par timer om måneden.

### *Bred søgning*

De interviewede landmænd søger meget bredt på LandbrugsInfo – alt fra skadedyr og sygdomme til skat, jura og økonomi. Flere landmænd bruger LandbrugsInfo som deres primære informationskilde sammen med Landmand.dk, og deres lokale rådgivningsvirksomheds hjemmeside. Landmand.dk og LandbrugsInfo adskiller sig fra hinanden ved tyngden af viden.

Effektiv Landbrug, Landbrugsavisen og Maskinsbladet nævnes også, som ofte brugte medier til at finde relevant viden, som leder nogle af landmændene videre til landbrugsInfo, hvor de kan komme i dybden.

### *Indgang til landbrugsInfo.dk*

Landmændene kommer ikke ofte på LandbrugsInfo via et link i et nyhedsbrev, men oftere gennem en google søgning, direkte til forsiden eller gennem Landmand.dk.

Nyhedsbrevet har ikke stor værdi hos landmændene sammenlignet med de andre målgrupper i undersøgelsen. Dette skyldes blandt andet, at nyhedsbrevet er i skarp konkurrence med andre nyhedsbreve, hvormed det slettes hurtigt. Flere landmænd har allerede læst artiklen, inden linket kommer i nyhedsbrevet og derudover efterlyses mere fængende og målrettede overskifter til artiklerne, så landmanden er klar over, hvad overskriften dækker over, samt hvorvidt artiklen specifikt kan bruges til at give noget ny viden om den enkelte landmands bedrift fremfor generelle konklusioner.

### *Ingen Surfing*

Landmændene bruger ikke LandbrugsInfo til at surfe rundt efter viden, da de mener, at LandbrugsInfo ikke fordrer det rent designmæssigt, artiklerne indeholder ikke så meget aktualitet og der udgives ikke så mange artikler ugentligt, at det giver mening at surfe. Derudover bruges LandbrugsInfo til at søge målrettet efter specifik viden.

### *Artiklerne på LandbrugsInfo*

Artiklerne på landbrugsInfo beskrives som overvejende gode og der skal ikke foretages ændringer, men en gang i mellem må artiklerne gerne gå mere i dybden. Landmændene vil gerne have links til mere dybdegående viden om samme emner, hvilket gerne må være henvisninger til internationale artikler om emnet.

Der efterlyses mere brugervenlige artikler, hvilket nogle DLBR virksomheder praktiserer. En brugervenlig artikel er i højere grad formidlet i processer. I formidlingen af en proces indgår:

- de små ting, som skal huskes i processen som eksempelvis at købe frø i december.
- konkret formidling, som muliggør, at landmanden kan handle på den viden, som han får.
- relevante links til værktøjer i en artikel, så landmanden med det samme kan regne eller opnå overblik over, hvad den nye viden betyder for bedriften.
- timing, så landmanden kan få relevant viden på det tidspunkt, hvor viden ville efterspørges
- viden om lokale forhold, hvormed det bliver målrettet bedriften

### *Arkiverede artikler*

Landmændene kigger meget på datoen, når de søger viden og de forventer, at viden på LandbrugsInfo er opdateret. Artikler med en rød arkiveret bjælke skaber tvivl om gyldigheden og de arkiverede artikler opfattes som ligegyldighed fra SEGESs side, da SEGES ikke har taget stilling til den fortsatte relevans. Når der ligger viden på nettet, så skal det være opdateret.

### *Alternativ formidling*

Der er blandende holdninger til formidling gennem e-læring eller webinar. Praksis blandt flere landmænd i forhold til læsning af en artikel er en hurtig skimning, hvor de finder frem til den viden, som de skal bruge. Denne praksis lader sig ikke gøre ved e-læring eller webinar. Der ses dog muligheder i webinar og e-læring til udenlandske medarbejdere og ordblinde, samt den yngre generation, som er mere vant til en visuel tilgang til viden.

Podcast er der ligeledes delte meninger om og flere barrierer for brugen. Det kan eksempelvis være svært at lytte til podcast under arbejdet, da det ikke er muligt at koncentrere sig om begge

dele. Derudover er flere landmænd ikke vant til at bruge podcast, hvormed både kendskab og vanen kan være en barriere. Landmændene er åbne for brugen, men brugen afhænger meget af podcastens længde og indhold.

