

# Uppdatera det personliga mötet

– nya kanaler för miljörådgivning

**Arlanda stad 9-10 november 2010**

# 1 Kommunikation live, på pränt, tangent och webb – Hur har vi gjort, hur gör vi nu och hur kan vi bli ännu bättre? Astrid Boisen

## Hur valde du att svara?



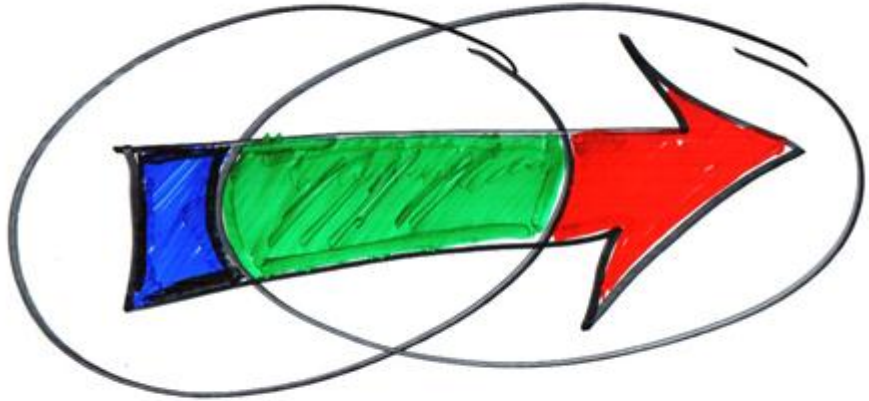
## Anteckna det första spontana svaret? Vilket var nästa svar?

### 1.1 Hur valde du att svara?

1. Första svar: Den har ramlat ned från trädet.
2. Första svar: Den har trillat ner från trädet
3. Första svar: den har ramlat ner från trädet
4. Första svar: den har ramlat ner från trädet
5. Första svar: Trädet har tappat det
6. Första svar: Den har ramlat ner från trädet.
7. Första svar: Den har trillat ner
8. Första svar: det ska bli en ny ek
9. Första svar: den har ramlat ned
10. Första svar: DET ÄR ETT EKOLLON SOM fallit ned från trädet som ska bli ett nytt träd
11. Första svar: För att den har ramlat från eken och det ska bli en ny ek
12. Första svar: den har ramlat ner från trädet
13. Första svar: Det har ramlat ner från trädet och ska bli ett nytt träd
14. Andra svar: Ekorren har kastat ner den
15. Andra svar: Den har trillat ner
16. Andra svar: det ska bli ett nytt träd
17. Första svar: för att det har ramlat ned från trädet
18. Första svar: För att den har ramlat ner från trädet

19. Första svar: Den har ramlat ner från trädet.

## 1.2 Vad står färgen för?



1. Röd: Röd-det som missuppfattats av mottagaren
2. Blå: Det jag har sagt men mottagaren inte har uppfattat.
3. Blå: Underförstått budskap
4. Blå: Min goda vilja med det som jag ville framföra
5. Blå: Det som inte går fram i budskapet
6. Röd: Det underförstådda som inte sägs.
7. Blå: Det jag vill förmedla som inte går fram
8. Blå: Sändarens avsikt som inte nådde fram
9. Röd: Mottagarens tolkning av budskapet
10. Röd: mottagaren uppfattar något som inte sagts (anklagelse)
11. Röd: röda är det mottagaren uppfattar som sändaren inte menade
12. Röd: röd: det som lyssnaren uppfattar utan att sändaren menade det
13. Blå: Mottagarens förväntningar och tidigare erfarenheter
14. Röd: Mottagarens egen tolkning, något som avsändaren inte menade egentligen, själva missförståndet alltså...
15. Röd: det som mottagaren uppfattar utan att det var det som jag ville säga
16. Röd: Det som mottagaren uppfattar, men som jag inte förstår att han uppfattar.
17. Blå: budskap som inte gick fram
18. Blå: Det som är underförstått för sändaren
19. Blå: Budskap som inte nått fram

20. Röd: det som sändaren tror att han har förmedlat
21. Röd: Mottagarnas egen tolkning
22. Blå: Det som inte uppfattas av mottagaren
23. Blå: Det som jag tror att mottagaren tror, men inte gör
24. Röd: Det som mottagaren uppfattade
25. Blå: Blå: Det som inte gick fram
26. Röd: Det underförstådda hos mottagaren
27. Blå: Underförstådda mening
28. Röd: Röd: Det som tolkades fel
29. Röd: Missförstånd
30. Blå: Blå: Det buskap som den personen hade för avsikt

### 1.3 Vilket är det sanna budskapet?

1. grön-röd
2. grön och röd
3. grön-röd
4. finns inget
5. Grön-röd
6. blå-grön-röd
7. Det beror på vem man är, mottagare eller avsändare. (Mottagare är röd/grön och sändaren är blå/grön)
8. röd o grön
9. Det sanna budskapet för sändaren är det blågröna, för mottagaren det rödgröna
10. Allt är väl sant på sitt sätt
11. blå-grön
12. Det beror på vem som tolkar
13. röd grön
14. grön
15. Det beror på om man är sändare eller mottagare
16. röd grön för reklam rådgivning mm, grön blå om det handlar om privata relationer...

Varje grupp ska med hjälp av  
6 lika långa pennor konstruera  
4 exakt liksidiga trianglar.



Enas och skriv ner lösningen!

1. pyramid
2. tetraeder
3. pyramid
4. En tredimensionell pyramid
5. fyra som en kvadrat och två i kors i mitten
6. pyramid
7. tetraeder
8. Vi byggde en tetraeder, alltså en 3D
9. En pyramid, alltså tre dimensioner
10. Pyramid
11. Fyra som en kvadrat och två i kors i mitten
12. vi gjorde sju
13. lättare att få se

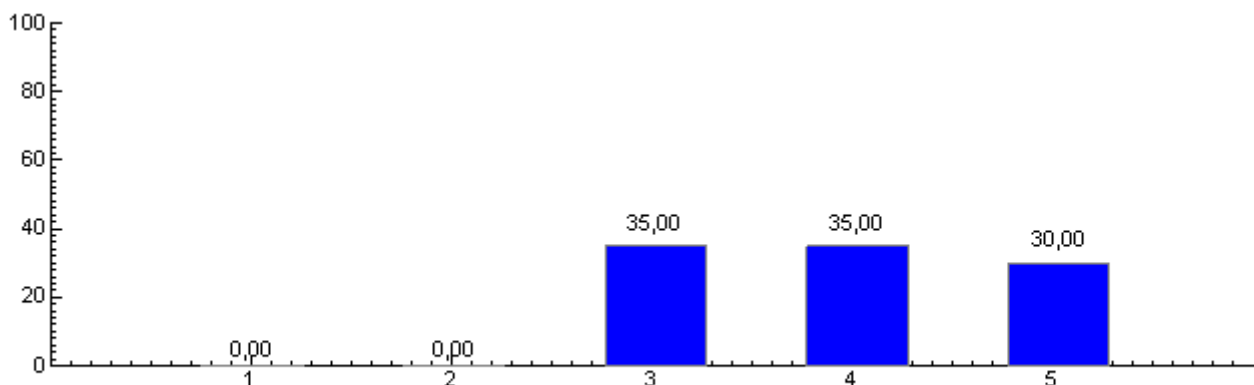
## 1.5 Inventering av FB-användande

25/79 = 32% av de närvarande företagen har en FB-sida

41 st av de närvarande personerna har en egen FB-sida motsvarande ca 45% (baserat på 90 personer närvarande)

