



## **Sluttrapport for prosjektet**

# **Informasjonsspredning og kunnskapsløft for økt aktivitet i kystskogbruket**

Line Venn - prosjektleder

Prosjekteier: Skognæringa Kyst SA

Nære samarbeidsaktører: Det norske Skogselskap v/Norsk Skogbruk  
Fylkeskommunalt oppfølgingsprogram kystskogbruket  
Fylkesskognettverk i Kystskogbruket.  
Flere regionale og lokale aktører langs kysten

**Tidsperiode:** november 2015 – oktober 2017



## INNHold:

<b>1. BAKGRUNN</b>	<b>1</b>
<b>2. OPPSUMMERING</b>	<b>2</b>
<b>3. GJENNOMFØRINGEN AV PROSJEKTET</b>	<b>5</b>
PROSJEKTBEskRIVELSE	5
Målsettinger	
DELTAKENDE AKTØRER OG ORGANISERING AV PROSJEKTET	6
ØKONOMI OG REGNSKAP	6
PROSJEKTINNHold – fylkesvise kommentarer og oppsummering	7
Fase 1 – Målgrupper og budskap	7
Fase 2 – Kartlegge eksisterende informasjonskanaler, informasjon og Samsvarsvurdering	8
Fase 3 – Utvikle og systematisere målrettet informasjon og velge hensiktsmessige informasjonskanaler	8
Fase 4 – Drift av informasjonstjeneste, distribusjon	9
Nordland – eget delprosjekt	10
<b>4. RESULTATER, OPPSUMMERING OG EVALUERING</b>	<b>12</b>
1. STATISTIKK fra <i>nett</i> , – hjemmeside, Facebook	12
2. Antall publiserte artikler i <i>Norsk Skogbruk</i> i perioden	12
3. Antall publiserte artikler i <i>andre medier</i> i perioden	13
4. Antall <i>nye abonnenter på Norsk Skogbruk</i> i de tre fylkene i perioden	13
5. Spørreundersøkelsene	13
– Troms	13
– Rogaland	15
– Hordaland	15
<b>5. EVALUERING</b>	<b>16</b>
<b>6. VEDLEGG</b>	<b>19</b>

## 1. BAKGRUNN

Som resultat av en nasjonal satsing er det bygget opp store skogressurser etter skogreising på 50- og 60-tallet. Denne satsinga har spesielt bygd opp store skogressurser langs kysten. Betydelige skogressurser er nå modent for uttak.

Samtidig er det allment kjent at skognæringen langs kysten, med enkelte geografiske unntak, er mangelfullt organisert og har et lavere kompetanse- og kunnskapsnivå om skog generelt enn de tradisjonelle skogstrøkene.

Melding om Kystskogbruket;

- er en analyse og synliggjøring av muligheter og potensiale
- inneholder strategier og prioritering av tiltak
- er et verktøy for å se nærmere på hvorfor og hva som bør gjøres for at skognæringa skal utvikle seg godt også i kystfylkene.

Det har i de siste årene vært gjennomført ulike tiltak for å øke aktiviteten i skognæringen langs kysten. Det er blant annet jobbet omfattende for bedret infrastruktur, økt offentlig fokus og oppmerksomhet, men i mindre grad økt aktivitet og aktiv forvaltning. Det er et ønske å påvirke situasjonen helhetlig for å sette fokus på mulighetene. Prosjektet "Informasjon og kunnskapsløft for økt aktivitet i kystskogbruket" opplevdes derfor som riktig for å ta tak i utfordringer som:

- Det er et faktum at skogeierne i de aktuelle geografiske områder ikke prioriterer å drive eller aktivt forvalte sine skogressurser. Dette til tross for at industrien etterspør råvarer.
- Skognæringa Kyst er av klar oppfatning at beslutninger om aktiv forvaltning, hogst og foryngelse ofte fattes på feil grunnlag fordi det er mangelfull kunnskap om skogforvaltning.
- Under 20 prosent av skogeierne i Kystskogbruket er organisert noe som gir seg utslag i lite informasjonsspredning og manglende kunnskapsformidling. Dette gjelder for øvrig også for lokalpolitikere, premissgivere, ressursforvaltere og øvrige beslutningstakere.
- Det finnes mye informasjon, forskningsresultater, redegjørelser, reportasjer og øvrige publiseringer som omhandler konsekvenser av aktiv forvaltning av skog i forhold til økonomi, klima, næring, helse og samfunn. En vesentlig utfordring er å tilpasse denne informasjonen slik at den bidrar til å gi de aktuelle målgrupper nødvendig motivasjon og økt kunnskap for å ta beslutninger på riktige grunnlag i forhold til grad av forvaltning i forhold til økonomi, ressursutnyttelse, klimaeffekter, folkehelse og øvrige samfunnsmessige gevinster.

## 2. OPPSUMMERING

### KONKLUSJON:

Prosjektet viste oss at det å **samle lister** med e-postadresser på aktuelle målgrupper var arbeidskrevende, men absolutt mulig på ulike måter, gjennom kontaktpersoner, men mest vha leting på nettet, eller ved å komme i kontakt med folk via en organisasjon (andres lister).

Med listene var det effektivt å **maile målgruppene** informasjon, nyhetsbrev, tilbud om Norsk Skogbruk og spørreundersøkelser. Tilbakemeldingene om at målgruppene følte seg mer oppdatert på skognæringen i etterkant, var positive.

På **nettet** var det effektivt å nå opinionen med linker fra nyhetsbrev, Facebook og fra enkelte av andres hjemmesider, blant annet Kystskogbruket.no, men også skoginfo.no og skogselskapet.no. Litt vanskeligere er det i etterkant av en slags kampanje å selge abonnementer på Norsk Skogbruk, men noe uttelling har det også blitt her.

Det er effektivt å gjennomføre **spørreundersøkelser** for å finne ut hva de enkelte målgruppene er interessert i å lese, og slik kan man formidle akkurat dette via nyhetsbrev.

Prosjektet viser at det åpenbart **trengs mer informasjon** om næringen ut til opinionen i disse fylkene, noe som sannsynligvis er overførbart til resten av kystfylkene, kanskje hele landet? *En god kontaktperson* som er lokalkjent er en god inngang til å spre informasjon i et avgrenset område. Mange er interessert i mer lokalnytt.

Vi erfarte også at det er mulig å spre artikler via **andre medier**, helst lokale. Men egentlig krever det litt oppfølging og arbeid og kanskje omarbeiding av sakene. Det betyr at denne operasjonen er litt arbeidskrevende.

