



## Livskraftigt hästföretagande

---

Förstudie om hur SLU kan möta hästnäringen med kompetens-  
och processtöd till regionala nav

**Sylvia Persson och Vanja Linde Sandgren**

**22 December 2009**



Finansiering av projektet har skett via Jordbruksverkets satsning på Livskraftigt hästföretagande

# Sammanfattning

I detta projekt har SLU i Skara/Hästcentrum gjort en förstudie om hur SLU, med utgångspunkt i forskning, på bästa sätt kan vara en nationell kompetenspartner med kompetens- och processtöd. Målgruppen är hästnäringen och dess ansatser till samling i lokala och regionala kluster/nav.

Denna förundersökning stödjer sig på den befintliga kunskapen om vad SLU har att erbjuda. Framför allt genom Hippocampus som sedan 2002 tillsammans med SVA bland annat samlar avhandlingar, examensarbeten, populärvetenskapliga artiklar, faktablad samt SLU:s utbildningar med hästanknytning på en hemsida.

Förundersökningen har kommit fram till att det saknas en nationell gemensam ingång till en samlad kunskapsbank gällande allmän hästkunskap och forskning. Respondenterna i undersökningen ser SLU som naturlig part vända sig till och vill ha lättillgänglig, verklighetsanpassad och uppdaterad information. SLU forskar och utbildar inom åtskilliga ämnen med anknytning till häst. Dock är SLU inte alltid är rätt instans för alla frågeställningar. Detta innebär att ytterligare samverkan bör ske med andra aktörer i branschen, utbildningsvärlden och samhället.

Undersökningen visar att många helst själva vill söka information via webben. Dock är valet av kanal behovsstyrt och relaterar till användarens förutsättningar.

I en dialog mellan Hippocampus och Hästcentrum/SLU, HNS, Agria, SVA, SHF och LRF visar det sig att det finns ett gemensamt intresse av att skapa en kommunikationsplattform på Internet. Den ska vara den naturliga startpunkten, "one point entry", gällande aktuell information om FoU och en kontaktyta med andra aktörer inom hästsektorn.

Informationen ska vara oberoende och saklig och vila på en vetenskapligt grund och beprövad erfarenhet. Plattformen ska utgöra en kanal för såväl kompetenscentra och nav som tidigare funnits och som byggs upp i landet, liksom för allmänheten, lärare, politiker och myndigheter.

Ett upphandlat förslag på layout och teknik finns idag att utgå ifrån. Ett förslag till projektplan är upprättad, Hästsverige.se och Hastsverige.se har registrerats på SLU.

Forskningen har som del av sitt uppdrag att sprida ny kunskap vidare via studenter som examineras och via den s.k. samverkansuppgiften. Men informations- och kommunikationsarbete är inte enkelt. Informationsbehoven är ofta outtömliga och det är svårt att nå fram med rätt information vid rätt tillfälle och på rätt sätt. Det är därför viktigt att förhålla sig till informationsarbetets möjligheter och begränsningar, för att på detta sätt också förstå behovet av ett mer processororienterat arbetssätt och processtöd. Det finns ett behov av att ha med processledningskompetens i ett fortsatt utvecklingsarbete.

Viktiga samverkanspartners i ett fortsatt arbete är Hippocampus/SLU, HNS, SVA, SHF, Agria (finansierad i SHF), LRF, Jordbruksverket och Riksanläggningarna.

## Läsanvisning

Då det har varit en samverkan mellan fler personer i denna förundersökning har utförarna ansvarat för olika delar. Sylvia Persson har utfört arbetet med att undersöka vilken typ av fakta, rön och utbildningsinsatser som SLU har att erbjuda. Sylvia har också fört dialogen med kontaktpersonerna för befintliga navet samt undersökt hur kunderna vill ha fakta, rön och utbildningsinsatser presenterade.

I dialogen med Hippocampus och Hästcentrum/SLU, HNS, Agria, SVA, SHF och LRF har Vanja Linde Sandgren funnits med. Vanja har också arbetat med att ge förslag på lösningar och verktyg för att på sikt skapa anpassade kommunikationsflöden mellan forskning, utbildning och processtöd. Ämnesexpert på processtöd är Magnus Ljung.

