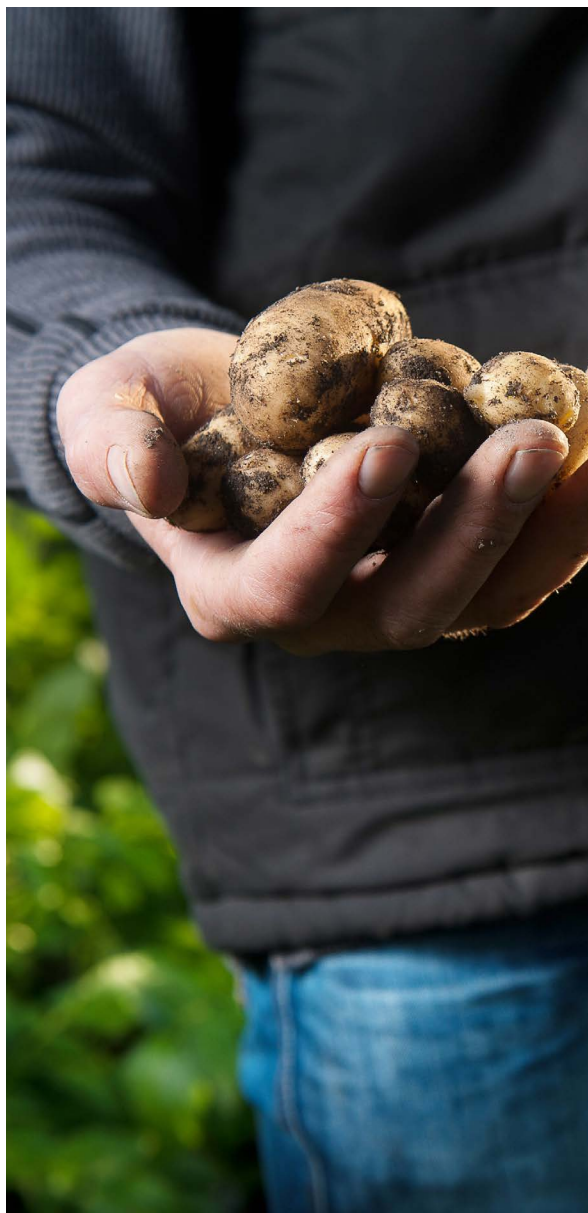




FarmDemo

**ONTWERPGIDS VOOR
DEMONSTRATIE OP
HET LANDBOUWBEDRIJF**





Inleiding

Demonstratie-activiteiten op landbouwbedrijven worden al minstens twee eeuwen georganiseerd, oorspronkelijk als een manier om landbouwers kennis te laten maken met innovatie, maar recenter ook om onderling ervaringen uit te wisselen en om samen met andere actoren kennis op te bouwen. In toenemende mate openen landbouwers zelf hun bedrijven om in contact te komen met hun collega's en met het grote publiek in het kader van strategische keuzes voor hun bedrijfsontwikkeling (bijvoorbeeld korte keten of CSA landbouw).

Demonstratie-activiteiten kunnen variëren van eenmalige 'open velddagen' over meerjarige 'monitorbedrijven' waar landbouwers, adviseurs en leden van de industrie op gezette tijden bij elkaar komen om kansen voor de landbouw in de praktijk te beoordelen, tot permanente 'proefbedrijven' waar onderzoekers innovatieve technologieën en benaderingen testen en demonstreren.

Demonstraties op het landbouwbedrijf zijn dus zeer divers, worden gepland met verschillende doelstellingen in gedachten, en worden opgezet en georganiseerd door een breed scala van actoren. Gezien deze variatie is er geen

'one-fits-all'-benadering voor een succesvolle demonstratie op een landbouwbedrijf. Deze gids biedt een overzicht van de belangrijkste elementen waarmee je rekening moet houden bij het voorbereiden, uitvoeren en evalueren van demo's op landbouwbedrijven. Hij beschrijft 6 eenvoudige stappen voor het ontwerpen van een demonstratie-activiteit, beginnend bij een duidelijke omschrijving van de doelstellingen en eindigend met een goede evaluatie en opvolging. In deze gids vind je concrete tips en specifieke hulpmiddelen voor een geslaagde ontwikkeling van je demonstratie-activiteit.



Een online versie van deze gids is beschikbaar op: <https://farmdemo.eu>

Deze gids is het resultaat van een sterke samenwerking tussen 3 Farm-Demo projecten die elk steun ontvingen van het Horizon 2020 onderzoeks- en innovatieprogramma van de Europese Unie: N°727388 (PLAID), N°728061 (Agridemo-F2F) en N°772705 (NEFERTITI).

IN 6 STAPPEN

NAAR EEN SUCCESVOLLE DEMONSTRATIE-ACTIVITEIT

1

Doel en doelpubliek



- ⬡ Omschrijf duidelijk en expliciet je doelstellingen
- ⬡ Richt je naar een landbouwpubliek dat in overeenstemming is met je doelstellingen
- ⬡ Nodig andere actoren uit om de impact te vergroten

- 7 -

2

Demonstratieboerderij



- ⬡ Houd je doelstellingen in gedachte bij de selectie van het gastbedrijf
- ⬡ Ga voor een geloofwaardige en innovatieve gastheer of -vrouw landbouwer
- ⬡ Zorg voor een goede toegankelijkheid door een bereikbare locatie met geschikte faciliteiten te voorzien

- 11 -

3

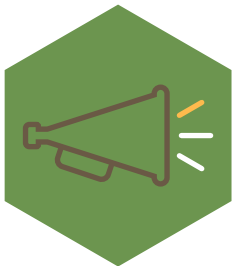
Organisatie van de demo-activiteit



- ⬡ Stel een evenwichtig organisatie-team samen, rekening houdend met je gewenste doelstellingen
- ⬡ Voorzie genoeg tijd in het programma voor interactie en informele momenten
- ⬡ Maak een weloverwogen keuze voor het tijdstip van de demo-activiteit
- ⬡ Vergoed het ontvangende demonstratiebedrijf

- 13 -

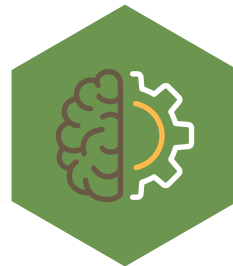
4 Promotie



- ⬡ Vermeld expliciet je kernboodschappen, vertrekkend van je doelstellingen
- ⬡ Maak een duidelijke en aantrekkelijke uitnodiging
- ⬡ Pas je taal aan aan het doelpubliek
- ⬡ Maak gebruik van verschillende communicatiekanalen

- 17 -

5 Leren en faciliteren



- ⬡ Breng de leerinhoud in verband met de praktijk op het landbouwbedrijf
- ⬡ Betrek de deelnemers op een actieve manier bij de kennisuitwisseling
- ⬡ Zorg voor voldoende variatie tussen luisteren, discussiëren, zien en doen
- ⬡ Deel grote groepen op

- 20 -

6 Evalueren en opvolgen



- ⬡ Evalueer of je doelstellingen zijn behaald
- ⬡ Doe iets met de resultaten van je evaluatie
- ⬡ Organiseer opvolgactiviteiten, zowel voor deelnemers als voor niet-deelnemers

- 25 -



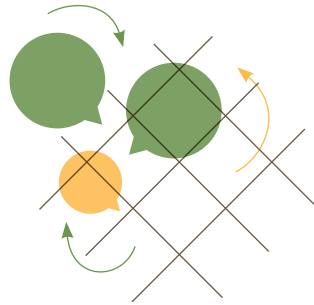
1

Doelstellingen en doelpubliek

? *“Wat wil je bereiken met je demo-activiteit?”*

Voor elke demo-activiteit is het essentieel om de doelstelling(en) en de kernboodschap(pen) ruim op voorhand expliciet en helder te omschrijven. Deze hebben een invloed op alle andere beslissingen die je maakt tijdens de voorbereiding en de uitvoering van de demo-activiteit: de organisatie, de betrokken partijen, de evaluatie van de doeltreffendheid.

Begin met het beantwoorden van ‘waarom’ (waarom houden we deze demo-activiteit) en dan ‘wat’ (wat willen we demonstreren). Hieruit volgt dan vanzelf ‘wie’ (het beoogde publiek) en ‘hoe’ (de organisatie en de leer-methoden).



Demo's kunnen dienen als een ontmoetingsplaats voor de deelnemers.

TIP

Houd bij het bepalen van de doelstellingen rekening met regionale ontwikkelingen en uitdagingen in de landbouw om landbouwers aan te trekken en zo de impact van je demonstratie-activiteit te verhogen.

WAAROM WIL JE DE DEMONSTRATIE-ACTIVITEIT ORGANISEREN?

Dit omschrijft de motivatie of de behoefte voor de demonstratie.



