



GUIDE TIL AFHOLDELSE AF GÅRDEMONSTRATIONER







Introduktion

Gård demonstrationer har været afholdt i mindst to århundreder. Formålet var oprindeligt at introducere landmænd for nye tiltag og innovationer, men i nyere tid er det, at landmænd kan dele erfaringer med hinanden og andre aktører i landbrugsrelevante omgivelser, også en stor del af det. I Europa åbner flere og flere landmænd deres gårde op for andre landmænd og det øvrige samfund som en del af deres forretnings- og udviklingsstrategi.

Demo-aktiviteter, hvor landmænd, rådgivere og folk fra industrien mødes, kan variere fra enkeltstående markvandring eller årligt tilbagevendende begivenheder til permanente forsøgsgårde, hvor forskere afprøver og demonstrerer innovative teknologier og tiltag. Variationen af gård demoer spænder altså bredt, og derfor er planlægningen af de enkelte demoer også forskellig. Derfor er der heller ikke én rigtig skabelon til afholdelse af en succesfuld demo.

Denne guide giver et overblik over de vigtigste elementer, der skal med i overvejelserne, når det kommer til planlægning, udførelse og evaluering af gård demoer. Den foreslår, at der følges 6 simple trin, når en demo skal designes, begyndende med en klar definition af formålet og sluttende med en god evaluering og opfølgning. Guiden giver konkrete tips og tricks og specifikke værktøjer til hele processen i planlægningen af din demo.



Du kan finde en online version på:

<https://farmdemo.eu>

Denne guide er et resultat af et stærkt samarbejde mellem Farm-Demo-projekterne PLAID, Agridemo-F2F og NEFERTITI, der har fået støtte fra EU's Horizon 2020 forsknings- og innovationsprogram. N°727388 (PLAID), N°728061 (Agridemo-F2F), and N°772705 (NEFERTITI).

DESIGN DIN GÅRDEMONSTRATION I 6 TRIN

1 Formål og målgruppe



- Angiv klare mål for demoen
- Invitér det rette landbrugspublikum i overensstemmelse med disse mål
- Invitér andre aktører for at øge virkningen

-7-

2 Værtsbedriften



- Vælg din værtsgård i overensstemmelse med dine mål
- Gå efter en troværdig og innovativ værtslandmand
- Sørg for let adgang med en god beliggenhed og de rette faciliteter

-11-

3 Demo-op sætning



- Hav et velbalanceret organisationsteam der passer med demoens mål
- Sørg for tilstrækkelig tid til interaktion og netværk
- Overvej om tidspunktet passer ind i landmændenes program
- Kompensér værtslandmændene

-13-

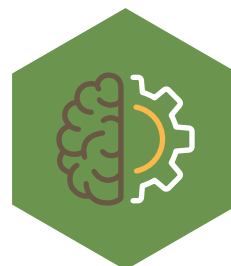
4 Reklamering



- Angiv dine nøglebudskaber i overensstemmelse med dine mål
- Tilpas jargonen til din målgruppe
- Lav invitationen tiltrækkende og overskuelig
- Brug flere kommunikationskanaler

- 17 -

5 Lærings- og faciliteringsmetoder



- Relatér læringsindholdet til den tilsvarende landbrugspraksis
- Engager deltagerne i en aktiv vidensdeling
- Brug flere forskellige læringsmetoder
- Opdel større grupper

- 20 -

6 Evaluering og opfølgning



- Evaluér om dine mål er opfyldt
- Brug og implementér resultaterne af din evaluering
- Organisér opfølgningsaktiviteter for deltagere og ikke-deltagere

- 25 -

Design din gård demonstration i 6 trin | 5





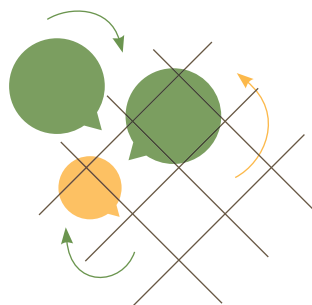
1

Demoens formål og målgruppe

? "Hvad vil du opnå med demoen?"

For enhver demo er det vigtigt at fastlægge klare mål og nøglebudskaber i god tid. Det er afgørende for alle de efterfølgende beslutninger, der træffes under forberedelsen og udførelsen af demoen: Opsætningen, hvem der skal involveres, evalueringen af effektiviteten mm.

Start med at adressere "hvorfor" (hvorfor laver vi denne demo?) og derefter "hvad" (hvad vil vi demonstrere?). Ud fra dette mål med demoen, finder man ud af "hvem" (hvem er målgruppen for demoen?) og "hvordan" (hvordan opsætter vi demoen og hvilke læringsmetoder skal vi anvende?).



Demoer kan fungere som et "mødested" for deltagerne.



Når demoen tager udgangspunkt i de udfordringer, der er i den pågældende egn, gøres det mere interessant for landmændene, og det øger også den potentielle virkning af demoen.

HVORFOR VIL DU AFHOLDE DEMOEN?

Dette præciserer motivationen eller behovet for demoen.



Mulige målrettede virkninger:

- **Vidensdeling.** Du kan have til formål at skabe (ny) viden ved at inddrage den store mængde viden, deltagerne i markdemoen har tilsammen.
- **Vedtagelse af innovation.** Demoer hjælper til med at fremvise nye muligheder, tiltag eller praktisk viden, der kan bruges direkte på gården. Fremvisningen kan være med til at give landmanden tilliden til at vedtage de demonstrerede metoder eller innovationer på sin egen gård. Innovationerne kan komme fra forskning, industrien (relateret til produktion) eller fra pioner-landmænd.
- **Problemløsning.** Demoer er en god platform til at skabe en forbindelse mellem rådgivere og de lokale landmænds behov. De kan bruges til at demonstrere løsninger på landmændenes problemer, såsom hvordan landmændenes arbejdsbyrde reduceres, hvordan planter kan dyrkes i et ændret klima, eller de kan bruges til at validere udført forskning og innovation under lokale forhold og skræddersy dem til landmændenes behov.
- **Uddannelse.** Demoer fungerer som en platform, hvor landmændenes færdigheder kan forbedres. Hermed kan nyskabende landbrugstiltag lettere implementeres i praksis.
- **Skabe bevidsthed.** Demoer kan skabe bevidsthed om emner, som deltagerne ikke selv er opmærksomme på.
- **Netværk.** Demoer kan fungere som et "mødested" for deltagerne. Tilbagevendende (fx årlige) demoer kan bruges som et netværk for de involverede i demoen. De kan være med til at styrke og udvikle samarbejdet og skabe grobund for nye partnerskaber, der kan være med til at løse landbrugsrelaterede problemer. Også det sociale aspekt, hvor landmænd mødes med andre landmænd fra samme egn, har stor værdi for mange af deltagerne.
- **Implementering af forskning.** Demoer kan fungere som en platform til at overføre viden om anvendte forskningsresultater til landbrugspraksis. Innovationer og tiltag kan afprøves, sammenlignes eller valideres under 'rigtige' landbrugsforhold på demogårdene.
- **Implementering af politikker.** Demoer er en mulighed for at informere landmænd om ny lovgivning og politiske bestemmelser og give landmændene specifikke metoder og eksempler på, hvordan de kan gennemføre dem på deres bedrifter.