# Innehåll

Bakgrund.....	5
Syfte .....	5
Arbetsgång .....	5
1 Fakta, rön och utbildningsinsatser .....	6
2 Kundernas önskemål om kontaktytor .....	6
Intervjuer: nav/nätverk/kluster i Sverige idag.....	6
Resultat av webbenkät .....	6
Vem har svarat? .....	6
Vilka fakta efterfrågas?.....	7
Hur önskas fakta presenterat? .....	8
Funktioner på webben.....	8
Kunskapsnivåer.....	9
Personlig kontakt .....	9
Betalningsvilja .....	9
Slutsats av enkätsvar .....	9
3 Lösningar och verktyg .....	10
Förslag på lösningar och verktyg till anpassade kommunikationsflöden mellan forskning, utbildning och praktik .....	10
Kommunikationsplattform .....	10
Innehåll i förslaget ”one point entry” .....	11
Utformning, ägande och finansiering .....	12
Processtöd i anpassade kommunikationsflöden.....	12
Forskningsinformation.....	12
Målgruppsanpassning .....	12
Kommunikationsmodeller.....	13
Processtöd för att koordinera kommunikationsinsatser .....	13
Varför samverkan och processtöd är viktigt .....	14
4 Fortsatt arbete.....	15
Gemensam plattform.....	15
Processledning .....	15
5 Bilagor.....	16
Adresser till exempel på hemsidor Bilaga 1 .....	16

## Bakgrund

SLU i Skara har valt att arbeta med hästfrågorna i Västra Götaland utifrån centrumbildningen Hästcentrum som består av tio organisationer. Information, utbildning och utveckling ligger som grund. Hästforskning finns inom Hippocampus med nära koppling till SLU i Skara. Båda initiativen har hösten 2009 uppmärksammats som goda exempel på samverkan och forskningsinformation genom SLU:s egenvärdering KoN, kvalitet och nytta. SLU har också kompetens inom andra områden som hästnäringen behöver ta del av för att komma till konkurrenskraftigt företagande.

I detta projekt har SLU i Skara/Hästcentrum gjort en förstudie om hur SLU, med utgångspunkt i forskning, på bästa sätt kan vara en nationell kompetenspartner med kompetens- och processtöd. Det finns ansatser att samla hästnäringen i lokala och regionala forum, kluster, nav och frågan är hur SLU kan möta dessa och övriga som söker kompetens inom området häst och hästföretagande. I denna studie läggs inga aspekter på hur dessa ansatser organiseras, endast hur de kan mötas.

## Syfte

Projektet har tre syften

1. Att undersöka vilken typ av fakta, rön och utbildningsinsatser som SLU har att erbjuda naven/klustren för att de ska kunna arbeta effektivt med kompetenshöjning inom hästnäringen.
2. Att undersöka hur kunderna vill ha fakta, rön och utbildningsinsatser presenterade och hur kontaktytorna mot SLU bör utformas.
3. Ge förslag på lösningar och verktyg för att på sikt skapa anpassade kommunikationsflöden mellan forskning, utbildning och processtöd.

## Arbetsgång

Genom telefondialog och en riktad enkät till nyckelpersoner i såväl tidigare som nya kluster/nav samt genomgång av tidigare arbeten inom Livskraftigt hästföretagande har synpunkter fångats upp om hur en kompetenspartner förväntas arbeta.

För att fånga de olika målgruppernas behov och önskemål har en webbenkät konstruerats. Den har varit öppen för personer som är intresserade av hästar och hästföretagande samt de som i sitt värv har kontakter med näringen. De befintliga naven/kluster som Hästcentrum varit i kontakt med har hjälpt till med spridning av enkäten och kontakter med företagare och hästfolk.

SLU:s perspektiv på hur ett kommunikationsflöde bäst skulle kunna vara uppbyggt har tagits tillvara såtillvida att SLU finns med som en av tio partners i Hästcentrum. Det innebär att kontakten med Hippocampus är naturlig. Under detta arbete har Hästcentrum genom SLU varit delaktig i en dialog förd av Hippocampus/SLU, HNS, Agria, SVA, SHF och LRF.

Gällande processtöd finns det kompetens inom SLU. Magnus Ljung är forskare i miljökommunikation och statskonsulent i rådgivning vid SLU i Skara. Han arbetar både med

att teoretiskt studera samverkansprocesser och praktiskt stödja organisationer med processtöd eller som processledare. Hans fokus är på betydelsen av kommunikation för lärande och förändring. Magnus Ljung är anlitad som ämneskunnig i denna förundersökning.

## **1 Fakta, rön och utbildningsinsatser**

Hippocampus är ett samarbetsprojekt mellan SLU och SVA för att främja forskning och sprida ökad kunskap om hästen. Hippocampus har sedan 2002 samlat avhandlingar, examensarbeten, populärvetenskapliga artiklar, faktablad samt SLU:s utbildningar med hästanknytning på hemsidan <http://hippocampus.slu.se>.

