



Kommunikasjonsplan for NORSØK 2021 - 2024

1. NÅVÆRENDE SITUASJON

Vår visjon er «**NORSØK - økologisk kunnskap for landbruk og samfunn**».

Forskning og kunnskapsutvikling er en viktig del av NORSØKs virksomhet. Senterets hovedmål er å «**fremme utviklingen av økologisk landbruk**». Dette betyr å utvikle og formidle forskning og kunnskap som gir grunnlag for å forbedre det økologiske landbruket og øke omfanget av økologisk produksjon og forbruk. NORSØK skal formidle kunnskap fra egen og andres FoU- virksomhet i inn- og utland. Gjennom dette skal NORSØK formidle kunnskap fra et bredere fagområde enn det NORSØK selv har FoU-aktivitet innenfor. NORSØK skal delta i samfunnsdebatten ut fra kunnskap om økologisk landbruk, bærekraft og fornybar energi.

Miljø, klima, jordhelse, naturmangfold og bærekraft står høyt på agendaen i hele det norske landbruket. Dette betyr økende etterspørsel etter fagfolk fra NORSØK for å holde kurs og foredrag på arrangement som har en bredere appell enn bare det økologiske landbruket. Dette gjør det lettere å ivareta det økologiske landbruket sin spydspissfunksjon, samtidig som sperrere for kunnskapsflyt mellom konvensjonelt og økologisk landbruk bygges ned.

«Nasjonal strategi for økologisk jordbruk» 2018-2030 ble vedtatt av Stortinget i 2018. NORSØKs aktivitet hører i hovedsak innunder kap. 4, innsatsområde 1: «*Kunnskap og kompetanse*» i denne strategien, hvor NORSØK kan bidra innenfor området «*forskning, utvikling og innovasjon*» og området «*rådgiving og kompetanseoppbygging*». Strategien påpeker også den «*spydspissrollen*» som økologisk landbruk skal ha for å utvikle miljøvennlige løsninger som også kan tas i bruk i det konvensjonelle landbruket.

Egen eller andres forskning er grunnlaget for NORSØK sitt formidlingsarbeid mot ulike målgrupper. Denne planen omfatter ikke arbeid med vitenskapelig publisering. Vitenskapelig publisering er prioritert i NORSØK sin strategiske plan og tiltak skal følges opp i samråd med forskerne i NORSØK.

Personalressurser og formidling:

NORSØK har et godt kvalifisert korps av forskere og rådgivere. Kommunikasjonsrådgiveren har et særlig ansvar for å synliggjøre NORSØK sin faglige aktivitet. NORSØK har stor formidlingsaktivitet gjennom tradisjonelle kanaler, som artikler i vitenskapelige tidsskrift ulike norske fagtidsskrift og nettsider og foredrag på konferanser, markdager, kurs og møter.

NORSØK drifter nettstedene www.norsok.no og www.agropub.no.

Fasiliteter til formidling

NORSØK eier Tingvoll gard og kan bruke garden som forsmilingsarena. NORSØK drifter en økologisk demonstrasjonshage som brukes til formidling.

Innen energi har NORSØK eget biogassanlegg basert på husdyrgjødsel, egne fullskala solenergianlegg og tilgang til et lite vannkraftverk, flisfyringsanlegg og undervisningslokale, tilrettelagt for undervisning/opplevelser innen fornybar energi og bærekraftig energibruk.

I tilknytning til Tingvoll Økopark hvor NORSØK er deleier, har NORSØK tilgang til gode kurs- og møtelokaler, i tillegg til ulike demonstrasjonsanlegg for temaer som kompostering, plantedyrking og dyrevelferd og lokaler for kurs og møtevirkosomhet.

Kommunikasjonsutfordringer

For å bevare og styrke posisjonen som forskningsinstitusjon er vi først og fremst avhengige av at informasjon om formidlings- og prosjektarbeid når frem til bonden og næringene som skal bruke kunnskapen vi fremskaffer. Dernest må vi nå ut til travle byråkrater og politikere som gir oss ressurser til å drive forskning.