HVAD VIL DU DEMONSTRERE?

Demo-emner kan være meget forskellige. Det kan være demonstration af et produkt, en maskine, en proces, ledelse eller markedsføring.

Hvilket emne, der demonstreres, påvirker derfor også, hvordan demoen skal bygges op, og hvilke målgrupper der potentielt kan nås. Er det en innovation, der er helt ukendt i landbruget og uden egentlige eksempler fra praksis, er den allerede implementeret af en nogle få landmænd, eller er det en udbredt praksis, der kan optimeres og rafineres af landmændene?

Ofte ligger styrken af en demo i sin enkelhed. Derfor er rådet også at begrænse mængden af emner under en demo. Hvis du vil adressere flere emner, kan du overveje at organisere en serie af demoer. Antallet af emner påvirker dagens planlægning mht. læringsmetoderne men også målgrupperne.



Valget af emnet for demoen kan enten komme oppefra og besluttes af arrangørerne, af landbrugerrepræsentanter eller af det projekt, hvor demoen er indlejret, eller nedefra ved at inddrage landmænd eller deltagere fra en tidligere demo. Under alle omstændigheder er det nødvendigt med grundige overvejelser, så der vælges et godt og relevant emne.



Enkeltstående demo vs. en serie af demoer

Når selve opbygningen af demoens planlægges, er det vigtigt først at beslutte, om demoen skal være en enkeltstående begivenhed, en serie af demoer om det samme emne eller en tilbagevendende begivenhed afholdt af de samme arrangører.

En serie af demoer nævnes ofte som værende mere effektiv:

- Deltagerne lærer at kende og stole på hinanden (og er dermed mindre tilbageholdende med at dele information)
- Demoerne kan adressere flere af trinnene i en proces
- Det giver mulighed for at vise en udvikling over tid
- Man kan nå ud til flere landmænd og flere interessenttyper
- Demoen kan have gavn af det gode ry fra de tidligere demoer
- Organiseringen og opsætningen kan forbedres gang for gang

HVEM VIL DU RAMME?

Valg af målgruppe(r) afhænger af, hvad du vil opnå med demoen. Er emnet og vidensniveauet meget specifikt, kan man vælge at målrette det mod en lille gruppe af landmænd, der "taler samme sprog" for at sikre en stærk interaktion mellem deltagerne.

Målgruppen kan specificeres i forhold til:

- Bestemte sektorer (fx mælkeproducenter, sukkerroeproducenter)
- En bestemt region (fx en bestemt egn, landsdækkende eller internationalt)
- Deres erfaring med en bestemt teknik. Afhængigt af hvad målet er, kan arrangørerne vælge kun at invitere erfarne eller uerfarne landmænd (fx for at forbedre en praksis eller innovation) eller landmænd med blandet erfaringsniveau (hvis der ønskes en udveksling af viden). Ekspertlandmænd kan hjælpe med at starte diskussioner under demonstrationen og opfordre andre til at stille spørgsmål.
- Specifikke "typer" af landmænd (fx innovative landmænd til emner, der kræver yderligere udvikling, den "gennemsnitlige landmand" ved emner, der kan tages i brug med det samme, unge landmænd, kvinder etc.)
- Køn, sikre at alle involverede i landbrugsbedriften deltager og føler sig velkomne.

Oftentimes er det en fordel at invitere andre aktører, der kan bidrage til demoen:

- Landbrugsrådgivere kan være med til at sprede de vigtigste budskaber i demoen til landmænd, der ikke har deltaget i demoen. Desuden kan de forbinde landmænd, der er interesserede i eller har anvendt en bestemt praksis eller innovation.
- Landbrugspressen kan kommunikere det demonstrerede emne ud til et bredere publikum.
- Aktører fra fødevarekæden (leverandører, forarbejdere, forbrugere, ...) er vigtige partnere til at løse fødevarerelaterede udfordringer. Deres tilstedeværelse kan styrke forbindelserne mellem producenter og deres markeder. De kan samtidig bidrage med erfaring fra andre områder.
- Politikere kan øge bevidstheden om de politiske barrierer og incitamenter. Samtidig kan de selv lære om de praktiske problemer eller barrierer, som landmændene står overfor, hvilket kan være med til at forbedre de politikker, der udarbejdes. På den anden side er landmændene ofte mere tilbageholdende med at deltage og dele erfaringer, når der er mange myndigheder til stede i gruppen.
- Landbrugsstuderende og -lærere kan spille ind med forskningsinnovationer og samtidig få et større indblik i landmændene og deres måde at producere på.



TIP

Tilstedeværelsen af både kvindelige og mandlige værtslandmænd, vil opmuntre både mænd og kvinder til at deltage i demoen.





2 Værtsbedriften

Demoer kan afholdes forskellige steder; på kommercielle gårde, hos en rådgivningsvirksomhed, på arealer, der tilhører universiteter eller andre offentlige instanser, for at nævne de mest oplagte. Der er nogle kriterier for et godt værtssted, og det kan være godt at tænke det grundigt igennem på forhånd og bruge det som en tjekliste, når der søges efter en vært.

? "Kan landmændene identificere sig selv med værtsgården?"

En demo kan få større indflydelse, når værtsgården opererer under de samme "virkelige betingelser" som gennemsnitlige kommercielle gårde.

? "Er værten en respekteret landmand? Er han eller hun en "god landmand", der er anerkendt for at være både innovativ og produktiv?"

Den offentlige opfattelse af værten spiller også en rolle i demoens tiltrækningskraft. At vælge en person, du allerede kender, eller en gård, der tidligere har været værtsbedrift, kan være et "sikkert" valg, da demoen ofte kræver en stor indsats fra værterne, når de skal gøre deres bedrift klar til de besøgende.

? "Er værtsbedriften egnet til demonstrationen med hensyn til emnet, stedet og de planlagte aktiviteter?"

Du bør tjekke, om værtslandmandens aktiviteter og praksis passer med demoens formål og det forventede antal deltagere. Rejsetiden til demoen er et vigtigt kriterie. Men fremvises der innovative teknikker, der ikke er almindelige i landmandens hjemegn, er han/hun ofte villig til at rejse længere.



Valget af værtsbedrift har indflydelse på tilgængeligheden af demoen:

- Geografisk (placering, god og nem adgang)
- Social (faciliteter, komfort og sikkerhed for de besøgende)



TIPS

På hjemmesiden <https://farmdemo.eu> kan du finde en oversigt over demonstrationsbedrifter i hele Europa.

