



LANDBRUKS- OG MATDEPARTEMENTET

# eTunet

Forbrukerdialog på nett

Et prosjekt i regi av Landbruks- og matdepartementet  
Gjennomført av Opinion as  
Mai – september 2009

Oslo oktober 2009

# Prosjektbeskrivelse

<b>Oppdragsgiver</b>	Landbruks- og matdepartementet (LMD)
<b>Kontaktperson</b>	Stine Sem, seniorrådgiver
<b>Hensikt</b>	Prosjektet har en todelt målsetting: 1: Økt innsikt i lekfolks oppfatning av og kjennskap til norsk mat og matproduksjon, og derigjennom mer kunnskap om hva som skal til for å skape forståelse for dagens politikk 2: Prøve ut nye måter å kommunisere med forbruker på, her i form av et digitalt sosialt nettsted
<b>Metode</b>	Webbasert sosialt nettsted med inviterte deltakere
<b>Målgruppe</b>	"Vanlige folk" med interesse for mat og matpolitikk. Bønder, interesseorganisasjoner og andre profesjonelle grupper er forsøkt utelatt fra utvalget
<b>Gjennomføring</b>	Oppstart 25. mai 2009. Første driftsperiode i fem uker fra 21. mai – 28. juni. Andre og siste driftsperiode i tre uker fra 17.8 – 13.9 2009
<b>Ansvarlige i Opinion</b>	Ola Gaute Aas Askheim, administrerende direktør i Opinion. Hovedansvarlig for eTunet <a href="mailto:Ola.Gaute.Aas.Askheim@Opinion.no">Ola.Gaute.Aas.Askheim@Opinion.no</a> Sunneva Kilsti, direktør i Opinion. Ansvarlig redaktør for eTunet <a href="mailto:Sunneva.Kilsti@opinion.no">Sunneva.Kilsti@opinion.no</a>



## "Smaken av Norge" (2008-2010)

- *Bidra til bevisst bruk av forbrukerinvolvering og forbrukerinformasjon som strategi for utvikling av matpolitikken*
  - utvikle gode systemer for informasjon ut
  - utvikle system for (kritisk) tilbakemelding fra forbrukere
  - lekfolks kompetanse kan gi alternative løsninger og tankegods
  - involvering styrker politikken og kan gi grobunn for økt forståelse
  - skape større forbrukerengasjement
  - større demokratisk balanse mellom myndigheter, næring og forbrukere

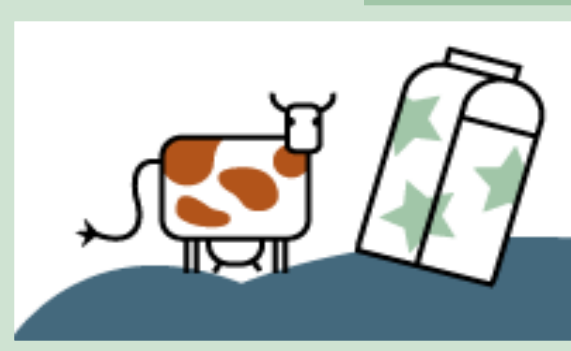
## Forbrukerinvolveringsprosjekter, 2009

### *"Mat med mer mening".*

- eTunet som ett av flere tiltak
  - nettsamfunn for debatt, meningsytringer og dialog om mat/landbruk
  - aktiv periode: 8 uker, med til sammen 8 tema/utfordringer
  - tematikk til debatt avklart med matminister
- "Pilotsamfunn", folk med interesse for mat/helse/miljø/samfunn som opinionsdannere/påvirkere
- Ekspertgruppe - "flue på veggen"

## Tematikk eTunet

- Kast av mat
- Finanskriser, klimakriser og matkriser
- Norsk matproduksjon i internasjonalt perspektiv
- Norsk landbruk og levende bygder
- Norske matskatter ut til folk
- Økologisk mat
- Merking av mat
- Kjedemakt, bondemakt eller forbrukermakt



# Sosiale medier i nye sammenhenger

- 66% av befolkningen deltar nå i nettsamfunn
- Sosiale medier benyttes til et utall formål
  - Personlig kontakt på Facebook
  - Informasjonstiltak og politiske kampanjer – ref. Barack Obama/Twitter
- Også offentlige myndigheter har begynt å "snuse" på sosiale medier
  - MD ønsket å teste ut bruken av nettbaserte sosiale arenaer for kontakt mellom offentlige myndigheter og vanlige borgere
- eTunet et pilotprosjekt
  - Hva slags informasjon når fram til borgerne?
  - Hvilken form fungerer best?
  - Hvilke typer tema er egnet til å skape debatt og engasjement i et sosialt nettbasert forum?



- Driftet av Opinion, som har hatt redaktøransvar
- Tett samarbeid med LMD, som har definert problemstillinger og levert bakgrunnsstoff



Metode

Er dette en egnet måte å kommunisere med borgere på?

- JA!
  