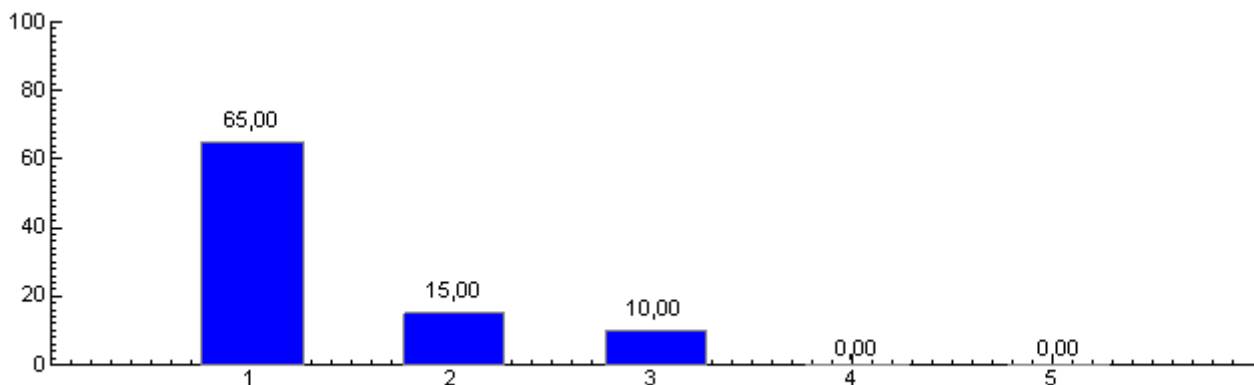
### Hur många företag finns i er grupp?

Medelvärde: 3,95 , Poäng: 79



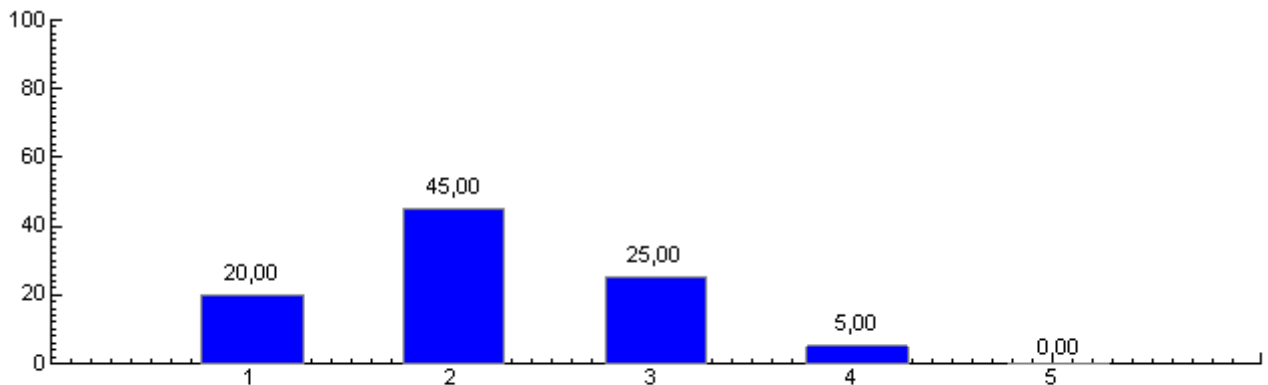
### Hur många av dem har en FB-sida?

Medelvärde: 1,39 , Poäng: 25



Hur många har en privat FB-sida?

Medelvärde: 2,16 , Poäng: 41



## 1.6 Hur skulle ni kunna dra nytta av sociala medier?

1. spontana kommentarer från kunder
2. Arrangemangspåminnelse i mobil
3. Hemsidan - hänvisa till för att slippa svara på frågor
4. Snabba lösningar på praktiska problem, att kunna ta del av andras frågor.
5. Respons från de man kommunicerar med
6. snabb kommunikation, sprida buskap snabbt
7. få ut info om träffar, evenemang, få respons på sådant, nå nya målgrupper
8. Lättare att få ett underifrån-perspektiv.
9. bollplanck
10. tvåvägskommunikation istället för envägs
11. Ökad tillgänglighet, få input. Skapa en kunskapsbank. Rekrytera personal. Skapa diskussion och debatt.
12. dator-sms "du har mail kolla ikväll" "glöm inte mötet ikväll"
13. ökad kontakt o feed-back på verksamheten
14. möblera om vårt fikarum så att alla vågar komma till tals
15. Få ut information till fler och nya målgrupper
16. "mobilen e bäst"
17. enkelt att ställa frågor, men det kräver att det underhålls (ex svara på frågor) annars kan det bli negativt
18. Skapa användbara nätverk
19. Annorlunda målgrupp
20. ha ett forum med frågor och svar på sådant som rör många lantbrukare så inte alla måste ringa och fråga samma sak
21. Påminnelser via sms

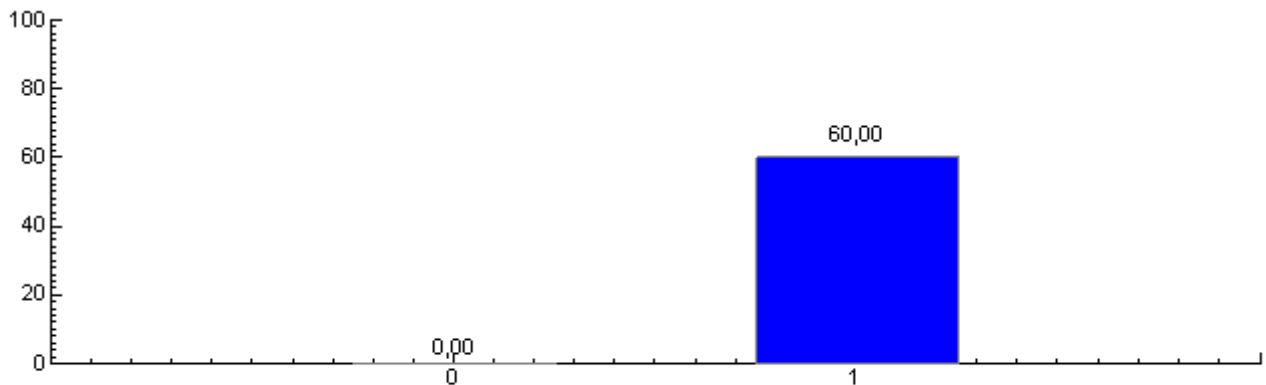
22. lysande kanal för att effektivt nå ut till vissa grupper
23. Genom strategiska fikamöten med våra kunder kan vi få signaler om relevanta kurser och rådgivningar specifikt för den platsen
24. marknadsföra evenemang
25. Nå nya målgrupper
26. bra sätt att slussa in sociala medier, men man kommer inte nå hela målgruppen i nuläget
27. Genom en uppdaterad och lättillgänglig hemsida
28. om möjligt kunna skicka inbjudningar till kurser med flera aktiviteter via facebook
29. Bra föredrag på youtube