Samarbejde mellem kommercielle virksomheder og kommercielle gårde kan være gavnligt, da det giver deltagerne mulighed for at se de nyeste innovationer ude på en "rigtig" gård.

En "atypisk" gård kan give inspiration og sætte gang i overvejelser om ens nuværende praksis.

For at nå en bredere gruppe af mennesker kan du organisere samme demo flere steder i landet.

Ligger værtsbedriften meget fjernt, kan arrangement af gruppetransport gøre det lettere at deltage.

Skal der besøges flere forskellige lokaliteter under en demo, kan der sørges for transport til deltagerne.



3 Opsætning af demoen

ORGANISERING

? "Hvilken type partnere (fx landmænd, landbrugsorganisationer, rådgivere, landbrugsvirksomheder) skal involveres i demoorganisationen, for at målene med demoen opfyldes?"

Samarbejdet mellem flere aktører kan være udfordrende på grund af forskellige faglige baggrunde, færdigheder, vidensområder, prioriteter, arbejdsrutiner og motivationer. For at få samarbejdet til at lykkes er det vigtigt at blive enige om emne, indhold og arbejdsdeling.

Den regionale AKIS (se boksen) kan definere den sammenhæng, hvori demoer organiseres. Et godt samarbejde mellem regionale AKIS-aktører kan gøre det lettere at organisere eller oprette en strategi for demoer, tilpasse emnet til den specifikke region og finde de rigtige profiler og kompetencer til at organisere demoen. Succesen med en demo er ofte også relateret til lokalsamfundets opfattelse af organisationsholdet. Holdet, der organiserer en demo, kan drage fordel af et samarbejde med respekterede lokale organisationer, der har meget kontakt med landmændene.

Videns og Innovationssystemet for landbrug, også kaldet AKIS (Agricultural Knowledge and Innovation System) omfatter hele det system, der er for vidensdeling i landbruget inden for en bestemt region. AKIS-systemet er defineret af den måde, som folk og organisationer som rådgivnings-, forsknings-, politiske og landbrugsorganisationer arbejder sammen på.

Samarbejdet med kommercielle partnere kan også være med til at øge effekten af en demonstration. Husk blot at aftale, at deres rolle er at bidrage med viden og information og ikke blot at komme med en salgstale. Dette kan undgås ved at involvere mere end ét kommercielt firma eller ved at involvere "neutrale" parter som ikke-kommercielle rådgivningsydere eller forskere. Dette øger også demoens troværdighed.



Roller i organisationsteamet

En klar definition af roller og tilstrækkeligt med personale (både i ekspertise og antal) kan understøtte forberedelsen og strukturen af demoen. Fire vigtige roller skal udfyldes under en demonstration:

- Værtslandmanden
- Demonstratoren
- Koordinatoren
- Facilitatoren

TIPS

Involvér værtslandmanden tidligt i forløbet.

Overvej at involvere andre organisationer, der deler din interesse, for bedre at nå målgruppen.

Pas på med at involvere myndigheder i dine demoer, da det kan afskrække landmænd fra at deltage.

En facilitator kan ofte være en stor hjælp. Facilitatoren kan håndtere en diskussion og fungere som en neutral tredjepart.



ET AFBALANCERET PROGRAM

Hvor lang tid, der er til rådighed til demoen, er afgørende for beslutningerne om demoindholdet og de læringsmetoder, der skal anvendes. Den tilgængelige tid kan variere fra en time, til en halv, hel eller endda flere dage. Husk at give nok plads til diskussion og spørgsmål men også til netværkspleje og social interaktion.

Et godt program indeholder tilstrækkelig med variation. Det skal i det mindste indeholde:

- En velkomst/introduktion (helst sammen med værtslandmanden)
- En demonstration af innovationen (evt. i kombination med en præsentation)
- En faciliteret diskussion eller interaktiv spørgsmålsrunde
- En evaluering af demoen fra deltagerne
- En officiel afslutning af begivenheden med klare konklusioner
- Tid til uformelle samtaler, diskussioner og netværk (sørg for med mad og drikke! - Se også afsnittet om lærings- og faciliteringsmetoder)

TIPS

Det virker godt, når værtslandemanden byder velkommen.

Sørg for en rundvisning af gården.

VÆLG ET PASSENDE TIDSPUNKT

Tidspunktet for demoen er en nøgelfaktor for, hvor mange deltagere der kommer. Selvom du ikke altid kan planlægge præcist, hvornår det passer bedst (hvis det fx rammer lige oveni sæsonens første varme uge, hvor landmændene skal ud på marken), kan du forsøge at ramme de perioder, hvor landmænd har mindre arbejde på gården. Tidspunktet på dagen (fx tidspunkt for malkning) og/eller ugen (fx skoledage) har også en stor betydning.

Oftentimes er valget af det rette tidspunkt en afvejning mellem flere aspekter. Eksempelvis er en periode, hvor der er meget at se på marken, ofte også en periode, hvor der er meget arbejde på gården.

TIPS

For tilbagevendende demoer skal du vælge en fast dato (fx sidste weekend i september, hver sjette måned etc.).

Tag hensyn til andre begivenheder.

FACILITETER OG UDSTYR

En velstruktureret demo, hvor deltageren føler sig velkommen og taget godt af, tilføjer rigtig meget til effektiviteten af demoen. Sørg for gode faciliteter, nem adgang, parkering mm.

TJEKLISTE:

- ✓ Klar lyd og grafik
- ✓ Sikkerhedsforanstaltninger
- ✓ Toiletter
- ✓ Adgang for kørestolebrugere, hvis det er muligt
- ✓ Vejskilte, bannere og parkering
- ✓ Skyggefulde områder eller læ/ly i tilfælde af regn og blæst
- ✓ Logoer og bannere af sponsorer, hvis det er relevant
- ✓ Husk mad og drikke!



BUDGET

- ? *“Hvem vil finansiere demonstrationen?”*
- ? *“Skal deltagerne selv betale et deltagelsesgebyr?”*
- ? *“Vil budgettet påvirke opsætningen, og hvor mange der kommer?”*

Budgettet skal dække alle udgifter såsom input, transportomkostninger, organisationsudgifter og reklameudgifter. Husk også at kompensere værtslandmanden for eventuelle udbyttetab og for den tid han/hun afsætter til demoen (inkl. forberedelsestid).

Det disponible budget afhænger af, hvilke finansieringskilder der er til rådighed. Det kan have en stor indflydelse på opsætningen af demoen og vil påvirke beslutninger om målgruppens størrelse, om deltagerne skal betale et deltagelsesgebyr, hvilke demonstratorer der kan inviteres etc. Men et mindre budget bør ikke nødvendigvis påvirke effektiviteten af demoen negativt. Billige metoder kan være lige så effektive som dyre metoder, men kræver måske mere planlægning.

Ved større begivenheder kan yderligere hjælp (fx menneskelige ressourcer eller materialer) dækkes af sponsorer eller allierede organisationer.

