



FarmDemo

**HANDBOK FÖR  
UTFORMNING AV  
GÅRDSDEMONSTRATIONER**







## Inledning

Gårdsdemonstrationer har organiserats i minst två århundraden. Ursprungligen var det ett sätt att presentera nya uppfinningar för lantbrukare, men på senare tid har det också blivit ett sätt att utbyta erfarenheter lantbrukare emellan och att stödja kunskapssamarbete mellan lantbrukare och andra aktörer. Lantbrukare öppnar i allt högre grad upp sina gårdar för samarbete med kollegor och allmänheten som en del av olika affärsutvecklingsstrategier.

Demonstrationsaktiviteter kan vara allt från endagsevenemang till fleråriga "pilotgårdar" där lantbrukare, rådgivare och intressenter möts med jämna mellanrum för att diskutera jordbruksproduktion, eller permanenta pilotgårdar där forskarna testar och demonstrerar innovativa tekniker och metoder. Gårdsdemonstrationer kan alltså utföras på en mängd olika sätt och enligt olika strategier, planeras med olika mål i åtanke och initieras och organiseras av en rad olika aktörer. Eftersom mångfalden är så stor finns det inget universellt tillvägagångssätt för en lyckad gårdsdemonstration.

Den här handboken ger en översikt över de viktigaste faktorerna att överväga när det gäller att förbereda, genomföra och utvärdera gårdsdemonstrationer. Här föreslås sex enkla steg att följa när man utformar en gårdsdemonstration: från en tydlig definition av målen till en bra utvärdering och uppföljning. I handboken finns konkreta tips och råd samt specifika verktyg som hjälper dig när du utformar ditt evenemang.



En onlineversion finns tillgänglig på:

<https://farmdemo.eu>

Detta är en översättning från en engelsk version.

Den här handboken är ett resultat av ett nära samarbete mellan tre gårdsdemonstrationsprojekt som fick bidrag från EU:s Horizon 2020-program för forskning och innovation inom ramen för bidragsavtalen nr 727388 (PLAID), nr 728061 (Agridemo-F2F) och nr 772705 (NEFERTITI).

# UTFORMA DIN GÅRSDEMONSTRATION I SEX STEG

## 1 Gårdsdemonstrationens mål och målgrupper



- ⬡ Fastställ tydliga mål
- ⬡ Välj ut en målgrupp i linje med målen
- ⬡ Bjud in andra aktörer för att öka och sprida intresset

- 7 -

## 2 Val av Demonstrationsgård



- ⬡ Välj en värdgård i linje med målen
- ⬡ Välj en trovärdig och innovativ lantbrukare som värd
- ⬡ Välj en gård på en plats dit många kan ta sig

- 11 -

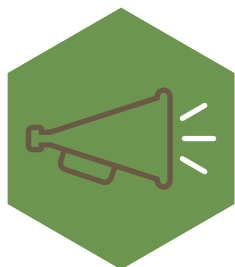
## 3 Gårdsdemonstrationen upplägg



- ⬡ Sammansätt en väl balanserad organisationsgrupp i linje med målen
- ⬡ Planera in tillräckligt med tid för interaktion och nätverkande mellan deltagarna
- ⬡ Överväg vilka aspekter du ska prioritera när du väljer lämplig tidpunkt för demonstrationen
- ⬡ Kompensera värdlantbrukarna ekonomiskt

- 13 -

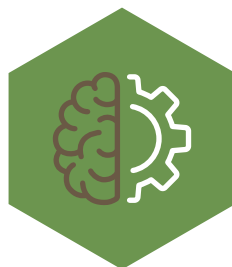
## 4 Marknadsföring



- Ange dina huvudbudskap i linje med målen
- Anpassa språket efter målgruppen
- Skapa en tydlig och tilltalande inbjudan
- Använd flera kommunikationskanaler

- 17 -

## 5 Olika pedagogiska metoder vid gårds- demonstrationen



- Relatera utbildningsmaterialet till praktiskt lantbruksarbete
- Engagera deltagarna i ett aktivt kunskapsutbyte
- Använd olika pedagogiska metoder
- Dela upp större grupper i mindre

- 20 -

## 6 Utvärdering och uppföljning



- Utvärdera huruvida målen har uppfyllts
- Använd och implementera resultaten av din utvärdering
- Organisera uppföljningsaktiviteter för deltagare och icke-deltagare

- 25 -







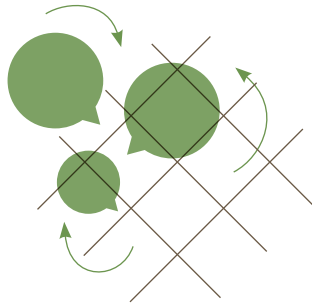
# 1

## Gårdsdemonstrationens mål och målgrupper

? "Vad vill du uppnå med demonstrationen?"

För alla slags demonstrationsevenemang är det viktigt att fastställa tydliga mål och huvudbudskap i god tid. De kommer sedan påverka alla andra beslut som du fattar under förberedelserna och genomförandet av demonstrationsevenemanget såsom upplägget, vilka aktörer som ska delta och utvärderingen.

Börja med att fundera på "varför" (varför gör vi den här demonstrationen?) och sedan "vad" (vad vill vi visa?). Efter demonstrationsmålet följer frågor som "för vem" (gårdsdemonstrationens målgrupp) och "hur" (upplägget och de pedagogiska metoderna).



Demonstrationsevenemang kan fungera som mötesplats för deltagare.

## TIPS

Ta hänsyn till regionala jordbruksutvecklingar och -utmaningar för att locka lantbrukare och öka din inverkan.

## VARFÖR VILL DU ORGANISERA DEMONSTRATIONSEVENEMANGET?

*Detta specificerar motivet bakom eller behovet av demonstrationen.*

### Möjliga mål:

- **Kunskapssamarbete.** Ett mål kan vara att skapa ny kunskap genom att dra nytta av den gemensamma erfarenheten och kunskapen hos deltagarna vid gårdsdemonstrationen.
- **Innovationsimplementering.** Demonstrationer bidrar till överföring av nya möjligheter, nyheter eller praktiska erfarenheter som sedan kan användas direkt på gårdar. Dessa innovationer kan komma från forskning, affärsverksamhet (i anknytning till produktförsäljning) eller från "pionjérlantbrukare" som kan ge andra lantbrukare självförtroendet att fatta välgrundade beslut så att man vågar testa nya metoder eller innovationerna på sin egen gård.
- **Problemlösning.** Demonstrationer skapar en användbar plattform för att länka rådgivningstjänster till lantbrukarnas behov. Man kan demonstrera lösningar på lantbrukares problem, till exempel hur man minskar arbetstiden eller hur man odlar grödor i ett förändrat klimat. Man kan även testa och validera ny forskning och innovationer under lokala förhållanden och anpassa nya lösningar efter lantbrukarnas behov.
- **Utbildning.** Gårdsdemonstrationer kan fungera som en plattform för kompetensförstärkning och kapacitetsutveckling, vilka gör det möjligt att implementera innovativa metoder på gården.
- **Skapa medvetenhet.** Demonstrationer kan öka medvetenheten om viktiga samhällsfrågor. Hållbarhetsfrågor vävs ofta in bland andra mer praktiska ämnen för att skapa medvetenhet om större samhällsfrågor.
- **Nätverkande.** Gårdsdemonstrationer kan fungera som kreativa mötesplatser för deltagare. Regelbundna (t.ex. årliga) gårdsdemonstrationer användas för att samla alla personer som deltar i ett nätverk eller ett projekt. Dessa evenemang kan bidra till att stärka och utveckla samarbetet och främja partnerskap för gemensamma problemlösningar, både på ett nationellt och ett internationellt plan. Den sociala aspekten av nätverkande, att få chansen att träffa andra lantbrukare, är även mycket attraktivt för vissa deltagare.
- **Forskningsimplementering.** Gårdsdemonstrationer kan fungera som en plattform för att omvandla resultat från tillämpad forskning till praktiska lantbruksmetoder. Innovationer och metoder kan då testas, jämföras eller valideras under "verkliga" gårdsförhållanden.
- **Policyimplementering.** Gårdsdemonstrationer ger en möjlighet att informera lantbrukare om nya lagar och nya regler. Man kan då också visa hur de kan implementeras i praktiken på gården.