## 2 Rådgivningsbesökets utmaningar, Hanna Ljungren Bergeå

### 2.1 Vilka av följande alternativ tror ni jordbrukarna prioriterar höst? Välj två.

#### Uttrycker förståelse för hela min situation

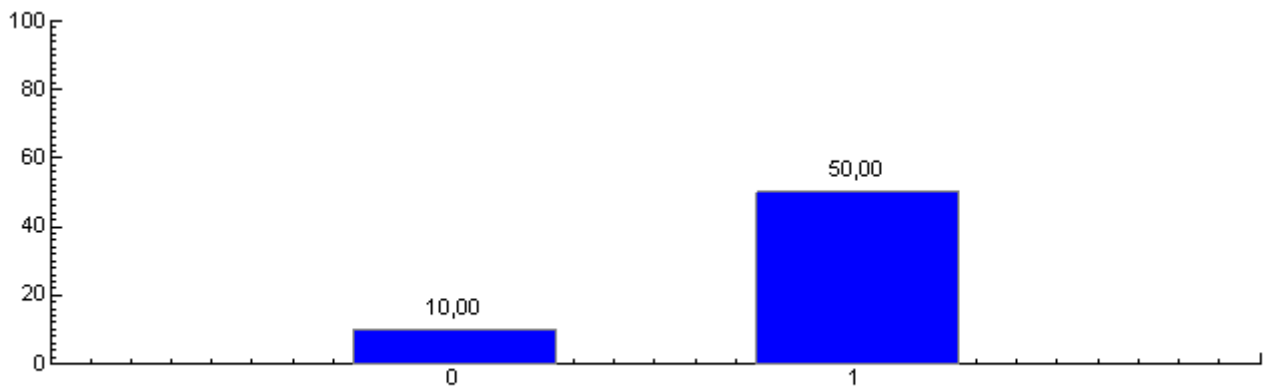
Medelvärde: 1,00 , Poäng: 12



#### Går lätt att samtala med

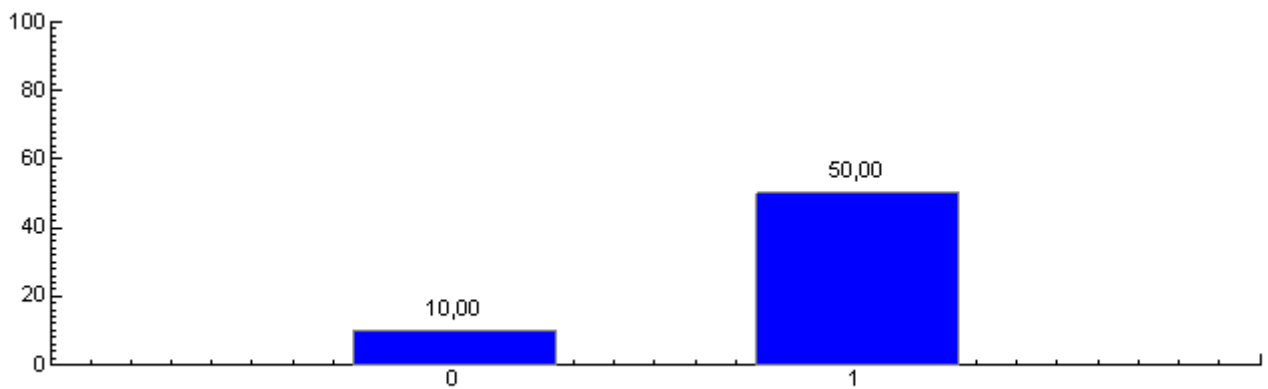
Medelvärde: 0,83 , Poäng: 10





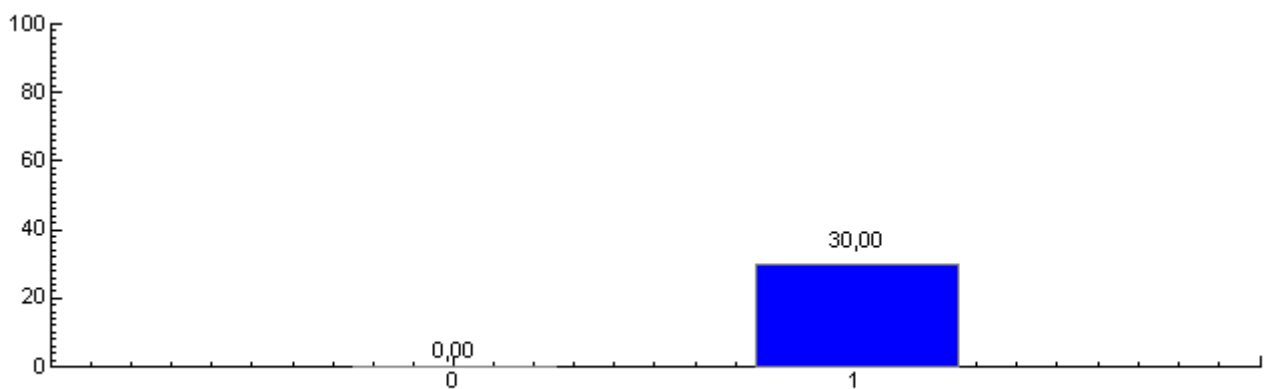
**Kan svara på mina frågor (antingen direkt eller återkomma till mig senare)**