SLU:s styrke- och profilområden berör, förutom djurs och människors hälsa, livsviktiga frågor som genresurser och bioteknik, klimat, ekosystemförändringar, hållbara produktionssystem, naturresursförvaltning, livsmedel, samhällsplanering och hållbar utveckling av stad och land. Högkvalitativ forskning, utbildning och fortlöpande miljöanalys sker inom dessa områden. Denna förundersökning stödjer sig på den befintliga kunskapen om vad SLU har att erbjuda.

## **2 Kundernas önskemål om kontaktytor**

### ***Intervjuer: nav/nätverk/kluster i Sverige idag***

Idag finns det, förutom traditionella organisationsstrukturer, ett antal s.k. nav, kluster, sammanslutningar, nätverk som hanterar hästfrågor lokalt. Intervjuer med representanter för dessa befintliga aktörer visar signaler som tyder på att de kan komma att öka beroende på intresse från kommuner, organisationer, allmänhet och finansieringsmöjligheter.

Gemensamt för de idag aktiva naven/nätverken/klustren är att det finns en person som håller ihop kontakterna. Eftersom det är personen bakom navet/klustret som står för innehållet varierar också utformning och funktion hos naven/klustren. Vanliga redskap är maillistor, Facebook, träffar, kursverksamhet mm. Det har visat sig att det är av stor vikt att naven/klustren är oberoende och att huvudmannen har en stabilitet.

Kommuner har i vissa fall intresserat sig för hästnäringen och kallar sig "hästkommun", dessa vänder sig ibland till naven/klustren för att få information eller kontakter. Gemensamt för naven/nätverken/klustren är dock att de saknar en gemensam ingång, en kanal till en samlad kunskapsbank gällande allmän hästkunskap och forskning.

### ***Resultat av webbenkät***

#### **Vem har svarat?**

Det är 243 personer som svarat på enkäten varav 11 % är män. De två största åldersgrupperna är mellan 25-40 år (37 %) och 40-65 år (58 %). Yngre och äldre är tillsammans drygt 5 % och ganska jämnt fördelade. Geografiskt är svaren fördelade över hela Sverige.

Utbildningsnivån på dem som svarat är hög. Ca 67 % har universitet/högskola och 6 % har annan eftergymnasial utbildning. Ca 27 % har gymnasium som högsta utbildningsnivå. Även hästkunnande är högt. Hela 85 % skattar sitt eget hästkunnande till 4 eller 5, på en 5-gradig

skala. Men det finns också ett fåtal som markerat 1-2 på samma skala, det finns alltså representation av dem som uppfattar sig som mindre hästkunniga, även om den är liten, ca 2 %. Fördelningen är naturlig med tanke på urvalsmetoden.

Andelen svarande som är aktiva företagare eller anställda med hästar i verksamheten är lika stor som andelen hästintresserade utan företagande, 32 % respektive 33 %. Dessa båda grupper har hand om hästar på ett eller annat sätt. Ca 17 % är hästföretagare och kunderna är personer med hästanknytning som söker varor eller tjänster. Ungefär 10 % av dem som svarat arbetar egentligen med annat än hästar, men berörs ibland i sitt arbete av hästrelaterade frågor, eller har personer med hästbakgrund som kunder. Andelen forskare och utbildare/lärare inom hästområdet är ca 8 %.

Många, 60 %, har haft mycket lång kontakt med hästnäringen, över 20 år och 24 % har haft kontakt med näringen i 10-20 år. Därefter följer en grupp på 15 % som funnits i näringen 3-9 år, endast 1 % har mindre än 2 års kontakt med näringen.

De svarande har en god spridning i inriktning på sitt hästintresse med en övervikt på uppfödning där 21 % representerade 19 raser. Andra inriktningar var t.ex. tävling, träning utbildning, veterinär, foder, byggnation/inredning, inackordering, terapeuter m.fl.

Vi bedömer att de svar som inkommit väl representerar hästnäringens samlade behov och efterfrågan.

### **Vilka fakta efterfrågas?**

SLU forskar och utbildar inom åtskilliga ämnen med anknytning till häst. I enkäten framställdes förslag på grupper av ämnen. Varje grupp bestod av ett antal detaljfrågor om ämnen där avsikten var att få svar på hur respondenterna vill ha dessa ämnen presenterade.

Grupper av ämnen var:

- Hästens biologi
- Foder och fodermedel
- Hälsa och sjukdomar
- Avel
- Byggnader/inhysning
- Miljö
- Arbetsmiljö
- Företagande, entreprenörskap
- Hästen i samhället

Respondenterna ansåg att samtliga ämnesgrupper var angelägna. ”Allt ni kan på SLU vill vi veta mer om”, var en återkommande kommentar. Önskemål om betydelsefulla ämnen var hästunderstödd terapi, alternativmedicinska behandlingar, kontraindikationer och biverkningar, topp 10 av de vanligaste sjukdomarna, avmaskning och vaccination, djurskydd, smittskydd, regelverk, internationella perspektiv på avel. Annat var foderhandel - nationellt och internationellt, transporter, byggnation, ventilationsberäkningar, markskötsel, stängsel, gårdslogistik, ekonomiska kalkyler samt underlag för banor. Förslag på ett uppdaterat kalendarium om smittspridning – ex kvarka, framkom också.