### - Hva vil folk vite om skogbruk, og hvordan vil de finne informasjonen?

Skognæring Kyst har konkludert med at økt målrettet informasjon og dermed økt kunnskap vil føre til økt aktivitet. Dette prosjektet, *Informasjon og kunnskapsløft for økt aktivitet i Kystskogbruket*, ville derfor utvikle, systematisere og distribuere målrettet informasjon til de definerte målgrupper.

### PRØVEOMRÅDER:

Prosjektgruppa valgte å gjennomføre prosjektet i tre prøvefylker: Troms, Rogaland og Hordaland

Vi har gjennom prosjektet nådd 2054 mottakere med variert og målrettet informasjon om skogbruk, basert på kartlegging av eksisterende info og hva målgruppen selv ønsket. I denne rapporten oppsummeres dataene vi har samlet sammen og erfaringene vi har gjort oss gjennom prosjektet. Bruk gjerne rapporten og særlig vedleggene med data fra de ulike fasene i prosjektet, for å finne ut hvordan du kan spre informasjon om skogbruk i kystfylkene. Her er en oversikt over informasjonen i vedleggene:

- Fase 1 beskriver budskap som skogbruket ønsker å spre, koplet opp mot målgrupper
- Fase 2 beskriver eksisterende informasjonskanaler og gir et bilde av hva slags informasjon som spres om skogbruk fra før av
- Fase 3 og 4 viser gjennom praktisk testing over et halvt år i tre prosjektområder hvilke temaer ulike målgrupper ønsker informasjon om og hvilke kanaler de foretrekker.

### **HYPOTESE:**

Prosjektgruppa hadde en hypotese om at behovet for mer informasjon om skogbruk langs kysten er stort og kunnskapsnivået hos beslutningstakere relativt lavt, samt at kanalene for slik informasjon er noe mangelfull.

### **RESULTATER:**

#### - Mange savner mer informasjon om skogbruk

I følge våre undersøkelser gjennom dette prosjektet får vi langt på veg bekreftet vår hypotese om mangelfull informasjon om skogbruk. Tilbakemeldinger på dette prosjektet viser at de spurte opplever å ha middels til lavt kunnskapsnivå om skognæringen til tross for at de opplever at næringen har relativt stor betydning i deres region. Og svært mange opplever å ikke finne relevant stoff.

Særlig vil folk ha lokale skogbruksnyheter. Dette er også lettest å viderefremde til lokalavisene.

### **TEMAER:**

#### - Spesielt stor interesse for *praktisk skogbruk, friluftsliv og verdiskapning*

Det viser seg at våre målgrupper var interessert i et bredt spekter av skogbruksstoff. Størst interesse var det imidlertid for å lese mer om: *verdiskapning, praktisk skogbruk og friluftsliv*. Men også politiske rammebetingelser, sagbruk, tømmermarkedet, forskning, klimabetydningen og bioenergi var temaer som kom høyt oppe på lista. Interessen var lav for å lese om fremmede treslag og biologisk mangfold.

Interessen for de ulike temaene var høyere hos målgruppa politikere i Troms enn i målgruppen skogeiere i Hordaland, til tross for at skognæringen er større på Vestlandet enn nordpå og gruppa i Hordaland har en direkte egeninteresse i skogen. Denne gruppa oppga imidlertid at de synes de hadde mer kunnskap før prosjektet enn politikerne nordpå.

Målgruppene viste generelt sett større interesse for de fleste av temaene etter prosjektet var gjennomført.

## Fylkesvis:

- I **Troms** var det spesielt økende interesse for temaene *bioenergi*, *politiske rammebetingelser* og *praktisk skogbruk*. Samt fortsatt høy interesse for *verdskapning* og *friluftsliv*. Det kan ha noe med utvalget av saker å gjøre. Fokus på bioenergi Harstad og Statkraft der kan ha hatt betydning for økt interesse for noen av temaene.

Mange ønsket å fortsette med informasjonsordningen, hele 87% med nyhetsbrevet og halvparten ønsket fortsatt Norsk Skogbruk.

- I **Hordaland** er interessen for *praktisk skogbruk* og *friluftsliv* stor både før og etter perioden med ekstra skogbruksinformasjon. Noe økende interesse for *verdskapning* etter prosjektet. Men generelt sett lavere interesse for alle temaene etter prosjektet. Og både før og etter en lav interesse for temaet fremmede treslag og relativt lav interesse for treforedlingsindustri. Engasjementet hos skogeiere, nøkkelpersoner og brukere av bynære skoger i Hordaland syntes generelt sett lavere enn blant nøkkelpersoner i næringen og politikere i Troms. (Antallet brukere av bynære skoger var imidlertid svært lavt og har nok hatt liten innflytelse på resultatene). Interessen for sagbruk steg litt på listen. En flott sak om Granvin ble også sendt ut ila perioden.

Her var også interessen for å fortsette med informasjonsordningen kanskje labrest, men flere ønsket seg bladet (54%) enn nyhetsbrevene (46%).

- Engasjementet i **Rogaland** syntes en god del større og på linje med det i Troms. Her var det relativt sett ganske stor interesse for mange av temaene, selv om *klima*, *bioenergi* og *trebruk* skilte seg ut. Det var imidlertid etter perioden var over og mange av sakene som ble laget i perioden handlet jo også om disse temaene. Men bredden i interessen er stor i målgruppene politikere, nøkkelpersoner i næringen og skogeiere i Rogaland. Det kan bety at potensialet er stort her.

Her svarte også flest at de ville fortsette med både nyhetsbrev (92%) og abonnement på Norsk Skogbruk (71%).

## INFORMASJONSKANALER:

### Nyhetsbrev, Norsk Skogbruk og Facebook er gode informasjonskanaler:

- Mye tyder på at *nyhetsbrev* på mail er en formidlingsform som fungerer godt. Og at det har gitt dem et bedre beslutningsgrunnlag i skogbruksrelaterte saker.
- Men omtrent like verdsatt har *abonnement på Norsk Skogbruk* vært, med samme begrunnelse. Hhv. 46%, 50% og 71% av de som svarte kunne altså tenke seg å fortsette med bladet. I følge spørreundersøkelsene. Norsk Skogbruk har også merket en svak økning av abonnenter på bladet i de tre fylkene prosjektet har vært aktiv i. Og en generell økning av abonnenter siste året, som delvis også kan skyldes økt eksponering i forbindelse med prosjektet.