Mogelijke beoogde doelstellingen:

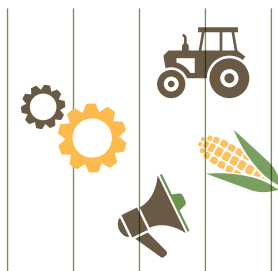
- **Kennis co-creatie.** Het doel kan zijn om (nieuwe) kennis te creëren, door te profiteren van de verzamelde kennis van de deelnemers aan de demo-activiteit.
- **Innovatie adoptie.** Demo's kunnen helpen om nieuwe opportuniteiten, innovaties of praktische ervaring op een directe manier ingang te doen vinden op de landbouwbedrijven. Deze innovaties kunnen komen van onderzoek, van het bedrijfsleven of van voortrekkers uit de land- en tuinbouw zelf. Ze geven landbouwers het vertrouwen om gefundeerde beslissingen te nemen over de bruikbaarheid van de gedemonstreerde praktijken en innovaties voor hun eigen bedrijf.
- **Probleemoplossing.** Demo's bieden een nuttig forum om landbouwonderzoek en -advies te koppelen aan de behoeften van de lokale landbouwers. Je kan oplossingen voor landbouwproblemen demonstreren, bijvoorbeeld rond het verminderen van arbeid op de boerderij of rond het telen van gewassen in een veranderend klimaat, of je kan onderzoek valideren onder lokale omstandigheden en ze zo op maat maken van de behoeften van de landbouwers.
- **Training.** Demo's zorgen voor een verbetering van de vaardigheden en de draagkracht van de landbouwers en dragen op deze manier bij tot de praktische implementatie van innovatieve praktijken op het landbouwbedrijf.
- **Bewustwording opbouwen.** Demo's kunnen het bewustzijn verhogen rond maatschappelijke problemen. Vaak wordt duurzaamheid bijvoorbeeld niet expliciet behandeld, maar is het toch een belangrijk deel van de demonstratie om het bewustzijn hierrond van de deelnemers te verhogen.
- **Netwerken.** Demo's kunnen dienen als een ontmoetingsplaats voor de deelnemers. Activiteiten op regelmatige basis (bv. jaarlijks) kunnen worden gebruikt als netwerkevenement om alle betrokkenen in het programma, netwerk of project bij elkaar te brengen. Deze demo-activiteiten kunnen bijdragen aan het versterken en het ontwikkelen van samenwerkingen en geven een extra impuls aan mogelijke partnerschappen voor gezamenlijke probleemoplossingen, zowel nationaal als internationaal. Ook het sociale aspect van netwerken, het kunnen ontmoeten van andere landbouwers, wordt door de deelnemers als zeer aantrekkelijk bevonden.
- **Toepassing van onderzoek.** Demo-activiteiten op een landbouwbedrijf kunnen ook een instrument zijn om kennis uit toegepast onderzoek naar de landbouwpraktijk te brengen. Innovaties en nieuwe praktijken kunnen worden uitgetest, vergeleken en gevalideerd in 'echte' bedrijfsomstandigheden.
- **Uitvoering van beleid.** Demo's bieden een kans om landbouwers te informeren rond nieuwe wetgeving en reglementering en om hen specifieke praktijken en voorbeelden aan te reiken, opdat ze in staat zijn deze toe te passen op hun eigen bedrijf.

WAT WIL JE DEMONSTREREN?

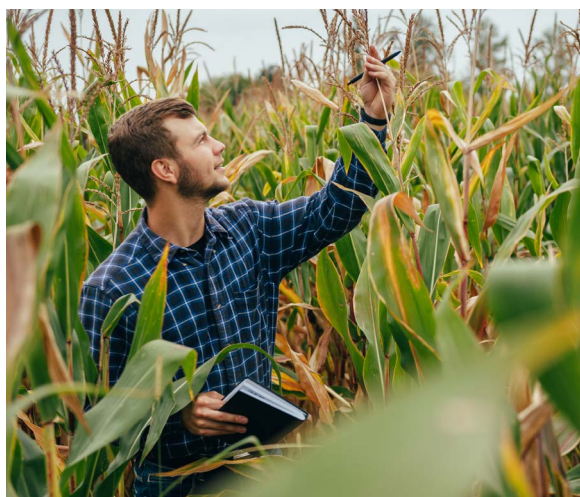
De gedemonstreerde onderwerpen kunnen zeer divers zijn, zoals bijvoorbeeld de demonstratie van een product, een machine, management- of marketingstrategieën.

Het onderwerp beïnvloedt de demo-opzet en welke doelgroepen je mogelijk kan bereiken. Is het een innovatie waarvan nog geen voorbeelden gekend zijn op landbouwbedrijven, is het al toegepast door een minderheid van landbouwers of is het een wijdverbreide praktijk die door landbouwers nog verder zou kunnen worden verbeterd en verfijnd?

De sterkte van een demonstratie-activiteit ligt vaak in haar eenvoud. Het is daarom raadzaam om het aantal gedemonstreerde onderwerpen tijdens een demo-activiteit te beperken. Als je meerdere onderwerpen wil behandelen, kan je misschien overwegen om een reeks demo's te organiseren of er op zijn minst voor te zorgen dat er voldoende tijd wordt gepland voor elk onderwerp apart.



De keuze van het onderwerp kan zowel top-down worden gemaakt door de organisatoren, door landbouwvertegenwoordigers of door het project waarin de demo kadert, als bottom-up met betrokkenheid van landbouwers, of door deelnemers aan een eerdere demo-activiteit. Hoe dan ook is het belangrijk om vooraf grondig na te denken en te overleggen, om zo een interessant, inspirerend en relevant onderwerp te selecteren.



Reeks vs. eenmalige demonstratie-activiteiten

Een belangrijke keuze bij het bepalen van de opzet van een demo, is of het een eenmalige demo, een reeks demo's over hetzelfde onderwerp, of een terugkerend (netwerk)evenement wordt dat door dezelfde organisatoren wordt georganiseerd.

Een reeks demo's wordt soms genoemd als zijnde effectiever:

- Deelnemers kunnen elkaar leren kennen en vertrouwen (ze zullen minder terughoudend zijn om informatie te delen)
- De demonstratie-activiteiten kunnen de verschillende stappen in het innovatie-adoptieproces behandelen
- Het laat toe om evolutie te tonen doorheen de tijd (bv. seizoensgebondenheid)
- Je kan meer landbouwers en stakeholders bereiken
- De demonstratie-activiteiten kunnen bouwen op de goede reputatie van eerdere demo's
- De organisatie en opzet kan worden verbeterd

WIE WIL JE BEREIKEN?

De keuze van de doelgroep(en) hangt af van wat je met de demonstratie-activiteit wil bereiken. Wanneer je bijvoorbeeld een zeer grondige kennisuitwisseling rond een zeer specifiek onderwerp op het oog hebt, kan je eerder mikken op een kleine groep van landbouwers die “een gelijkaardige taal spreken” om zo verzekerd te zijn van kwalitatieve en intense interacties. Het bepalen van de specifieke doelgroepen zal bepalend zijn voor de communicatiekanalen waarmee je deze landbouwers wil bereiken.

De doelgroepen kunnen worden omschreven in functie van:

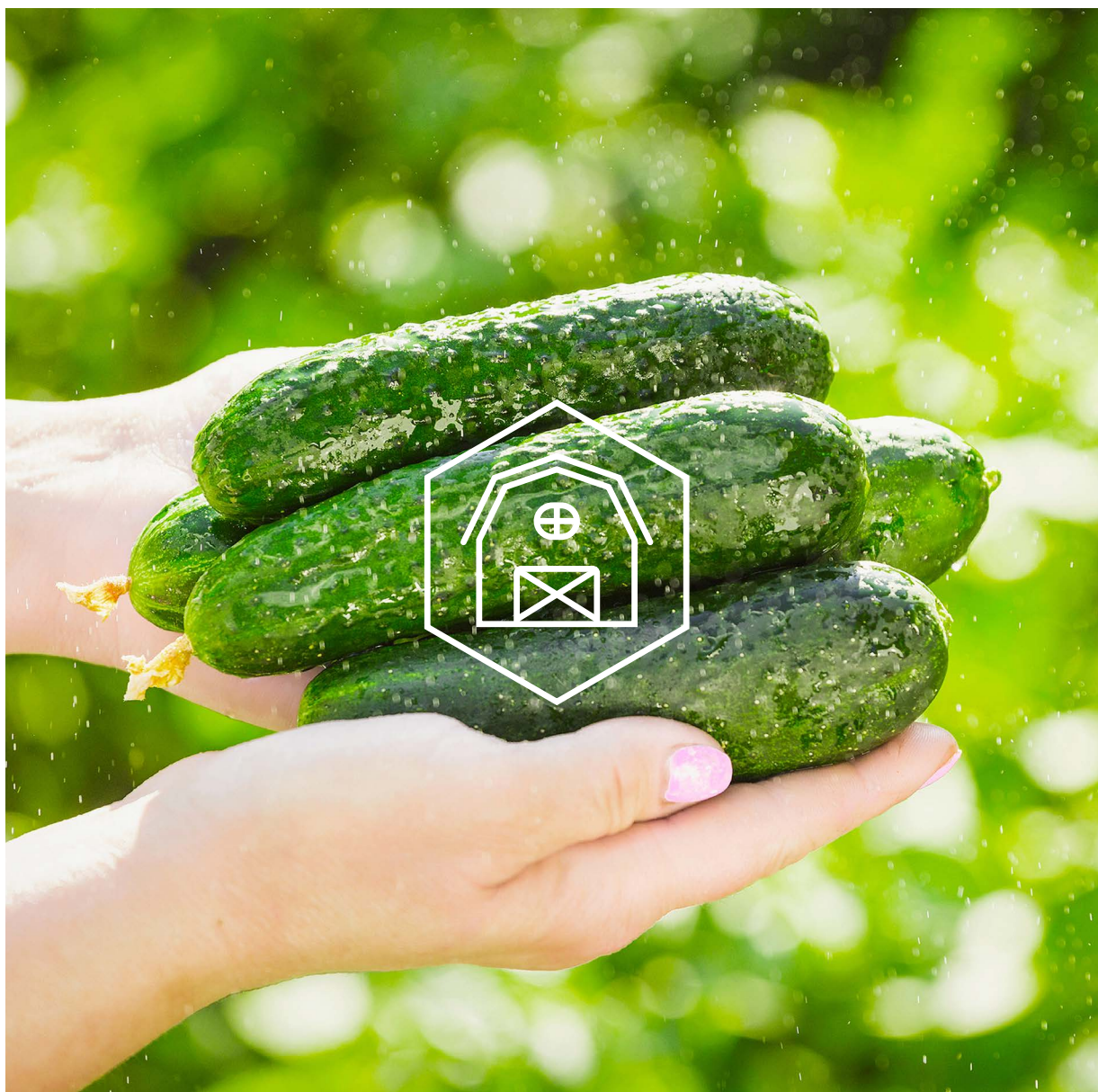
- Specifieke landbouwsectoren (bv. melkveehouders, biologische landbouwers)
- Een specifieke regio (bv. een bepaalde provincie, landelijk of internationaal)
- De ervaring met een specifieke techniek, bv. beginner of expert. Afhankelijk van het doel kunnen organisatoren alleen kiezen voor ervaren landbouwers (bv. voor het verbeteren van een praktijk of innovatie) of de combinatie van beide (als je uitwisseling wilt). ‘Expert’-landbouwers kunnen helpen om discussies te starten tijdens de demo-activiteit en anderen aanmoedigen vragen te stellen.
- Specifieke types landbouwers (bijvoorbeeld ‘innovatieve’ landbouwers voor onderwerpen die verdere ontwikkeling behoeven, ‘gemiddelde’ landbouwers voor gebruiksklare demo-onderwerpen, jonge landbouwers of nieuwkomers)
- Gender, ervoor zorgend dat alle betrokkenen van een landbouwbedrijf kunnen deelnemen en zich welkom voelen

Vaak, maar uiteraard afhankelijk van wat je wil bereiken, is het nuttig om ook andere actoren uit te nodigen om bij te dragen aan de impact van de demo-activiteit op de langere termijn:

- Landbouwadviseurs kunnen optreden als potentiële ‘multiplicatoren’ van de kernboodschappen. Ze kunnen de demo-inhoud verder verspreiden naar niet-deelnemende landbouwers en ze kunnen landbouwers die een bepaalde praktijk of innovatie hebben toegepast in contact brengen met andere geïnteresseerde landbouwers.
- Landbouwers die het gedemonstreerde onderwerp aan een breder publiek kan communiceren.
- Actoren uit de agrovoedingsketen (bv. leveranciers, voedselverwerkers, consumenten ...) zijn belangrijke partners in het samen ontwikkelen van oplossingen en hun aanwezigheid kan de band tussen producenten en markten versterken. Ze kunnen bijdragen met data en ervaringen uit andere gebieden.
- Beleidsmakers kunnen het bewustzijn verhogen rond belemmeringen en beleidsinitiatieven enerzijds, maar kunnen aan de andere kant zelf ook leren over de praktische problemen en hindernissen waarmee landbouwers worden geconfronteerd en zo de regelgeving verbeteren. Aan de andere kant zijn landbouwers vaak terughoudend om deel te nemen en ervaringen in een groep te delen wanneer er beleidsmakers in die groep aanwezig zijn.

- (Landbouw-)studenten en docenten kunnen onderzoeksresultaten inbrengen, ze kunnen de landbouwers vragen stellen over hun manier van produceren terwijl ze leren over landbouwmethoden. Ze kunnen helpen bij het uitvoeren van monitoring en evaluatie, leren van het co-organiseren en zijn een nuttig extra paar handen.





2

Demonstratiebedrijf

Demonstratie-activiteiten kunnen op diverse locaties worden georganiseerd, gaande van 'werkende' landbouwbedrijven, tot praktijk- en voorlichtingsbedrijven en publieke en private onderzoekslocaties. Er zijn een aantal criteria waaraan een goede locatie moet voldoen.

? “Herkennen boeren en tuinders zich in het demonstratiebedrijf?”

Een demonstratie kan meer impact hebben als op de locatie onder vergelijkbare omstandigheden wordt gewerkt als op het eigen bedrijf. Aan de andere kant kunnen bijvoorbeeld voorlopers innovatieve en meer experimentele technieken demonstreren.

? “Is het demonstratiebedrijf een ‘goed’ bedrijf, erkend als zijnde geloofwaardig, innovatief en productief?”

De algemene perceptie van het demonstratiebedrijf speelt een rol in de aantrekkelijkheid van de demonstratie voor de doelgroep. Het kan goed zijn te kiezen voor een bedrijf dat men reeds kent, of voor een bedrijf dat al langere tijd regelmatig demonstraties organiseert en als demonstratiebedrijf bekend is. Het organiseren van een demonstratie vraagt de nodige inspanning van het organiserende bedrijf, bedrijven die vaker demonstraties organiseren zijn hier goed op ingespeeld. Hier tegenover staat dat het interessant kan zijn om voor ‘nieuwe’ locaties te kiezen.

? “Is het demonstratiebedrijf geschikt voor de demonstratieactiviteiten, gezien het onderwerp van de demonstratie, de locatie en de geplande activiteiten?”

Het is belangrijk om te controleren of de activiteiten op het demonstratiebedrijf, manier van werken en de aanwezige faciliteiten passen bij het doel van de demonstratie en het verwachte aantal deelnemers. Reistijd kan een belangrijk criterium zijn, alhoewel deelnemers bereid zijn om verder de reizen voor demonstraties van innovatieve technieken die niet gebruikelijk zijn in hun eigen omgeving.



De keuze van de locatie heeft invloed op de toegankelijkheid van de demonstratie:

- Geografisch (locatie, reistijd, goed en eenvoudig bereikbaar voor deelnemers)
- Sociaal (faciliteiten, comfort en veiligheid van de bezoeker)



TIPS

Verken het EU-brede overzicht van demonstratiebedrijven op de FarmDemo Hub: <https://farmdemo.eu>

Samenwerking tussen commerciële bedrijven en praktijkbedrijven kan meerwaarde hebben: het biedt deelnemers de mogelijkheid de nieuwste innovaties te tonen op een praktijkbedrijf.

Een atypisch bedrijf kan inspirerend werken en reflectie op de ‘gangbare’ praktijk stimuleren.

Om een grotere groep te bereiken is te overwegen om dezelfde demonstratie op verschillende plaatsen in het land te organiseren en op verschillende types bedrijven.

Het organiseren van gezamenlijk transport is te overwegen voor demonstraties ‘verder weg’.

De mogelijkheid voor vervoer naar de verschillende onderdelen van een demonstratie-activiteit kan aantrekkelijk zijn.



3

Organisatie van de demo-activiteit

ORGANISATIETEAM

? “Welke types partijen (zoals boeren, boerenorganisaties, adviseurs, stakeholders) worden bij de organisatie van de demo-activiteit betrokken om deze succesvol te maken en de doelstellingen te halen?”

De samenwerking tussen verschillende partijen kan een uitdaging zijn vanwege verschillende achtergronden, vaardigheden, kennis, prioriteiten, werkrouines en motivaties. Om de kans van slagen te vergroten is het belangrijk overeenstemming met elkaar te bereiken over doelstellingen, inhoud en taakverdeling.

Het regionale AKIS systeem (zie het kader) kan de context bepalen waarin demo-activiteiten worden georganiseerd. Een goede samenwerking en bestaande netwerken van regionale AKIS-partijen kunnen het eenvoudiger maken om een strategie voor demo-activiteiten te bepalen of te creëren. Dit kan door het onderwerp aan te passen aan de specifieke regio en gebruik te maken van middelen en netwerken om de juiste kwaliteiten te vinden voor het organiseren van een demonstratie-activiteit. Het succes van een demo hangt vaak ook samen met hoe het organiserende team wordt gezien door de lokale landbouwgemeenschap. Het organisatieteam kan daarom profiteren van een samenwerking met lokale organisaties die veel contact hebben met boeren.