Tillämpningarna av ämnesgrupper och ämnen inom dessa rör inte alltid hästområdet. Men den forskningsmetodologiska kompetensen finns och SLU har ett nationellt ansvar att förse hästsektorn med kunskap och utbildning.

Sammanfattningsvis kan det sägas att SLU inte alltid är rätt instans för alla frågeställningar. Detta innebär att samverkan bör ske med andra aktörer i branschen, utbildningsvärlden och samhället.

## Hur önskas fakta presenterat?

Undersökningen visar att de svarande helst själv vill söka information via webben (38 %), därefter vill man gå kurser, utbildningar och fortbildningar (31 %), läsa skrivet material i pappersform (15 %), eller ringa/mejla en person för att fråga (8 %). Några, 8 %, anger att de vill ha fler eller alla alternativ tillgängliga, denna siffra är troligen högre av kommentarerna att döma, till exempel ”hade velat kryssa alla förslag i enkäten”.

Formatet på det skrivna materialet kan se ut på olika sätt. Böcker har låg prioritet, med 10 %, medan faktablad är mest efterfrågade med 27 %. Däremellan ligger forskningsrapporter, nyhetsblad och broschyrer. Även här finns en stark vilja att få ta del av alla varianter. Det finns de som endast vill ha tillgång till material digitalt, men också de som bara vill ha det i pappersform.

Digitala nyhetsbrev är de absolut mest efterfrågade, men bara om de är gratis (57 %). De som kan tänka sig att betala uppgår till 18 %. Nyhetsbrev i pappersform är intressant för 15 %.

När det gäller kurser/utbildningar är det de korta på en halv dag eller kväll som är mest efterfrågade (33 %). Endagskurser eller lunch-till-lunch kurser önskas av 21 %, och 19 % föredrar distanskurser. Endast en person vill gå långa kurser på campus. Webbkurser önskas av 16 % . Kommentarererna visar att många vill ha möjlighet till alla varianter.

Slutsatsen är att valet av kanal är behovsstyrt och relaterar till användarens förutsättningar. På samma sätt som ett innehåll kan anpassas till förutsättningar och behov måste även kanalerna och formerna för dessa kunna förändras.

## Funktioner på webben

Undersökningen visar 38 % av respondenterna till enkäten helst själva vill söka information via webben. Ett tydligt mönster, oberoende av ämne, visar på vilka funktioner som är önskvärda.

Sökmotor för hästrelaterat material	Mycket stort behov
Beställning av skrivet material	Mycket stort behov
Enkla sammanfattade texter	Mycket stort behov
Sammanställning av utbildningar	Stort behov
Frågelåda	Stort behov
Interaktiva verktyg	Bra att ha
Kalendarium för hästaktiviteter	Bra att ha

Av kommentarerna kan utläsas att inte alla vet vad interaktiva verktyg är. Någon har kommenterat Hippocampus webb som den är idag med att: ”Foderstatsprogrammet är bra”. ”Sökmotorn är ganska svårhanterad”. ”Man får för många oviktiga träffar”. ”Skulle gärna ha fler artiklar och mer över- och underrubriker”.



Det bör också finnas en plats för omvärlden att framföra vilka behov av kunskap som finns. Forskarna kan sedan omsätta idéerna till ansökningar och försök.

## Kunskapsnivåer

Ur kommentarerna kunde också utläsas att informationen måste finnas inom alla ämnen på flera nivåer beroende av frågornas art och hur situationen ser ut för kunderna. Minst 3 nivåer behövs:

1. Grundläggande - allmänt, överskådligt, lättläst – populärvetenskapligt skrivet.
2. Tillämpat – mer utförligt för den som vill bli utvecklas inom ett ämne, anpassat till den egna situationen.
3. Fördjupat – det som finns att få inom ämnet utan extra stöd i presentationen av fakta.

Nivå 1 är till för alla. På nivå 2 kan fakta presenteras direkt men även mer utförligt via ett klick, informationen ska fortfarande vara lättläst. Nivå 3 kan länka till forskningsrapporter eller annat vetenskapligt material som kräver goda förkunskaper eller stort intresse. Om det på denna nivå inte finns information att lägga ut ska det tydligt framgå att här råder genuin informationsbrist, dvs. vi vet inte svaren på frågorna.