## VAD VILL DU DEMONSTRERA?

Vad man vill visa kan se väldigt olika ut. Det kan t.ex. vara en demonstration av en produkt, en maskin, en process, förvaltning eller hur en lyckad marknadsföring kan se ut.

Vad man väljer att visa påverkar upplägget och vilka målgrupper som kan nås. Det är skillnad om det gäller en innovation som lantbrukarna inte alls känner till och för vilken det inte finns några exempel eller om det är en utbredd metod som används av få men som skulle kunna optimeras och finslipas och utnyttjas av fler.

Ofta ligger en gårdsdemonstrations styrka i dess enkelhet. Det är därför en god idé att begränsa antalet ämnen som tas upp under ett evenemang. Om du vill ta upp flera ämnen kan du överväga att anordna en serie av gårdsdemonstrationer, eller se till att det finns tillräckligt med tid för varje enskilt ämne.



Valet av ämne kan göras av organisatörerna, av representanter för lantbrukarna eller av projektet som demonstrationen ingår i, eller utifrån medverkan av lantbrukare. Det kan också ske utifrån deltagares önskemål utifrån tidigare gårdsdemonstrationer som deltar i en serie av evenemang. Oavsett vem som väljer ämne är det nödvändigt att grundligt överväga och diskutera detta för att kunna välja ett intressant, inspirerande och relevant ämne.



### En serie demonstrationer eller en enskild demonstration

Ett viktigt val när du bestämmer dig för hur en gårdsdemonstration ska läggas upp beror på om det är en enskild demonstration, en serie med samma ämne eller ett återkommande evenemang, kanske i ett nätverk, som organiseras av samma organisatörer.

Demonstrationsserier anses ibland vara mer effektiva på grund av följande:

- Deltagarna lär känna och litar på varandra, då blir man mer villig att dela information.
- Demonstrationerna kan hantera flera steg i implementeringsprocessen (mer målinriktade effekter).
- Man kan visa utvecklingen över tiden och säsongerna.
- Du kan nå fler lantbrukare och fler typer av intressenter.
- Demonstrationen kan förlita sig på tidigare demonstrationers goda anseende.
- Organiseringen och arrangemanget kan förbättras/utvecklas.

## VEM /VILKA ÄR DIN MÅLGRUPP?

Valet av målgrupp(er) beror på vad du vill uppnå med gårdsdemonstrationen. Om du till exempel tänker dig ett intensivt kunskapsutbyte eller ett kunskapsarbete i anknytning till ett mycket specifikt ämne kan det vara bra att rikta sig till en liten grupp lantbrukare som "talar samma språk" för att säkerställa kvalitativa och intensiva interaktioner. Först när målgruppen är bestämd så kan man välja rätt informationskanal för att nå dem.

Målgruppen kan specificeras utifrån:

- Sektorer (t.ex. mjölkbönder, sockerbetsproducenter)
- Specifika regioner (t.ex. ett specifikt område, rikstäckande eller internationellt)
- Deltagarnas erfarenhet av en specifik teknik, t.ex. nybörjare eller experter. Beroende på målet kan organisatörerna välja att endast bjuda in erfarna lantbrukare t.ex. för att förbättra en metod eller innovation eller så kan man välja båda grupperna om man vill skapa ett utbyte. De mer erfarna lantbrukarna kan med fördel inleda diskussioner under evenemanget och uppmuntra andra att ställa frågor
- Särskilda grupper av lantbrukare t.ex. de som vill pröva innovationer och är beredda att vidareutveckla dem, eller den som vill pröva en redan färdig lösning, unga jordbrukare eller nyblivna lantbrukare.
- Kön: se till att alla på gården känner sig välkomna att delta.

Ofta, men beroende på vad du vill uppnå, är det bra att bjuda in andra aktörer som kan bidra till utveckling på längre sikt:

- Det kan vara bra att ha med lantbruksrådgivare som kan sprida ny kunskap på en gårdsdemonstration. De kan dessutom sprida budskap till de som inte deltar på eventet. De kan sen sammanföra lantbrukare som är intresserade av ett specifikt ämne eller en innovation för särskild rådgivning.
- Lantbrukspressen, som kan kommunicera det som visas till en bredare publik.
- Aktörer från livsmedelskedjan (t.ex. leverantörer, livsmedelskedjan och konsumenter) kan vara andra viktiga partner att bjuda in. Deras närvaro kan stärka banden mellan producenter och marknaden. De kan dessutom bidra med data och erfarenheter från andra områden.
- Politiker kan berätta om bakgrunden och orsaken till de regelverk som styr verksamheten. En ökad medvetenhet om varför reglerna finns underlättar införandet. Politiker har också möjlighet att lära sig mer om de praktiska problem eller hinder som lantbrukare brottas med för att bättre kunna anpassa regelverk till den praktiska verkligheten. Det händer att lantbrukare är tveksamma inför att delta och utbyta erfarenheter i en grupp där representanter från myndigheter medverkar.
- Studenter och lärare (t.ex. från Lantbruksuniversitet) kan presentera resultat från forskning och vara delaktig i diskussionerna. De kan också hjälpa till med provtagning och utvärdering, samt vara behjälplig med andra praktiska saker under eventet, samtidigt som de får de lära sig mer om praktiskt lantbruk.



### TIPS

Närvaron av både manliga och kvinnliga värdlantbrukare uppmuntrar till deltagande av både män och kvinnor.





## 2

### Val av Demonstrationsgård

Demonstrationsevenemang kan hållas på olika typer av platser, på privatägda lantbruksföretag eller på andra visningsgårdar som ägs av en stiftelse, ett Universitet eller forskningscentra, ett företag eller någon annan part. Det finns vissa kriterier du ska tänka på när du väljer plats för gårdsdemonstrationen.

## ? "Kan lantbrukarna identifiera sig med värdgården?"

En demonstration kan ha större effekt om värdgården bedriver sin verksamhet under samma "verkliga livssituation" som genomsnittliga gårdar. Men å andra sidan kan till exempel pionjärlantbrukare visa upp innovativa och mer experimentella metoder som kan vara intressanta för framtiden.

## ? "Är värden en "skicklig lantbrukare", anses hen vara trovärdig och "klok" samt innovativ och produktiv?"

Allmänhetens uppfattning av gårdsvärden kan också spela roll för evenemangets attraktionskraft för potentiella deltagare. Att välja någon som du redan känner till eller en gård som har tagit emot gårdsbesök tidigare, kan vara ett "säkert" alternativ. Då vet du att lantbrukaren förbereder sig och gården inför besöket. Men du bör även fundera på att inte alltid använda "de gamla vanliga" gårdarna för att skapa nytt intresse.

## ? "Är värdgården lämplig för demonstrationsevenemanget, med tanke på ämnet, platsen och de planerade aktiviteterna?"

Du bör kontrollera om värdlantbrukarens aktiviteter, metoder och gård motsvarar syftet med gårdsdemonstrationen och att gården är anpassad för att ta emot det förväntade antalet deltagare. Restiden kan vara ett annat viktigt kriterium. Deltagarna är ofta villiga att resa längre för demonstrationer om innovativa tekniker som inte finns i den egna regionen.



Valet av värdplats är viktigt ur flera aspekter:

- Geografiskt tillgänglig (plats, restider, det bör vara smidigt och enkelt att ta sig dit)
- Sociala aspekter (det ska finnas nödvändiga faciliteter såsom toalett, vara bekvämt och vara säkert för besökarna)



## TIPS

Ta en titt på den EU-omfattande förteckningen över demonstrationsgårdar på FarmDemo Hub: <https://farmdemo.eu>

Samarbete mellan kommersiella företag och lantbruksföretag kan vara en fördel då deltagarna får en chans att se nya innovationerna på en vanlig gård.