Medelvärde: 0,83 , Poäng: 10



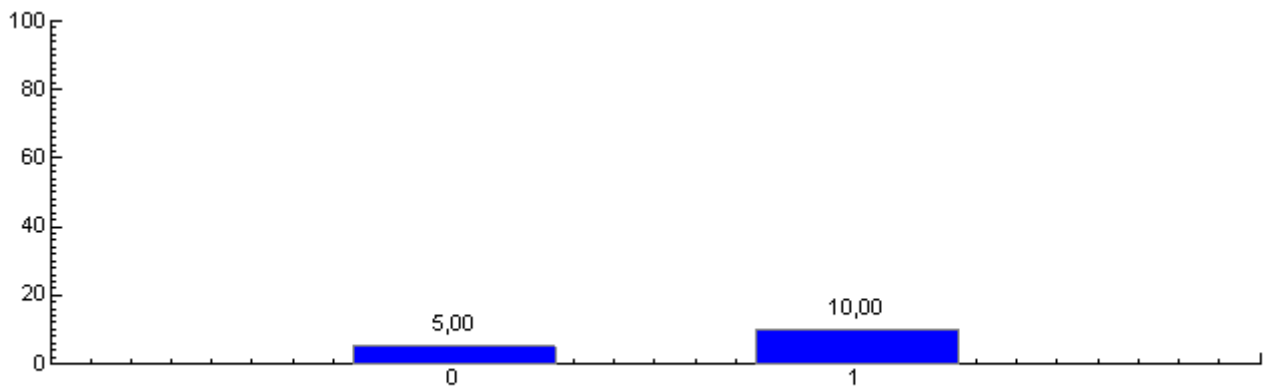
**För resonemang med mig**

Medelvärde: 1,00 , Poäng: 6



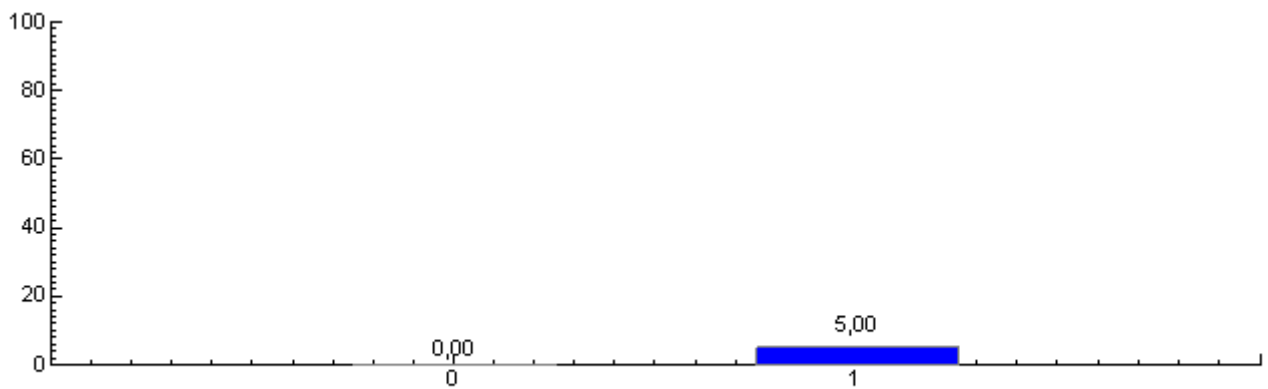
**Har kunskaper utöver sin ämneskompetens, stor bredd**