## Personlig kontakt

De personer som de svarande vill ha kontakt med är i första hand forskare (37 %). Därefter kommer informatörer (21 %), lärare (16 %), nätverkare (14 %), processledare och ledande funktioner (7 %) samt administrativ personal (3 %).

Dessa personer ska kunna nås via telefon/mejl, direkt eller via en samordnande central eller frågelåda. Alla dessa alternativ önskas lika mycket (26 %, 25 % resp. 24 %). De av respondenterna som själva vill söka material på webben uppgår till 24 %.

## Betalningsvilja

Det finns en vilja till att betala för webbtjänster hos 35 % av de svaranden medan 18 % inte var beredda på sådana utgifter. En stor andel, 48 %, svarade vet ej, vilket kan tolkas som att de vill se kostnaden först.

Flera har kommenterat att det kan vara värt att betala för en djupare information. De avser ”det tillämpade”, ”det som är praktiskt anpassat” och ”fakta som är relaterad till ekonomiska konsekvenser”. Om fakta är direkt användbart i ett företagande är det värt att betala för.

## Slutsats av enkätsvar

Genom kommentarerna har det framkommit att önskemålet är **en** källa för hästinformation och respondenterna ser SLU som naturlig part vända sig till. De vill ha en samlad bas där information och kontakter kan nås. Den information som presenteras på denna plats önskas vara lättillgänglig, verklighetsanpassad och uppdaterad.

I begreppet lättillgänglig ligger användarvänlighet och överskådlighet på webbplatsen. Det ska gå snabbt att hitta det som söks. I begreppet ligger också att texter ska vara skrivna på ett språk som är allmänt använt och i en form som är lätt att förstå.

I begreppet verklighetsanpassad ligger att informationen ska kunna användas mer eller mindre direkt av dem som är aktiva, verksamma inom näringen. Det betyder att det behövs

material på flera nivåer och att det ska vara lätt att ”följa med” genom nivåerna. Det ökar användbarheten.

Material/texter ska vara uppdaterade och det innebär att det måste finnas en långsiktig finansiering av arbetet med en webbsida. Genom att forskarna på SLU har till uppgift att presentera sina rön ges en god förutsättning att få tillgång till material, men det krävs utöver detta en redaktionell funktion.

Möjligheten att kommunicera med varandra syns inte lika tydligt som viljan att fråga och kommunicera med rådgivare och forskare. Det kan sägas vara en brist i enkäten att den frågan inte ställdes tydligare.

### **3 Lösningar och verktyg**

#### ***Förslag på lösningar och verktyg till anpassade kommunikationsflöden mellan forskning, utbildning och praktik***

Hästcentrums arbetssätt utgår från nätverkande och SLU finns med som en av tio partners, vilket innebär att kontakten med Hippocampus är naturlig. Under detta arbete har Hästcentrum genom SLU varit delaktig i en dialog förd av Hippocampus/SLU, HNS, Agria, SVA, SHF och LRF.

Idag finns det ett antal ”ingångar” till FoU i Sverige när det gäller häst, bilaga 1. Det saknas dock en sammanhållande faktor när det gäller kommunikation inom området vilket också resultatet av intervjuer och enkät i denna förundersökning visat. Bryggan mellan FoU och näringen är luddig och målgruppen är spretig. Ett antal aktörer finns som på olika sätt skulle kunna presentera sin verksamhet. Det kan vara forskare som presenterar sina resultat och företagare som visar upp hur de löst olika problem och svårigheter och därmed agerar goda exempel. Det kan också vara rådgivare och organisationer som visar på vad de har att erbjuda och kommuner som berättar om lyckade samarbeten.

#### ***Kommunikationsplattform***

Det finns ett gemensamt intresse av att tillsammans skapa en **kommunikationsplattform, en heltäckande kunskapsportal på Internet**. Den ska vara den naturliga startpunkten för alla som vill nå aktuell information om FoU inom häst eller få kontakt med andra aktörer inom hästsektorn.

Informationen ska vara oberoende och saklig och vila på en vetenskapligt grund och beprövad erfarenhet. Plattformen ska utgöra en kanal för såväl kompetenscentra och nav som tidigare funnits och som byggs upp i landet, liksom för allmänheten, lärare, politiker och myndigheter.

Ambitionen är att populärvetenskapligt publicera information så att resultat kommer alla till del. Detta gäller forskningsinformation på alla nivåer; examensarbeten, doktorsavhandlingar och internationella forskningsresultat samt informerande texter från organisationer och företag. Det ska vara inom alla kompetensområden som hästnäringen behöver, inte bara de som direkt kan hänföras till hästarna. Företagsekonomi, juridik och miljövetenskap är exempel på sådant som också måste beröras.