For å nå ut til flere må vi styrke tilstedeværelsen på sosiale medier og jobbe tettere opp mot regionale og nasjonale medier for å sikre jevn dekning av NORSØKs prosjekter gjennom strategiperioden.

NORSØK består av få mennesker som jobber med et omfattende fagfelt med de begrensninger som prosjektbasert finansiering legger på tidsbruk. For at forskere, rådgivere og kommunikasjonsrådgiver skal ha mulighet til å budsjettere med tid, må kommunikasjonsoppgaver planlegges og tidfestes i størst mulig grad når prosjekt startes opp.

2. KOMMUNIKASJONSMÅL OG BUDSKAP

1. Hovedmål med kommunikasjon

Hovedmålet med kommunikasjon er å sikre at kunnskapen vi fremskaffer når frem og blir tatt i bruk av målgruppene våre.

2. Hva skal kommunikasjonen bidra til?

Kommunikasjonen vi lager skal bidra til å realisere hovedmålet. Den skal også styrke NORSØKs omdømme og posisjon slik at målgruppene våre lytter til oss oftere, og bruker kunnskapen vi skaper til å ta beslutninger og veivalg innen de næringer og fagfelt NORSØK jobber med.

3. Hvilket inntrykk ønsker vi at kommunikasjonen skaper?

Kommunikasjonen skal presentere NORSØK som et faglig sterkt og etterrettelig nasjonalt kompetansesenter for økologisk landbruk. Vi er opptatt av å jobbe tett på bonden og samfunnet, og etterstreber å finne løsninger som er funksjonelle og lette å ta i bruk.

3. MÅLGRUPPER OG HOVEDMÅL

Målgruppene for NORSØK sitt arbeid kan deles i **1) de som skal ta i bruk kunnskapen** og **2) de som bidrar til at NORSØK skaffer kunnskapen.**

Målgrupper for å ta i bruk kunnskapen:

1. Gårdbrukere
2. Rådgivere i organisasjoner som jobber innen NORSØKS fagfelter.
3. Ansatte i offentlig forvaltning.
4. Politikere (Primært på nasjonal- og fylkesnivå)
5. Lærere, studenter og skoleelever.
6. Forbrukere
7. Småhageeiere
8. Egne samarbeidsorganisasjoner (Økologisk Norge, NLR, Debio, Stiftelsen Norsk Mat, NIBIO)

Målgruppe 1, 2 og 5 og 7 er prioritert før de andre målgruppene.

Mål: NORSØK skal formidle relevant kunnskap av høy faglig kvalitet rettet mot ulike målgrupper i hele landet.

Målgrupper som bidrar til at NORSØK skaffer kunnskap:

1. Politikere på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå
2. Administrativ ledelse på ulike nivå i offentlig forvaltning
3. Valgt og administrativ ledelse i organisasjoner som arbeider innenfor landbruk, mat, fornybar energi og naturforvaltning
4. Samarbeidsorganisasjoner
5. Potensielle nye medarbeidere til NORSØK
6. Ulike fagmiljøer som påvirker og avgjør faglige prioriteringer i utlysning av midler til FoU

Disse gruppene har lik prioritet.

4. DELMÅL, TILTAK OG ANSVAR

Produksjon og formidling av forskningsresultater

Mål: Produsere og publisere rapporter, faginfo, artikler, kursmateriale og informasjonsfilmer om ulike faglige problemstillinger.

Tiltak

1. Etablert praksis med produksjon av rapporter, faginfo, artikler og kursmateriale videreføres og publiseres ihht. punkter om egne nettsider, medieinnspill og innsalg og sosiale medier.
2. Produksjon av informasjonsvideoer rettet mot bønder og rådgivere prioriteres høyere, siden dette er et medium som gir større nedslagsfelt og lar oss visualisere problemstillinger og forskningsfunn mer effektivt.

Ansvarlig:

Den enkelte forsker/rådgiver er ansvarlig for å produsere vitenskapelig innhold. Kommunikasjonsrådgiver er ansvarlig for den eksterne kommunikasjonen i samarbeid med fagperson, og skal være proaktiv i å avdekke informasjon, bilder og video som kan bidra til å oppnå hovedmålene i kommunikasjonsplanen.