Het regionale landbouwkennis- en innovatiesysteem (AKIS) omvat het hele landbouwkennisuitwisselingsysteem binnen een regio. Het systeem wordt bepaald door de manier waarop mensen en organisaties zoals adviesdiensten, onderzoekers, beleid en landbouworganisaties samenwerken.

Samenwerking met commerciële partijen voor demonstratie-activiteiten kan zeer effectief blijken op gebied van kennis en informatievoorziening. Goede afspraken met commerciële partijen zijn echter nodig voorafgaand aan de demo-activiteit om te voorkomen dat boeren de demo louter als een verkooppraatje zien. Dit kan voorkomen worden door meer dan één commerciële partij te betrekken of ‘neutrale’ partijen zoals niet-commerciële adviesdiensten of onderzoekers uit te nodigen naast het commerciële bedrijf.



Rollen in het organisatieteam

Een duidelijke rolverdeling en voldoende personeel (zowel qua expertise als aantal) draagt bij aan een goede voorbereiding en structuur van de demo-activiteit. Tijdens een activiteit dienen vier belangrijke rollen vervuld te worden:

- Het demonstratiebedrijf
- De demonstrator
- De coördinator
- De facilitator

TIPS

Betrek het demonstratiebedrijf al vroeg bij de organisatie van de demo-activiteit.

Nodig meerdere organisaties uit die je doelstelling(en) delen om de doelgroep(en) te bereiken.

Betrek overheden op een juiste manier: sluit het aan op de demo-activiteit (bijvoorbeeld verduidelijking van informatie en regelgeving) kan het landbouwers aantrekken, wanneer het niet aansluit zal het mogelijk net landbouwers weerhouden.

Een facilitator is in veel gevallen nuttig. De facilitator kan een discussie leiden en fungeert als een neutrale derde partij.



EEN EVENWICHTIG PROGRAMMA

De beschikbare tijd bepaalt mee de inhoud en de te gebruiken leermethoden van de demo-activiteit, en kan variëren van een uur tot een halve dag, tot een volledige dag of zelfs meerdere dagen. Vergeet niet om voldoende tijd te bieden voor discussie en een vragenronde, maar ook voor netwerking en sociale contacten.

Een goed programma van de demo-activiteit biedt voldoende afwisseling en dient ten minste aan de volgende punten te voldoen:

- Een welkom / introductie, bij voorkeur samen met een vertegenwoordiger van het gastbedrijf
- Een demonstratie van de innovatie (al dan niet in combinatie met een presentatie)
- Een geleide discussie of interactieve vragenronde
- Een evaluatie van de demo-activiteit door de deelnemers
- Een officiële afsluiting met duidelijke conclusies en take-home berichten
- Tijd voor informele gesprekken, discussies en netwerken (zorg voor eten en drinken! – zie ook leer – en facilitatiemethoden)
- Evaluatie van de feedback met het organisatie-team

TIPS

Een verwelkoming door een vertegenwoordiger van het gastbedrijf wordt zeer op prijs gesteld.

Geef een rondleiding over de boerderij.

KIES EEN GESCHIKTE PERIODE

De tijdsbepaling van een demo-activiteit is een belangrijke factor om een goede aanwezigheid van de doelgroep te garanderen. Hoewel je dit niet altijd precies kan plannen (bijvoorbeeld wanneer het per toeval de eerste warme week van het seizoen is), kun je een inschatting maken van de momenten waarop boeren minder werk op de boerderij hebben. Houd rekening met de tijdplanning gedurende de dag (bijvoorbeeld melktijden) en / of de week (bijvoorbeeld schooldagen).

Vaak is het kiezen van het juiste moment een afweging tussen meerdere aspecten. Een periode waarin er veel te zien is op het veld, is bijvoorbeeld vaak ook een periode waarin er veel werk op de boerderij is.

TIPS

Kies een vaste datum voor terugkerende demo-activiteiten (bijvoorbeeld het laatste weekend van september of om de 6 maanden om seizoensinvloeden te tonen).

Houd rekening met andere evenementen.

VOORZIENINGEN & APPARATUUR

Je welkom voelen en goed worden behandeld draagt bij aan de effectiviteit van de demo-activiteit. Zorg voor geschikte voorzieningen, goede toegang, toiletten, parkeerplaatsen en een nette, goed voorbereide omgeving etc.



CHECKLIST:

- ✓ Goede audio- en visuele apparatuur
- ✓ Hygiënemaatregelen
- ✓ Toiletten
- ✓ Zorg voor rolstoeltoegankelijkheid om de toegankelijkheid te vergroten
- ✓ Zorg voor wegwijzers en spandoeken bij het parkeren
- ✓ Zorg voor schaduwrijke gebieden of schuilplaatsen, afhankelijk van de weersomstandigheden
- ✓ Indien van toepassing, neem logo's en banners op van sponsors
- ✓ Denk aan eet- en drinkfaciliteiten



BUDGET

- ? *“Wie wil de demo-activiteit financieren?”*
- ? *“Gaan de deelnemers entree betalen?”*
- ? *“Heeft het budget invloed op de opzet en het aantal deelnemers?”*

Het budget moet alle uitgaven dekken, zoals goederen, transportkosten, organisatiekosten en publiciteitskosten. Zorg er ook voor dat het gastbedrijf wordt gecompenseerd voor verminderde opbrengsten en voor de gespendeerde tijd (inclusief voorbereidingstijd).

Het beschikbare budget kan sterk variëren en kan een grote impact hebben op de opzet en de grootte van de demo-activiteit. Ook kan het invloed hebben op de beslissingen zoals de doelgroep, het wel/niet betalen van entree en de aanwezige demonstratoren. Beperkte middelen hoeven echter niet de effectiviteit van de demo-activiteit te beïnvloeden. Goedkopere methoden kunnen net zo effectief zijn als duurdere methoden, maar hebben mogelijk een meer doordachte aanpak nodig tijdens de planningsfase.

Voor grotere demo's kan extra inzet (in de vorm van menselijke of materiële middelen) worden gedekt door sponsoring, bijvoorbeeld door verwante (partner)organisaties.

REGISTRATIE

Door deelnemers zich vooraf te laten registreren kan er achteraf eenvoudig contact opgenomen worden voor follow-up en/of evaluatie. Verder geeft het de organisatie een goed beeld van het verwachte aantal deelnemers. Maak het registreren voor een demo-activiteit zo eenvoudig mogelijk voor de deelnemers.

TIPS

Registreer deelnemers voorafgaand aan de demo-activiteit: zo heb je zicht op de samenstelling van je publiek, en kun je van te voren al informatie toesturen.

Zorg voor een deelnemerslijst met contactgegevens.





4

Promotie

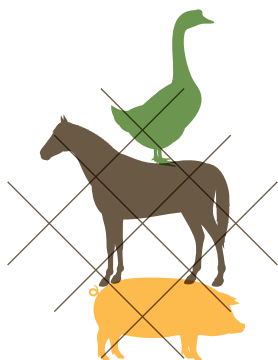
DUIDELIJKE UITNODIGING AANGEPAST AAN DE DOELGROEP

? “Welke personen krijgen te horen over de demo-activiteit?”

Een effectieve werving heeft invloed op de aanwezigheidsgraad van de demo-activiteit.

TIP

Indien van toepassing, stuur de uitnodiging naar het hele gezin.



Het is van belang om de uitnodiging aan te passen aan de doelgroep. Zorg ervoor dat je de taal aanpast aan de doelgroep.

Er zijn enkele vragen waarmee je rekening dient te houden bij het ontwerpen van een uitnodiging:

(zie <https://thefloorisyours.be/en/pitchinghandson/>)

Wie is de doelgroep?

- Elke doelgroep heeft een unieke set verwachtingen en uitdagingen. Focus indien mogelijk op één doelgroep tegelijk.
- Specificeer de doelgroep in de uitnodiging (bijvoorbeeld enkel biologische boeren, of zowel biologische als niet-biologische boeren). Dit kan ervoor zorgen dat je boeren met een specifiek belang aantrekt.

Wat is de hoofdboodschap?

Welke actie wil je oproepen?

- Geef duidelijk aan dat het een uitnodiging is om deel te nemen aan de demo-activiteit.
- Kies een goede naam voor de demo-activiteit die ook de hoofdboodschap omvat.

Voor welke uitdaging staat de doelgroep en hoe ga je dit oplossen?

- Vermeld duidelijk de doelen van de demo-activiteit.
- Als je sterke sprekers, goede facilitators of een aantrekkelijk demonstratiebedrijf hebt, vermeld dit dan duidelijk op de uitnodiging.

Welk voordeel kan de doelgroep halen uit de demo-activiteit??

- Specificeer de toegevoegde waarde van de demo-activiteit voor de deelnemers.

TIPS

Communiceer op de uitnodiging over alle organisatoren.

Vermeld de toegangsprijs (indien van toepassing).

Maak de uitnodiging visueel aantrekkelijk en zoek naar het juiste evenwicht in informatie. Je kunt software gebruiken zoals www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker en <https://spark.adobe.com/make/invitation-maker>

Vergroot de herkenbaarheid van een reeks demonstraties met behulp van een vast sjabloon. Deze ‘branding’ moet dan ook worden meegenomen in de naam van de demo-activiteit. Dit helpt bij de herkenbaarheid en wanneer de demonstratiereeks een goede naam heeft opgebouwd worden meer deelnemers aangetrokken.