- Deltakerne har satt pris på kommunikasjonsmåten
  - Direkte kanal mellom myndigheter og "folket"
    - Tilfredsheten tok seg opp da LMD kom på banen med direkte deltakelse
    - Innledningsvis noe kritikk mot "politisk korrekt vinkling
    - Flere har rost prosjektet for å legge til rette for åpen dialog med rom for kritikk, uenighet og gjensidige utfordringer
  - Men i for stor grad monolog fremfor dialog. Skyldes både tema, bruk av fakta og teknologiske forhold

*Skal man få noe fart i debattene så må man provosere litt. Hvis dere – isteden for å vise til trøtte rapporter og selv forsøke å utlegge andres meninger – hadde utfordret tre – fire personer til å lage en innledning basert på spørsmålet, så kunne det blitt noe*

*Her er kommet mange innspill som i større grad er åpne, nytenkende og løsningsorienterte enn det som er vanlig i Nationen og de andre og mindre næringsavisene jeg leser*



Metode

## Aktivitetsnivå og sammenligningstall

- 209 personer (85 % av medlemsmassen) brukte eTunet. Disse leste innlegg og fulgte debatter
  - Dette er noe høyere enn aktiviteten på nettsamfunn generelt, der 78 % leser innlegg og 43 % følger debatter
  - 126 personer (51 %) har vært innom eTunet fem ganger eller mer
  - 102 personer (41%) har vært innom eTunet åtte ganger eller mer, dvs i snitt hver uke av prosjektet
    - Dette er på nivå med nettsamfunn generelt, hvor 48 % er innom minst ukentlig
  - Av de 209 som bruker eTunet er det rundt 122 (ca 58 %) som kommenterer og legger ut egne saker
    - Dette er høyere enn nettsamfunn generelt, hvor 43 % deltar aktivt med innlegg og kommentarer
  - 38 personer (15%) har skrevet fem kommentarer eller mer
  - 59 personer (24%) har skrevet tre innlegg eller mer
- 52 personer (15%) har vært helt passive (verken lest eller kommentert)
  - Andelen passive er lavere enn for nettsamfunn generelt, hvor 28 % aldri leser innlegg og hele 56 % aldri skriver egne innlegg



## Teknikk

# Tekniske erfaringer og begrensninger

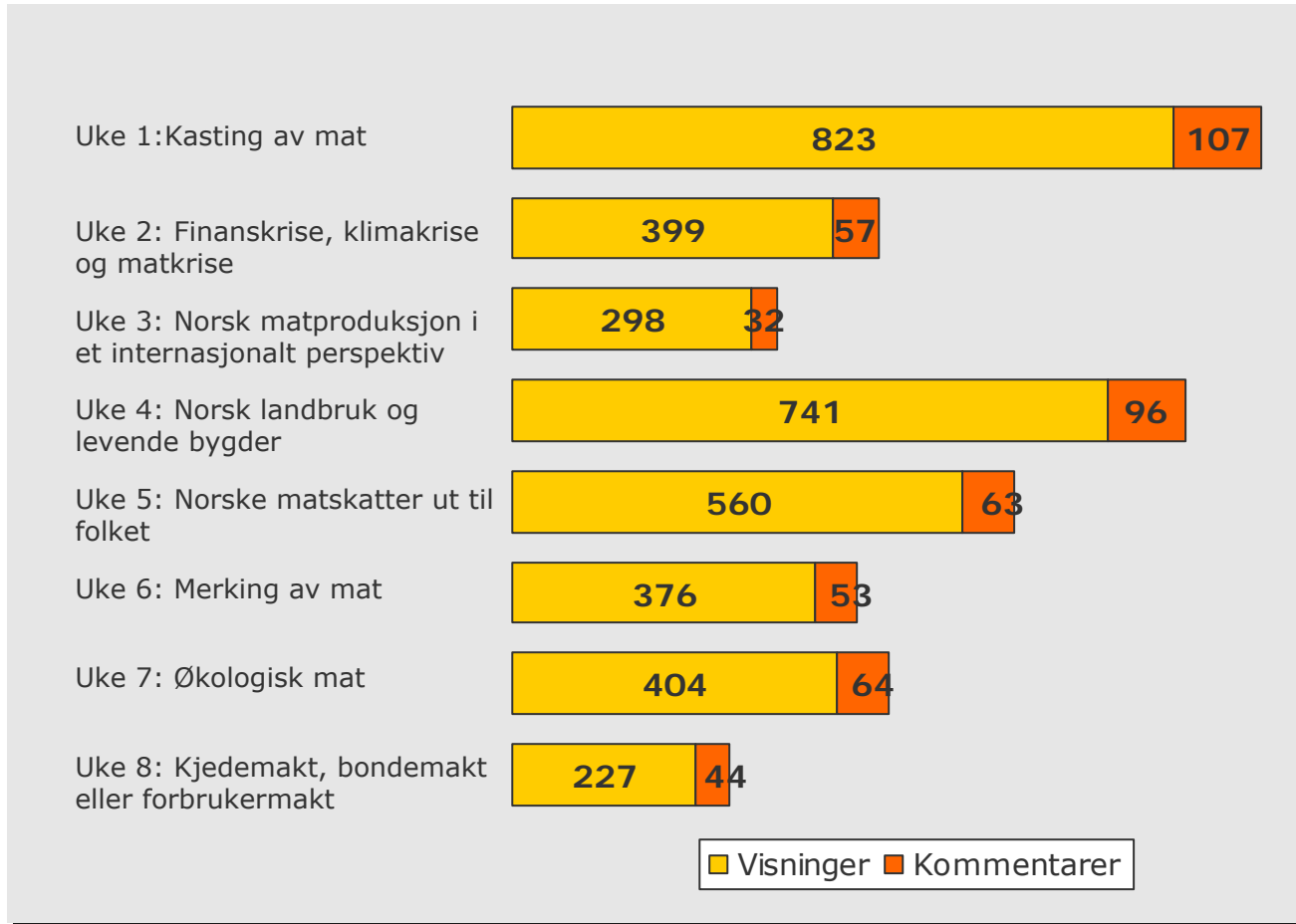
- Enkel, men ikke optimal løsning
  - Enkelt å registrere seg og bli medlem
  - Få feilmeldinger om tekniske problemer
  - Enkelt å finne frem til ukens saker, som blir lagt ut med lenker på forsiden
  - Ikke like enkelt å finne tilbake til tidligere saker fordi disse forsvinner fra forsiden
    - Dette gjør at saker som i prinsippet kunne fortsette å leve og bli diskutert videre stopper opp
  - eTunets programvare er ikke optimal i forhold til meningsutveksling. Versjon 1.0 - må videreutvikles
    - I etterkant er konklusjonen av vi bør bruke en annen programvare enn OS-Tube