Medelvärde: 0,67 , Poäng: 2



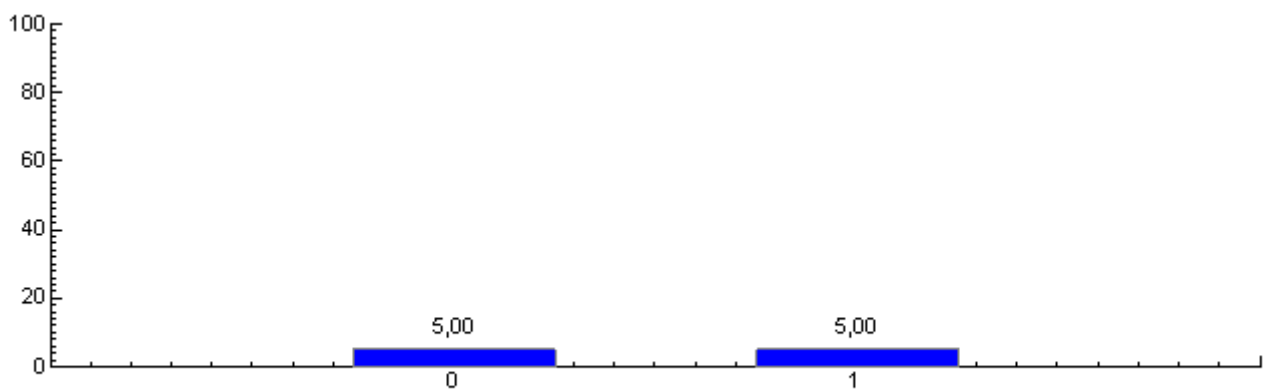
### Är trevlig och sympatisk

Medelvärde: 1,00 , Poäng: 1



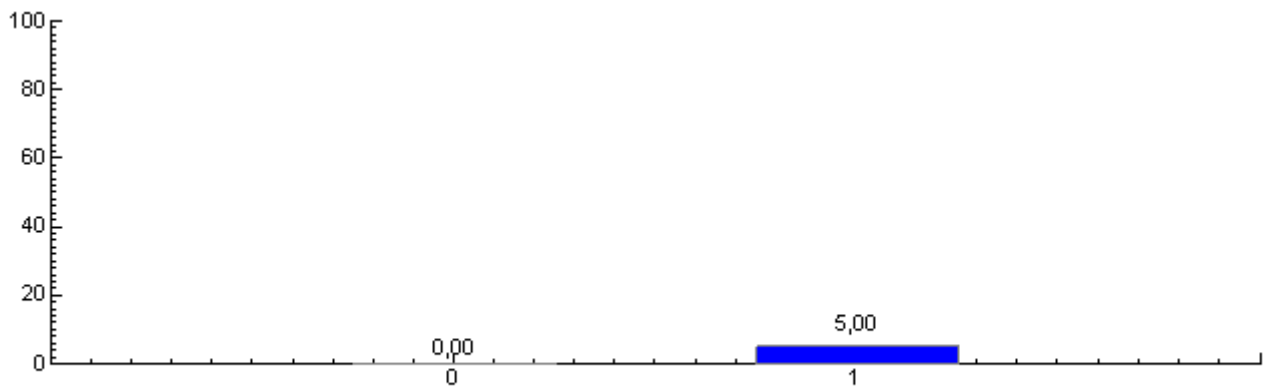
### Är lätt att få tag i

Medelvärde: 0,50 , Poäng: 1



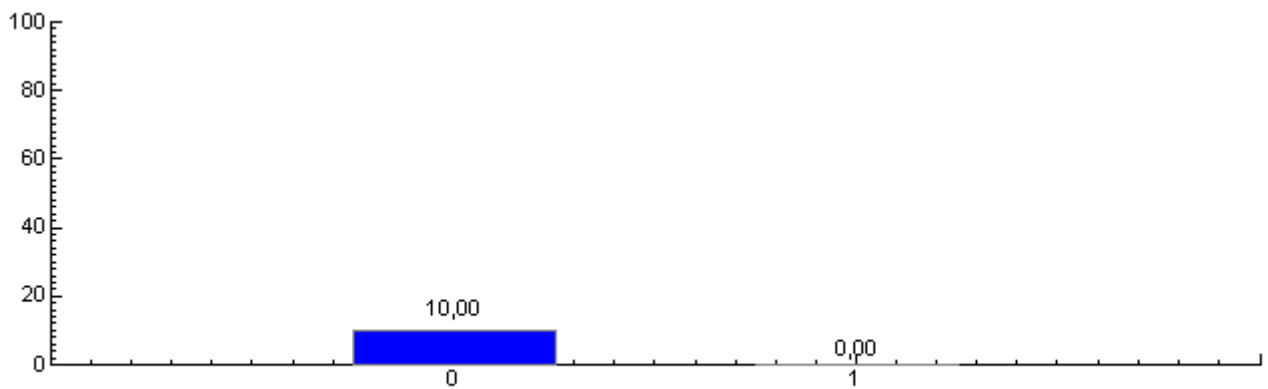
### Är säker på sin sak

Medelvärde: 1,00 , Poäng: 1



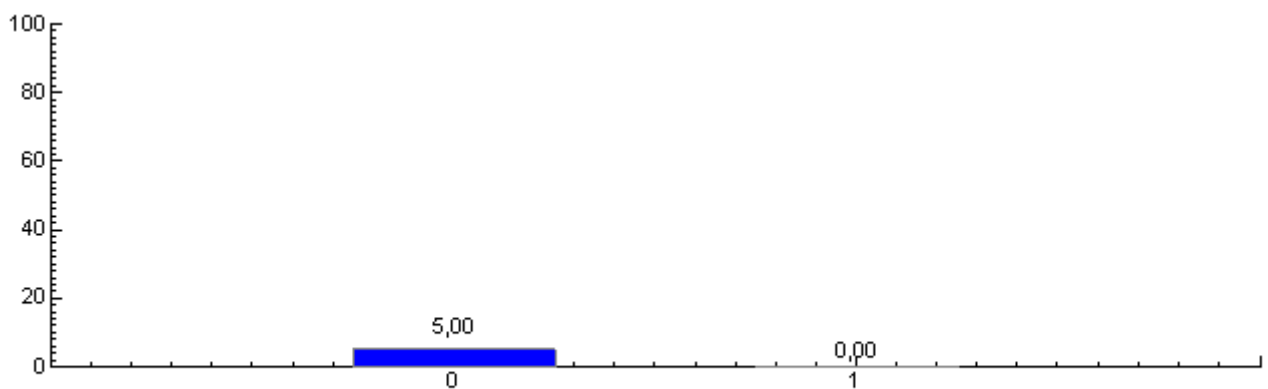
### Har djupa ämneskunskaper

Medelvärde: 0,00 , Poäng: 0



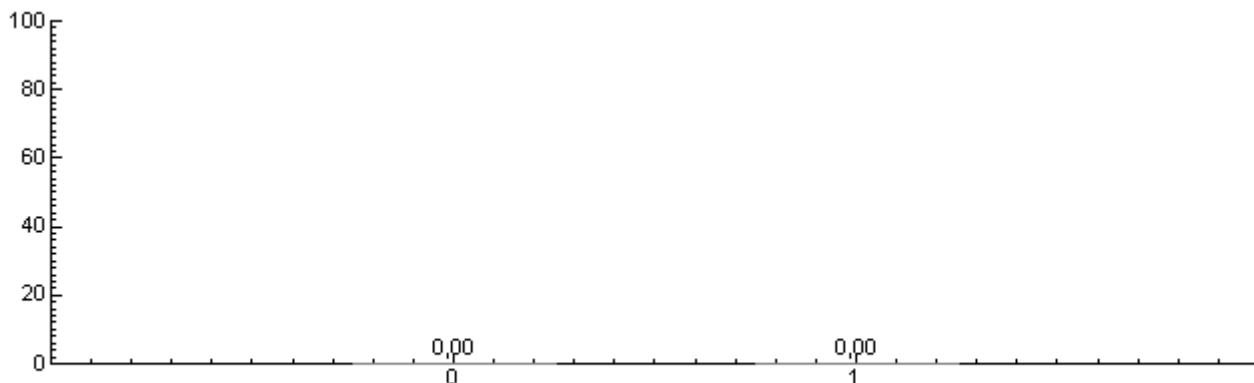
### Kommer med nya idéer

Medelvärde: 0,00 , Poäng: 0



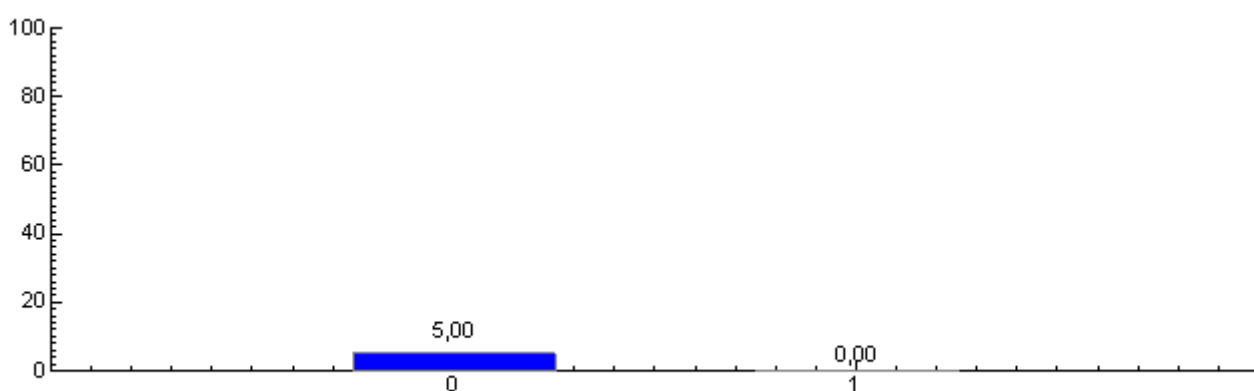
### Utgår från att kunden alltid har rätt

Medelvärde: 0,00 , Poäng: 0



### Är opartisk med avseende på ekonomiska och ideologiska intressen

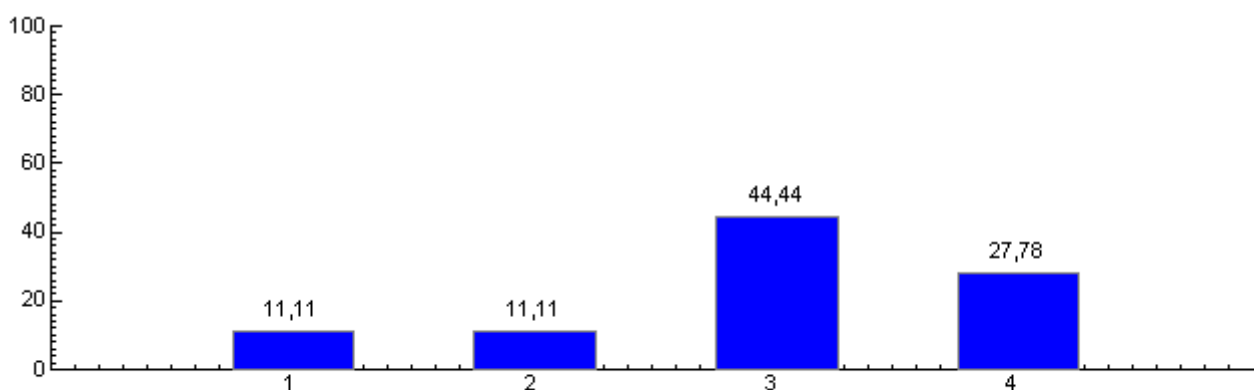
Medelvärde: 0,00 , Poäng: 0



## 2.2 Hur väl känner ni igen följande snedfördelningar?

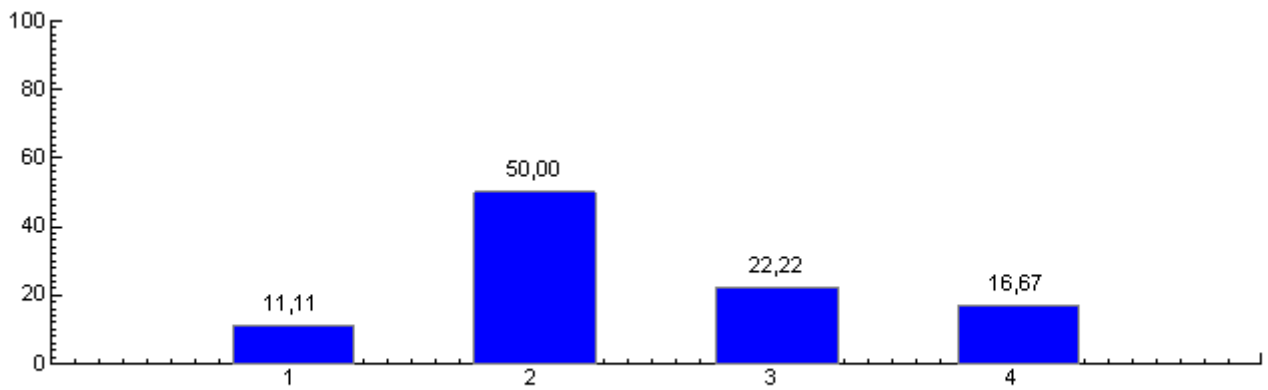
### Snedfördelning i kännedom om samtalet och den institutionella verksamheten