- *Facebook* synes å være en god kanal å promotere saker i. Mange klikker seg videre fra FB og inn på kystskogsakene vi har laget.
- *Linken mellom Norsk Skogbruks hjemmeside og kystskogbrukets hjemmeside* tror vi også fungerer ganske bra. Litt lavere klikketall herfra enn fra en del andre kanaler kan komme av at linken ikke har vært aktiv hele perioden. Den ble først opprettet utpå nyåret. Kystskogsakene som er lagt ut presterer også godt i forhold til hva folk synes å lese på nettet. (Antall klikk i forhold til andre saker.) Det tyder på at det er interesse for mer skogbruksstoff fra kyststrøkene våre.
- Det viser seg også at *skoginfo.no* og *skogselskapet.no* er en effektiv videreformidler av skogsaker
- *Snapchat* syntes ikke som noen spesielt god kanal å formidle nyheter gjennom. Det kan være fordi snapper er korte og kjappe nyheter, mens prosjektets styrke har vært å lage grundige fagsaker .

#### Stort informasjonsbehov:

Generelt er tilbakemeldingene at informasjonsprosjektet har formidlet skogbruksstoff av relevans for de ulike målgruppene sine posisjoner og som de ikke finner andre steder. Det tyder på at det er et hull i informasjon om skogbruksnæringen for interesserte i de tre kystfylkene (kanskje i alle?) som per i dag ikke dekkes opp og som det er interesse for. Informasjonstjenesten med Nyhetsbrev på mail, Norsk Skogbruk som blad og videreformidling av saker på Nett, promotert på Facebook ser ut til å nå disse målgruppene godt. Der mange i grove trekk er interessert i å lese om praktisk skogbruk, verdiskapning og friluftsliv.

**Mer detaljerte resultater, oppsummering og evaluering, se side 13.**

**\* VEDLEGG 2: Figurer fra spørreundersøkelsen**

### **3. GJENNOMFØRINGEN AV PROSJEKTET**

#### PROSJEKTBEKRIVELSE

#### **Målsettinger**

##### Overordnet mål:

Økt aktivitet, investeringer, avvikning og foryngelse i kystskogbruket primært i Vest-Agder, Vestlandet og Nord-Norge gjennom målrettet kunnskapsløft mot skogeiere, entreprenører, politikere og næringsliv.

##### Hovedmål:

Bedre kunnskapen om den skogbaserte verdikjeden på kysten. Beslutningstakere skal kjenne mulighetene og utfordringene som finnes for å øke verdiskapinga.

##### Strategi:

Gjennom å utvikle helhetlige og dynamiske informasjonskanaler for økt informasjon og kunnskap for å stimulere til økt aktivitet.

Velge ut egne pilotområder i kystskogbruket for utprøving.



### Delmål:

1. Prioritere målgrupper og samarbeidspartnere for informasjon sektoren har behov for å formidle.
2. Kartlegge og systematisere eksisterende informasjonskanaler. Treffer de målgruppene?
3. Kartlegge hvilke informasjonskanaler som treffer de valgte målgrupper.
4. Samsvarsvurdering av tilgjengelig informasjon og behov for informasjon.
5. Utarbeide, innhente og sette sammen relevant informasjon for de valgte målgrupper.
6. Utvikle målgruppedefinerte informasjonskanaler, velge medier og distribusjonskanaler.
7. Distribuere valgt informasjon til valgte målgrupper.
8. Evaluering av erfaringer og konklusjoner for videre oppfølging.

### DELTAKENDE AKTØRER OG ORGANISERING AV PROSJEKTET

**Prosjekteier:** Skognæringa Kyst

**Prosjektgjennomfører:** Det norske Skogselskap / Norsk Skogbruk (har koordinert og sørget for at oppgavene ble utført) ved ...

**Prosjektleder:** Line Venn.

#### **Styringsgruppa:**

- Skognæringa Kyst – Kjersti Kinderås, etter hvert Lars Slåttå.
- Det norske Skogselskap /Norsk Skogbruk – Trond Lohre og Line Venn
- Fylkeskommunalt oppfølgingsprogram i Kystskogbruket - Eivind Vartdal Ryste (i Møre og Romsdal fylke).
- Regionale / lokale aktører – Gerd Inger Aarnes (Rogaland Skognæringsforum)

#### **Arbeidsgruppa** (ledet av Line Venn):

Fylkesskognettverkene i Kystskogbruket og delprosjektene representert ved:

- Gerd Inger Aarnes, Rogaland Skognæringsforum
- Trude Hagen Hansen, Fylkesmannen i Troms
- Jørgen Frønsdal, Bergens Skog- og Træplantingsselskap i Hordaland og leder i Midt-Hordaland Skogeigarlag.

### ØKONOMI OG REGNSKAP

Regnskap er så langt det er mulig i hht til budsjett, men prosjektet har krevd større egeninnsats enn først beregnet.

Midlene er brukt til utgifter og arbeidstimer i hht fasene 1-4, samt evaluering og oppsummering av prosjektet: administrasjon, prosjektledelse, arbeid med lister (målgrupper), sammenstilling av budskap, produksjon av saker, utsendelser, laging av spørreundersøkelser, informasjon, reportasjereiser, distribusjon, kurs, abonnement på medieovervåking av sosiale medier og evaluering og oppsummering.

#### **\* VEDLEGG 1: Regnskap 30.09.2017**

#### PROSJEKTINNHOLD

##### **Mål:**

Hensikten med prosjektet var å finne en god strategi for å spre informasjon om skogbruk langs kysten. Målet var å øke kunnskapen på området for at man på sikt kan oppnå mer aktivitet som igjen kan gi bedre økonomi i næringen og god klimaeffekt. Dette ville vi teste ut.

##### Prøveområder:

For å tilpasse uttestingen med prosjektets størrelse, valgte vi å konsentrere oss om tre mindre geografier. Rogaland, Hordaland og Troms representerer tre ganske ulike former for skogbruk.

#### **Fase 1:**

*Definere og prioritere målgrupper og budskap – ferdig okt. 2016*

##### KOMMENTAR /OPPSUMMERT:

Gruppen bestemte seg for:

##### *Målgrupper:*

– skogeiere, allmennheten, politikere og andre beslutningstakere i næringen eller tilstøtende næringer.

##### *Budskap:*

– å fortelle historier for å vise hvordan skogbruk kan bidra til verdiskaping, sysselsetting og klimaresultater i de tre fylkene gjennom å belyse ulike temaer i skogbruket. (Også vise fram utfordringene næringen har).