Maak de uitnodiging duidelijk en aantrekkelijk maar overdrijf het niet. Gebruik bijvoorbeeld vaak hetzelfde lettertype. Een gastvrije foto van het demonstratiebedrijf kan een goed effect hebben.



GEBRUIK DE JUISTE COMMUNICATIEKANALEN

Maak gebruik van meerdere communicatiekanalen om deelnemers aan te trekken. Uitnodigingen kunnen worden verspreid met behulp van flyers, brieven, e-mails, posters, krantenartikelen, websites, sociale media, mond-tot-mondreclame of radio- en televisiepromoties. Om de uitnodiging te verspreiden, zou je gebruik kunnen maken van vergaderingen, persoonlijke contacten, eigen netwerk of mailinglijst, netwerken van andere organisaties (bijvoorbeeld boeren organisaties, adviseursnetwerken) en aankondigingen op landbouwscholen.

TIPS

Stuur persoonlijke uitnodigingen.

Gebruik een stapsgewijze combinatie van communicatiekanalen.

Bedenk wie de uitnodiging gaat verspreiden.

Lever speciale inspanningen voor moeilijk te bereiken boeren!

INTERACTIE MET DEELNEMERS VÓÓR DE DEMO-ACTIVITEIT

Je kunt voorafgaand aan een demo-activiteit al interactie met de verwachte deelnemers creëren:

- Delen van extra informatie over het demonstratiebedrijf, inhoud, veldproeven, ...
- Vraag deelnemers om een online registratieformulier in te vullen (bijvoorbeeld specifieke interesses)
- Vraag de deelnemers om enkele reflectievragen voor te bereiden

Bied extra stimulansen voor boeren om te komen:

- Testmonsters
- Gratis grondanalyse
- Nationaal kampioenschap in een landbouwdiscipline
- Eten en drinken
- Een voorstelling
- Een feestje
- Prijzen om te winnen



5

Leer- en facilitatiemethoden voor demo- activiteiten

Verschiede leermethoden kunnen worden gebruikt om kennis over te dragen en uit te wisselen en vaardigheden te ontwikkelen. Het is belangrijk om te beseffen dat er geen enkele juiste methode is, maar dat de uiteindelijke keuze afhangt van verschillende factoren, zoals bijvoorbeeld de groepsgrootte en samenstelling. De demonstratie moet in de eerste plaats een combinatie van weloverwogen en evenwichtige activiteiten bevatten, om zo goede omstandigheden te creëren om te leren bij de deelnemers te ondersteunen.



GROEPSGROOTTE EN SAMENSTELLING

De beslissing over de groepsgrootte is afhankelijk van de doelstelling(en) van de demo en heeft grote invloed op het format van je demo-activiteit.

- Kleinere groepen (8-15 deelnemers):
 - Effectiever voor kennisuitwisseling, reflectie en diepgaander "peer-to-peer" leren
 - Eenvoudiger te beheren
 - Kleine gesloten groepen die regelmatig bijeenkomen, bouwen onderling vertrouwen op, wat mogelijk meer effectieve discussies ondersteunt.
- Grotere groepen:
 - Vooral geschikt wanneer de doelstellingen gericht zijn op vergroten van bewustzijn en brede kennisoverdracht
 - Trekken makkelijker sponsors en commerciële bedrijven aan
 - Moeten beschikken over goede audiovisuele voorzieningen

Meer homogene groepen lijken meer bereid te zijn om ervaringen met andere deelnemers te delen en hen te vertrouwen, terwijl meer diverse groepen met verschillende types actoren nuttig kunnen zijn om discussies op gang te brengen, door hetzelfde probleem samen vanuit verschillende invalshoeken te bekijken. Dit is dus ook een belangrijke overweging om te maken.

Ook kan de mate van bekendheid tussen de deelnemers een grote invloed hebben op de groepsdynamiek en de geschiktheid van bepaalde leermethoden. Je hebt meer georganiseerde facilitatie-methoden nodig om te netwerken, ervaringen te delen en discussies op

gang te brengen voor groepen die elkaar niet kennen. Een bekwame facilitator kan een leuke en vriendelijke sfeer creëren die het voor boeren gemakkelijker maakt om openlijk te praten en een goede discussie op gang te brengen.

TIP

Splits grote groepen op in verschillende kleinere groepen, om actieve participatie en vlotte communicatie te bevorderen.



Deze video over low stress stockmanship laat zien hoe de gastlandbouwer gebruik maakt van echte landbouwomstandigheden om de techniek uit te leggen, in plaats van bijvoorbeeld door een ppt-presentatie te gebruiken.

www.youtube.com/watch?v=vAcn7WlOce&feature=youtu.be

SELECTEREN VAN GESCHIKTE LEERMETHODEN

Er zijn 3 basisprincipes:

- 1 | Breng de leerinhoud in verband met de landbouwpraktijk
- 2 | Betrek deelnemers bij actieve kennisuitwisseling
- 3 | Gebruik verschillende leermethoden

1 | Breng de leerinhoud in verband met de landbouwpraktijk

Besteed aandacht aan de bredere context. Overloop de impact van de getoonde praktijk of innovatie op de verschillende aspecten van het landbouwbedrijf, en bespreek ook de bredere context (bijvoorbeeld sociaal, economisch, politiek). Door deze aanvullende informatie te verstrekken, kunnen deelnemers beter geïnformeerde beslissingen nemen over het al dan niet toepassen van een praktijk of innovatie.

Maak gebruik van het gastbedrijf en de ervaringen van de gastlandbouwer. De mogelijkheid om een ander bedrijf te bezoeken is vaak een van de belangrijkste motivaties van boeren om een demo-activiteit bij te wonen, dus het is belangrijk om de demonstratie-inhoud te koppelen aan de werkelijke bedrijfsbeheer en omstandigheden op het demonstratiebedrijf en zoveel mogelijk praktische voorbeelden te geven. Dit betekent ook aandacht besteden aan problemen, mislukkingen, fouten of andere negatieve aspecten van een bepaalde praktijk of innovatie. Deze problemen weerspiegelen vaak de barrières die deelnemers ervaren voor het opnemen van praktijken. Deze bespreekbaar maken, kan bijdragen aan de acceptatie van praktijken en innovaties door de deelnemers.

2 | Betrek de deelnemers bij actieve kennisuitwisseling

Bied mogelijkheden voor peer-to-peer kennisuitwisseling. U kunt de deelname aan presentaties en demonstraties vergroten door b.v. deelnemers actief de mogelijkheid geven om hun ervaringen met het publiek te delen, door discussies met kleinere aantallen deelnemers te organiseren, of door workshops te organiseren waarin actieve kennisuitwisseling wordt gestimuleerd. Creëer kansen voor meer informele kennisuitwisseling, door deelnemers voldoende tijd te geven om met elkaar te praten, bijvoorbeeld tijdens de lunch, bij een drankje of tijdens workshops.

TIP

ZORG VOOR ETEN EN DRINKEN

Verzorg een ontbijt of lunch tijdens de inleiding.

Voorzie eten en drinken na het 'formele gedeelte', zodat mensen kunnen bespreken wat ze hebben gezien of gedaan.

Zorg indien mogelijk voor zelfgemaakte producten, bij voorkeur met ingrediënten van het gastbedrijf.

Zorg voor voedsel van lokale bedrijven, die eveneens kunnen fungeren als medeorganisator en/of sponsor.

Geef tussendoor verfrissingen en snacks.

Bied een breed scala aan ervaringen aan, en zoek naar manieren om deelnemers te verrassen. Voorzie diverse activiteiten. Mogelijke voorbeelden zijn wandelingen in het veld, praktische demonstraties observeren die door een demonstrator worden uitgevoerd, en deelnemers praktische activiteiten laten uitvoeren. Dergelijke praktische activiteiten versterken het leren en begrijpen, en ook de interacties tussen deelnemers. Door een verrassingseffect aan de demonstratieactiviteiten toe te voegen, zullen deelnemers de informatie waarschijnlijk langer onthouden. Dit verrassingseffect kan op verschillende manieren worden bereikt, bijvoorbeeld door bekwame verhaaltechnieken, met behulp van een originele boeiende activiteit voor deelnemers, of door een product/innovatie te onthullen tijdens de demo-activiteit.