Medelvärde: 2,94 , Poäng: 50



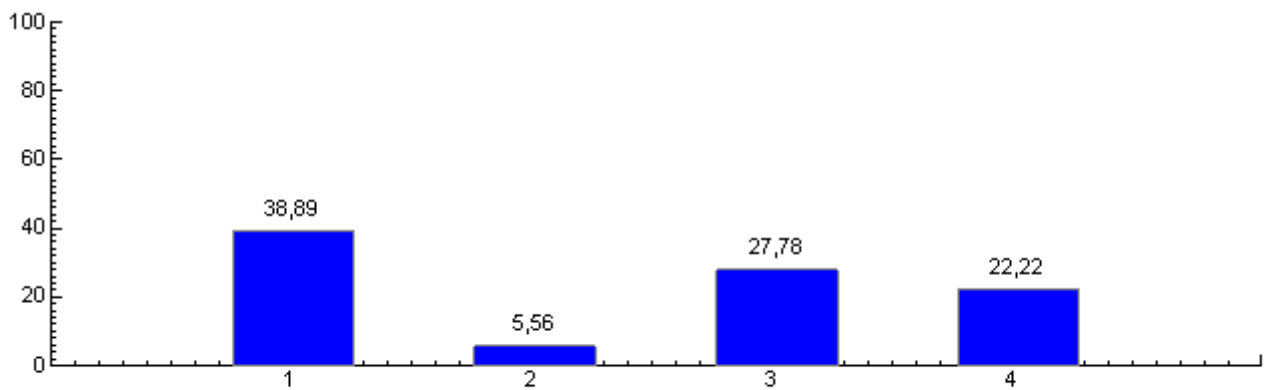
### Snedfördelning i användning av och synen på kunskap

Medelvärde: 2,44 , Poäng: 44



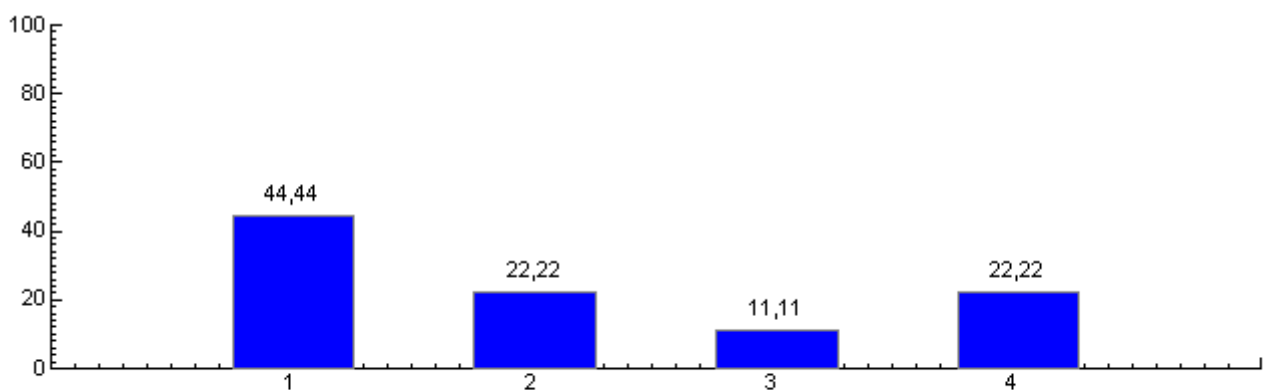
### Snedfördelning i deltagandet

Medelvärde: 2,35 , Poäng: 40



### Snedfördelning i anspråk och tillgång till kunskap

Medelvärde: 2,11 , Poäng: 38



## 2.3 Vad gör ni i denna situation?

1. ta kontakt med konsulten
2. dra tillbaka arealen

3. upplyser om lantbrukarens ansvar
4. det är ditt ansvar!!!
5. det får du ta med konsulten
6. Vad går att åtgärda? Det kanske inte är så svårt!
7. skyller du ifrån dig?
8. uppmanar lantbrukaren att ta kontakt med konsulten
9. byt konsult!
10. uttrycka förståelse till en början, sedan diskutera möjliga åtgärder för att rätta till, antingen öka betet eller dra tillbaka ansökan.
11. påpeka att konsulten måste missuppfattat och informera om vad som gäller
12. HÄNVISAR DIPLÖMATISKT TILL REGLER OCH FAKTA
13. byt till LRF Konsult
14. Starta ett resonemang om alternativen att gå vidare
15. Där är inte annat att göra än att betala tillbaka stödet och gå vidare
16. Lyssna och "förstå" lantbrukaren.
17. Lugna den sökande
18. fokusera på värdena och ej på sökandens kompetens

### **3 Naturvård som affärsidé, Helena Nordström Källström**

#### **3.1 På vilka sätt tar man råd från följande grupper?**

1. Formell rådgivning: Regler
2. Formell rådgivning: Lönsamhet, tips och idéer, referenser
3. Annan aktör: media
4. Andra lantbrukare: goda exempel
5. Formell rådgivning: Fakta, regelverk, forskning, ekonomiska konsekvenser osv
6. Familj o vänner: produktionsinriktning
7. Andra lantbrukare: Praktiska saker
8. Formell rådgivning: beställa en tjänst, anmäla sig till kurs, telefonsamtal
9. Andra lantbrukare: Lönsamhet, tips och idéer, referenser, samarbete
10. Andra lantbrukare: Erfarenhetsutbyte, mentorskap
11. Formell rådgivning: regler för stöd
12. Andra lantbrukare: lyssnar mer på dem man har förtroende för
13. Andra lantbrukare: Goda förebilder
14. Formell rådgivning: regler
15. Formell rådgivning: Ekonomisk rådgivning
16. Familj o vänner: Livsmål och erfarenheter
17. Andra lantbrukare: praktiska råd
18. Annan aktör: Media: tidningar mm
19. Andra lantbrukare: man frågar, hör av sig informellt om problem
20. Andra lantbrukare: vad fungerar i praktiken, erfarenhetsutbyte, maskiner
21. Andra lantbrukare: ERfarenhetsutbyte, nya lösningar, praktisk tillämpning av teorier - goda exempel
22. Familj o vänner: Personligt stöd, livssituation, visioner
23. Andra lantbrukare: Praktiska tips
24. Formell rådgivning: regelverk, ekonomi, miljö
25. Familj o vänner: hur utveckla företaget, tex vid generationsskifte
26. Formell rådgivning: Regler, framtid, utvecklingsmöjligheter, tjäna pengar
27. Andra lantbrukare: Accept, odlingstips, maskiner, kor, tjurar
28. Familj o vänner: ekonomi, sociala frågor
29. Familj o vänner: alla problem blöts och stöts i familjen
30. Formell rådgivning: Husdjur, växtodling
31. Annan aktör: Försäljare
32. Annan aktör: Möten o träffar anordnade av t ex Arla o andra avnämare
33. Annan aktör: Hälsa
34. Formell rådgivning: affärsidéer
35. Familj o vänner: "Magkänsla"

36. Annan aktör: Media
37. Annan aktör: Banbrytande ideer
38. Annan aktör: försäljare, banken, veterinär, ämnesspecifikt
39. Annan aktör: råd från försäljare genom telefon, kurser mm
40. Annan aktör: Faktainhämtning
41. Andra lantbrukare: vidareförmedling genom lantbrukare av formell rådgivning