Prosjektet koblet deretter målgrupper og mulige budskap sammen.

#### **\* VEDLEGG 3**

#### **Fase 2:**

*Kartlegge eksisterende informasjonskanaler og informasjon, og gjøre en samsvarsvurdering – ferdig nov 2016*

##### KOMMENTAR /OPPSUMMERT:

*Eksisterende kanaler og informasjon:*

Delprosjektansvarlige oppsummerte sin lokalkunnskap om informasjonsvirksomheten for skogbruk i sitt fylke. Alle opplevde mangler.

- Prosjektet brukte medieovervåker Meltwater og oppsummerte artikler skrevet om skogbruk i de ulike fylkene siste året, både lokale skogbrukssaker og dekning av regionale eller nasjonale saker om skog. Resultatene viste relativt liten aktivitet. Noe mer i Hordaland enn i Rogaland og Troms.

*Samsvarsvurdering:*

- Temaene som var dekt av informasjonsvirksomheten og i lokale medier ble oppsummert og satt sammen med temaer gruppa mener det er informasjonsbehov for.
- Kartleggingen viser gapet mellom informasjonen som gis og behovet.

**Konklusjonen** ble i stor grad at det det blir formidlet lite om de fleste temaer innenfor skogbruk i de eksisterende informasjonskanalene. Videre at alle aktuelle skogbrukssaker, vurdert ut fra et journalistisk skjønn, ville være hensiktsmessig å spre for å supplere kunnskap og engasjement rundt næringen i alle tre fylkene.

- Spesielt var det interesse for saker om temaene: praktisk skogbruk og friluftsliv og noe på verdiskapning.

#### \* VEDLEGG 4

### Fase 3:

*Utvikle og systematisere målrettet informasjon og velge hensiktsmessige informasjonskanaler – ferdig jan 2017*

KOMMENTAR /OPPSUMMERT:

Fase 3 foregikk delprosjektvis i de tre fylkene, Troms, Rogaland og Hordaland.

Delprosjektene lagde hver sin plan for hvilke informasjonskanaler man ville bruke for å nå sine valgte målgrupper. En journalist knyttet til hver fylkesansvarlig skulle produsere saker innenfor temaer vi mente det var behov for i hht konklusjonene i fase 2.

#### **Troms:**

Informasjonskanaler: Norsk Skogbruk på papir og nett (egen side «Kyst» - som også kan åpnes fra Kystskogbrukets hjemmeside), 4 nyhetsbrev, Facebook-nyheter, Snapchat-nyheter og saker om skogbruk fra Troms tilbudt lokale medier.

Målgrupper: Fokus på saker som kan være viktig for de politiske beslutningstakerne samt nøkkelpersoner i næringen.

#### **Rogaland:**

Informasjonskanaler: Norsk Skogbruk på papir og nett (egen side «Kyst»), 4 nyhetsbrev, Facebook-nyheter og artikler om skogbruk fra fylket tilbudt lokale medier. Her har man også invitert lokale medier på skogarrangementer og foreslått aktuelle saker for dem.

Målgrupper: Fokus på saker som kan være viktig for allmennheten, beslutningstakere, både politikere og nøkkelpersoner i næringen og erfarne skogeiere.

## **Hordaland:**

*Informasjonskanaler:* Norsk Skogbruk på papir og nett (egen side «Kyst»), 3 nyhetsbrev, Facebook-nyheter og artikler om skogbruk fra fylket tilbudt lokale medier.

*Målgrupper:* Fokus på saker som kan være viktig for allmennheten i bynære strøk, beslutningstakerne både politikere og nøkkelpersoner i næringen, inkludert skogeiere både nye og de erfarne.

**\* VEDLEGG 5 - faseoversikt**

**\* VEDLEGG 6: Listen over saker i Troms, Hordaland og Rogaland**

## **Fase 4:**

*Implementere, utprøving av ulike informasjonskanaler og distribusjon. I en periode over 6-7 måneder. Avsluttet i slutten av juni 2017.*

KOMMENTAR /OPPSUMMERT:

Fase 4. foregikk delprosjektvis.

**Troms** (okt 2016 – mars 2017):

– *Produsert* 23 saker relevant fra og for Troms fylke.

*Temaer* som er berørt:

Skogbruk, skogskjøtsel, ungskogpleie, skogsbilveg, skogsdrift, entreprenørvirksomhet, bjørkeskogbruk, økonomi, tømmeraktører, foredling ved sagbruk og smelteverk, infrastruktur, offentlig skogforvaltning, skogvern og bioenergi, sitka, verdikjeden, fra tømmer til industri, industrikultur, grankonflikt, planting, avskoging, sertifisering og bærekraft.

– *Distribuert gjennom ulike kanaler* til de utvalgte målgruppene:

I Norsk Skogbruk papir og PDF, lagt på egen nettside; Norsk Skogbruk Kyst, sendt i nyhetsbrev, brukt Facebook, sendt på Snapchat, videreformidlet til lokale medier som har trykt flere saker.

**\* VEDLEGG 7: Eksempler på saker i Norsk Skogbruk fra Troms**

**\* VEDLEGG 8: Nyhetsbrevene som PDF'er fra Troms**

**Rogaland:** (des 2016 – juni 2017):

– *Produsert* 14 saker relevant fra og for Rogaland fylke.

*Temaer* som er berørt:

Kystskogbrukskonferansen, infrastruktur som skogsveger og kaier, trebruk og fiberbruk, skogeiertips, økonomi, skogsdrift, planting og/eller mangel på sådan og derved avskoging.

– *Distribuert gjennom ulike kanaler* til de utvalgte målgruppene:

I Norsk Skogbruk papir og PDF, lagt på egen nettside; Norsk Skogbruk Kyst, sendt i nyhetsbrev, brukt Facebook, videreformidlet til lokale medier som har trykt noen saker.

– *Aktive henvendelser til lokal media* for å møte på skogarrangementer og/eller skrive andre foreslåtte saker om skogbruk. Dette har til en viss grad ført frem.

– Et resultat er igangsettelse av et *nytt prosjekt*. Dette springer ut fra en artikkelserie i informasjonsspredningsprosjektet, men skal videre omfatte fagarrangement for skogeiere, kurs for regnskapsførere og hjelpe kommunene med å legge ut informasjon som skogeiere har behov for på kommunene nettside.