Å andra sidan kan ett lite annorlunda brukningssätt inspirera och väcka nya tankar.

För att nå en större deltagargrupp kan man organisera samma demonstration på olika platser i regionen och på olika typer av lantbruksföretag.

Det kan vara en fördel att organisera en gemensam transport.

Tillhandahåll transportmöjligheter för att kunna besöka flera platser på gården.





### 3 Gårdsdemonstrationens upplägg

## ORGANISATIONSTEAM

“Vilken typ av partner (t.ex. lantbrukare, lantbruksorganisationer, rådgivare och lantbruksindustri) ska delta i organisationen av demonstrationen för att den ska bli lyckad och målen ska uppnås?”

Samarbetet mellan en mångfald av aktörer kan vara utmanande på grund av olika yrkesmässiga erfarenheter, färdigheter, kunskapsbaser, prioriteringar, arbetsrutiner och motivation. För att projektet ska lyckas är det viktigt att komma överens om mål, innehåll och arbetsfördelning.

I en del länder i Europa finns en definierad regional AKIS organisation (se rutan) behjälplig för detta. (I Sverige är det ett flertal organisationer som ansvarar för detta, däribland rådgivningsföretag, lantbruksnätverk, landbruksindustrin och myndigheter). Ett bra samarbete mellan flera aktörer och befintliga nätverk kan göra det lättare att organisera eller skapa en strategi för gårdsdemonstrationer. På så sätt kan man också anpassa ämnet till den specifika regionen och dra nytta av centrala aktörer med ett stort nätverk för att hitta rätt personer och kompetenser för att organisera demonstrationen. Hur man lyckas med gårdsdemonstrationen är ofta relaterad till hur organisationsgruppen uppfattas av det lokala samhället. Det är därför en fördel att samarbeta med respekterade lokala organisationer som är väl förankrade med lantbrukarna.

Det regionala AKIS-systemet (Agricultural Knowledge and Innovation System) omfattar hela systemet för kunskapsutbyte inom en regions lantbrukssektor, och består av personer och organisationer som rådgivare, forskare, politiska organisationer och jordbruksorganisationer som samverkar och arbetar tillsammans.

Genom samarbete med kommersiella partner kan man anordna mycket effektiva demonstrationer genom att man får tillgång till mycket kunskap och information. Det är emellertid viktigt att man gör upp med de kommersiella företagen innan demonstrationsevenemanget om upplägget så att evenemanget inte bara upplevs som ett marknadsföringsevenemang.

Det är också en fördel att involvera fler än ett kommersiellt företag och bjuda in neutrala icke-kommersiella rådgivare eller forskare tillsammans med de kommersiella företagen.



### Roller i organisationsgruppen

Vid förberedelserna behövs en tydlig definition av vem som ska göra vad. Man bör också säkerställa att man har tillräckligt med personal både vad gäller expertis och antal i organisationsgruppen. Fyra viktiga roller som bör tillsättas vid planering av en gårdsdemonstration:

- Vårdlantbrukare
- Demonstratör
- logistikchef/koordinator
- Moderator/samordnare

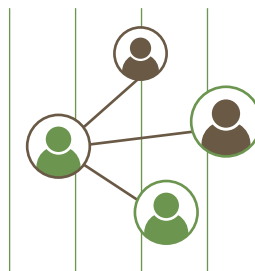
## TIPS

Involvera vårdlantbruksföretagaren tidigt i organisationen av gårdsdemonstrationen.

Bjud in flera organisationer och berätta om dina mål för att nå målgruppen/målgrupperna.

Involvera myndigheter på ett lämpligt sätt. De kan till exempel förtydliga, informera och visa exempel på hur man uppfyller lagkrav. Det kan vara till hjälp för lagefterlevnad om det görs på bra sätt.

En samordnare är till hjälp i många fall. En samordnare kan vara till hjälp vid gårdsdemonstrationer. Samordnaren kan hantera diskussioner och agera som en neutral tredje part.





## ETT BALANSERAT PROGRAM

Hur mycket tid som står till förfogande styr innehåll och val av pedagogisk metod. Tiden kan variera från en timme till en hel dag, eller till och med flera dagar. Kom ihåg att planera in tillräckligt med tid för diskussioner och frågestunder, men även för nätverkande och social interaktion.

Ett balanserat program ger tillräckligt utrymme för alla delar. Det bör åtminstone bestå av:

- välkomsthälsning/introduktion, helst av värdlantbrukaren
- demonstration av det som är intressant på gården, det kan vara en innovation eller en vanlig brukningsmetod en organiserad diskussion eller interaktiv frågestund
- en tid för deltagarna att utvärdera eventet en officiell avslutning av evenemanget med tydliga slutsatser och budskap att ta med hem
- tid för informella samtal, diskussioner och nätverkande
- någon from av mat och dryck (se även pedagogiska metoder för demonstrationsevenemang)
- utvärdering av feedback från evenemanget.

### TIPS

Tänk på att det bör serveras nåt att äta och dricka!

Ett välkomnande av värdlantbrukarna uppskattas mycket.

Ge en rundtur av gården.

## VÄLJ EN LÄMPLIG TID

Val av tidpunkt för gårdsdemonstrationen har stor påverkan på hur många som har möjlighet att närvara. Även om det inte alltid går att planera exakt ett event som ska infalla vid en viss kan du göra en uppskattning av de tidsperioder då lantbrukarna har mindre att göra på gården. Ta hänsyn till tiden på dagen t.ex. mjölkningstider och/eller i veckan t.ex. skoldagar.

Att välja rätt tillfälle innebär ofta en avvägning mellan flera aspekter. En period då det finns mycket att se på åkrarna är till exempel ofta också en period då det är mycket att göra på gården.

### TIPS

I vissa sammanhang kan det vara bra att välj ett fast datum för återkommande demonstrationer t.ex. sista helgen i september eller ett återkommande arrangemang var sjätte månad för att visa säsongsvariationer.

Ta hänsyn till andra evenemang.

## FACILITETER OCH UTRUSTNING

Demonstrationen blir mer effektiv om deltagarna känner sig välkomna och väl behandlade. Se till att ha lämpliga faciliteter, god tillgång, toaletter, parkering, en gårdsmiljö med ordning och reda.



### CHECKLISTA:

- ✓ En högtalarutrustning som ger tillräckligt bra ljud och en projektor som ger bra bild
- ✓ Se till att smittorisker minimeras mellan djur och människor
- ✓ Toaletter
- ✓ För att öka tillgängligheten för alla, försök att göra området tillgängligt med rullstol
- ✓ Sätt upp vägskyltar och banderoller, och anordna parkering
- ✓ Ordna utrymmen med skugga eller vind- och regnskydd beroende på väder
- ✓ Inkludera sponsorernas logotyper och banderoller, i förekommande fall
- ✓ Tänk på mat och dryck!



## EKONOMI

- ? "Vem ska finansiera gårdsdemonstrationen?"
- ? "Ska deltagarna betala en aravgift?"
- ? "Hur påverkar budgeten upplägget och antalet deltagare?"

Budgeten ska täcka alla kostnader för transporter, organisationen och marknadsföringen. Se också till att kompensera lantbrukaren för den tid de lägger ner inklusive tid för förberedelser, samt eventuellt fältintrång. Den tillgängliga budgeten har stor inverkan på demonstrationens upplägg och storlek.

Den bestämmer målgruppens storlek, om deltagarna ska betala en deltagaravgift samt vilka demonstratörer som ska bjudas in. Begränsade resurser behöver emellertid inte alltid påverka gårdsdemonstrationens kvalitet. Ett billigt upplägg kan ge lika stor effekt som ett dyrt, men ett billigare upplägg behöver en annan mer genomtänkt strategi redan under planeringen.

Vid större evenemang kan ibland sponsring täcka en del av kostnaderna.