Egne nettsider

Norsok.no

Mål: Videreføre norsok.no som en referanseside med informasjon og nyheter om virksomhet, prosjekter og ansatte

Tiltak:

1. Når nye prosjekter innvilges eller avsluttes skal det opprettes en nyhetssak som publiseres så snart som mulig. I løpet av planperioden skal det utredes ny layout med bedre funksjonalitet for bilder og video på nettsiden. Det bør publiseres minimum en artikkel/nyhet i uka.
2. Sikre at alle NORSØK rapporter og faginfo er tilgjengelig på nettsiden.

Ansvarlig:

Kontorsjef har ansvaret for at sidene er oppdaterte med riktig informasjon om prosjekt, ansatte og virksomhet. Saker av spesiell interesse lages og publiseres i samråd med kommunikasjonsrådgiver og daglig leder. Kommunikasjonsrådgiver tar initiativ til og gjennomfører utredning av ny design på nettside.

Agropub

Mål: **Styrke nettsida agropub.no som nasjonal hovedkanal for formidling av fagstoff om økologisk landbruk, gjennom økt tilgang av nye fagartikler**

Tiltak:

1. Sette av tid til forskere for produsering av artikler etter ønskeliste over fagartikler.

Ansvarlig:

Kommunikasjonsrådgiver og fagredaktør, som også skal sette av timer til skrivning og sette tidsfrist for levering av artikler i dialog med den enkelte forsker/rådgiver.

2. Det settes av tid til prosjektleder for skolehage for å klargjøre eksisterende materiale for republisering, kartlegging av skolehager på sosiale medier og fremheve relevant innhold fra Agropub, for rekruttering av nye lesere, samt formidle innhold fra skolehageprosjektet i Økologisk Norge i samarbeid med Økologisk Norge.

Ansvarlig:

Kommunikasjonsrådgiver

3. Agropub viderefører utsendelse av et månedlig nyhetsbrev, med nye og relevante saker, samtidig som nyhetsbrevet skal markedsføres ut til bønder og relevante organisasjoner.

Ansvarlig:

Fagredaktør er ansvarlig for å velge ut saker. Kontorsjef sender ut nyhetsbrevet.

Kommunikasjonsrådgiver er ansvarlig for å markedsføre og rekruttere nye abonnenter.

4. Sette av tid til å oppdatere av gamle artikler.

Ansvarlig:

Kommunikasjonsrådgiver fordeler timer i samråd med fagredaktør. Fagredaktør har ansvar for å oppdatere artikler.

Medieutspill og innsalg

Mål: Oppnå bred mediedekning av flest mulig av forsknings- og formidlingsprosjektene. Delta i samfunnsdebatten.

Tiltak:

1. Alle større prosjekt skal selges inn til relevante medier. Dette skal skje så fort som mulig eller når nyhetsbildet tilsier at det er gunstig.
2. Kronikker skrives og selges inn etter behov og aktualitet.
3. Minst en artikkel i kvartalet på forskning.no
4. Det lages en oversikt der liste over alle medieoppslag telles og listes opp slik at dette kan måles år for år.

Ansvarlig:

Kommunikasjonsrådgiver.

Sosiale medier

Facebook (norsok.no og agropub.no)

Mål: Markedsføre faglige leveranser gjennom mer aktiv bruk av Facebook

Tiltak:

Alle nyheter, artikler og arrangement fra norsok.no og agropub.no skal legges ut på sine respektive sider. For å sikre at vi har nok materiale å poste hver dag skal vi fremheve pågående prosjekt, eller dele relevant innhold fra organisasjoner vi samarbeider med.

Ansvarlig:

Kommunikasjonsrådgiver

Instagram (NORSØK)

Mål: Markedsføre faglige leveranser gjennom mer aktiv bruk av Instagram

Tiltak:

NORSØK skal sette opp en månedsplan ved inngangen til hver måned som beskriver publisering av minst tre poster per uke med tilhørende bilder. Bilder fra pågående arbeid foretrekkes, men arkivbilder kan også brukes.

Det skal lages portretter av alle ansatte som kort forteller om kompetanse og arbeidsfelt til den enkelte.