REGISTRERING

Dette giver dig mulighed for nemt at kontakte deltagere bagefter for opfølgning og evaluering, og gør det samtidig lettere at organisere en god demo tilpasset det estimerede antal deltagere. Registreringen skal foregå let og flydende.

TIPS

Få deltagerne til at registrere sig før arrangementet. På den måde ved du, hvilken type deltagere der kommer, og du har mulighed for at sende interessant materiale ud før arrangementet.

Giv deltagerne en kontaktiliste.





4 Reklamering

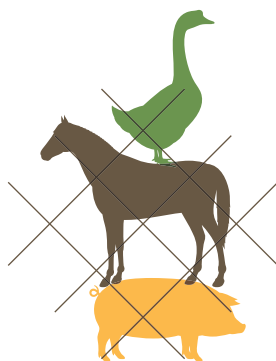
TYDELIG INVITATION TILPASSET MÅLGRUPPERNE

? "Hvem når annonceringen ud til?"

En effektiv rekruttering har indflydelse på, hvor mange deltagere der kommer til demoen.

TIP

Send eventuelt invitationen til hele familien.



Det er vigtigt at tilpasse invitationen til målgruppen. Sørg for at tilpasse sproget (jargonen) til målgruppen.

Der er nogle vigtige spørgsmål, du bør tænke på, når du designer en invitation:

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

Hvem er din målgruppe?

- Hver målgruppe har et unikt sæt forventninger og problemer. Fokuser på én målgruppe ad gangen, hvis det er muligt.
- Angiv din målgruppe i invitationen (fx kun økologiske landmænd, eller både økologiske og konventionelle landmænd).

Hvad er dit hovedbudskab?

Hvilken handling vil du gerne opfordre til?

- Angiv meget klart, at det er en invitation til at deltage i demoen
- Vælg et godt navn til demoen, der reflekterer demoens hovedbudskab

Hvilket problem kæmper din målgruppe med, og hvordan vil du løse det?

- Nævn tydeligt hvad formålet med demoen er.
- Hvis du har kyndige demonstratorer, dygtige facilitatorer eller værtslandmænd, skal du tydeligt nævne det i invitationen, da de kan tiltrække landmænd.

Hvad vil din målgruppe få ud af at deltage?

- Angiv hvad dine deltagere kan tage med sig hjem.

TIPS

Nævn alle arrangørerne i invitationen.

Angiv adgangsgebyret, hvis det er relevant.

Gør invitationen visuelt attraktiv og sørg for den rette mængde af information. Du kan bruge software som www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker og <https://spark.adobe.com/make/invitation-maker>

Ved at bruge en fast skabelon til invitationen for flere demoer, kan synligheden øges. Denne ensrettede "branding" skal også afspejles i eventets navn. Dette giver en større genkendelse af demoerne, og når de har udviklet et godt ry, vil de kunne tiltrække deltagere med større succes.

Gør invitationen klar og tiltalende. Gør det ikke kompliceret med eksempelvis brug af mange forskellige skrifttyper. Et indbydende billede af værtsgården fungerer godt.



BRUG DE RIGTIGE KOMMUNIKATIONSKANALER

Adskillige kommunikationskanaler kan bruges til at tiltrække deltagere. Invitationer kan deles ved hjælp af flyers, breve, e-mails, plakater, avisartikler, hjemmesider, sociale medier, fra mund til mund eller via radio- og tv-kampagner. Invitationen kan også deles via møder, personlige kontakter, egne netværk eller maillister, netværk af andre organisationer (fx landbrugsforeninger, rådgivernetværk) eller som meddelelser i skolerne.

TIPS

Send personlige invitationer.

Brug en kombination af forskellige kommunikationskanaler på forskellige tidspunkter.

Overvej hvem der kan være med til at dele invitationen.

Gør en særlig indsats for at invitere de landmænd, der ellers er svære at nå ud til!

INTERAKTION MED DELTAGERE FØR DEMOEN

Allerede inden demoen kan du starte en interaktion med de forventede deltagere:

- Give ekstra oplysninger om værtslandmanden, demoinholdet, markforsøgene, ...
- Bede deltagerne om at udfylde en online registreringsformular (fx om specifikke interesser)
- Bede deltagerne om at forberede nogle reflekterende spørgsmål

Tilbyd noget ekstra for at få landmændene til at komme:

- Gratis prøver
- Gratis jordanalyse
- Konkurrence i en landbrugsdisciplin
- Mad og drikke
- En opvisning
- En fest
- Priser man kan vinde



5

Lærings- og faciliteringsmetoder til demoen

En lang række læringsmetoder kan bruges til at give viden og udvikle færdigheder. Det er vigtigt at indse, at der ikke findes én enkelt rigtig metode, men at det egentlige valg afhænger af flere faktorer, som fx gruppestørrelse og sammensætning. Demoen skal også indeholde en kombination af velovervejede og velafbalancerede aktiviteter for at understøtte gode læringsforhold.



GRUPPENS STØRRELSE OG SAMMENSÆTNING

Beslutningen om gruppens størrelse afhænger af demoens mål og har stor indflydelse på demoens format.

- Mindre grupper (8-15 deltagere):
 - Mere effektiv til udveksling af viden, refleksion og dybere læring
 - Lettere at administrere
 - Små, lukkede grupper, der mødes regelmæssigt, bygger en tillid op, der kan gøre diskussionerne mere effektive
- Større grupper:
 - Når målet er at skabe bevidsthed om et emne og give en bred viden
 - Gør det lettere at tiltrække sponsorer og landbrugsleverandører
 - Behov for god lyd og grafik

I homogene grupper kan deltagerne være mere klar på et dele deres viden, da tilliden er større. Grupper med flere forskellige typer aktører kan derimod være gode til at skabe diskussion og netværksdannelse, hvor et problem bliver anskuet fra forskellige vinkler. Dette er selvfølgelig også et vigtigt element, når man tænker på rekruttering.

Hvor godt deltagerne kender hinanden på forhånd, kan også have stor indflydelse på gruppedynamikken og på hvilke læringsmetoder, der virker bedst. Grupper, der ikke kender hinanden, har brug for mere organiserede faciliteringsmetoder for at igangsætte netværksdannelse, vidensdeling og diskussioner. En dygtig og venlig facilitator kan skabe en hyggelig og venlig atmosfære, der gør det lettere for landmændene at tale åbent og skabe en god diskussion.

TIP

Overvej at opdele en stor gruppe i mindre grupper for at fremme en aktiv deltagelse og engagerede diskussioner.