#### \* VEDLEGG 9: Sluttrapport fra Rogaland

#### \* VEDLEGG 10: Eksempler på saker i Norsk Skogbruk fra Rogaland

**Hordaland** (des 2016 – juni 2017):

– *Produsert* 16 saker relevant fra og for Hordaland fylke.

*Temaer* som er berørt:

Skogbruk, skogsdrift, driftsforhold, infrastruktur og transport, foredling ved sagbruk og bioenergi, bynært skogbruk, forskning og tømmeraktører, natur og biomangfold, friluftsliv, frøforedling, tømmerkai, andelslag, tømmerformidler, store trær, sitkagran, verdikjeden, det grønne skiftet.

– *Distribuert gjennom ulike kanaler* til de utvalgte målgruppene:

I Norsk Skogbruk papir og PDF, lagt på egen nettside; Norsk Skogbruk Kyst, sendt i nyhetsbrev, brukt Facebook, videreformidlet til lokale medier som har trykt noen saker.

#### \* VEDLEGG 11: Eksempler på saker i Norsk Skogbruk fra Hordaland

## Nordland – eget delprosjekt

### SAMMENDRAG

Skogbransjen opplever ulike oppfatninger, og til dels skepsis, til bruk av gran, og spesielt alternative/klimatilpassede (utenlandske) treslag og gransorter. Derfor er holdninger til gran og skogbruk i tre kommuner i Nordland, Rogaland og Nord-Trøndelag undersøkt, for å se om det er systematiske forskjeller i holdningene skog og skogbruk. Målet i dette forprosjektet er å komme på sporet av hvordan man skal arbeide langsiktig og systematisk (issues management) med disse temaene.

Det er gjennomført telefonintervju med 600. Datainnsamling er gjort av Norfakta.

### Funn

Hovedtendensene i funnene er oppsummert i tabellene under:

Introduksjonsspørsmål	Hovedtendens	Variabler med betydelig forklaringskraft
Hvilke assosiasjoner har du til ordet «skog»?	84 prosent positiv	Kommunetype
Hvilket alternativ stemmer best når du tenker på skog?	Drøyt halvparten tenker friluftsliv	
Hvilke typer treslag ser du for deg når du tenker skog?	Nesten halvparten tenker bartre.	

Påstander (enig-uenig)	Hovedtendens	Variabler med betydelig forklaringskraft
Det er for mye lauvskog i kommunen der du bor	Svarene relativt jevnt fordelt. Folk i Nordland og Rogaland mest uenig.	Bosted
Det er for mye granskog i kommunen der du bor	Svarene relativt jevnt fordelt. Folk i Nordland tydelig mest enig. Unntak er Vefsn.	(skogeier-relasjoner)
Det hogges for lite granskog i kommunene der du bor	En tredel er helt enig. Klar dominans av resp. fra Nordland og kystkommunene som er mest enig.	Urbanitet og alder
Gran vokser og sprer seg automatisk, og trenger ikke plantes	Svarene relativt jevnt fordelt. 28 prosent er helt enig.	Type kommune og alder
Det plantes for mye gran i kommunen der du bor	En polarisering mellom ytterpunktene.	
Det er for mye utenlandske gransorter (sitkagran og lutzgran) i kommunen der du bor	Skogkommune er mest uenig.	Type kommune og alder
Gran er en viktig ressurs i kommunen der du bor	Respondentene fra Nord-Trøndelag tydelig mest enig.	Type kommune
Gran(skog) er bra for klimaet (i kommunen der du bor)	70 prosent er enig.	Type kommune
Granskogen er viktige friluftsområder i kommunen der du bor	Halvparten er enig. Flest nordtrøndere.	Type kommune og alder

### Positiv, men ...

Allment er det positive holdninger til gran og barskog, men lite kunnskap om skogbruk. Gjennomgående finner vi at det skogbildet man er vant med, og har erfaring med, har betydning for hvilke holdninger man har til skog og skogbruk.

### Likegyldig, men ...

Folk flest er interessert til skogbruket som allmennhet. Som opinion er man til daglig likegyldig, men interessen og meningene kan aktiveres ved spesielle hendelser (f.eks. hogst og planting) eller forhold (ny miljø/klima kunnskap). Uten at det er undersøkt spesielt i denne

sammenhengen oppstår interessen og engasjement ad hoc, gjerne med utgangspunkt i lokale forhold.

### **Tilpasset og proaktiv kommunikasjon**

På kommunikasjonsmessig blir det viktig å ha en form for lokal beredskap og bevissthet med hensyn til når utfordrende saker er aktuelle. Og at man har – lokal? - proaktiv og gjerne (toveis) symmetrisk kommunikasjonskompetanse som kan tilpasses mottakerne ut fra absorberingsevne og vilje til å prosessere informasjon.

**Hele rapporten kan hentes ut på [www.kystskogbruket.no](http://www.kystskogbruket.no), under Meldinger/rapporter**

## **4. RESULTATER, OPPSUMMERING OG EVALUERING**

### **1. STATISTIKK fra nettet, – hjemmeside, Facebook**

– i perioden (oktober 2016 til august 2017)

Nettbesøk av kystskogsakene på Norsk Skogbruks hjemmeside i perioden:

Statistikk fra nettet viser at av de 133 artiklene som er publisert på Norsk Skogbruks nettside ligger tre av kystskogartiklene blant de 10 mest besøkte:

– Granvin – sagbruket på Vestlandet (Hordaland)	414 besøk
– Trår til i bratta (Hordaland)	319 besøk
– Statkrafts flis fører til avskoging (Troms)	119 besøk

10 andre kystsaker er blant de 90 best besøkte, fra 100 til 11 besøk.

Bruk av undersiden Kystskogbruk på Norsk Skogbruks hjemmeside:

– Antall besøkende på Norsk Skogbruks underside Kystskogbruket er	106 lesere
– Antall som sannsynligvis har klikket seg inn direkte er	38 lesere
– Antall som har klikket seg inn fra kystskogbruket.no-linken	64 lesere

Antall lesere som har klikket seg inn på kystskogsakene hos Norsk Skogbruk fra andre hjemmesider:

500 lesere fra Skoginfo.no
392 lesere fra fagpressenytt.no
232 lesere fra Skogselskapet.no
164 lesere fra Purehelp.no
93 lesere fra Norskog.no
75 lesere fra meltwater.news.com (nyhetsformidler)
64 lesere fra kystskogbruket.no

### **2. Antall publiserte artikler i Norsk Skogbruk i perioden:**

Troms: 22
Hordaland: 15
Rogaland: 11

### 3. Antall publiserte artikler i andre medier i perioden:

Troms: 6  
Hordaland: 1  
Rogaland: 8

### 4. Antall nye abonnenter på Norsk Skogbruk i de tre fylkene i perioden:

Troms: 35  
Hordaland: 40  
Rogaland: 21

### 5. Spørreundersøkelsene:

Gjennomført i de tre fylkene på de ulike målgruppene i forbindelse med utsendelse av nyhetsbrevene på mail sammen med første og siste nyhetsbrev – omtalt som FØR og ETTER halvåret med drift av informasjonsstrategien. I perioden fikk alle nyhetsbrev og tilgang på Norsk Skogbruk enten i papirform eller digitalt. Samt ulik eksponering av sosiale medier.