Figuur 1. Foto's van de "Soil my Pants" test, als een voorbeeld van een verrassende en eenvoudige test voor het aantonen van bodemgezondheid. (bronnen: <https://cereals-blog.ahdb.org.uk/when-i-soiled-my-undies/> (links); ILVO (rechts))



Deze video toont de "Soil my Pants" -test, als een verrassende en eenvoudige methode om de bodemgezondheid te testen op basis van begraven katoenen ondergoed.
www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detail/or/soils/health/?cid=nrcseprd1470410

Creëer een stimulerende en vertrouwde omgeving. Creëer een stimulerende en vertrouwde omgeving. Richt de ruimte zo in dat iedereen comfortabel naar de spreker(s) en andere deelnemers kan luisteren en deze kan begrijpen. Enkele ideeën zijn:

- Gebruik microfoons zodat elke deelnemer de luidspreker kan horen (vooral als hij buiten is).
- Gebruik beeldmateriaal dat elke deelnemer kan zien (d.w.z. gebruik geen posters met een kleine lettergrootte, die mogelijk alleen zichtbaar zijn voor de eerste rij).
- Binnen: zet stoelen in een cirkel/halve cirkel, zodat iedereen de andere deelnemers goed kan zien.
- Organiseer een 'marktje' met verschillende stands/presentatoren zodat mensen in kleinere groepen kunnen rondlopen.
- Denk na over waar u discussies wilt houden, aangezien landbouwers zich mogelijk meer op hun gemak voelen in het veld of in de schuur dan in klaslokalen.
- Zorg voor enkele grappige ijsbrekers aan het begin van de demo-activiteit. Inspiratie is te vinden op internet, bijvoorbeeld: www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426 or www.icebreakers.ws/large-group

3 | Gebruik verschillende leermethoden

Ga voor een combinatie. Verschillende leermethoden kunnen worden gebruikt tijdens de demo-activiteit, bijvoorbeeld posters, presentaties, experimenten, discussies, workshops, enz. Deze methoden verschillen in de mate van interactie tussen demonstrator en deelnemers, en de mate van actieve betrokkenheid vereist van de deelnemers. Ze spelen ook in op verschillend leerstijlen. Nogmaals, de keuze voor welke leermethoden wordt gebruikt, hangt af van het doel van de dag en de groepssamenstelling en -grootte. Een overzicht van enkele mogelijke leermethoden is te vinden op p. 28 – 30.



Hou rekening met verschillende kennisniveaus en leerstijlen van de deelnemers. Probeer in de mate van het mogelijke vooraf zicht te krijgen op de kennisniveaus van je deelnemers. Zo niet, begin dan met basisinformatie, die ook geschikt is voor nieuwkomers. Leerstijlen kunnen opgedeeld worden in 4 grote groepen (<https://blog.prezi.com/the-four-different-types-of-learners-and-what-they-mean-to-your-presentations-infographic>):

- Auditieve leerlingen horen de informatie liever. Ze praten vaak tegen zichzelf terwijl ze studeren of denken. Dit kan worden ondersteund door het publiek te stimuleren om de kernboodschappen hardop te herhalen, bijvoorbeeld door hen vragen te stellen.
- Visuele leerlingen zien liever informatie en visualiseren de relaties tussen ideeën, bijvoorbeeld in infographics, grafieken, schema's en kleuren.
- Leerlingen met een focus op lezen/schrijven geven er de voorkeur aan om informatie in boekjes of handouts te lezen of op te schrijven.
- Kinesthetische (fysieke) leerlingen geven er de voorkeur aan om praktische oefeningen en experimenten uit te voeren.



Figuur 2. Verschillende types van leren, en hoe hierop in te spelen tijdens de demo-activiteit. (Bron: <https://tutoringwithatwist.ca/varik-learning-styles/>)

Maak gebruik van geschikte leermiddelen. Maak gebruik van geschikte leermiddelen. Educatieve hulpmiddelen zijn allerlei soorten materialen die tijdens een demo worden gebruikt om het leren te vergemakkelijken (bijvoorbeeld hand-outs, video's, interactieve elektronische stemsystemen). Ze kunnen:

- Interactie vergroten: door bijvoorbeeld het gebruik van stemsystemen of interactieve apps (bijvoorbeeld www.mentimeter.com of <https://kahoot.com>)
- Inhoud visualiseren: bijvoorbeeld het tonen van apparatuur gebruikt op de boerderij, posters met boeiende infographics (gratis online infographics maken op www.canva.com/create/infographics, video's om 'goede' of 'slechte' praktijken te tonen.
- Ondersteunende informatie bieden bij de demo-activiteit: bijvoorbeeld boekjes met aanvullende informatie over het gastbedrijf of een lijst met deelnemers. Een voorbeeld hiervan zijn de "farm walk booklets" gepubliceerd door Teagasc (www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks)
- Extra informatie bieden of dienen als naslagwerk: bijvoorbeeld boekjes met praktische informatie over de aangetoonde innovatie. Dit is van belang, omdat deelnemers niet altijd de mogelijkheid hebben om aantekeningen te maken. Verwijs naar webpagina's en/ of sociale media indien beschikbaar.

TIP

TIP: Denk na over hoe je materialen kunt verspreiden tijdens de demo-activiteit. Als ze tijdens presentaties worden uitgedeeld, kan dit de deelnemers afleiden. Bepaalde informatie kan je ook vooraf naar de deelnemers verzenden.



EEN PROFESSIONELE EN VLOTTE DEMO-ACTIVITEIT

Volg de “regel van drie”. Bepaal de kernboodschappen die je wil meegeven, en herhaal deze tijdens de demo-activiteit, en geef ze ook mee als ‘take-home’ boodschap op het einde van de activiteit. Een goede gewoonte hier is om de “regel van drie” in gedachten te houden. Dit principe, vaak gebruikt in reclamecampagnes, suggereert dat het formuleren van drie kernboodschappen effectiever is dan andere cijfers.



Figuur 3. Maak gebruik van de regel van 3 om je kernboodschappen over te brengen.

Zorg voor een goede facilitator. Het stimuleren van actieve deelname ontbreekt vaak tijdens demo's, mogelijk vanwege de gebrek aan facilitatievaardigheden van de demonstratoren. Het belang van een goede facilitator kan niet worden overschat, omdat hij of zij ervoor zorgt dat alles op een vloeiende manier verloopt, deelnemers actief in discussies betreft en hen gedurende de demo-activiteit begeleidt. Hij of zij kan ook vragen verzamelen die tijdens de demo-activiteit aan de orde komen.

Zorg voor een goed time management. Niets is zo frustrerend voor deelnemers als moeten vertrekken wanneer het programma nog niet is afgelopen of het gevoel hebben dat het programma abrupt is afgelopen. Zorg ervoor dat je tijdens de demo-activiteit iemand aanduidt die de tijd bewaakt, en te zorgen dat het tijdschema wordt gevolgd. Dit kan iemand van de organisatie of het facilitatieteam zijn, of in sommige gevallen (bijvoorbeeld bij kleinere groepen) zelfs een deelnemer.

Voorzie het onvoorziene. Voorzie het onvoorziene. Het is raadzaam om van tevoren na te denken over mogelijk onverwachte omstandigheden en hierop voor te bereiden. Voorbeelden zijn slechte weersvoorspellingen, de groeps-grootte is groter of kleiner dan verwacht, de samenstelling van de groep wijkt af van wat werd verwacht (bijvoorbeeld weinig actieve boeren), problemen met apparatuur, problemen met veldproeven, enz. Wanneer bijvoorbeeld slecht weer wordt voorspeld, kan de demo worden uitgesteld of kunnen indoorpresentaties, video's, demonstraties of discussies als alternatief worden gepland.



6

Evaluatie en follow-up

EVALUATIE VAN DE UITVOERING & IMPACT VAN JOUW DEMO-ACTIVITEIT

Het evalueren van je demo-activiteit helpt om de organisatie van toekomstige activiteiten te verbeteren. Het is belangrijk om de evaluatie te verbinden aan de doelstelling van de demo-activiteit: als de doelstelling was om te netwerken dan is het nuttig om te focussen op de vraag of deelnemers in staat waren om hun netwerk uit te breiden. Als de doelstelling was om acceptatie van een innovatie te bevorderen dan moeten organisatoren monitoren hoe waarschijnlijk het is dat deelnemers de gedemonstreerde innovatie zullen overnemen.

Je kan feedback verzamelen over de uitvoering (programma, locatie, faciliteiten, onderwerp, ...) en de organisatie van de demo, maar ook over wat deelnemers geleerd hebben en wat zij denken toe te kunnen passen op hun eigen boerderij:

Korte termijn:

“Wat nemen deelnemers mee naar huis?”

- Know-why (motivatie, toegenomen bewustwording): deelnemers zijn zich ervan bewust dat er specifieke problemen of uitdagingen en/of nieuwe opties beschikbaar en mogelijk nodig zijn in de toekomst.
- Know-what (onderwerp van de demo): deelnemers zijn op de hoogte van een specifieke innovatie (nieuwe praktijken, materialen, soorten, machines, enz.).
- Know-how: deelnemers kunnen nieuwe informatie koppelen aan hun eigen manier van werken en zijn in staat om mogelijkheden te evalueren voor toepassing op hun eigen boerderij.

Langere termijn:

“Wat doen deelnemers met wat ze mee naar huis nemen?”