## 3.2

### Hur kan man arbeta vidare med följande:

1. Lantbrukarens kontaktnät: Utveckla användandet av sociala media och skapa alternativa plattformar för nätverkande
2. Lantbrukarens kontaktnät: börja med att ta reda på vilket kontaktnät lantbrukaren har!
3. Lantbrukarens kontaktnät: Erfa grupp, nyttja redan befintliga mötesplatser,
4. Reflektion och utbyte: jobba mer med uppföljning av rådgivning
5. Andra branscher: tidigt samarbete med turismorganisationer
6. Andra branscher: Träffas tillsammans rådgivare med olika inriktningar som lantbrukaren har ko
7. Lantbrukarens kontaktnät: Nyttja intresseorganisationer bättre som plattform för rådgivning/kompetensutveckling
8. Paketlösningar: Väva samman naturvård med ekonomisk utveckling av företagets produktionsinriktning, tex biolog plus agronom plus ekonom
9. Andra branscher: Möte på gården med rådgivare från flera olika håll
10. Reflektion och utbyte: Erfarenhetsutbyte rådgivare emellan.
11. Lantbrukarens kontaktnät: Rådgivarens kontaktnät kan användas för att utveckla lantbrukarens kontaktnät
12. Lantbrukarens kontaktnät: Delta i informella träffar tex årsmöten, kris möte och fika träffar.
13. Reflektion och utbyte: Rådgivarutbyte viktigt, utbyte mellan rådgivare med olika kompetensområden
14. Lantbrukarens kontaktnät: skapa nätverk med andra lantbrukare/entreprenörer som satsar på naturturism
15. Reflektion och utbyte: Två rådgivare på samma besök, antingen inom samma kompetensområde eller olika
16. Reflektion och utbyte: Utnyttja all kompetens och nätverk som finns inom HELA länsstyrelsen
17. Paketlösningar: rådgivning i paket ex betesrådgivning+ husdjurskunskap, som inte kan lösas av den enskilde rådgivaren, samarbete krävs
18. Reflektion och utbyte: Jordbruksverkets kurser är bra forum för att träffas och utbyta ideer för rådgivare
19. Paketlösningar: tvärvillkorsrådgivning ihop med annan rådgivning
20. Paketlösningar: klimat+energi+foderproduktion+husdjur
21. Paketlösningar: Anpassas ambitionsnivån hos lantbrukaren - olika paket för heltids- och hobbydlare
22. Andra branscher: Skapa mötesplatser med olika aktörer i landskapet, brukare, plogbilsförare, golfbaneskötaren och klassiska rådgivaren



23. Paketlösningar: Skapa mötesplatser med olika aktörer i landskapet, brukare, plogbilsförare, golfbaneskötaren och klassiska rådgivaren
24. Lantbrukarens kontaktnät: Skapa mötesplatser med olika aktörer i landskapet, brukare, plogbilsförare, golfbaneskötaren och klassiska rådgivaren
25. Lantbrukarens kontaktnät: FACEBOOK!
26. Dra nytta av systemet: skyll på jordbruksverket

## 4 Sammanfattning

### 4.1 Utifrån det ni har hört, vad ser ni som de största möjligheterna att utveckla miljörådgivningen?

1. facebook, ytube
2. Ökad användning av sociala media - särskilt i avgränsade intressegrupper
3. Samverkan mellan olika rådgivningssektorer
4. fler fikapauser
5. mobiltelefoner!
6. internet, facebook, you tube etc.
7. relatera miljöåtgärder till ekonomi, prata om kostnadseffektivitet och möjligheter till ökad lönsamhet
8. tänka extremt fritt
9. biologisk mångfald i slättjordbruket
10. samverka mera
11. koppla ihop flera olika kompetenser och ge jordbrukare en helhetsbild
12. Målgruppsanpassning är givetvis av största vikt. Att lyssna in målgruppens behov och på vilket sätt informationen efterfrågas.
13. Paketlösningar inom flera ämnesområden i en och samma rådgivning. Exempelvis en kombination av miljö och ekonomi
14. utbyte mellan olika rådgivare
15. tid för reflektion och samverkan
16. mångfald av sätt att kommunicera
17. utbyte mellan olika lantbrukare
18. Tänk fritt och leta nya målgrupper inte alltid "bara" lantbrukare.
19. tävlingsmoment för att stimulera engagemang
20. komma ihåg att vara tydlig med syftet med rådgivningen
21. olika rådgivningsgrupper /org ska samverka mer och ha en gemensamma målbilder
22. rådgiva mer till icke-lantbrukare
23. Att möta lantbrukaren där han/hon är, både fysiskt och mentalt
24. feed back via facebook
25. mer deltagardrivna verksamhet
26. Basen är traditionella rådgivningsmetoder - personliga samtal, tryckt material etc. Facebook mm är komplement.
27. Dialog kring hur vi kommunicerar, inte bara vad
28. MER DIALOG MINDRE ENVÄGSKOMMUNIKATION
29. google earth för precisionsstyrning mm
30. fortsätta arbeta ute på gården med gårdsanpassad rådgivning, breddad rådgivning för att inkludera fler aspekter
31. visa tydligare koppling mellan gårdens ekonomi och miljönytta

32. Ta vara på affärsmöjligheter - kombinationer, Naturvård "miljöpengar"
33. skapa mötesplatser
34. Gröna kronor - koppla miljö till pengar
35. Ha koll på vart lantbrukarna befinner sig, i vilket media?
36. Fler SJV-anordnade seminarier/utbildningar för flera typer av rådgivare samtidigt
37. bättre miljöstöd och föreskrifter att informera om....
38. skapa olika plattformar för olika typer av kommunikation och samverkan
39. Mer lönsamhetsfokus i miljörådgivningen!
40. visning av ny teknik på youtube
41. jobba utifrån ett jordbrukareperspektiv med all rådgivning
42. börja ta betalt även för miljörådgivning för att öka statusen på den
43. på ngt sätt få konsumenterna medvetna om mervärdet i miljövänliga produkter och därigenom göra det lönsamt för lantbrukaren att genomföra miljöåtgärder
44. Flera rådgivargrupper måste involveras i arbetet med biologisk mångfald påslätten - både HIR-rådgivare, EU-rådgivare och ekonomirådgivare
45. klimatfrågan kommer att påverka den kommande miljörådgivningen
46. fler aktörer inom rådgivningen
47. Användning av olika media beroende på information, kommunikation eller relation
48. Säkra kompetensen och antalet rådgivare
49. mer diskussionsgrupper på facebook för rådgivare
50. vänd problem till möjligheter sänder ut positiva signaler
51. bryta revirtänkare; samarbete mellan olika rådgivare (växtodlibgm biologisk mångfald etc.)
52. jobba mer med underifrånperspektiv

## 4.2 Vad har du för konkreta idéer och tankar kring hur du kan använda sociala medier i ditt arbete?

1. SMS-påminnelser till möten
2. Facebooksida inför SAM-ansökan
3. erfagrunder på Facebook
4. inventera sin kundstock om hur tillgången på t.ex. facebook
5. diskussioner frågor/svaR inför samansökan
6. Erfarenhetsutbyte i grupp
7. KORTA FILMSNUTTAR PÅ UTUBE
8. Slutna grupp rådgivare/sjv/övriga org facebook - syfte ---diskussionsforum inför nya landsbygdprogrammet
9. Facebook för tillfälliga gruppdiskussioner
10. Börja internt med samverkan i t.ex diskussionsgrupper. Testa teknik och arbetssätt för att sedan erbjuda externa möjligheter.
11. Lägga ut frågoreställningar kring lantbruk och miljö till lantbrukargrupper
12. komma ut snabbt med plötslig info