**Budgettabell:** [trainingkit.farmdemo.eu/budget-table](http://trainingkit.farmdemo.eu/budget-table)

## REGISTRERING

Om du ber deltagarna att registrera sig kan du enkelt kontakta dem efteråt för uppföljning och utvärdering och så får du ett mått på hur många som deltog. Registreringen vid gårdsdemonstrationer bör vara enkel och smidig.

### TIPS

Om deltagarna registrerar sig före gårdsdemonstrationen så vet du din målgrupp och du har möjlighet att skicka material i förväg.

Dela gärna ut en deltagarlista med kontaktinformation.





# 4

## Marknadsföring

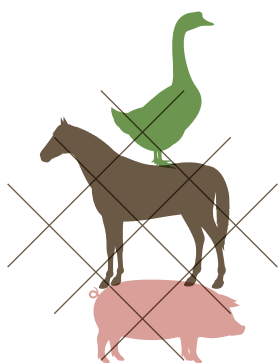
## TYDLIG INBJUDAN SOM ÄR ANPASSAD TILL MÅLGRUPPERNA

? “Vilka personer ska bjudas in?”

En attraktiv och intressant inbjudan påverkar hur många som deltar på gårdsdemonstrationen.

### TIPS

Skicka, om möjligt, inbjudan till hela familjen.



Det är mycket viktigt att anpassa inbjudan till målgruppen. Se till att anpassa språket till målgruppen.

Det finns några frågor du bör tänka på när du utformar en inbjudan (se <https://thefloorisyours.be/en/pitchinghandson/>)

#### Vilken är din målgrupp?

- Varje målgrupp har unika förväntningar och problem. Fokusera eventuellt på en enda målgrupp i taget om detta är möjligt.
- Specificera din målgrupp i inbjudan t.ex. mjölkproducenter, oljeväxtodlare etc. Detta säkerställer att du lockar till dig lantbrukare med ett speciellt intresse.

#### Vad är ditt huvudbudskap?

#### Vad är din uppmaning till handling?

- Ange tydligt att det är en inbjudan att delta vid en gårdsdemonstration.
- Välj ett bra namn på gårdsvisningen som också återspeglar huvudbudskapet.

#### Vilka problem har din målgrupp och vad finns det för möjliga lösningar på dem?

- Ange tydligt gårdsdemonstrationens mål – det bidrar till om det blir lyckat eller inte.
- Om du har extra kunniga demonstratörer, skickliga experter eller mycket intressanta och kunniga värdlantbrukare ska du vara tydlig med det i inbjudan eftersom de kan locka fler lantbrukare att komma.

#### Vad kommer din målgrupp att få ut av den?

- Specificera gårdsdemonstrationens eventuella värde för deltagarna.

### TIPS

Informera om samtliga organisatörer som deltar i inbjudan.

Ange om det är en deltagaravgift.

Gör inbjudan visuellt tilltalande och hitta rätt balans i hur mycket information som visas redan i inbjudna. Det finns programvara som hjälper detta via <https://www.lucidpress.com/pages/examples/online-invitation-maker> och <https://spark.adobe.com/make/invitation-maker>

Man kan göra en serie av gårdsdemonstrationer mer synlig med hjälp av en fast mall. Det blir då som ett varumärke för evenemanget. Ett namn och en bild man känner igen ökar igenkännlighet, och när ni har utvecklat ett gott rykte bidrar de ännu mer till att locka till sig deltagare.

Skapa en tydlig och tilltalande inbjudan. Överarbete den inte – använd inte många olika typsnitt. En välkomnande och trevlig bild av gården/gårdarna kan vara bra.



## ANVÄND RÄTT KOMMUNIKATIONSKANALER

Du kan använda flera kommunikationskanaler för att locka deltagare. Inbjudningar kan spridas som flygblad, brev, e-postmeddelanden, affischer, tidningsartiklar, radio-kanaler, TV-kampanjer och på webbplatser, sociala medier eller muntlig inbjudan. För att sprida inbjudan kan du med fördel passa på vid andra möten, via personliga kontakter, via egna nätverk eller e-postlistor, och om du har möjlighet via andra organisationers nätverk.

### TIPS

Skicka personliga inbjudningar

Använd en flera kommunikationskanaler.

Fundera på vem som kommer sprida inbjudan till fler.

Gör särskilda ansträngningar när det gäller lantbrukare som är svåra att mobilisera!

## INTERAKTION MED DELTAGARE FÖRE DEMONSTRATIONEN

Man kan med fördel organisera någon form av interaktion innan eventet med deltagarna. Det kan till exempel innehålla:

- Ytterligare information om värdgården, demonstrationens innehåll, fältstudier ...
- Be deltagarna fylla i ett registreringsformulär på nätet då man samtidigt kan ställa specifika frågor för att ta reda på vad man är intresserad av.
- Be deltagarna att förbereda några frågor inför eventet.

Man kan ge lantbrukarna ytterligare incitament att komma:

- genom att erbjuda provexemplar
- kostnadsfri jordanalys
- inbjuda till ett nationellt mästerskap i en någon jordbruksanknuten fråga
- erbjuda mat och dryck
- erbjuda intressanta föredrag
- anordna en fest eller erbjuda vinster.





# 5

## Olika pedagogiska metoder vid gårdsdemonstrationen

En mängd olika pedagogiska metoder kan användas för att överföra och utbyta kunskap och för att utveckla nya färdigheter. Det är viktigt att inse att det inte bara finns en metod som är rätt, utan metodvalet beror på flera faktorer, exempelvis gruppens storlek och sammansättning. Gårdsdemonstrationen bör även innehålla en kombination av aktiviteter genomtänkta och balanserade för att få till bra inlärningsförhållanden.





## GRUPPENS STORLEK OCH SAMMANSÄTTNING

Val av gruppstorlek beror på gårdsdemonstrationens mål. Gruppstorleken påverkar hur man organiserar gårdsdemonstrationen.

- Mindre grupper (8–15 deltagare):
  - Mer effektivt för kunskapsutbyte, reflektion och mer djuplärande kollegor emellan.
  - Enklare att hantera
  - I små grupper med samma deltagare som möts regelbundet då bygger man upp ett förtroende mellan deltagarna, vilket möjliggör bättre diskussioner.
- Större grupper:
  - Är att föredra när målet är att öka medvetenheten hos flera och målet är bred kunskapspridning.
  - Lockar sponsorer och företag som levererar produkter till jordbruk.
  - Kräver bra teknik för ljudåtergivning och bildvisning.

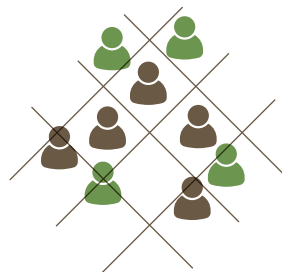
Homogena grupper kan vara villigare att dela erfarenheter och information och de kan ha en större benägenhet att lita på varandra. Grupper som består av olika aktörer med skiftande bakgrund kan å andra sidan vara bra när man vill få igång en diskussion och diskutera ett problem från olika vinklar. Detta är naturligtvis också en viktig faktor när man tänker på rekrytering av deltagare till ett event.

Hur väl deltagarna känner varandra kan också ha stor inverkan på gruppdynamiken, och påverkar val av pedagogisk metod. Man behöver en mer organiserad vägledning och moderator som leder diskussion och nätverkande när deltagarna inte känner varandra. En skicklig och vänlig

moderator (samordnare) kan skapa en trevlig atmosfär och miljö där det är lättare för lantbrukarna att tala öppet och få igång en bra diskussion.

### TIPS

Dela upp stora grupper i flera mindre grupper för att främja aktivt deltagande och för att få till engagerade diskussioner.



Den här videon handlar om hur en lantbrukare visar hur han hanterar djuren utan att framkalla stress hos djuret. Detta visas upp i en verklig situation vid en gårdsdemonstration, vilket ger mycket bättre förståelse, jämfört med att använda en PPT-presentation.