### **VEDLEGG 2: FIGURER som viser resultatene fra spørreundersøkelsene i de tre fylkene.**

SVARENE FØLGER:

#### **TROMS:**

##### **Målgruppen: politikere**

FØR: Tilbakemeldinger fra målgruppen (54 politikere) viser:

- hele 64% synes de har middels, liten eller ingen kunnskap om skognæringen når de skal ta beslutninger i sitt politiske verv.
- at gruppen som synes skogbruk har stor, relativt stor og middels betydning for sin region er nesten 60%.
- nesten 85% synes det fins middels, mindre eller lite relevant stoff om skogbruk i mediene eller på nettet.
- de samme nesten 85% savner mer stoff om skogbruk i stor, relativt stor og middels grad.
- En fjerdedel gjerne ville ta imot kjappe snapchat-nyheter
- Temaer de primært vil lese om er:
  - o verdiskapning i skogbruket (65%)
  - o praktisk skogbruk (30%)
  - o friluftsliv (26%)
  - o bioenergi (22%).
- Minst interesse var det for:
  - o Fremmede treslag (4%)
  - o Tømmermarkedet (6%)
  - o Transport (6%)

Generelt sett lav interesse for temaene.



## **Målgruppen: politikere**

ETTER: Tilbakemeldinger fra målgruppen (33 politikere) viser at

- 63% syns informasjonstilbudet har gjort at de i stor grad, relativt stor grad og middels grad er i bedre stand til å ta beslutninger om skogbruk i sitt verv.
- 66% syns at nyhetsbrev har vært relevant i deres arbeid i stor grad, relativt stor grad og middels grad og nesten halvparten ønsket å videreføre det tilbudet.
- 50% syns snapchat var irrelevant for deres arbeid og over 90% syns ikke det var et tilbud de ville videreføre.
- 66% fant stoff i Norsk Skogbruk de ikke fant andre steder og at Norsk Skogbruk var relevant i deres arbeid, og nesten halvparten kunne tenke seg å fortsette ordningen med bladet .
- Av temaer var de mest interessert i:
  - o verdiskapning (57%)
  - o skog og friluftsliv (51%).
- Minst interesse var det for:
  - o Tømmermarkedet (12%)
  - o Treforedlingsindustri (15%)
  - o Tre bruk (15%)
  - o Forskning og innovasjon (15%)
  - o Fremmede treslag (15%)

Tallene viser generelt sett en høyere interesse for temaene etter disse leserne har hatt informasjonstilbudet i et halvt år.

## **Målgruppen: nøkkelpersoner**

ETTER: Tilbakemeldinger fra målgruppen (8 nøkkelpersoner) viser at:

- 87% syns informasjonstilbudet har gitt dem stor eller relativt stor eller middels stor grad av innsikt for å ta bedre beslutninger om skogbruk.
- Og 63% mener skogbruk har stor, relativt stor og middels betydning i Troms.
- 88% fant nyhetsbrevene interessante og nyttige i stor, relativt stor og middels grad.
- Og samme 87% mente det samme om Norsk Skogbruk.
- 87% opplevde å finne stoff i Nyhetsbrevene de ikke fant andre steder.
- Det samme opplevde de 87% at Norsk Skogbruk fylte et relevant behov for informasjon.
- Således ville denne gruppen gjerne fortsette med Nyhetsbrevene (87%).
- Mens 50% ville gjerne fortsette med Norsk Skogbruk også.
- Temaer som interesserte mest var:
  - o Verdiskapning (75%)
  - o Praktisk skogbruk (63%)
  - o Bioenergi (50%)
- Minst engasjerte temaene:
  - o Klimaspørsmålet (12,5%)
  - o Biologisk mangfold (12,5%)
  - o Fremmede treslag. (12,5%)

### **ROGALAND:**

(Differensierte spørreundersøkelsene før nyhetspakka. Fikk dessverre svært få svar (1). Etter utsendelsene sendte vi derfor ut spørreundersøkelsen samlet).

#### **Målgruppe: nøkkelpersoner, politikere og skogeiere**

FØR: Tilbakemeldinger fra målgruppene var for få til å skape seg noe bilde av situasjonen. Få svar kan tyde på en manglende interesse...(?)

#### **Målgruppe: nøkkelpersoner, politikere og skogeiere**

ETTER: Tilbakemeldinger fra målgruppen (14 *nøkkelpersoner, politikere og skogeiere*) viser:

- 71% syns informasjonstilbudet har gjort dem i relativt stor og middels stor grad i bedre stand til å beslutninger om skogbruk som aktiv i næringen.
- I en region der nærmere 80% syns skogbruk har en stor, relativt stor eller middels betydning.
- 92% syns nyhetsbrevene var av stor, relativt stor eller middels relevans for sitt arbeid.
- Mens alle som fikk Norsk Skogbruk som blad syntes dette (100%).
- De samme 92% syntes også at nyhetsbrevene ga informasjon om skogbruk som man ikke fant andre steder og fylte et behov for relevant stoff.
- Mens 86% syntes det samme om Norsk Skogbruk som blad.
- Således ønsket de samme 92% å fortsette ordningen med nyhetsbrev på mail, mens drøye 70% kunne tenke seg å videreføre ordningen med Norsk Skogbruk.
- Av temaer var de mest interessert i:
  - o skogens klimabetydning (57%)
  - o bioenergi (57%)
  - o trebruk (57%)
  - o politiske rammebetingelser (50%)
  - o praktisk skogbruk (43%)
- Minst interesse var det for:
  - o biologisk mangfold (7%)

### **HORDALAND:**

(Differensierte spørreundersøkelsene før nyhetspakka. Fikk få svar 14 (skogeiere ) og 0 (brukere av bynære områder). Etter utsendelsene sendte vi derfor ut spørreundersøkelsen samlet).