13. Vi tror att artiklar eller fysiska träffar är ett ööverträffat forum för information och förändring för närvarande.
14. facebook-frågelåda - dock resurskrävande
15. I intresseorganisationer finns mindre arbetsgrupper som skulle kunna dra nytta av tex facebookgrupper mellan sina möten för att hålla diskussioner och kontakter levande - som ett komplement till fysiska och telefonmöten
16. Kort rådgivning med bild typ "är dethär sprängört?"
17. Facebook grupper för behörighetsutbildningar, funktionstestare o dyl ?
18. skapa fbgrupper där man kan lägga ut information om ex nya regler kring preparat etc, ovh där man kan ta emot synpunkter
19. bekräfta möten via SMS eller Facebook för att få igång användandet av de sociala medierna
20. få in önskemål om efterfrågad rådgivning
21. göra reklam om kurser
22. glöm inte att telefonen finns, i bland kan den kontakten vara bättre
23. facebookgrupper kribn
24. Mindre grupper som har ett gemensamt intresse, tex fröodlare eller kycklingproducenter, kan passa bra att lägga upp som grupper på facebook. Än så länge är det många lantbrukare som inte prioriterar att sitta vid datorn.
25. testa idéer
26. ett sätt att billigt marknadsföra sig är ett inlägg på you tube
27. netviewer
28. Efterdiskussioner/ kontakt i en grupp efter en kurs
29. ERFa-grupper "Alla vi som anlägger fosfordammar" "alla vi som odlar vete i Värmland" etc.
30. STANK-blogg
31. hitta bra försöksplatser
32. pegagogiska exempel t ex slåttermetod, övergödning ska läggas ut på youtube
33. facebookgrupper kring spcifika frågeställbibgar, tex studiecirkel
34. videomöte
35. snabb feed-back till rådgivare, alternativ till traditionella enkäter
36. Lägga ut frågor av typen: vad har ni för lösningar kring denna frågeställning.
37. !8 facebook sidan kan innehålla länkar till instruktionsfilmer exempelvis hur gör man daglig tillsyn till sprutan
38. sms som snabbt komplement till andra kanaler
39. små korta filmer med länkar till youtube från hemsidor med konkreta råd
40. mer virtuella utbildningstillfällen så fler kan få möjligheten att delta
41. skapa kontaktytor mellan allmänhet och lantbrukare
42. facebookgrupper för rådgivare

### 4.3

### Vilka är de mest användbara tipsen som du fått med dig från konferensen?

1. Tänk rätt!
2. att lantbrukare värdesätter gårdsbesök mkt högt!
3. var inte rädd för nya arbetssätt
4. Biogas
5. Våga prova nytt - och våga göra misstag
6. vikten av det goda samtalet
7. rak och tydlig kommunikation
8. Små åtgärder kan göra stor skillnad för den biologiska mångfalden, tex älärkrutor, skalbaggs-ås etc.
9. naturvård som affärsidé
10. heterogen målgrupp. relation - utmaning - resultat
11. anstränga sig att VERKLIGEN försöka tänka friare och öppnare kring olika sätt att kommunicera
12. att kommunikationen är så viktig för budskapet
13. facebook
14. ALLA RÅDGIVARE ÄR DUMMA I HUVUDET (dvs. se upp för TROLL på nätet)
15. Man måste lyssna in och möta den individ som man har framför sig. Det går inte att generalisera
16. personliga besöket är det jordbrukare vill ha
17. tänk på att pilen blir så grön som möjligt
18. att gårdsbesök och pappersinformation fortfarande håller
19. Det räcker inte med ett mejl!
20. biogassemen toppen
21. Möjligheter med sociala medier
22. växtskyddet bra information
23. tydlig med att sätta syfte och ramar vid rådgivarbesök
24. Det personliga mötet, hur man rör sig, kroppsspråk etc.
25. Att få lantbrukare att samarbeta
26. ha en plan med varför man börjar med nytt
27. Samverka med andra typer av rådgivare
28. att jobba hårdare så att konsumenterna vet vilka påslag som handeln gör för eko så att dety blir billigare och så att fler vill köpa och så att utbud och efterfrågan verkligen kan gälla på samma villkor
29. utvecklad mobil
30. rådgivning i balans
31. Kundens behov och min somn rådgivares roll
32. att tänka på hur man själv agerar med öron, kroppsspråk, rösten, orden i ett samtal
33. få land lantbruk att skriva om våra frågor
34. trivs

#### 4.4

### Önskemål om fortbildning och utvecklingsprojekt?

1. Fortbildning: Fler träffar för många typer av rådgivare - för att öka helhetssyn och samverkan
2. Fortbildning: Rådgivningsmetodikutbildning tack!
3. Fortbildning: Fortbildning i användning av sociala media
4. Fortbildning: kompetensområdesträff för målområden. ERFA för rådgivare
5. Fortbildning: Hur möter jag hela lantbrukarfamiljen?
6. Fortbildning: Deltagardrivna aktiviteter
7. Fortbildning: Mer kurser om hur man håller kurser - utbildning i pedagogik behövs
8. Fortbildning: mer interaktiva utbildningar ett bra sätt att snabbt kommunicera med deltagarna
9. Fortbildning: vatten vatten vatten - alla aspekter: biologisk mångfald, övergödning, uttag av vatten, avvatning. ALLT!!!
10. Fortbildning: Mera om biogas och fosfor
11. Fortbildning: Mer konkret klimatrådgivning
12. Fortbildning: Större möjlighet att delta i flera av miniseminierna
13. Fortbildning: höra mer om Ulf Sundblads arbetssätt om helhetssynen på gården
14. Fortbildning: växtskydd
15. Fortbildning: klimat
16. Fortbildning: Specifikt om vissa delar, ex kommunikation och biogas
17. Fortbildning: Fortbildning om kommunikation som rådgivare med lantbrukaren
18. Fortbildning: Kurs i hur man sätter ekonomiskt värde på miljöåtgärder/ekosystemtjänster
19. Fortbildning: Mera samordnande kurser där rådgivare från olika grenar kan mötas, tex HS, LRF-konsult, SJV.
20. Fortbildning: teknik
21. Fortbildning: erfarenhetsutbyte mellan rådgivare från olika delar av landet
22. Utvecklingsprojekt: Hur får vi lantbrukare att använda precisionsodling
23. Utvecklingsprojekt: Gårdsråd där olika kompetenser samlas runt en lantbrukare
24. Utvecklingsprojekt: mer slättsbygdsprojekt för att öka den biologiska mångfalden
25. Utvecklingsprojekt: Rådgivarekurs/utbildningspaket för Ist mfl.
26. Utvecklingsprojekt: Hur utnyttjar man deltagardriven forskning på ett mycket mer effektivt sätt?
27. Utvecklingsprojekt: biologisk bekämpning mer mer
28. Fortbildning: Kurs i deltagardriven rådgivning
29. Utvecklingsprojekt: ett skydds-zoner-utvecklingsproj, biol. mångfald och näringsfälla