Ansvarlig:

Kommunikasjonsrådgiver

LinkedIn

Mål: Etablere og kartlegge tilstedeværelse av NORSØK på LinkedIn

Tiltak:

Etablere konto for NORSØK med informasjon om virksomheten på norsk og engelsk. Det skal lages minimum to innlegg med bilder, eventuelt en video i 2021. Responsen på disse skal måles og være grunnlag for ny målsetning for 2022. Publiseringsplan med saker om vårt brede vitenskapelige arbeid skal utarbeides.

Ansvarlig:

Kommunikasjonsrådgiver

Mål: Markedsføre NORSØK som en attraktiv arbeidsplass på ulike sosiale medier. Alle våre kanaler på sosiale medier skal benyttes.

Tiltak:

1. Fremheve NORSØK som en variert og fleksibel arbeidsplass ved bruk av tekst, bilder og video via egne nettsider, sosiale medier og på relevante arrangement.
2. Bruke de nyansatte og unge medarbeidere aktivt for å være attraktiv for et yngre segment.
3. Vedlikeholde kontakt med linjeforeningene ved relevante utdanningsinstitusjoner, som har sosiale medier dedikert til å formidle rekrutteringsmuligheter.
4. Delta på karrieredager på relevante utdanningsinstitusjoner og arrangement.

Ansvarlig:

Daglig leder har oversikt over rekrutteringsbehov og bestiller innhold av kommunikasjonsrådgiver ved spesifikt behov. Kommunikasjonsrådgiver har ansvar for å forbedre og vedlikeholde NORSØKS omdømme som attraktiv arbeidsplass på sosiale medier i det daglige.

Formidlingsarenaer

Mål: NORSØK skal bli mer synlig og kjent på nasjonalt nivå gjennom deltakelse på nasjonale og regionale arrangement i hele landet.

Tiltak:

1. Selge oss inn som foredragsholdere i fagmiljøet
2. Delta på relevante årsmøter og konferanser og rigge en informasjonsstand for NORSØK der det mulig.

Ansvarlig:

Kommunikasjonsrådgiveren vedlikeholder kontakten med de ulike arrangementene. Innhold og stand planlegges med den aktuelle forsker/rådgiver som skal delta på arrangementene.

Mål: Invitere politikere og andre beslutningstakere til Tingvoll gard til omvisning, presentasjon av faglige prosjekt og problemstillinger.

Tiltak:

1. Invitere partigrupper på fylkesnivå når det er relevant for sikre at fylkets beslutningstagere har tilstrekkelig informasjon om NORSØK og prosjekter som har ringvirkninger i fylket.
2. Invitere alle landbruksministere på besøk til Tingvoll gard
3. Samarbeide med lokale politiske parti for å inviter nasjonale politikere på besøk
4. Invitere andre ansatte i offentlig forvaltning der det er relevant, eller når muligheten oppstår. Dette gjelder eksempelvis ansatte i direktorat, departement, kommuner eller statsforvalter.

Ansvarlig:

Daglig leder har oversikt over behov på dette området og henter inn ressurser fra resten av organisasjonen etter behov.

Mål: Opplevelsesbasert opplæring på de ulike fasilitetene på Tingvoll gard

Tiltak:

1. Videreføre aktivitet der studenter og elever besøker Tingvoll gard for å lære mer om fagområda det jobbes med.
2. Samarbeide tettere med Tingvoll Økopark for å formidle mer av kompetansen som finnes i NORSØK ut mot publikum som besøker økoparken.

Ansvarlig:

Daglig leder og kommunikasjonsrådgiver. Punkt 2 skjer i samarbeid med daglig leder i Tingvoll. Økopark.

Mål: Delta med foredrag på ulike arrangement

Tiltak:

1. Lage en oversikt over emner/foredrag som NORSØK kan bruke til å gjøre kompetansen og informasjonstilbudet mer tilgjengelig for relevante arrangører.
2. Gjennomføre samarbeidsarrangement sammen med andre aktører lokalt, regionalt og nasjonalt.

Ansvarlig:

Kommunikasjonsrådgiver.

Kommunikasjonsplanen vil bli fulgt opp administrativt med årlige handlingsplaner.