#### **Målgruppen: skogeiere**

FØR: Tilbakemeldinger fra målgruppen (14 *skogeiere*) viser at:

- 85% syntes de hadde stor nok, relativt stor og middels stor kunnskap til å ta beslutninger i skogbruket som skogeier.
- 57% syntes skogbruket hadde relativt eller middels stor betydning for Hordaland.
- 71% syntes de fant relativt mye eller middels med relevant stoff i mediene slik det er i dag. Et inkonsekvent svar, fordi...

- ...hele 93% savnet også mer stoff om skogbruk i større og middels stor grad.
- Halvparten ville gjerne ha nyheter på Facebook
- Av temaer var de mest interessert i:
  - o Praktisk skogbruk (93%)
  - o Skog og friluftsliv (71%)
  - o Politiske rammebetingelser (57%)
  - o Skogens klimarolle (50%)
  - o Sagbruk (50%)
  - o Bioenergi (50%)
  - o Forskning og innovasjon (50%)
- Minst interesse var det for:
  - o Fremmede treslag (7%)

### **Målgruppen: nøkkelpersoner, skogeiere og brukere av de bynære skogene**

ETTER: Tilbakemeldinger fra målgruppen (24 *nøkkelpersoner, skogeiere og brukere av de bynære skogene*) viser at:

- 83% syns informasjonstilbudet har gjort dem i relativt stor og middels stor grad i bedre stand til å beslutninger om skogbruk som aktiv i næringen.
- I en region der nærmere 63% syns skogbruk har en relativt stor eller middels betydning.
- Bare 59% syns nyhetsbrevene var av relativt stor eller middels relevans for sitt arbeid.
- Mens 75% som fikk Norsk Skogbruk som blad syntes dette.
- Hele 79% syntes imidlertid at nyhetsbrevene ga informasjon om skogbruk som man ikke fant andre steder og fylte et behov for relevant stoff.
- Og de samme 79% syntes det samme om Norsk Skogbruk som blad.
- Således ønsket de 46% å fortsette ordningen med nyhetsbrev på mail, mens hele 54% kunne tenke seg å videreføre ordningen med Norsk Skogbruk.
- Av temaer var de mest interessert i:
  - o Skog og friluftsliv (46%)
  - o praktisk skogbruk (50%)
  - o verdiskapning var også av en viss interesse (37,5%)
- Minst interesse var det for:
  - o Treforedlingsindustri (0%)
  - o Fremmede treslag (4%)

Generelt sett lavere interesse i dette fylket (som faktisk har mer aktivitet i skogbruket enn de andre to).

## **5. EVALUERING**

Konklusjonen i hele arbeidsgruppa er at vi har fått gjennomført mye for lite midler.

I Troms var tanken å hyre inn en lokal person som kunne laget og sanket saker og tanken var å videreformidle i nyhetsbrev pr e-post også andres saker om skogbruk. Dette ble i litt mindre grad gjort. Prosjektet har imidlertid sett etter skogsaker fra fylket og fulgt med gjennom medieovervåkingen og det har heller ikke vært så mange sakene å videreformidle.

Lokalansvarlig Trude Hagen Hanssen syns det som ble gjort var greit og at det var fint å få videreformidlet sakene som ble laget også til lokalavisene. Hun mener Fylkesmannen kan bruke dette videre, og at særlig kommunikasjonsmedarbeiderne på fylket kan ha nytte av erfaringene. Hagen Hanssen vil videreformidle resultatene til dem.

Jørgen Frønsdal i Hordaland ser at prosjektet har krevet en del. Han ser at det i fylket er interesse for informasjon om praktisk skogbruk og mindre interesse i målgruppa for fremmede treslag. Han tror imidlertid at interessen for fremmede treslag er stor, bare man kommer over i andre målgrupper. Han mener det temaet ikke må slippes.

Frønsdal syns det har vært fint med flere plattformer og at en del saker har fungert bra på facebook, like gjerne som i bladform. Han mener vi videre må reflektere mer over hvordan vi kan nå enda bedre fram til målgruppene.

Frønsdal syns også at videreføringen av prosjektet over i et nytt prosjekt i Rogaland har vært en bra effekt for å inkludere flere miljøer, eks Bondevennen.

Torgunn Sollid i Skognæringa Kyst ser at riggingen av hovedprosjekt og delprosjekt generelt sett tar tid, og at erfaringen tilsier at det gjerne tar mer tid enn forventet. – Det skal promoteres lokalt og det krever mye av de som leder prosjektet, hevder hun. Hun syns imidlertid at prosjektet konkret har gitt mange spennende resultater, selv om prosjektformen er krevende. Særlig syns hun de håndfaste dataene i form av statistikk både etter spørreundersøkelser og nettaktivitet er bra. Hun mener det har vært spesielt vellykket å nå fram til flere lokale politikere. Hun får støtte av gruppen på dette.

Lar Slåttå i Skognæringa Kyst støtter Torgunn i opplevelsen av at prosjektformen har tatt tid og vært krevende, men at resultatene har blitt bra. Han mener også det har vært knappe ressurser og påpeker at dette var ment som et forprosjekt som skulle teste ut et system. – Delprosjektene har prestert ulikt, men har også hatt ulike rammevilkår. Men det har vært svært vellykket å ha med lokalkjente i de tre fylkene. Slik har vi fått bedre innsikt i de lokale forholdene enn vi ellers ville gjort, påpeker han.

Han understreker også at Nordland har vært en viktig bit av prosjektet (se egen rapport her).

Eivind Vartdal Ryste har representert Fylkeskommunalt oppfølgingsprogram og kom litt senere inn i prosjektet, da han overtok for Harald Nymo. Han syns det har blitt jobbet godt og at man har fått til mye i prosjektet. Han syns det har vært bra med diskusjoner blant annet rundt målgrupper og prioriteringer Vartdal Ryste er opptatt av hva vi kan bruke resultatene til videre. – Nå må vi ut med resultatene og erfaringene vi har gjort oss og det må gjøres av alle aktørene som har vært involvert i prosjektet, så vi kan bruke læringen i skogbruksnæringen og forvaltningen.

Line Venn skriver en sak i Norsk Skogbruk og sender denne også på nettet og til andre medier.