En sådan heltäckande portal, en kvalificerad FoU- och kompetensportal för HästSverige, ”one point entry” kräver samverkan kring:

- Namn
- Syfte
- Uppbyggnad innehåll, utseende, behov, avgränsningar
- Inventering av befintliga resurser
- Samverkanskanaler
- Kvalitetssäkring, hållbarhet
- Teknik
- Hosting
- Personal - journalister, skribenter, teknisk personal, projektledare, samordnare.
- Finansiering, investeringskostnad och årlig budget
- Ägare
- Fysisk plats - adress
- Forskarna – 3:e uppgiften
- Organisationer och företag – att de på samma sätt som forskarna tar ansvar för att deras kunskaper kommer näringen till del

Arbetsgången för att bygga en portal kräver att en kravspecifikation upprättas och att man beslutar sig för lämpliga verktyg. Samtidigt bör erfarenheter från tidigare projekt tas tillvara, tvärvetenskaplig kompetens och den erfarenhet som finns inom organisationerna samt tidigare liknande sidor som Hippocampus, Svenskaping, Taurus, LivsmedelsSverige, SkogsSverige m.fl., bilaga 1.

### **Innehåll i förslaget ”one point entry”**

Information som presenteras ska gälla alla hästar oavsett om det är en trav-, galopp-, rid-, kör, eller avelshäst eller något annat. Förslag till rubriker kan vara:

- Hästens biologi
- Hantering av hästen
- Hästen i samhället
- Hästutbildningar
- Hästföretagaren
- Hästen och fritiden
- Hästen i träning
- Hästen i aveln

Kvalificerad informationsbehandling kan ske genom en kort basinformation och sedan en länk till ”vill du veta mer”. Det bör finnas kontaktuppgifter som mejladress och telefon till ansvariga personer samt en ansvarig ”jourhavande kontaktperson”.

Ett förslag finns på tre nivåer:

- Grund – ”Bolibompa” – alla ska kunna förstå informationen. Sammanfattad och relativt grund information.
- Mellan – Debatt/chatt/diskussion/samtal/frågelåda. Information av mellansvår tillgänglighet t.ex. sammanfattade rådgivningsmaterial, hippologers examensarbeten och redovisningar av projekt som inte är forskning.
- Avancerad – Vetenskapliga artiklar, avhandlingar – länkar till djupare kunskap.

Portalen bör vara tillgänglig via en egen plattform samt via delägarnas/intressenternas nätverk/hemsidor/plattformar.

## **Utformning, ägande och finansiering**

En jämförelse av liknande portaler i andra branscher har gjorts, LivsmedelsSverige och SkogsSverige. Därmed har en miniminivå för en investeringskostnad, 350 000 kronor, och en årlig driftsbudget på ca 1 miljon kronor kunnat påvisas.

Ett upphandlat förslag på layout och teknik finns idag att utgå ifrån, detta för att få igång ett visuellt tänkande i en vidare process.

Ett förslag till projektplan är upprättad, Hästsverige.se och Hastsverige.se har registrerats på SLU.

I den dialog som förts mellan Hippocampus/SLU, Hästcentrum/SLU, HNS, Agria, SVA, SHF och LRF har ambitionsnivån under arbetets gång höjts. Vi har kommit fram till att den är något utökad, HästSverige innebär mer än FoU. Dock är det viktigt att ståpunkten är att information ska vara oberoende, saklig och vila på en vetenskapligt grund och beprövad erfarenhet.

## ***Processtöd i anpassade kommunikationsflöden***

### **Forskningsinformation**

Forskningen har som del av sitt uppdrag att sprida ny kunskap vidare, dels via de studenter som examineras, dels via den s.k. samverkansuppgiften som ska vara en del av i stort sett all forskning idag. Sättet på vilket forskare och forskningsinstitutioner informerar om och kommunicerar sina resultat har under senare år utvecklats, från ett mer reaktivt arbetssätt till ett mer proaktivt. Som del av kompetensutvecklingsinsatser i samhället så är framgångsrik forskningskommunikation idag grundat i en fördjupad samverkan med tänkta målgrupper och andra kunskapsutvecklande aktörer.

### **Målgruppsanpassning**

Men informations- och kommunikationsarbete är inte enkelt. Informationsbehoven är ofta outtömliga och möjligheterna att nå fram med rätt information vid rätt tillfälle och på rätt sätt är oftast små. Det är därför viktigt att förhålla sig till informationsarbetets möjligheter och begränsningar, för att på detta sätt också förstå behovet av ett mer processororienterat arbetssätt och processtöd.