Denne video viser, hvordan demonstratoren gør brug af de reelle landbrugsbetingelser for at forklare teknikken i stedet for at bruge en Powerpoint-præsentation.

www.youtube.com/watch?v=vAcn7Wl0-cE&feature=youtu.be

VALG AF EGNED LÆRINGSMETODER

Der er 3 grundlæggende principper:

- 1 | Sørg for at læringsindholdet relateres til landbrugspraksis
- 2 | Engager deltagerne i en aktiv vidensdeling
- 3 | Brug en bred vifte af læringsmetoder

1 | Relatér læringsindholdet til landbrugspraksis

Vær opmærksom på den bredere kontekst. Adressér virkningen af den demonstrerede praksis eller innovation på hele gården og diskutér også den bredere kontekst (samfundsmæssig, økonomisk, politisk, ...). Ved at give disse yderligere oplysninger kan deltagerne træffe mere velinformerede beslutninger om, hvorvidt de skal vedtage en praksis eller innovation.

Benyt værtsgården og værtslandmandens oplevelse.

Muligheden for at besøge en anden gård er ofte en af de vigtigste motivationer for landmandens deltagelse i en demo. Derfor er det vigtigt at forbinde demonstrationsindholdet med de egentlige driftsforhold på værtsbedriften og give så mange praktiske eksempler som muligt. Dette betyder også, at der skal være opmærksomhed på problemer, fejl eller negative virkninger af en praksis. At dele det, der gik galt, kan skabe en væsentlig læringsmulighed for både deltagerne og værtslandmændene, da deltagerne måske bliver inspirerede til at dele deres erfaringer med lignende problemer på deres bedrift. Disse problemer afspejler ofte de hindringer, der er for at vedtage en praksis, så når de behandles og, og det forklares, hvordan de kan håndteres, kan det bidrage til, at flere af deltagerne vil indføre den pågældende praksis eller innovation.

2 | Engager deltagerne i en aktiv vidensdeling

Gør det muligt for landmænd at dele viden med hinanden. Dette kan organiseres ved at øge deltagelsen i præsentationer og demonstrationer, fx ved aktivt at give deltagerne mulighed for at dele deres erfaringer med de andre, ved at organisere gruppediskussioner i mindre grupper eller ved at organisere workshops, hvor aktiv vidensdeling stimuleres. Sørg også for at skabe muligheder for mere uformel vidensdeling ved at afsætte tilstrækkelig med tid, hvor landmændene kan snakke med hinanden, fx under frokosten, kaffepausen eller workshops.

TIP

GLEM IKKE FORPLEJNINGEN

Morgenmad eller frokost mens de indledende taler holdes

Mad og drikkevarer efter den "formelle del", så folk kan diskutere, hvad de har set eller gjort

Sørg evt. for hjemmelavet mad med ingredienser fra værtsbedriften

Sørg evt. for mad fra fødevarer virksomheder, der deltager i/sponsorerer demoen

Sørg for forfriskninger og snacks i pauserne mellem de forskellige aktiviteter

Organisér evt. et grill-arrangement for den bredere offentlighed (familien) efter den formelle del

Tilbyd en bred vifte af oplevelser og find måder hvorpå I kan overraske deltagerne. Inkluder en række forskellige aktiviteter. Det kan være markvandring, fremførelse af praktiske demonstrationer udført af en demonstrator eller ved at lade deltagerne selv udføre praktiske aktiviteter. Sådanne praktiske aktiviteter giver en større læring og forståelse og giver samtidig en interaktion mellem deltagerne. Ved at tilføje et overraskende element til demonstrationsaktiviteterne vil deltagerne sandsynligvis huske informationerne i længere tid. Denne overraskelseffekt kan skabes på forskellige måder, fx ved dygtige historiefortællingsteknikker, ved hjælp af en original og engagerende aktivitet eller ved at afsløre et nyt produkt/innovation under demonstrationen.



Figure 1. Billeder af "bomuldstesten" som et eksempel på en overraskende og simpel test af jordens sundhed. (kilder: <https://cereals-blog.ahdb.org.uk/when-i-soiled-my-undies/> (venstre); ILVO (højre))



Denne video viser "Bomuldstesten", hvor bomuldsunderbukser nedgraves som en overraskende og simpel test af jordens sundhed. www.nrcs.usda.gov/wps/portal/nrcs/detail/or/soils/health/?cid=nrcseprd1470410

Skab en stimulerende og velkendt atmosfære. Arrangér mødelokalet/rummet på en måde, så alle kan høre og forstå talerne og de andre deltagere.

- Brug mikrofoner så hver deltager kan høre taleren (især når arrangementet er udendørs).
- Brug visuelt materiale som hver deltager kan se (brug ikke plakater etc. med lille skriftstørrelse, som kun er synlig for forreste række).
- Hvis arrangementet er indendørs, kan stolene arrangeres i en cirkel/halvcirkel, så alle tydeligt kan se de øvrige deltagere.
- Organiser et "marked" med forskellige stande/udstillere, så deltagerne kan gå rundt i mindre grupper.
- Tænk på, hvor du vil afholde dine oplæg og diskussioner. Landmænd vil ofte være mere tilpas i marken eller laden end i videnskabelige klasseværelser.
- Sørg for at bryde isen i begyndelsen af arrangementet, evt. med humor. Du kan få inspiration her: www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426 eller www.icebreakers.ws/large-group

3 | Brug en bred vifte af læringsaktiviteter

Gå efter en kombination. Forskellige læringsmetoder kan anvendes under demoen, fx plakater, præsentationer, eksperimenter, diskussioner, workshops mv. Metoderne giver forskellig grad af interaktion mellem demonstrator og deltagere og stiller forskellige krav til det aktive engagement fra landmændene. Hvilken kombination af læringsmetoder, der giver mest mening, afhænger igen af formålet med dagen og gruppens sammensætning og størrelse. Et overblik over læringsmetoder kan findes her: s. 28-30.



Tag højde for forskellige vidensniveauer og forskellige læringsstile hos deltagerne. Sørg gerne for at få en idé om deltagerens vidensniveau på forhånd. Hvis det ikke er muligt, må du starte med den mere grundlæggende viden for at sikre, at alle er med. Du kan læse om typiske læringsstile her: (<https://blog.prezi.com/the-four-different-types-of-learners-and-what-they-mean-to-your-presentations-infographic>)

- Auditive elever vil gerne bruge deres ører, når de lærer. De taler ofte højt med sig selv, når de studerer eller tænker. Understøt denne læringsstil ved at få deltagerne til at gentage de vigtigste budskaber højt, fx ved at stille dem spørgsmål.
- Visuelle elever vil gerne bruge deres øjne, når de lærer. De foretrækker at se information fx i infografikker, diagrammer, skemaer og farver.
- Taktile elever vil gerne bruge deres hænder, når de lærer. De foretrækker derfor at skrive oplysninger ned i hæfter eller handouts.
- Kinæstetiske elever vil gerne bruge hele kroppen, når de lærer. De foretrækker derfor selv at udføre praktiske øvelser og eksperimenter.