Deze impact is zelden het gevolg van de demo-activiteit alleen en is minder eenvoudig om te evalueren doordat er meer tijd overheen gaat. Deelnemers hebben tijd nodig om daadwerkelijk veranderingen door te voeren in hun landbouwmethoden omdat dit mogelijk nieuwe investeringen vraagt, nieuwe vaardigheden en kennis vereist en aanpassing vraagt van de routines en mind-set van de boer. De daadwerkelijke beslissing om te veranderen is dan ook niet louter het gevolg van de demo-activiteit, maar is ook het gevolg van een breed scala aan bronnen van informatie zoals publicaties in (agrarische) vakbladen, follow-up demonstraties, workshops, nieuwsbrieven, contacten met adviseurs, andere boeren, etc.

Je kunt de evaluatie op verschillende manieren uitvoeren, zoals:

- Informele gesprekken met deelnemers na de demo-activiteit;
- Gefaciliteerde feedback van deelnemers tijdens de demo-activiteit, waarbij je gebruik maakt van formulieren of discussies;
- Evaluatieformulieren die nadien aan deelnemers toegestuurd worden. Het risico van vragenlijsten aan het eind van een demo is dat ze al snel te ingewikkeld worden gevonden als mensen haast hebben en naar huis willen.

TIPS

Gebruik weinig en alleen de belangrijkste vragen. Een vragenlijst met veel vragen maakt het moeilijker om mensen zover te krijgen om hem in te vullen.

Je hebt meer kans op succes als je feedback verzamelt op de dag zelf dan achteraf via mail.

- Follow-up e-mails of telefoongesprekken. Als je impact wilt meten, kun je een aantal weken, of zelfs maanden, wachten voordat je een follow-up telefoongesprek voert.
- Evaluatieformulieren voor de organisatoren van de demo, in te vullen tijdens de demo-activiteit.
- Het is belangrijk om de uitkomsten van de evaluatie te gebruiken om toekomstige demonstraties op een landbouwbedrijf te verbeteren. Dus: als alle evaluaties verzameld zijn, moeten ze gedeeld worden en verbeteringen voor toekomstige activiteiten moeten worden toegepast.



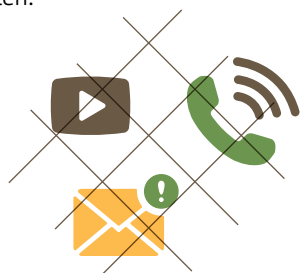
Deze video laat zien hoe de evaluatie van een demo-activiteit is opgenomen in het programma van de demo:

www.youtube.com/watch?v=BfkkuhbJ9OI&feature=youtu.be

FOLLOW-UP ACTIVITEITEN

'Follow-up' verwijst naar de verdere ontwikkeling en verspreiding van de inhoud van de demo, na afloop van de demo-activiteit, om zo de impact te vergroten. Hoewel deze follow-up activiteiten pas achteraf plaatsvinden is het belangrijk dat ze aangekondigd of bediscussieerd worden met de deelnemers tijdens de demo-activiteit zelf.

Follow-up activiteiten kunnen formeel zijn, bijvoorbeeld een georganiseerde follow-up activiteit. Informele follow-ups kunnen bestaan uit telefonisch contact met deelnemers, demonstrator of deelnemende boeren die met hun burens praten.



Deze video laat de voordelen zien van een platform voor kennisuitwisseling over biologische gewassoorten en de rol die een demo-activiteit hierin kan spelen.

www.youtube.com/watch?v=oQMam6-eKI&feature=youtu.be

Goede follow-up activiteiten voor deelnemers zijn onder meer:

- Deel de deelnemerslijst en vraag daarvoor hun toestemming (in overeenstemming met de Europese AGV privacy regelingen);
- Deel contactgegevens van de gastlandbouwer of andere demonstratoren met deelnemers die meer willen leren over het toepassen van een gedemonstreerd onderwerp op hun eigen bedrijf;
- Verstrek informatiefolders;
- Creëer een online platform, een social-media groep (bijvoorbeeld WhatsApp), blogs of fysieke netwerken waarin deelnemers hun ervaringen kunnen delen met andere geïnteresseerde boeren;
- Maak nieuwsbrieven of een website waar deelnemers meer informatie kunnen vinden over verdere inzichten en ontwikkelingen met betrekking tot het onderwerp van de demo;
- Verleen (groeps-)ondersteuning aan geïnteresseerde deelnemers die van plan zijn de praktijk of innovatie toe te passen.

Goede follow-up activiteiten voor personen die niet aanwezig waren bij de demo-activiteit zelf zijn onder andere:

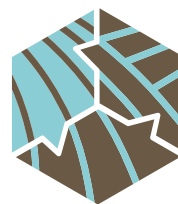
- Maak via het internet een verslag of video van de demo-activiteit beschikbaar. Als de video goed is vormgegeven, kan dit ook andere boeren aantrekken om in de toekomst deel te nemen aan demo activiteiten.
- Maak gebruik van verschillende mediabronnen (social media, blogs, webpagina's, geschreven pers, radio, etc.) om te rapporteren over de demo-activiteit.
- Publiceer artikelen voor boeren in agrarische bladen en maak brochures die verspreid kunnen worden onder landbouwers en adviseurs. Het is aan te raden om journalisten te betrekken bij de demo-activiteit en een korte persbijeenkomst te organiseren voor journalisten, om er zeker van te zijn dat de juiste boodschap wordt verspreid in hun artikelen of nieuwsberichten.
- Voor langdurige teeltproeven op het demonstratiebedrijf kunnen de trials publiek toegankelijk gemaakt worden zodat lokale boeren vrije toegang hebben en ook buiten de demo-activiteit om de vooruitgang kunnen zien.

overzicht van verschillende leermethoden. Meer informatie kan je terugvinden op trainingkit.farmdemo.eu

METHODE	FUNCTIE VAN / IN DE GEDEMONSTREERDE SITUATIE	AANDACHTSPUNTEN / VOORWAARDEN	GOEDE PRAKTIJKVOORBEELDEN
Webinar	<ul style="list-style-type: none"> Om een breed scala aan mensen te bereiken die niet in staat zijn fysiek aan de demo-activiteit deel te nemen 	<ul style="list-style-type: none"> Denk goed na over het doel en de doelgroep Verdiep je in handleidingen voor webinars 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success Hoe je een webinar kunt maken met Powerpoint: https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI Gratis training over hoe je webinars maakt: <ul style="list-style-type: none"> https://webinarsthatwork.net/free-webinar https://www.youtube.com/watch?v=xsXeSupL_d8
Informatiebord, kramen, wegwijzers	<ul style="list-style-type: none"> Deelnemers zijn zelfsturend in hun informatieverzameling, door zelf alle informatie in hun eigen tempo te lezen Bij meerdere testvelden kan een wegwijzer de behandeling voor elk veld toelichten en een contactpersoon vermelden Om de weg te wijzen naar de locatie van de demonstratie 	<ul style="list-style-type: none"> Er kan slechts een beperkte hoeveelheid informatie worden verstrekt Geen mogelijkheden voor interactie Maak wegwijzers eenvoudig, aantrekkelijk en makkelijk leesbaar Moet aansluiten bij het ontwikkelingsniveau van de deelnemers Voorzie in begeleiding en uitleg bij de informatieborden of kramen 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g
Lezing of presentatie	<ul style="list-style-type: none"> Om het onderwerp en de context te introduceren bij een grotere groep Om duidelijke conclusies en take-home boodschappen te presenteren Om foto's/video's te laten zien als live presentatie niet mogelijk is 	<ul style="list-style-type: none"> Theoretische of top-down presentaties hebben het risico dat ze slecht aansluiten bij de belevingswereld van de deelnemers. Risico op gebrek aan betrokkenheid van en interactie met boeren Kan concurreren met de demonstratie in de open lucht (als het onderdeel is van een groter evenement) Verbind de presentatie met de praktijk en demo boerderij tijdens de presentatie Houd presentaties kort (max 20 min) Denk vanuit het perspectief van de doelgroep bij de voorbereiding van de presentatie Het recyclen van de laatste presentatie die je gaf op een (wetenschappelijk) congres is niet aan te raden! Lever maatwerk voor de doelgroep. 	<ul style="list-style-type: none"> https://thefloorisyours.be/en/ https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/ https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p.30-31
Verhalend vertellen	<ul style="list-style-type: none"> Zorgt ervoor dat deelnemers de boodschap beter onthouden Bij voorkeur door een enthousiaste gebruiker van de praktijk die je wilt demonstreren Verbindt theorie en praktijk Uitwisseling met gebruikers die een bepaalde techniek of innovatieve benadering hebben geïmplementeerd is onderhoudend en stemt tot nadenken Anekdoten helpen om de inhoud te onthouden 	<ul style="list-style-type: none"> De verteller moet begaafd zijn om een levendig en begrijpelijk verhaal te vertellen Denk goed na over waar in de demo een verhaal het beste past; bijvoorbeeld aan het begin om interesse te wekken of in het midden om een voorbeeld te geven 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc
Vragen en antwoorden	<ul style="list-style-type: none"> Belangrijk in aansluiting op eenzijdige presentaties. Helpt bij het verwerken van de ontvangen informatie 	<ul style="list-style-type: none"> Stimuleer en medieer het stellen van vragen, zodat alle deelnemers aangemoedigd worden om mee te praten (rol van de facilitator) Plan voldoende tijd in voor vragen Herhaal vragen en maak gebruik van een microfoon zodat iedereen het kan horen Wees duidelijk over hoeveel vragen er gesteld kunnen worden / hoeveel tijd er is Houd antwoorden kort en bondig zodat er meerdere vragen gesteld kunnen worden Vraag deelnemers om vooraf vragen voor te bereiden 	<ul style="list-style-type: none"> Voorbeelden van stimulerende vragen: https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p.20-21 https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ

METHODE	FUNCTIE VAN / IN DE GEDEMONSTREERDE SITUATIE	AANDACHTSPUNTEN / VOORWAARDEN	GOEDE PRAKTIJKVOORBEELDEN
Interactieve, gefaciliteerde discussies met demonstrators en deelnemers of tussen deelnemers	<ul style="list-style-type: none"> • Helpt bij het verwerken van de ontvangen informatie • Stimuleert bezoekende boeren om na te denken over hoe de gedemonstreerde innovatie op hun boerderij kan worden toegepast • Stimuleert nadenken over verbinding met eerdere presentaties • Kan kennis over een bepaald onderwerp verdiepen • Werkt goed in zowel kleine als grote groepen 	<ul style="list-style-type: none"> • Bestudeer handleidingen voor facilitatie • Bereid een aantal stimulerende vragen voor om de groep 'los te weken' • Open de discussie door te starten met een eenvoudige vraag, bijvoorbeeld een ja/nee vraag die door iedereen met handopsteken beantwoord kan worden • Vraag presentatoren en vragenstellers om zichzelf te introduceren • Deelnemers die al bekend zijn met het onderwerp of de innovatie kunnen de discussie starten en onervaren deelnemers stimuleren om ook deel te nemen in de discussie. Het kan interessant/nodig zijn om ervoor te zorgen dat er een aantal ervaren boeren aanwezig zijn • Goede luister- en facilitatievaardigheden zijn nodig: herformuleren, samenvatten van belangrijkste issues • Splits grote groepen op in kleinere 	<ul style="list-style-type: none"> • Voorbeelden van stimulerende vragen: https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, p. 20-21
Veld/boerderij wandeling	<ul style="list-style-type: none"> • Om te leren over de boerenpraktijk en de toegepaste landbouwmethoden • Wandelingen tussen verschillende demonstratielocaties kunnen gebruikt worden voor vragen en informele gesprekken tussen deelnemers (zie hierboven) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sommige gastheren vinden het niet fijn als deelnemers vrijelijk op hun boerderij rondlopen • Kan deelname van mindervalide personen beperken • Aanwezigheid van de gastheer gedurende de veldwandeling kan nuttig zijn om te begeleiden, uitleggen en vragen te beantwoorden • Ruim voldoende tijd in om te wisselen tussen verschillende demonstratieactiviteiten • Besteed aandacht aan gezondheids- en veiligheidsaspecten van een boerderijwandeling / transport (b.v. met een wagen achter een trekker). 	<ul style="list-style-type: none"> • Gebruik een volgwagen om mensen te vervoeren als kavels of onderdelen van de boerderij niet goed toegankelijk zijn voor mindervalide deelnemers
Praktijkvoorbeeld getoond door de demonstrator	<ul style="list-style-type: none"> • Om de leerinhoud en het onderwerp te illustreren • Om presentaties aantrekkelijk te maken en de aandacht te trekken • Werkt goed als het gecombineerd wordt met een veldwandeling en andere vormen van presentatie 	<ul style="list-style-type: none"> • Gebruik gemakkelijke maar verrassende manieren om je boodschap uit te leggen • Zorg ervoor dat je de hele groep erbij betrekt • Denk na over de groepsomvang: iedereen moet het praktische voorbeeld kunnen zien en kunnen horen wat er wordt verteld 	<ul style="list-style-type: none"> • Eenvoudige tool om bodemkwaliteit te testen: https://www.youtube.com/watch?v=9VWMoDijDm4&feature=youtu.be • "Slake" test om de structurele stabiliteit van de bodem te visualiseren (Frans gesproken): https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&feature=youtu.be
Presentatie gericht op gebruik van meerdere zintuigen	<ul style="list-style-type: none"> • Ondersteunt het onthouden van wat wordt gedemonstreerd en zorgt voor verankering van leren • Werkt goed in combinatie met een veldwandeling en andere vormen van presentatie 	<ul style="list-style-type: none"> • Zorg ervoor dat er genoeg tijd is • Gebruik de ervaring in je presentatie, bijvoorbeeld door vragen te stellen: "waar vind je dit naar ruiken?" "hoe zou je omschrijven hoe ... aanvoelt?" 	<ul style="list-style-type: none"> • Voorbeelden: <ul style="list-style-type: none"> • voel en onderzoek de bodem nadat schoffel machines langs zijn geweest • luister naar de bijen in een buffer gebied in het veld • proef brood dat is gemaakt van bloem dat van de boerderij komt, om deelnemers waardering te laten krijgen voor de kwaliteit van het product • demonstratie van een spade test om de bodemkwaliteit te analyseren: https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw • demonstratie van de teelt van peulvruchten laat zien hoe de gastheer zijn eigen ervaring meenam in zijn demonstratie: https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-1I&feature=youtu.be

METHODE	FUNCTIE VAN / IN DE GEDEMONSTREERDE SITUATIE	AANDACHTSPUNTEN / VOORWAARDEN	GOEDE PRAKTIJKVOORBEELDEN
Oefeningen om deelnemers eigenhandige ervaringen te geven	<ul style="list-style-type: none"> Actief leren geeft deelnemers de mogelijkheid om zelf oplossingen te bedenken Ondersteunt het zich herinneren van een aanpak en zorgt voor verankering van leren Ondersteunt het onder de knie krijgen van een vaardigheid door deelnemers 	<ul style="list-style-type: none"> Dit is niet toepasbaar voor elk onderwerp. Bijvoorbeeld als er vergunningen nodig zijn om apparatuur te mogen gebruiken of vanwege bioveiligheid maatregelen Zorg dat hiervoor voldoende tijd is gereserveerd in het tijdsschema van de demo-activiteit 	<ul style="list-style-type: none"> Draag beschermende kleding tijdens toepassing van bestrijdingsmiddelen Neem je eigen sproeimachines mee om ze goed af te stellen Demonstratie van een spade test om de bodemkwaliteit te analyseren: https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw
Workshops	<ul style="list-style-type: none"> Voor diepgaande discussie en focus op een specifiek onderwerp Om dieper in te gaan op toepassing van de gepresenteerde aanpak op de eigen boerderij Output kan gebruikt worden voor documentatie 	<ul style="list-style-type: none"> Vereist minstens 1 uur in een zaal of om een buitentafel Vereist faciliteiten om belangrijkste punten uit de discussie / resultaten van een gerichte vragen op te schrijven (bijvoorbeeld verstrek invulformulieren) Formuleer zorgvuldig het doel van de workshop (moet haalbaar zijn in de beschikbare tijd) en welke uitkomsten je verwacht Deelnemers die een veldbezoek verwachten staan mogelijk niet open voor een workshop met pen en papier (vermijdt dit door het aan te kondigen in de uitnodiging); dit kan concurreren met de demonstraties Neem uiteenlopende voorkeuren van deelnemers in acht voor methodes die toegepast worden Werkt het beste als de groep wordt opgesplitst in kleinere groepen van ongeveer 3-6 personen Bekijk workshop- en facilitatiehandleidingen 	<ul style="list-style-type: none"> Handleiding voor workshopfacilitatie: https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops
Diner, drankjes, transport, etc. Die bieden tevens ruimte voor (informele) uitwisselingen tussen deelnemers	<ul style="list-style-type: none"> Mogelijkheid om vrijelijk te praten over eventuele mislukkingen of zorgen omtrent de innovatie en landbouwmethoden die gedemonstreerd zijn. Mogelijkheid voor productief en wederzijds leren gebaseerd op elkaars ervaringen Tijdens het informele onderdeel van de demo-activiteit (eten en drinken) of wanneer je van het ene punt naar het andere gaat Om te reflecteren op eerder gegeven presentaties Om de gepresenteerde informatie te verwerken 	<ul style="list-style-type: none"> Zorg voor voldoende tijd en ruimte zodat informele informatieuitwisseling plaats kan vinden Sponsoring van eten/drinken/transport 	<ul style="list-style-type: none"> Kan overal plaatsvinden als er genoeg tijd is; moedig dit aan door in het programma ruimte te bieden voor deze informele uitwisseling en bied deelnemers eten/drinken aan



AGRIDEMO



PLAID



Deze gids is het resultaat van een sterke samenwerking tussen 3 Farm-Demo projecten die elk steun ontvingen van het Horizon 2020 onderzoeks- en innovatieprogramma van de Europese Unie: N°727388 (PLAID), N°728061 (Agridemo-F2F) en N°772705 (NEFERTITI).

MEER TOOLS OP

trainingkit.farmdemo.eu