LandbrugsInfo på smartphones og tablets bruges ikke, fordi landmændene ikke bruger LandbrugsInfo til at søge viden i konkrete situationer på staldgangen, hvor en smartphone kunne være relevant. LandbrugsInfo bruges på arbejdscomputer, når der er tid. En enkelt landmand foretrækker LandbrugsInfo på tablet og understreger, at fremtiden er tablets og smartphones, så derfor vil LandbrugsInfo blive mere relevant på disse medier på sigt.

### Brugervenlighed

Flere landmænd oplever ikke søgefunktionen som optimal og bruger den dermed ikke. Google erstatter søgefunktionen på LandbrugsInfo og ofte starter søgningen efter relevant viden på Google, hvor links fører videre til LandbrugsInfo.

Nogle landmænd mener, at det er nemt at finde den relevante viden på LandbrugsInfo, mens andre oplever det som *kringlet* at finde rundt.

- Emner krydser hinanden, hvilket kan forvirre, når man skal finde tilbage
  - Det kan være uoverskueligt at finde rundt med så stor viden
  - LandbrugsInfo er ikke nødvendigvis opbygget med en logik for brugeren
- Samtidig fremhæves den *simple* og *gammeldags* opbygning også som god.

### Bogmærker og favoritter

Ingen af de interviewede landmænd bruger bogmærker eller favoritter, da det ikke er relevant for den måde, som de søger viden på. De vender ikke nødvendigvis tilbage til den samme artikel, men går i dybden med et emne, når der er tid.

### Begivenhedskalender

Begivenhedskalenderen betragtes mere som nice to have fremfor et manglende behov som opfyldes. Nogle foretrækker begivenhedskalender på Landmand.dk eller pr. SMS.

### Personlig tilpasset side med cookies

Landmændene er overvejende positive omkring en personlig tilpasset side, men understreger vigtigheden i, at viden ikke må målrettes 100% til dem, men nærmere 50/50. De foretrækker at få viden, som de normalt ikke ville søge efter, men som kunne være relevant for dem alligevel.

En enkelt mener, at der er for få artikler til at lave en personlig tilpasset side, men med supplement fra udenlandske artikler ville det være mere aktuelt.

### Faglige fyrtårne

Faglige fyrtårne bemærkes ikke, da LandbrugsInfo ikke bruges nok til at kende de enkelte medarbejdere, modsat rådgivningsvirksomhederne. Derudover er det meget sjældent, at landmændene kontakter konsulenter på SEGES.

### Hvad er vigtigt i brugen af LandbrugsInfo?

- Velfungerende søgefunktion
- Opdateret viden
- Let tilgængelig viden
- Viden skal være aktuell (timing)

### *Barrierer for brugen af LandbrugsInfo*

Landmændene efterspørger ikke en stor forandring af LandbrugsInfo, men påpeger flere små ting, som betyder meget og kan være en barriere i forhold til deres brug af LandbrugsInfo.dk

- Søgefunktionen er ikke som Googles
- Svært at finde rundt på hjemmesiden
- Placering af artikler i flere emnefeltter, så de ikke krydser hinanden
- Login er ikke en barriere, men fjerner spontanitet

### *Kollegeres barrierer for brug af LandbrugsInfo*

- Travlhed
- Manglende interesse – fokus på stald og produktion
- Manglende kendskab

Flere yngre landmænd kender LandbrugsInfo fra landbrugsskolerne, hvor meget undervisning er bygget op omkring LandbrugsInfo. Efter landbrugsskolen bruger landmændene fortsat LandbrugsInfo. Flere ældre landmænd kender ikke LandbrugsInfo fra landbrugsskolen og er ikke vant til at bruge det.

### *Fremtidens LandbrugsInfo for landmænd*

- Artikler skal målrettes endnu mere til landmanden
- Flere procesorienterede artikler
  - *Med redskaber, huskesedler, timing, målrettethed samt konkrete løsninger og handlinger*
- Artikler fra eksempelvis USA, Østeuropa eller New Zealand
- Video links nederst i artikler som supplement til artikler
- Mere internationalt fokus på LandbrugsInfo og fra SEGES
  - Konkurrencen er international og landmænd mangler nyheder fra det internationale marked, som SEGES kan forklare betydningen af for den enkelte landmand.