<https://www.youtube.com/watch?v=vAcn7Wl0cE&feature=youtu.be>

## VÄLJA LÄMPLIGA PEDAGOGISKA METODER

Det finns tre grundläggande principer:

- 1 | Relatera budskapet till praktiskt lantbruksarbete
- 2 | Engagera deltagarna i ett aktivt kunskapsutbyte
- 3 | Använd olika pedagogiska metoder

### 1 | Relatera budskapet till praktiskt lantbruksarbete

#### **Ta in budskapet i ett större och bredare sammanhang.**

Tala om effekten av den demonstrerade metoden eller innovationen på hela lantbruksföretaget, och diskutera även det bredare sammanhanget för samhället, påverkan på ekonomin och sätt även in det i ett politiskt sammanhang. Genom att tillhandahålla denna ytterligare information kan deltagarna fatta mer välgrundade beslut om huruvida de ska implementera en metod eller innovation.

#### **Utnyttja värdgården och värdlantbrukarens erfarenhet.**

Möjligheten att besöka en annan gård är ofta en av lantbrukarnas främsta motiv för att delta i en demonstration, så det är viktigt att länka demonstrationens innehåll till värdgårdens faktiska förhållanden och tillhandahålla så många praktiska exempel som möjligt. Detta innebär också att man med fördel kan berätta om problem, misslyckanden, misstag eller ge exempel på andra negativa sidoeffekter i samband med ett managementval. Sådana problem återspeglar ofta det som hindrar lantbrukare att implementera en ny metod. Så det faktum att man pratar om dem och förklarar hur de kan lösas kan bidra till att deltagarna implementerar metoderna och innovationerna i större omfattning.

## 2 | Engagera deltagarna i ett aktivt kunskapsutbyte

**Erbjud möjligheter för kunskapsutbyte lantbrukare emellan enligt modellen "peer to peer" utbyte (dvs lika lär lika).** Man kan öka kunskapsutbyte mellan lantbrukare genom att anordna gårdsdemonstrationer och workshops där deltagandet inbjuds att berätta om sina erfarenheter för andra. Genom att anordna diskussioner i mindre grupper så främjas sådant utbyte mellan parter med liknande kunskaper och erfarenheter. Man kan skapa möjligheter till mer informellt kunskapsutbyte genom att ge lantbrukarna tillräckligt med tid för att prata med varandra under rast, fika eller i samband med workshops vid gårdsdemonstrationer.

### TIPS

#### GLÖM INTE MAT OCH DRYCK

Erbjud gärna frukost eller lunch, i starten eller under tiden när inledande tal hålls.

Erbjud gärna mat och dryck efter det vanliga programmet, formella delen, så att deltagarna kan diskutera vad de har sett eller gjort.

Bjud gärna om möjligt på hemlagad mat, gärna med ingredienser från värdgården.

Bjud om möjligt på mat från lokala leverantörer som kanske är medorganisatörer eller sponsorer.

Bjud på förfriskningar och tilltugg i en paus.

**Erbjud ett brett utbud av upplevelser och försök komma på sätt att överraska deltagarna.** Inkludera en rad olika aktiviteter. Det kan vara en fältvandring, en praktisk demonstration som utförs av en demonstratör eller genom att låta deltagarna utföra en praktisk aktivitet. Sådana praktiska aktiviteter främjar inläringen och förståelsen och skapar interaktionen mellan deltagarna. Genom att lägga till en överraskningseffekt vid gårdsdemonstrationen är det större chans att deltagarna kommer ihåg det längre. Denna överraskningseffekt kan skapas på olika sätt, t.ex. med en historieberättarteknik, med en originell engagerande aktivitet för deltagarna eller genom att avslöja en ny produkt eller innovation under gårdsdemonstration.



**Bild 1.** Bilder av Soil my Pants-testet, som är ett exempel på ett överraskande och enkelt test av markstatusen. (Källor: <https://cereals-blog.ahdb.org.uk/when-i-soiled-my-undies/> (vänster); ILVO (höger))



Den här videon visar testet Soil My Pants, som är ett exempel på en överraskande och enkel metod för att testa markstatusen baserat på nedgrävda bomullsunderkläder.

<https://cereals-blog.ahdb.org.uk/when-i-soiled-my-undies/>

**Skapa en stimulerande och välbekant miljö.** Arrangera möteslokalen/-utrymmet på ett sätt så att alla bekvämt kan lyssna på och förstå talaren/talarna och de andra deltagare. Några idéer:

- Arrangera möteslokalen/-utrymmet på ett sätt så att alla bekvämt kan lyssna på och förstå talaren/talarna och de andra deltagare. Några idéer:
- Använd mikrofoner så att alla deltagarna kan höra talaren (i synnerhet när ni är utomhus).
- Använd visuellt material som alla deltagarna kan se (dvs. använd inte affischer med liten typsnittsstorlek som bara syns från den främre raden).
- Om ni är inomhus: placera stolarna i en cirkel/halvcirkel så att alla kan se varandra.
- Organisera en "marknad" med olika montrar/presentatörer så att deltagarna kan gå runt i mindre grupper.
- Fundera på var ni ska hålla diskussioner och tänk på att lantbrukare ofta känner sig mer bekväma på en åker eller i en ladugård än i akademiska klassrum.
- Planera in några roliga öppningsfraser i början av evenemanget. Du hittar inspiration på internet, t.ex: <https://www.thebalancecareers.com/top-ice-breakers-1918426> eller <https://www.icebreakers.ws/large-group>

### 3 | Använd olika pedagogiska metoder

**Välj en kombination.** Man kan använda flera olika pedagogiska metoder under gårdsdemonstrationen, såsom affischer, powerpointpresentationer, berättelser, experiment, diskussioner, workshops osv. Dessa metoder skiljer sig åt vad gäller graden av interaktion mellan demonstratörer och deltagare, och den grad av aktivt engagemang som krävs av lantbrukarna. De passar även olika inlärningsstilar. Vi vill återigen understryka att valet av pedagogiska metoder beror på dagens mål samt gruppens sammansättning och storlek. Du hittar en översikt över vissa möjliga pedagogiska metoder här (länk till webbplats).



**Anpassa demonstrationen till deltagarnas olika kunskapsnivåer och inlärningsstilar.** Försök att få en uppfattning om deltagarnas kunskapsnivåer i förväg om det är möjligt. Om det inte är möjligt bör du inleda med grundläggande information för eventuella nybörjare inom området. Typiska inlärningsstilar är (<https://blog.prezi.com/the-four-different-types-of-learners-and-what-they-mean-to-your-presentations-infographic>):

- **Auditiva** inlärare föredrar att höra informationen. De pratar ofta med sig själva medan de studerar eller tänker. Man kan hjälpa dem genom att få publiken att upprepa huvudbudskapen högt, t.ex. genom att ställa frågor till dem.
- **Visuella** inlärare föredrar att se information och visualisera relationerna mellan idéerna, t.ex. med hjälp av infografik, kurvor, scheman och färger.
- **Läs- och skrivinlärare** föredrar att läsa eller skriva ner information, i häften eller på kopior.
- **Kinestetiska** (fysiska) inlärare föredrar att utföra praktiska övningar och experiment.



**Bild 2.** Olika typer av inlärare och hur man tar hänsyn till dem under en gårdsdemonstration. (Källa: <https://tutoringwithatwist.ca/varik-learning-styles/>)

**Utnyttja lämpliga pedagogiska verktyg.** Pedagogiska verktyg är alla typer av material (t.ex. broschyrer, videor, interaktiva elektroniska röstningssystem) som används under en demonstration för att:

- öka interaktionen: genom till exempel användning av röstningssystem eller interaktiva appar (t.ex. <https://www.mentimeter.com>; <https://kahoot.com>)
- visualisera innehåll: t.ex. visa utrustning som används på gården, affischer med engagerande infografik (det finns kostnadsfria program online för att skapa infografik på <https://www.canva.com/create/infographics>), videor för att visa exempel på "bra" och "dåligt" management.
- tillhandahålla stödinformation för demonstrationsevenemanget: t.ex. häften med mer information om värdgården eller en deltagarlista. Ett exempel på detta är "Häften om gårdsvandringar" som publiceras av Teagasc (<https://www.teagasc.ie/rural-economy/organics/farm-walks>)
- ge deltagarna information att ta med hem: t.ex. broschyr med praktisk information om det som har visats på gården. Detta kan vara särskilt effektivt eftersom deltagarna inte alltid har möjlighet att göra anteckningar. Ange referenser till webbsidor på Instagram och Facebook om sådana finns tillgängliga.

