

Google og vejr-apps er øko-landmænds favoritter

Søgemaskiner som Google er et vigtigt værktøj, når der skal søges efter faglig viden, mener økologiske landmænd på tværs af alder i en analyse af digitale medievaner, som Økologisk Landsforening står bag.

Søgemaskiner som Google er i høj kurs blandt økologiske landmænd. Det viser en ny rapport om økologiske landmænds medievaner udarbejdet af Rådgivende Sociologer for Økologisk Landsforening. I alt svarer 78 pct. af de adspurgte på tværs af aldersgrupper, at Google og andre søgemaskiner er 'væsentlige' eller 'meget væsentlige', når de skal indhente faglig viden.

Til gengæld er der forskel i aldersgruppernes præferencer, når det handler om trykte medier og elektroniske nyhedsbreve. Mens øko-landmænd over 40 år rangerer trykte landbrugsmedier som tredje vigtigste kilde til nyheder og faglig viden, så er de trykte medier helt uden for top fem hos landmænd under 40 år. Elektroniske nyhedsbreve finder 73 procent af øko-landmændene over 40 år som 'væsentlige' eller 'meget væsentlige', mens det kun gør sig gældende for 50 procent af deres kolleger under 40 år.

- Det er hamrende vigtigt, at medieressourcer i landbruget og landbrugsorganisationer bruges effektivt til at sikre landmænd i alle aldre ny viden som inspiration til udvikling. Rapporten giver vigtige indsigter og stilles til rådighed for alle landbrugsmedier, siger Nanna Hyltdgaard Hansen, kommunikationschef i Økologisk Landsforening.

Vejr-apps er populære

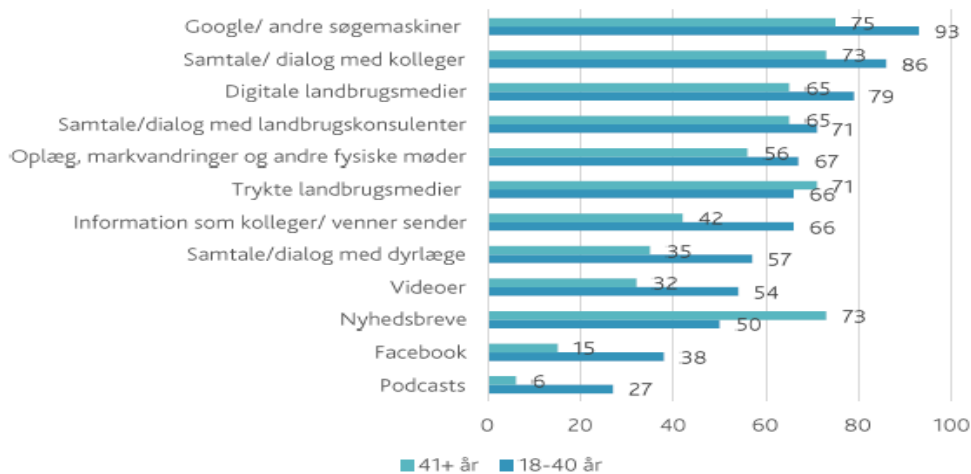
Af undersøgelsen fremgår det desuden, at 61 procent af de adspurgte landmænd bruger mindst én smartphone-app i forbindelse med bedriften, og her er vejr-apps klart de mest populære.

- Hvis du tog min elektronik fra mig, så ville jeg nok allermest savne vejrudsigten, men den kan man selvfølgelig finde andre steder. Men mange af de ting vi laver, er meget vejrafhængigt, så vi prøver at følge med, så godt som vi og meteorologerne kan. Lige nu har jeg tre forskellige vejr-apps, fortæller en af de landmænd, som er blevet interviewet i forbindelse med rapporten.

Fakta om analysen:

- Analysen er baseret på spørgeskemasvar fra 460 økologiske landmænd omkring årsskiftet 2017-2018.
- Hertil kommer seks individuelle interviews og et fremtidsværksted med fire deltagere.
- Den er udført af Rådgivende Sociologer i Økologisk Landsforenings projekt Demonstration af nye økologiske løsninger II, der er støttet af Promilleafgiftsfonden for Landbrug, Den Europæiske Fond for Udvikling af Landdistrikterne og Miljø- og Fødevarerministeriet.
- Se rapporten ['Økologiske landmænds medievaner – en kvantitativ og kvalitativ undersøgelse med fokus på digitale og sociale medier'](#).

Figur 5.2. Væsentlighed af forskellige kilder til landbrugsfaglig viden fordelt på alder. Andel der har angivet kilderne som væsentlige eller meget væsentlige. Pct.



For yderligere information

Line Skouboe, pressemedarbejder, Økologisk Landsforening, 24 42 69 52, lsk@okologi.dk