För det första är det viktigt att komma ihåg att människors behov av fakta och annan information skiljer sig åt beroende på deras situation, förkunskaper, motiv, etc. Det finns inte ett budskap som passar alla, och inte heller en form som når alla. För det andra så når man fram med ny information och fakta först när det finns en efterfrågan, dvs. det är lätt att tala för döva öron, trots väl genomförda målgruppsanalyser. För att komma runt detta dilemma så krävs en väl genomtänkt pedagogik, där man som målgrupp upplever sig sedd och förstådd. Detta förutsätter i sin tur ökad närhet mellan sändare och mottagare av information (både mentalt, fysiskt och/eller tekniskt).

Som en konsekvens av de två tidigare punkterna, och för det tredje, så bygger en framgångsrik informations- och kommunikationsstrategi på att man arbetar med flera

metoder samtidigt så att de kompletterar och understödjer varandra, och att man för varje insats arbetar med en så hög grad av målgruppsanpassning som möjligt. För att kunna realisera de önskemål och ambitioner som hästnäringen tydligt ger uttryck för i denna studie, så krävs därför att man arbetar på flera fronter. Både genom att fånga upp och precisera behov, att anpassa information och fakta, identifiera lämpliga kanaler för att nå ut och skapa nya mötesplatser för kunskapsutbyte och kunskapsstillväxt. En sådan utmaning är av kommunikativ och organisatorisk karaktär. Här behövs därför särskilt processtöd.

## Kommunikationsmodeller

Det finns många olika sätt att systematisera de olika former för kommunikation som kan användas. För denna rapport syfte så har vi valt att definiera tre generella former, för vilka olika utgångspunkter och vägledande principer gäller. De olika kommunikationsmodellerna kompletterar varandra (tabell 1). Det är viktigt att komma ihåg att även om vi idag talar om behovet av en virtuell plattform (t ex i form av en portal), så innebär det inte att det endast handlar om sändarorientering. Idag är det virtuella nätet en självklar utgångspunkt för dialog och för processororienterat arbete, på samma sätt som det sker i klassiska rådgivningssituationer eller samverkansgrupper.

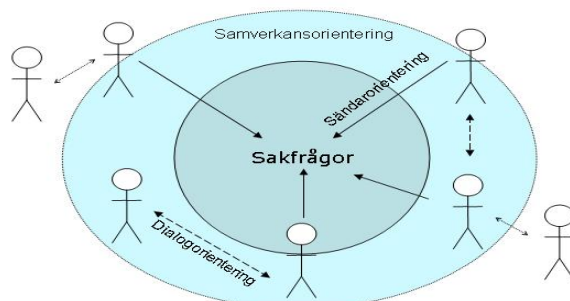
Tabell 1. Olika ansatser eller grundläggande modeller vid strategisk kommunikation

Ansats	Beskrivning	Exempel på metoder
<i>Sändarorientering</i>	En sändare sprider information i form av ett budskap till en viss målgrupp med hjälp av en kanal. Informationen förutsätts förstås på samma sätt av mottagaren som av sändaren.	Massmedia (reklam/publicitet)
		Internetdatabaser
		Trycksaker
		Skyltningar
		Föreläsningar
<i>Dialogorientering</i>	Beroende av sändarens och målgruppens situation och historia kommer information tolkas på olika sätt, varför sändaren måste anpassa budskapet till mottagarens behov och förutsättningar.	Rådgivning
		Diskussionsforum på Internet
		Arbetsseminarium
		Studiebesök och guidningar
		Mötesplatser
<i>Processororientering</i>	Eftersom individer som kommunicerar ingår i ett socialt sammanhang så kommer varje budskap att konkurrera med andra budskap och andra – icke-kognitiva faktorer – vilket medför att ett processororienterat synsätt på lärandet blir nödvändigt.	Samrådsprocesser
		Efarenhetsgrupper
		Rundabordssamtal
		Deltagandemetoder, t ex sökkonferenser, framtidsverkstad, öppet forum, studiecirkel.

## Processtöd för att koordinera kommunikationsinsatser

För att kunna koordinera de olika insatser som krävs för att på bredden och på olika sätt höja kompetensen inom sektorn så krävs ett processororienterat arbetssätt och ett processtöd. Med processororienterat arbetssätt så menas en verksamhet som bedrivs under längre tid, där ständiga förbättringar hela tiden görs av systemen, och där deltagarna som ingår i arbetet diskuterar utmaningar och behov och i samråd kommer fram till lösningar på dessa. I figur 1

illustreras det samtidiga behovet av olika kanaler och arbetssätt. Vad som i denna rapport diskuteras rent organisatoriskt är samverkansplattformen, där olika aktiviteter kan ta sin utgångspunkt.