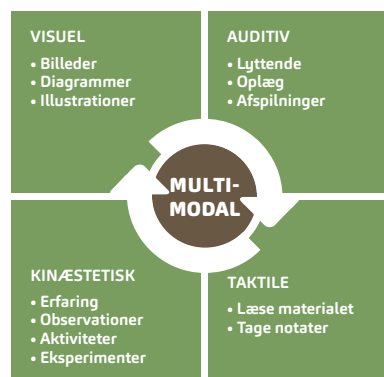


Figure 2. De forskellige læringsstile og hvordan man kan tage højde for dem (Kilde: <https://tutoringwithatwist.ca/varik-learning-styles/>)

Brug passende undervisningsværktøjer. Værktøjer til undervisning er de materialer, der bruges under en demo for at lette indlæringen (fx handouts, videoer, interaktive elektroniske afstemningssystemer osv.), ved at:

- Forøge interaktionen, fx ved brugen af afstemningssystemer eller interaktive apps (fx www.mentimeter.com eller <https://kahoot.com>)
- Visualisere indholdet, fx udstyr brugt på gården, plakater med infografikker (gratis online program til infografik www.canva.com/create/infographics), eller videoer til at vise en 'god' eller 'dårlig' praksis.
- Give understøttende oplysninger til demoen, fx brochurer med yderligere oplysninger om værtsbedriften eller en liste over deltagerne. På denne hjemmeside (www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks) kan du finde eksempler på brochurer, der er brugt under gård fremvisninger.
- At give information der kan tages med hjem, fx brochurer med praktiske oplysninger om den demonstrerede innovation. Dette har stor betydning, da deltagerne ikke altid har mulighed for at tage noter. Lav referencer til den relevante webside, Facebook etc.

TIP

Tænk på hvordan du bedst kan distribuere materialer under demoen. Sendes det rundt under præsentationerne, kan det distrahere deltagerne. Nogle af oplysningerne kan evt. sendes på forhånd til deltagerne.



EN PROFESSIONEL OG FLYDENDE DEMONSTRATIONSBEGIVENHED

Følg "Reglen om tre". Giv nøglebudskaber, der gentages i løbet af demoen og opsummer dem også i slutningen. En god praksis her er at huske på "Reglen om tre" - et princip der ofte anvendes i reklamekampagner. Det siger, at et nøglebudskab bedst gives videre ved at gentage det tre gange.



Figure 3. Anvend "Reglen om tre" til at formidle dine nøglebudskaber.

Sørg for at have en god facilitator. Stimulering af en aktiv deltagelse bliver ofte forsømt under demoer sandsynligvis på grund af manglende færdigheder med facilitering hos demonstratoren eller mangel på en facilitator under demoen. Betydningen af en god facilitator kan ikke rigtig overvurderes, da han eller hun er afgørende under hele arrangementet. Facilitatoren sørger for, at alt går flydende, deltager aktivt i diskussioner og styrer dem under hele demoen. Han eller hun kan også indsamle spørgsmål, der kommer op under arrangementet.

Sørg for god tidsstyring. Der er ikke noget mere frustrerende for deltagerne end at skulle gå, før programmet er færdigt, eller at de har en følelse af, at programmet ender meget brat. Sørg for at udpege én der styrer tiden under arrangementet og hjælper med, at tidsplanen overholdes. Dette kan være en person fra organisationsteamet eller i nogle tilfælde (fx ved mindre grupper) endda en deltager.

Planlæg for det uventede. Det er altid godt at være forberedt på det uventede under en demo, eksempelvis dårligt vejr, en for stor eller for lille gruppe, en gruppesammensætning der afviger fra det forventede (fx få aktive landmænd), problemer med udstyret, problemer med markforsøg mv. Er der dårligt vejr i sigte, kan demoen udskydes, eller præsentationerne kan holdes inden døre. Videoer, demonstrationer eller diskussioner kan planlægges som et alternativ.



6

Evaluering og opfølgning

EVALUERING AF OPSÆTNINGEN OG EFFEKTEN AF DIN BEGIVENHED

Evaluering af din begivenhed hjælper med at forbedre planlægningen og organiseringen af fremtidige begivenheder. Det er vigtigt at holde evalueringen op mod demoens formål: Hvis formålet var netværk, er det nyttigt at fokusere på, om deltagerne fik udvidet deres netværk. Hvis formålet var indførelse af en innovation, skal arrangørerne finde ud af om deltagerne rent faktisk har indført den demonstrerede innovation på deres bedrift.

Du kan indsamle feedback på opsætningen (program, lokationer, faciliteter, emne, ...) og organisering af demoen, men også på hvad deltagerne har lært, og hvad de mener kan overføres til deres egen bedrift:

På kort sigt:

”Hvad tager deltagerne med hjem?”

- Viden om hvorfor (motivation, øget bevidsthed): Deltagerne er opmærksomme på, at der er specifikke problemer eller udfordringer, og/eller at nye muligheder er tilgængelige og kan være nødvendige i fremtiden
- Viden om hvad (demo-emnet): Deltagerne informeres om specifikke nyheder (ny praksis, materialer, sorter, maskiner osv.)
- Viden om hvordan: Deltagerne kan forbinde de nye oplysninger til deres egen praksis og kan vurdere mulighederne for at implementere det på deres egen gård.

På lang sigt:

”Hvad gør deltagerne med det, de har taget med hjem?”

Denne effekt kommer sjældent fra en demo alene og er mindre ligetil at evaluere på grund af tidsforsinkelsen. Det tager tid for deltagerne at foretage egentlige ændringer i deres landbrugspraksis, da det kan kræve finansielle investeringer, nye færdigheder og viden og en justering i landmandens sædvanlige rutiner og tankegang. Den egentlige beslutning om forandring påvirkes heller ikke udelukkende af demonstrationsbegivenheden, men omfatter en lang række andre informationskilder, såsom publikationer i (landbrugs)pressen, opfølgende demo events, workshops, nyhedsbreve, kontakt med rådgivere, andre landmænd etc.

Den egentlige evaluering kan udføres på forskellige måder, såsom:

- Uformelle samtaler med deltagerne under demonstrationen
- Faciliteret deltager-feedback under demonstrationen ved hjælp af skemaer eller baseret på diskussioner
- Evalueringsskemaer der sendes til deltagerne bagefter. Spørges deltagerne om feedback lige efter demoen, er der en risiko for, at man ikke får mange gode oplysninger, da landmændene har travlt med at snakke med andre eller er på vej hjem.
- Opfølgende e-mails eller telefonopkald. Hvis du ønsker at vurdere effekten, kan du vente et par uger eller endda måneder med et opfølgende telefonopkald.

- Evalueringsskema til organisatorerne der udfyldes under demoen.

Det er vigtigt at handle på evalueringen, så fremtidige gårddemoer forbedres. Så snart evalueringen er indsamlet, skal den deles, og forbedringer for fremtidige aktiviteter skal implementeres.

TIPS

Stil kun få og relevante spørgsmål. Et spørgeskema med mange spørgsmål vil være sværere at få folk til at fuldføre.