## TIPS

Fundera om du ska dela ut något informationsmaterial under gårdsdemonstrationen. Om de delas ut under presentationer kan de distrahera deltagarna. Tänk på att en del av sådan information kan även skickas i förväg till deltagarna.



## EN PROFESSIONELL OCH SMIDIG GÅRDSDEMONSTRATION

**Följ "regeln om tre".** Notera viktiga budskap som presenteras vid gårdsdemonstrationen och som med fördel sammanfattas i några punkter i slutet. En god vana är att komma ihåg "regeln om tre". Enligt den här principen, som ofta används i reklamkampanjer, är det mest effektivt att formulera just tre huvudbudskap.



**Bild 3.** Använd regeln om att det är högst tre huvudbudskap, tre upprepningar och tre stödbudskap som bör förmedlas.

**Ha en bra facilitator (samordnare) närvarande.** Ofta stimuleras inte deltagarna aktivt under en gårdsdemonstration. En trolig orsak kan vara facilitatorns oförmåga att engagera deltagarna. Vikten av en kvalificerad facilitator kan inte understrykas nog. De är en mycket viktig person under hela evenemanget eftersom den ser till att allt flyter smidigt och ser till att aktivt engagera deltagarna i diskussioner och berätta om programmet etc. Den personen kan också samla in frågor som kommer upp under evenemanget.

**Säkerställ att programpunkterna håller tiden.** Det finns inget som är så frustrerande för deltagarna som att behöva åka hem innan programmet är avslutat eller med känslan av att programmet fick ett abrupt slut. Utse en person som ansvarar för att tiden hålls under evenemanget och som ser till att tiden hålls för varje programpunkt. Detta kan vara någon från organisationsgruppen eller facilitatorn, eller en av deltagarna.

**Planera för det oväntade.** Vissa oförutsedda omständigheter kan alltid inträffa, och det är lämpligt att fundera på detta i förväg och vara beredd på det oväntade. Sådant kan vara dåligt väder, för stor eller för liten grupp, sammansättningen av gruppen skiljer sig från vad du förväntade dig (t.ex. få aktiva lantbrukare), problem med utrustning, problem med fältförsök osv. Om man ser att det kommer att bli dåligt väder kan demonstrationen skjutas upp eller så kan man planera inomhusaktiviteter med powerpointpresentationer, videor eller en diskussion som alternativ till en gårdsvandring.





# 6

## Utvärdering och uppföljning

## UTVÄRDERA EVENEMANGETS UPPLÄGG OCH FÖRVÄNTAT RESULTAT

Genom att utvärdera evenemanget kan du förbättra organisationen av framtida evenemang. Det är viktigt att koppla utvärderingen till evenemangets mål: Om målet var nätverkande är det praktiskt att fokusera på om deltagarna utökade sitt nätverk. Om målet var innovationsimplementering så uppmanas organisatörerna fråga om deltagarnas intresse för att implementera den demonstrerade innovationen.

Feedback kan samlas in om upplägget (program, platser, lokaler, ämnen ...) och organisationen av gårdsdemonstrationen, men även om vad deltagare har fått med sig av ny kunskap och vad de anser vara tillämpligt på deras egna gårdar:

### På kortare sikt:

*“Vad tar besökarna med sig hem?”*

- Kunskap om ”varför” (motivation, ökad medvetenhet): deltagarna är medvetna om att det finns specifika problem eller utmaningar och/eller att nya alternativ finns tillgängliga och kan komma att behövas i framtiden.
- Kunskap om ”vad” (demonstrationsämnet): deltagarna informeras om specifika nyheter (nya metoder, material, variationer, maskiner osv.)
- Kunskap om ”hur”: deltagarna kan koppla samman den nya informationen med sitt egna arbetssätt, och bedöma möjligheterna att implementera den på sin egen gård.

### På längre sikt:

*“Vad gör besökarna med det de tar med sig hem?”*

Denna inverkan är sällan resultatet av en enda gårdsdemonstration, och är på grund av tidsfördröjningen inte fullt så enkel att utvärdera. Det tar lång tid för deltagarna att göra faktiska förändringar i sin management, eftersom det kan kräva ekonomiska investeringar, nya färdigheter och kunskaper och en justering av rutiner. Det kan behövas en helt ny strategi för produktionen på gården. Det finns fler informationskällor som kan påverka lantbrukaren till ett förändrat management. Det kan vara publikationer i lantbrukspressen, ett uppföljande material från en gårdsdemonstration, något från en workshop man deltagit i, ett nyhetsbrev eller nyheter och inspiration via rådgivare eller andra lantbrukare.

Man kan utföra utvärderingen på olika sätt, t.ex.:

- Informella samtal med deltagare under demonstrationsevenemanget.
- Efterfrågad feedback från deltagare under gårdsdemonstrationen, med hjälp av formulär eller som en diskussion.
- Utvärderingsformulär som skickas till deltagarna efteråt. Risken med enkäter som fylls i mot slutet av dagen är att de ofta utförs för snabbt eftersom deltagarna vill prata med andra eller har bråttom att åka hem.
- Uppföljning via e-post eller telefonsamtal. Om du vill utvärdera om gårdsdemonstrationen inspirerat någon till något nytt kan du vänta några veckor, eller till och med månader, innan du gör ett uppföljande telefonsamtal.
- Utvärderingsformulär för de som har organiserat gårdsdemonstrationen som fylls i under demonstrationsevenemanget.

Det är viktigt att ta till sig resultatet av utvärderingarna så att man hela tiden kan förbättra framtida gårdsdemonstrationer.

## TIPS

Använd bara några få och relevanta frågor. Det är svårare att få människor att fylla i och göra klart ett frågeformulär med många frågor.

Det är mer sannolikt att du får in feedback under dagen än efteråt via e-post.



Den här videon visar hur en utvärdering av demonstrationsevenemanget ingår i programmet.

<https://www.youtube.com/watch?v=BfkkuhbJ9OI&feature=youtu.be>



## UPPFÖLJNING

Med uppföljning avses här vidareutveckling och vidare kunskapspridning om innehållet i gårdsdemonstrationen efter evenemangets slut för att öka resultatet ytterligare. Även om uppföljningsaktiviteter äger rum efter evenemanget är det viktigt att informera deltagarna om dem redan under demonstrationsevenemanget.

Uppföljningsaktiviteter kan vara formella, som t.ex. organiserade träffar. Exempel på informell uppföljning kan vara telefonkontakt mellan deltagarna, demonstratören eller deltagande lantbrukare som pratar med sina grannar.



Den här videon visar fördelarna med en plattform för kunskapsutbyte om olika sorter som används i en ekologisk odling i Tysklandarter och den roll demonstrationsevenemang kan spela i detta. <https://www.youtube.com/watch?v=oQMam6-eKI&feature=youtu.be>

Exempel på bra uppföljningsaktiviteter för deltagarna:

- Dela ut en deltagarlista (under förutsättning att man gett sitt samtycke för det i enlighet med den europeiska dataskyddsförordningen).
- Ge värdlantbrukarens eller andra demonstratörers kontaktuppgifter till deltagare som är intresserade av att lära sig mer eller som vill testa en ny metod på sin gård.
- Ta fram och distribuera informationsblad.
- Skapa en onlineplattform, använd sociala medier t.ex. WhatsApp, bloggar.
- Följ upp via andra nätverk där man träffas och utövare kan rapportera sina erfarenheter till andra intresserade lantbrukare.
- Ge deltagarna ett nyhetsbrev eller skapa en webbplats där deltagarna informeras om ytterligare kunskap inom ämnet och där man också kan följa hur frågorna utvecklas på andra håll.
- Ge stöd (eventuellt i grupp) till intresserade deltagare som planerar att implementera de nya metoderna eller innovationerna som har visats upp under gårdsdemonstrationen.