*Figur 1. Att höja kompetensen inom en hel sektor kräver kommunikativa insatser av olika karaktär.*

Ett samordningsarbete av olika kommunikationsinsatser sker inte av sig självt utan kräver någon form av ledning eller stöd. I praktiken innebär processtödet att, ur framför allt ett pedagogiskt perspektiv, identifiera, samordna, föreslå och stödja andra aktörer i deras ambitioner att bidra till ökad kompetens genom sina olika kommunikationsinsatser. Detta är en slags metakompetens för ett livskraftigt hästföretagande i Sverige.

### **Varför samverkan och processtöd är viktigt**

Idealt sett så leder en utvecklad kommunikation mellan aktörer inom hästnäringen att delaktigheten ökar, ny kunskap genereras och steget från idé till genomförande minskar. Samverkan leder till ökad effektivitet, särskilt i en initial fas. Erfarenheterna från andra områden visar att samverkan är särskilt viktigt när aktörerna vill samla resurser för handlingskraft, vidga perspektiv och se nya möjligheter, bygga kapacitet för framtiden, sprida ansvarstagande, möjliggöra ett aktivt lärande (kunskapshöjning), nå beslutseffektivitet (utveckling och förankring sker parallellt), samt ökad resultateffektivitet (måluppfyllelse). Allt detta är punkter av central betydelse för svensk hästnäring i dagsläget.

Men samverkan är svårt. Det som är allas ansvar blir lätt ingens ansvar. Därför är det viktigt att någon aktör initialt får ett samlat ansvar att driva och samordna samverkansinsatser. En aktör som har både en position i relation till relevanta kunskapsflöden och en kompetens att fungera som processtöd. Mycket talar för att den aktör som får ansvar för en kunskapsportal i syfte att bidra till kompetenshöjning, också bör vara den som initialt får mandat att driva processer.

## 4 Fortsatt arbete

### Gemensam plattform

Förslaget är att arbeta vidare med utformningen av en gemensam plattform för hela ”HästSverige”, en plattform utan kommersiella intressen.

Ett sådant projekt innehåller flera delar som layout, teknik, informationsbearbetning, hur man bäst tar tillvara på redan existerande information samt vilket nytt material som kan vara aktuellt. Det bör finnas en redaktion som står för tydlighet med redaktörer och experter. Alla texter bör ha en avsändare.

Det bör inte vara något problem att nå en helhet i plattformen, svårigheten är däremot att kunna dra gränser. Genom att myndigheter och organisationer själva hanterar och bevakar frågor skapas tydliga ansvarsområden.

Viktiga samverkanspartners är Hippocampus/SLU, HNS, SVA, SHF, Agria (finansiär i SHF), LRF, Jordbruksverket och Riksanläggningarna.

### Processledning

En viktig funktion för ett övergripande processtöd runt kompetensinsatser är möjligheten att undvika dubbelarbete och/eller att ’hjulen uppfinns’ på många ställen samtidigt. Ett skäl är en outtalad konkurrenssituation, ett annat är att man som kunskapsaktör lätt hamnar i sådana aktiviteter som man känner sig hemma i, som visar att man gör något, till exempel ytterligare en informationskampanj eller broschyr.

Utifrån perspektivet kommunikationsplanering är det kommunikativa syftet i sådana här situationer ofta oklart, målgruppen inte tydligt avgränsad och det handlar oftast om att informera om resultatet från forskning utifrån vad sändaren bedömer vara relevant information. Samtidigt finns det många duktiga kommunikatörer, med stora nätverk, ute i landet, som med rätt stöd skulle kunna vara än effektivare och där spännande synergier skulle kunna uppstå. Det finns därför ett stort behov av att ha med processledningskompetens i det fortsatta utvecklingsarbetet.

## 5 Bilagor

### Adresser till exempel på hemsidor

### Bilaga 1

Hemsidor med hästtema är bland andra:

<http://hippocampus.slu.se>

[www.sva.se](http://www.sva.se)

[www.hipp.slu.se](http://www.hipp.slu.se)

[www.slu.se](http://www.slu.se)

<http://www.lrf.se>

<http://www3.ridsport.se>

[www.agria.se](http://www.agria.se)

[www.travsport.se](http://www.travsport.se)

[www.hastforskning.se](http://www.hastforskning.se)

[www.lantbruksforskning.se](http://www.lantbruksforskning.se)

[www.loftinfo.se](http://www.loftinfo.se)

[www.horseconnexion.se](http://www.horseconnexion.se)

Idag finns det ett antal befintliga sidor, bland andra exempelsidor från andra branscher som

<http://www.livsmedelssverige.se>

<http://www.skogssverige.se>

<http://www.taurus.mu>

<http://www.svenskapig.se>