Du har større sandsynlighed for at have succes med at indsamle feedback på dagen end efterfølgende via e-mail.



Denne video viser, hvordan evaluering af arrangementet af deltagerne er inkluderet i programmet for den pågældende demo.

www.youtube.com/watch?v=Bfkkuh-bj90I&feature=youtu.be

OPFØLGNINGSAKTIVITETER

'Opfølgning' refererer til den videre udvikling og distribution af demoens indhold, efter at arrangementet er afsluttet. Opfølgningsaktiviteter kan yde et vigtigt bidrag til at nå de demo-mål, der er fastsat i begyndelsen. Selv om opfølgningsaktiviteterne finder sted efter arrangementet, er det vigtigt, at de bliver annonceret eller diskuteret med deltagerne under demonstrationen.

Opfølgningsaktiviteter kan være formelle, såsom organiserede opfølgende demoer. Uformelle aktiviteter kan være telefonkontakt mellem deltagere, demonstratoren, eller deltagende landmænd der taler med deres naboer.



Denne video viser fordelene ved en platform for vidensdeling om økologiske sorter, og hvilken rolle demoen kan spille her.

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

Gode opfølgningsaktiviteter:

- Del deltagerlisten med samtykke fra deltagerne (i overensstemmelse med GDPR).
- Del kontaktoplysninger for værtslandmanden eller specifikke rådgivere med de deltagere, der er interesseret i at lære mere eller implementere en ny praksis på deres bedrift.
- Sørg for informationsbrochurer til deltagerne.
- Opret en online platform, en gruppe på de sociale medier (fx WhatsApp), blogs eller fysiske netværk, hvor interesserede landmænd kan dele deres erfaringer med hinanden.
- Lav et nyhedsbrev eller opret en hjemmeside, hvor deltagerne kan få information om yderligere indsigter og følge udviklingen af demo-emnet.
- Sørg for (gruppe)support til de interesserede deltagere, der planlægger at implementere en praksis eller innovation.

Gode opfølgningsaktiviteter for personer, der ikke deltog i demonstrationen, omfatter:

- Udarbejdelse af en rapport eller online video af demonstrationen. Hvis videoen er attraktiv, kan den også tiltrække andre landmænd til at deltage i fremtidige demoer.
- Brug forskellige mediekilder (sociale medier, blogs, websider, skriftlig presse, radio osv.) til at rapportere om arrangementet.
- Udgiv pressemeddelelser til landmændene i landbrugspressen og udlevér brochurer, der kan fordeles blandt landmænd og rådgivere. Det er en god idé at få journalister til arrangementet, så de kan sprede budskabet i deres artikler.
- For længerevarende forsøg på værtsgården kan forsøgene gøres offentligt tilgængelige, så lokale landmænd frit kan komme og se udviklingen i forsøget.

Sammendrag af forskellige kommunikationsmetoder. Mere information kan findes på trainingkit.farmdemo.eu

METODE	NYTTIG TIL...	PUNKTER TIL OVERVEJELSE/FORUDSÆTNINGER	EKSEMPEL PÅ GOD PRAKSIS
Webinar	<ul style="list-style-type: none"> At nå ud til en bred vifte af mennesker, der ikke er i stand til fysisk at deltage i demo-arrangementet. 	<ul style="list-style-type: none"> Overvej mål og målgruppe omhyggeligt Se i vejledning til webinarer. 	<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 Sådan laver du et webinar med PowerPoint: https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI Gratis træning om, hvordan man laver webinarer: <ul style="list-style-type: none"> https://webinarsthatwork.net/free-webinar https://www.youtube.com/watch?v=xsXe5UpL_d8
Plakater, stande, info-skilte	<ul style="list-style-type: none"> Deltagerne kan selv indsamle information ved uafhængigt at læse alle informationskanalerne i deres eget tempo Ved flere forsøgsbehandlinger kan et skilt skitsere hver behandling og nævne, hvem man kan kontakte for yderligere information Skilte og/eller plakater kan også bruges til at lede landmændene til demonstrationsstedet. 	<ul style="list-style-type: none"> Kun en begrænset mængde information kan gives videre til deltagerne Ingen muligheder for interaktion Lav skiltene simple, attraktive og letlæselige Mød landmændene på deres niveau mht. til tekst og grafik Giv vejledning om og forklaring på skiltene, standene, plakaterne mm. 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g
Forelæsning eller klasseværelses-præsentation	<ul style="list-style-type: none"> At introducere emnet og konteksten til en større gruppe At præsentere klare konklusioner og budskaber. At vise billeder/videoer, når det ikke er muligt med en live-præsentation. 	<ul style="list-style-type: none"> Teoretiske præsentationer risikerer at distancere deltagerne fra emnet og ikke involvere dem. Mangel på engagement fra landmanden og interaktivitet Kan konkurrere med den udendørs demo (hvis det er en del af et større arrangement) Relatér til landbrugspraksis under præsentationen Hold præsentationen kort (max. 20 minutter) Tag højde for din målgruppes perspektiv når du forbereder præsentationen Det går ikke at genbruge den seneste præsentation, du gav til en (videnskabelig) konference! 	<ul style="list-style-type: none"> https://thefloorisyour.be/en/ https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/ https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit,s.30-31
Historiefortælling	<ul style="list-style-type: none"> Giver deltagerne mulighed for at huske nøglebudskaberne bedre Når du har en entusiastisk bruger af den praksis, du gerne vil demonstrere Forbinder teori med praksis Udvekslingen med praktikere, der allerede har implementeret en bestemt teknik eller nyskabende tilgang, er ofte meget engagerende og tankevækkende Anekdoter gør det lettere at huske indholdet 	<ul style="list-style-type: none"> Historiefortælleren skal være god til at fortælle livlige historier og være letforståelig Overvej grundigt hvornår historiefortælleren skal indgå i demoen, fx i starten for at skabe interesse eller i midten for at give eksempler på det der vises 	<ul style="list-style-type: none"> https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc
Spørgerunde	<ul style="list-style-type: none"> Vigtigt at få med efter envejs-præsentation Hjælper med at fordøje informationen 	<ul style="list-style-type: none"> Opmuntrende og formidlende spørgsmål, der tillader alle chancen for at tale (facilitatorens rolle) Afsæt nok tid Gentag spørgsmålet i en mikrofon for at sikre, at alle deltagere kan høre det Vær klar over, hvor mange spørgsmål der er tid til Hold svarene korte og præcise for at få tid til flere spørgsmål Bed deltagerne om at forberede spørgsmål i forvejen 	<ul style="list-style-type: none"> Eksempler på aktiverende spørgsmål: https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit,s.20-21 https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ

METODE	NYTTIG TIL...	PUNKTER TIL OVERVEJELSE/FORUDSÆTNINGER	EKSEMPEL PÅ GOD PRAKSIS
Interaktive faciliterede diskussioner mellem demonstrator og deltagere eller deltagerne imellem	<ul style="list-style-type: none"> Til at hjælpe med at fordøje den modtagne information Udløser refleksion hos den deltagende landmand om, hvordan den demonstrerede innovation kan bruges på deres egen bedrift Kan bruges til at reflektere over og bygge ovenpå tidligere præsentationer Til at uddybe viden og forståelse om et bestemt emne Virker godt i både store og små grupper 	<ul style="list-style-type: none"> Få inspiration i faciliteringsguider. Forbered aktiverende spørgsmål på forhånd. Aktivér diskussionen ved at starte med et simpelt spørgsmål, eksempelvis vha. en afstemning alle skal svare på. Bed deltagerne om at præsentere sig selv. Deltagere, der allerede kender godt til emnet, kan starte diskussionen og opfordre uerfarne deltagere til også at deltage i diskussionen. Det kan være en fordel at være sikker på, at der er erfarne landmænd til stede. Det kræver gode evner til at lytte og facilitere (gentage og opsummere hovedpunkterne). Del store grupper op i mindre grupper. Nogle værtslandmænd bryder sig ikke om, at deltagerne går frit rundt på går-den. Kan forhindre handicappede eller gangbesværede i at deltage. 	<ul style="list-style-type: none"> Eksempler på aktiverende spørgsmål: https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, s. 20-21
Gård-/markvandring		<ul style="list-style-type: none"> At lære om de virkelige land-brugsbetingelser og -praksisser. Tiden mellem de forskellige stop kan bruges til spørgsmål og uformel snak mellem deltagerne. Tilstedeværelse af værtslandmanden til at forklare og svare på spørgsmål. Hav tilstrækkelig med tid til at komme rundt mellem de forskellige poster. Tag højde for sundheds- og sikkerhedsaspekter under fremvisningen/transporten og foretag en risiko-vurdering inden demoen. 	<ul style="list-style-type: none"> Hjælp med transport af deltagerne, når marker eller dele af gården ikke er let tilgængelige for ex. handi-cappede deltagere.
Praktiske eksempler fremvist af demon-stratoren	<ul style="list-style-type: none"> At illustrere læringsindholdet og emnet. At gøre præsentationen under-holdende og tiltrække opmærksomhed. Virker godt i kombination med markvandring og andre former for præsentationer. 	<ul style="list-style-type: none"> Brug enkle men overraskende måder at forklare din besked på. Sørg for at inddrage hele gruppen. Overvej gruppens størrelse: Alle skal kunne se det praktiske eksempel. 	<ul style="list-style-type: none"> Enkle værktøjer til at teste jorden: https://www.youtube.com/watch?v=9VWMoDijDm4&feature=youtu.be Læskningstest til visualise-ring af jordens strukturelle stabilitet (fransk tale); https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&feature=youtu.be
Multisensorisk præ-sentation for mere intense oplevelser	<ul style="list-style-type: none"> Gør det lettere at huske og forankre læringen. Virker godt, når det kombineres med en markvandring eller andre former for præsentationer. 	<ul style="list-style-type: none"> Sørg for tilstrækkelig med tid. Inkluder oplevelsen i din præsentation ved eksempelvis at spørge "Hvordan synes du, det lugter?" "Hvordan vil du beskrive følelsen af ...?" 	<ul style="list-style-type: none"> Eksempler: <ul style="list-style-type: none"> Rør ved og undersøg jorden efter der er udført ukrudtsbekæmpelse Lyt i stilhed til bierne i en bufferzone, Smag brødet der er bagt af det mel, der er produceret på gården Demonstration af spådetesten til analyse af jordens kvalitet: https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw Demonstration af dyrkningen af bælgplanter forklarer, hvorfor landmanden inkluderer oplevelser i sin demonstration: https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-l&feature=youtu.be

METODE	NYTTIG TIL...	PUNKTER TIL OVERVEJELSE/FORUDSÆTNINGER	EKSEMPEL PÅ GOD PRAKSIS
Øvelser giver delta-gerne praktiske erfaringer	<ul style="list-style-type: none"> Læring ved handling giver deltagerne mulighed for selv at finde en løsning på problemet. Gør det lettere at huske den pågældende praksis og forankre læringen. Understøtter deltageres evne til at få nye færdigheder. 	<ul style="list-style-type: none"> Det er ikke muligt for alle emner, fx hvis der kræves licens for at bruge noget udstyr eller pga. sikkerhedsforanstaltninger. Sørg for at der er afsat tilstrækkelig med tid. 	<ul style="list-style-type: none"> Hav beskyttende overtrækstøj med, hvis det er nødvendigt. Tag eget udstyr med til kalibrering Demonstration af spadetesten til analyse af jordens kvalitet https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw
Workshops	<ul style="list-style-type: none"> Til dybere diskussioner og fokus på et bestemt emne. At anvende den præsenterede erfaring til egen gårdssituation. Output kan bruges til dokumentation. 	<ul style="list-style-type: none"> Kræver mindst én time i et lokale eller omkring et bord udenfor. Kræver faciliteter, hvor nøglepunkterne i diskussionen/resultaterne kan noteres (udlevér eksempelvis skabeloner). Udarbejd omhyggeligt mål for workshoppen (skal være muligt at nå inden for den afsatte tid), og hvilket udfald der forventes. Deltagere, der forventer en markvandring, er måske ikke åbne over for en workshop (undgå den situation ved at meddele det i invitationen). Overvej forskellige præferencer for deltagerne mht. de anvendte metoder. Opdel gruppen i små grupper med omkring 3-7 personer. Se nærmere på workshop- og faciliteringsguider. 	<ul style="list-style-type: none"> Workshop faciliteringsguide: https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops
Måltider, drikkepau-ser, transport etc. der giver mulighed for (uformel) udveks-ling mellem delta-gerne	<ul style="list-style-type: none"> Gør det muligt at snakke mere frit om eventuelle nederlag eller bekymringer ved den demonstrerede praksis, hvilket giver en erfaringsbaseret gensidig læring. Sker under den uformelle del af demoen (under måltider/pauser), eller når deltagerne bevæger sig mellem poster. At reflektere over tidligere præsentationer. At fordøje den præsenterede information. 	<ul style="list-style-type: none"> Sørg for tid og plads til de uformelle samtaler. Undersøg om forplejning/transport kan sponsoreres. 	<ul style="list-style-type: none"> Opmuntr til de uformelle samtaler ved at afsætte tid til det i programmet og ved at tilby-de deltagerne mad og drikke.





Denne guide er et resultat af et stærkt samarbejde mellem FarmDemo-projekterne PLAID, Agridemo-F2F og NEFERTITI, der har fået støtte fra EU's Horizon 2020 forsknings- og innovationsprogram. N°727388 (PLAID), N°728061 (Agridemo-F2F), and N°772705 (NEFERTITI).

FLERE VÆRKTØJER KAN FINDES PÅ
trainingkit.farmdemo.eu