Bra uppföljningsaktiviteter för personer som inte deltog i demonstrationsevenemanget:

- Tillhandahålla en rapport eller en video online från demonstrationsevenemanget. Om videon är attraktiv kan den även locka andra lantbrukare att delta i framtida demonstrationsevenemang.
- Använd olika mediekällor (sociala medier, bloggar, webbsidor, skriftlig press, radio osv.) för att rapportera om evenemanget.
- Skriv artiklar riktade till lantbrukare i lantbrukspressen och tillhandahåll broschyrer som kan delas ut till lantbrukare och rådgivare. Det är lämpligt att bjuda in journalister till evenemanget och ägna en särskild session åt dem för att se till att det blir kvalitetsmässiga budskap i artiklar och reportage.
- Om det sker långliggande försök på lantbruksföretaget kan det vara en fördel om lokala lantbrukare får möjlighet att komma och se hur processen fortskrider vid ett senare tillfälle.

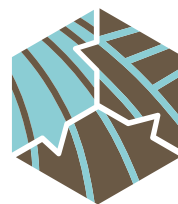
Översikt över olika inlärningsmetoder. Du kan hitta mer information om detta även via [trainingkit.farmdemo.eu](http://trainingkit.farmdemo.eu)

METOD	ANVÄNDBAR I SYFTE ATT/ UNDER DEMONSTRATIONEN	PUNKTER ATT ÖVERVÄGA/ FÖRUTSÄTTNINGAR	EXEMPEL PÅ GOD PRAXIS
<b>Webbkonferens</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Användbar i syfte att nå ett stort antal personer som inte kan delta i demonstrationsevenemanget fysiskt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Överväg målgruppen noggrant.</li> <li>Ett tips är att titta på handledningar för webbseminarier.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success">https://www.wiley.com/network/researchers/promoting-your-article/so-you-want-to-create-a-webinar-six-tips-for-success</a></li> <li>Så här skapar du en webbkonferens med PowerPoint: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI">https://www.youtube.com/watch?v=Atzswy5VhFI</a></li> <li>GGratis utbildning i hur man skapar webbseminarier: <ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://webinarsthatwork.net/free-webinar">https://webinarsthatwork.net/free-webinar</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=xsXeSupL_d8">https://www.youtube.com/watch?v=xsXeSupL_d8</a></li> </ul> </li> </ul>
<b>Affischer, Roll-ups, montrar, skyltar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Besökarna kan själva styra sin informationsinsamling genom att själva läsa all information i sin egen takt.</li> <li>Om det exempelvis rör sig om flera demonstrationsrutor kan en skylt beskriva varje behandling samt ange vem som ska kontaktas för mer information.</li> <li>Skyltar och/eller affischer kan också användas för att visa lantbrukare till olika demonstrationsplatser.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Men informationen som kan förmedlas till besökare är begränsad.</li> <li>Det finns inga möjligheter till interaktion.</li> <li>Ett tips är att göra skylten enkel, attraktiv och lättläst.</li> <li>Den måste anpassas efter besökandes visuella läskunnighetsnivåer.</li> <li>De kan ge vägledning och förklaringar när man anländer till gården och vid olika marknadsstånd.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g">https://www.youtube.com/watch?v=AwMFhyH7_5g</a></li> </ul>
<b>Föreläsning eller presentation i en stor sal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Användbar i syfte att presentera ämnet och sammanhanget för en större grupp. Det är också relativt enkelt att organisera på ett lantbruksföretag.</li> <li>Användbar i syfte att presentera tydliga slutsatser och budskap som deltagarna sen kan ta med sig hem.</li> <li>Användbar för att visa bilder/ videor när det inte är möjligt att ge en livepresentation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Men en alltför teoretisk presentation eller vid presentationer som kommer från ett "ovanperspektiv" riskerar att deltagarna känner sig distanserade från ämnet och blir inte involverade. Det kan leda till bristande engagemang och avsaknad av interaktion från lantbrukarnas sida. Det som anordnas utomhus kan då vara mer intressant.</li> <li>Tips att göra kopplingar till det praktiska arbetet och värdgården ni är på under presentationen.</li> <li>Tips att hålla presentationerna korta (max. 20 minuter).</li> <li>Tips att utgå från målgruppens perspektiv när du förbereder presentationen.</li> <li>Att återvinna den senaste presentationen som man gav på en (vetenskaplig) konferens duger inte!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://thefloorisyours.be/en/">https://thefloorisyours.be/en/</a></li> <li><a href="https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/">https://blog.polleverywhere.com/presentation-advice/</a></li> <li><a href="https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit,s.30-31">https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, s. 30–31</a></li> </ul>
<b>Berättelser</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>I syfte att göra det lättare för deltagarna att komma ihåg huvudbudskapen.</li> <li>Användbar när du har en entusiastisk och skicklig utövare av den berättande metoden.</li> <li>Användbar för det är ett sätt att koppla teori och praktik.</li> <li>Användbar eftersom den som berättar redan har implementerat en viss teknik eller en innovativ metod och kan därför berätta ofta mycket engagerat.</li> <li>Användbart eftersom anekdoter gör det enklare att komma ihåg ett budskap.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En förutsättning är att berättaren är en skicklig berättare så att historien blir levande och möjlig att förstå.</li> <li>Överväg var berättelsen passar in under gårdsdemonstrationen: t.ex. i början för att öka intresset eller i mitten för att ge ett exempel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw">https://www.youtube.com/watch?v=yhQxwnT11Tw</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc">https://www.youtube.com/watch?v=i68a6M5FFBc</a></li> </ul>
<b>Frågestund</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Användbar i syfte att lätta upp en enkelriktad kommunikation.</li> <li>Användbar för att hjälpa deltagarna att bearbeta den information de fått.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ett tips är att uppmuntra och styra frågor så att alla får möjlighet att tala. Det är en viktig uppgift för facilitatorn (sammansvararen).</li> <li>Ett tips är att planera in tillräckligt med tid för frågor.</li> <li>Ett tips är att upprepa frågor med hjälp av en mikrofon för att se till att alla deltagarna hör dem.</li> <li>Ett tips är att vara tydlig med hur många frågor som kan tas upp och hur lång tid ni har för frågestunden. Ett tips är att svara på frågorna så kort och precist som möjligt så att det finns tid till flera frågor.</li> <li>Ett tips är att be deltagarna att förbereda frågor i förväg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exempel på aktiveringsfrågor: <a href="https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit,s.20-21">https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit, s. 20–21</a></li> <li><a href="https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ">https://www.youtube.com/watch?v=P2lgW_SXnEQ</a></li> </ul>