Kommentarer legger seg i kronologisk rekkefølge

Tematikk

Ulike temaer ga ulik aktivitet



- Oppstart av prosjektet, nytt og spennende, tema som alle kan relatere til
- Komplisert tema, vanskelig å forholde seg til, for liten innsikt
- Nært og relevant
- Temaet hadde blitt diskutert spontant i tidligere uker

- Én uke per tema er for kort tid
  - Komplekse problemstillinger og flere saker på én uke gjorde at enkelte deltakere opplevde det som vanskelig å "henge med". Problemstillinger av den typen som er tatt opp på eTunet trenger mer tid både til refleksjon før man ytrer seg, og tid til å la debatten leve mer enn bare noen dager
  - Å diskutere én sak i én uke, for så å forlate saken til fordel for en ny virker kunstig for medlemmene, som ønsker å kunne fortsette å diskutere saker de engasjerer seg i lenger enn den forhåndsbestemte perioden

## Redaksjon

### Aktiv deltakelse fra LMDs side

- I begynnelsen var det bare redaksjonen som deltok aktivt på eTunet
  - Det ble raskt klart at LMD burde engasjere seg direkte. Dette var spesielt viktig for å svare på direkte spørsmål til myndighetene
  - Det var dessuten tydelig at deltakerne forventet en direkte dialog med representanter fra myndighetene, og ikke bare med en ekstern redaksjon
  
- LMDs inntreden som aktiv deltaker på eTunet avdekket flere utfordringer knyttet til det å benytte sosiale medier som arena for kontakt og kommunikasjon med publikum
  - Responstid
  - Myndighet til å svare
  - Form/lengde på svarene



## Aktiv deltakelse fra LMDs side forts.

- LMD har bidratt med fakta og bakgrunnsinformasjon til temaene på eTunet
  - Materialet har vært dels fragmentert, dels komplisert og i for liten grad publikumsvennlig
  - Materialet har bestått av blant annet faktainformasjon fra ulike rapporter (produsert av FN og ulike norske fagmiljøer), synspunkter fra ulike interessegrupper publisert i aviser og på Internett og egenproduserte dokumenter med utdrag fra forskjellige kilder
  - Mye av materialet har krevd vesentlig bearbeidelse fra Opinions side for å kunne presenteres på en publikumsvennlig måte, uten at resultatet har blitt optimalt
  
- Behov for mer kreativt og publikumsvennlig stoff
  - Erfaringene fra eTunet viser at vanskelige tema er tungt tilgjengelige for mange. Dette stiller store krav til informasjonen som skal hjelpe den enkelte til å gjøre seg opp en mening
  - Tunge tema og tungt stoff fungerer heller ikke stimulerende på debatten. Tvert imot ser vi at mange ytrer sin mening én gang, og deretter anser seg ferdig med saken til neste tema dukker opp

## eTunet, hva nå?

- Ønske om bedre kjennskap i hele befolkningen til hva norsk mat og matproduksjon har å "stri med".
- Ønske om bedre kontakt mellom individer der ute og departement/forvaltningssystem for dermed å få bedre matpolitikk
- Utfordringer på rekke og rad:
  - Full åpenhet og tilgang for alle seriøse (!!!)
  - Form på det som legges ut
  - Hurtighet i svar
  - Hvem er og bør bære avsender
  - Hvordan bruke eTunet i politikkutvikling
  - Gjøre departementene folkelige