METOD	ANVÄNDBAR I SYFTE ATT/ UNDER DEMONSTRATIONEN	PUNKTER ATT ÖVERVÄGA/ FÖRUTSÄTTNINGAR	EXEMPEL PÅ GOD PRAXIS
<b>Interaktiva styrda diskussioner mellan demonstratörer och deltagare eller bland deltagare.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Användbar i syfte att hjälpa till att smälta den nya informationen.</li> <li>Användbar för de får de besökande lantbrukarna att fundera på hur de demonstrerade innovationerna skulle kunna användas på den egna gården.</li> <li>Användbar för att det kan leda till att deltagarna reflekterar och kopplar resonemangen till andra presentationer.</li> <li>Användbar i syfte att fördjupa kunskap om och förståelse av ett visst ämne. Användbar för det fungerar i både små och stora grupper.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ett tips är att studera vägledning om att facilitera (moderera) en samling.</li> <li>Ett tips är att förbereda aktiveringsfrågor för gruppen i förväg.</li> <li>Ett tips är att starta en diskussion genom att börja med en enkel fråga, t.ex. en omröstning som alla kan delta i.</li> <li>Ett tips är att be deltagarna att presentera sig.</li> <li>Ett tips är att be deltagare som redan är bekanta med ämnet eller innovationen ge sin syn på saken. Och sedan uppmuntra oerfarna deltagare att komma med inspel. Det kan vara en god ide att speciellt inbjuda några erfarna lantbrukare bland deltagarna.</li> <li>En förutsättning är en god förmåga att lyssna och facilitera krävs för att kunna omformulera och sammanfatta huvudfrågor.</li> <li>Ett tips är att dela upp stora grupper i mindre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exempel på aktiveringsfrågor: <a href="https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit">https://www.iowalearningfarms.org/content/field-day-toolkit</a>, s. 20–21</li> </ul>
<b>Fält-/gårdsvandring</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Användbar i syfte att lära sig mer om verkliga lantbrukssförhållanden och om olika jordbruksmetoder som tillämpas.</li> <li>Tiden när deltagarna går mellan olika stopp kan användas till frågor och informella samtal mellan kollegor (se ovan).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Men tänk på att vissa värddar tycker inte om att deltagarna går runt självpå gården.</li> <li>Tänk på att det kan vara otillgängligt för funktionshindrade eller orörliga deltagare, vilket innebär att de inte kan delta.</li> <li>Det är bra om värddarna närvarar under fältvandringen för att kunna berätta, förklara och svara på frågor.</li> <li>Ett tips är att planera in tillräckligt med tid för förflyttning mellan de olika platserna i fält.</li> <li>Tänk på att det finns smittorisker vid besök på en gård och säkerhetsrisker. Utför en riskbedömning före gårdsvandringen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ett exempel på good praxis kan vara att transportera deltagarna på ett släp när åkrar eller delar av gården inte är lättillgängliga för funktionshindrade deltagare.</li> </ul>
<b>Praktiskt exempel som visas av en demonstratör</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Användbart för att praktiskt illustrera ämnet och visa budskapet.</li> <li>Användbart för att göra presentationen underhållande och väcka uppmärksamhet.</li> <li>Fungerar bra i kombination med en fältvandring och även vid andra former av presentationer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A Ett tips är att använda enkla och gärna för deltagarna överraskande sätt att förklara budskapet.</li> <li>Ett tips är att om möjligt involvera hela gruppen.</li> <li>Ta hänsyn till gruppens storlek: alla måste kunna se det praktiska exemplet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ett exempel på enkla verktyg för att testa markkvaliteten: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=9VWMoDijDm4&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=9VWMoDijDm4&amp;feature=youtu.be</a></li> <li>Vattentest för att påvisa jordens strukturella stabilitet (franska): <a href="https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=pRaN6SLUPuk&amp;feature=youtu.be</a></li> </ul>
<b>Multi-sensoriska presentationer för intensiva upplevelser.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Användbar eftersom det gör det enklare att komma ihåg och förankra budskapet.</li> <li>Fungerar bra i kombination med en fältvandring och även vid andra former av presentationer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se till att du planerar in tillräckligt med tid.</li> <li>Inkludera en upplevelse i din presentation, t.ex. genom att ställa en fråga om den: "Hur tycker ni att det luktar?" "Hur skulle du beskriva känslan av ...?"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exempel: <ul style="list-style-type: none"> <li>Vidrör och undersök marken efter att en ogräsharv har passerat.</li> <li>Lyssna tyst på bina i en buffertzonen på ett fält.</li> <li>Erbjud deltagarna att smaka ett bröd som bakats med mjölet som produceras på gården, så att deltagarna kan få en uppskattning av produktens kvalitet.</li> </ul> </li> <li>Demonstration av spadttestet för att analysera markkvalitet: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw">https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw</a></li> <li>Demonstration av odling av baljväxter ett exempel på hur man inkluderade erfarenhet under sin demonstration: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-1&amp;feature=youtu.be">https://www.youtube.com/watch?v=10E_13d85-1&amp;feature=youtu.be</a></li> </ul>

METOD	ANVÄNDBAR I SYFTE ATT/ UNDER DEMONSTRATIONEN	PUNKTER ATT ÖVERVÄGA/ FÖRUSÄTTNINGAR	EXEMPEL PÅ GOD PRAXIS
<b>Övningar som ger besökare praktiska erfarenheter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>När deltagarna får "lära genom att testa själv" får man själv en chans att komma på en lösning.</li> <li>Användbart för det gör det enklare att komma ihåg metoden och förankra det som lärs in.</li> <li>Användbar för det hjälper deltagarna att utveckla färdigheter.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Men det är inte genomförbart för varje ämne, till exempel när licenser krävs för användning av utrustning eller på grund av smittorisker.</li> <li>Ett tips är att planera in tillräckligt med tid för denna punkt i programmet.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Good praxis är att använda skyddskläder vid skadedjursbekämpning.</li> <li>Ta med ditt egna sprutningsaggregat för att kalibrera det.</li> <li>Demonstration av spadtestet för att analysera markkvalitet <a href="https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw">https://www.youtube.com/watch?v=f-kigHj3vbw</a></li> </ul>
<b>Workshops</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>För djupgående diskussioner och för att kunna fokusera på ett specifikt ämne.</li> <li>För att kunna visa den metod som ingår i programmet under egna gårdsförhållanden.</li> <li>Användbart för att presentationsmaterialen användas för dokumentation som sedan kan spridas till andra.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tänk på att avsätta minst en timme för en workshop som sker i ett rum eller runt ett bord utomhus.</li> <li>Tänk på att det kräver en facilitator (samordnare) eller någon annan som kan anteckna de viktigaste resultaten från samtalen (t.ex. tillhandahåll isåfall gärna mallar för det ändamålet).</li> <li>Tänk på att det måste finnas tydliga mål för workshopen och det måste vara möjligt att genomförbar inom den tid som finns tillgänglig. Inklusive summering av resultatet.</li> <li>Tänk på att besökare som förväntar sig ett fältbesök kanske inte är beredda på att hamna i en workshop med där man förväntas presentera något annat. Om det ingår informera om det i inbjudan.</li> <li>Överväg vilka olika metoder deltagarna föredrar.</li> <li>Tänk på att gruppen måste delas in i små grupper på runt 3–7 personer.</li> <li>Ta hjälp av vägledning om hur man faciliterar (modererar) workshops.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Här finns en vägledning om hur man faciliterar en workshop: <a href="https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops">https://www.seedsforchange.org.uk/shortfacilitatingworkshops</a></li> </ul>
<b>Mat, dryck, gemensam transport osv ger tillfälle till informella samtal mellan deltagarna.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Det möjliggör att tala fritt om eventuella misslyckanden eller problem i samband med olika innovativa jordbruksmetoder som demonstreras. Det möjliggör ett produktivt praktiskt baserat erfarenhetsutbyte baserat på ömsesidigt lärande.</li> <li>Användbar tid för informella samtal under den informella delen när mat och dryck serveras, eller när deltagarna flyttar sig mellan programpunkter.</li> <li>Användbar tid för att reflektera över presentationer som varit vid gårdsdemonstrationen.</li> <li>Användbar tid för att smälta den presenterade informationen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tips är att avsätta tillräckligt med utrymme och tid för informella utbyten.</li> <li>Fundera på om det finns sponsring av mat/dryck/transporter.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informella utbyten mellan deltagarna äger rum spontant om det ges tillräckligt med tid. Det är därför bra att lämna rum i programmet för informella utbyten och gärna erbjuda deltagarna mat/dryck.</li> </ul>





AGRIDEMO



PLAID



Den här handboken är ett resultat av ett nära samarbete mellan tre gårdsdemonstrationsprojekt som fick bidrag från EU:s Horizon 2020-program för forskning och innovation inom ramen för bidragsavtalen nr 727388 (PLAID), nr 728061 (Agridemo-F2F) och nr 772705 (NEFERTITI). Detta är en översättning från en engelsk version.

MER IDEER OCH TIPS KAN DU HITTA VIA

[trainingkit.farmdemo.eu](https://trainingkit.farmdemo.eu)