Trond Lohre i DnS syns også starten var litt ruskete og mener «prosjektbeskriverne» kunne ha videreformidlet enda bedre til «prosjektgjennomførerne» hva som var ment. – Meningen var å utvikle metodikken for å spre informasjon i næringen. Nemlig å finne målgrupper og budskap og egnete kommunikasjonsplattformer. Spørreundersøkelsene fungerte fint til kartlegging. Metodikken ble testet ut i delprosjekter. I tillegg til å kommunisere en del saker, har vi altså laget et godt verktøy for å spre informasjon. Det er en god modell for å gjennomføre informasjonskampanjer med spissede budskap og

håndtere spørreundersøkelser, mener Lohre om å sende ut nyhetsbrev, spre sakene på nett og gjennom trykte medier og FB. – Dette fungerer godt. Hvordan vi nå skal bruke det videre for å spre informasjon i de samme og i andre geografier, er spørsmålet vi bør utrede, sier han.

Trude Hagen Hanssen i Troms mener resultatene kan være med i grunnlaget for kommunikasjonsstrategien til kystskogbruket. Torgunn Sollid i Skognæringa Kyst syns de bør tas inn ved neste redigering.

Lars Slåttå mener vi bør videreføre prosjektet slik det var ment fra starten av. – Dette var et forprosjekt, og ett resultat er at det ser ut til å være et umettelig behov for informasjonsspredning langs kysten om skogbruk. Da er det opp til prosjekteier å vurdere å et nytt prosjekt som følger opp dette. – I Kystskogbruket har det vært arbeidet med seks hovedpunkter i en strategi, og uansett hovedpunkt inngår informasjonsspredning som en del av det. Næringen skal være synlig og vi bør vurdere å jobbe med merkevarebygging og da er dette prosjektet et godt grunnlag. Mitt råd er at prosjekteier viderefører, og oppskalrer dette prosjektet, sier Slåttå. Han mener vi i et hovedprosjekt bør rulle metoden ut i de andre kystfylkene, – til og med Trøndelag. Og at vi bør teste ut flere metoder og videreutvikle formidlingskanaler og hvordan vi sprer og tilpasser informasjonen. – Mastergradsstudenter kan kanskje hankes inn og bruke dette i en oppgave. Det er en fin måte å få flere involverte på, mener Slåttå.

Trude Hagen Hanssen påpeker at for å holde interessen oppe hos målgruppene lokalt må trykket på lokalt stoff holdes oppe. – Da må kanskje strategien endres noe for å beholde den lokale profilen. Hun etterlyser en utvikling av dette og hvordan det kan gjøres for å holde interessen oppe.

Line Venn i Norsk Skogbruk syns tydelig å ha sett behovet for å «pinpointe» nyhetene til målgruppene enda mer og tilpasse formen mediene de videreformidles i. – Formen er avgjørende, mener hun.

Torgunn Sollid tror det kan være mulig å hente hjelp fra studenter som studerer kommunikasjon, journalistikk og formidling til dette. Hun tror også det er mye mer å gå på med alle mulighetene som er på nettet i dag blant annet. – På Nord Universitet jobber studenter med medieteknologi som vi ikke bruker så mye i skogbruket. Her kan det være mye å hente, mener hun. Line Venn opplever at plattformene krever ulike former for stoff og må tilpasses mediet det presenteres i i større grad enn det har vært gjort i dette prosjektet. Men understreker at det også er svært arbeidskrevende.

Alle var enige om at vi i skognæringen bør arbeide mer aktivt for å nå ut gjennom flere medier. Noe som bør ligge til grunn for et større prosjekt for å skape godt omdømme for næringen i opinionen.

# VEDLEGG 1

## BUDSJETT OG REGNSKAP

Aktivitet	Deltagere	SØKNAD	SØKNAD	SØKNAD	OPPNÅDD	OPPNÅDD	Regnskap
		Egeninnsats og ekstern finansiering	Finans. L.dir.	Totalt budsjett	Egeninnsats og ekstern finansiering	Finans. L.dir.	
<b>Fase 1 - Målgrupper og budskap</b>							
Definere og prioritere målgrupper	Prosjektgruppe med flere	20 000	30 000	50 000	21 000	52 250	73 250
Samle og beslutte hvilke tema og budskap som skal kommuniseres							
Evaluering og godkjenning	Prosjektgruppe	10 000	0	10 000			
<b>Fase 2 – Kartlegge eksisterende informasjonskanaler, informasjon og samsvars vurdering</b>							
Hvilke informasjon finnes, er det samsvar mellom tilgjengelig informasjon og behov for kunnskapsformidling?	Prosjektgruppe med flere	10 000	20 000	30 000	21 000	52 250	73 250
Er det samsvar mellom kommunikasjonsplattformer og målgrupper. Når informasjonen målgruppene?	Prosjektgruppe med flere	10 000	20 000	30 000			
Evaluering og valg	Prosjektgruppe	10 000		10 000			
<b>Fase 3 – Utvikle og systematisere målrettet informasjon og velge hensiktsmessige informasjonskanaler</b>							
Hvilke informasjon har de ulike målgrupper behov for gitt målsetting om økt aktivitet Hvilke kanaler er mest effektive mot de respektive målgrupper		20 000	70 000	90 000	21 000	80 100	101 100
Evaluering og godkjenning.	Prosjektgruppe	10 000		10 000			
<b>Fase 4 – Implementere og utprøving av ulike informasjonskanaler, distribusjon</b>							
Utarbeidelse av stoff	Prosjektgruppe	60 000	110 000	170 000	35 400	110 025	145 425
Redaksjonsdrift	Prosjektgruppe	200 000	350 000	550 000	95 500	167 275	262 775
Distribusjon	Prosjektgruppe	0	300 000	300 000	53 100	113 100	166 200
Omdømmekartlegging gran					140 000		140 000
<b>Sum i alt</b>		<b>350 000</b>	<b>900 000</b>	<b>1 250 000</b>	<b>387 000</b>	<b>575 000</b>	<b>962 000</b>

Prosjektet har ut over dette gått med kr. 52 282,- i underskudd i form av ikke budsjettert timeforbruk for deltakere fra Skognærings Kyst og Norsk Skogbruk/Skogselskapet.

## SPØRREUNDERSØKELSENE i de tre FYLKENE

INNHOLD:	side
Troms	1
Før informasjonspredningsperioden	
Målgruppe: politikere	1
Etter informasjonspredningsperioden	
Målgruppe: Politikere	4
Etter informasjonspredningsperioden	
Målgruppe: Nøkkelpersoner	9
Rogaland	14
Før informasjonspredningsperioden	
Målgruppe: Politikere	14
Etter informasjonspredningsperioden	
Målgruppe: Nøkkelpersoner, politikere og skogeiere	14
Hordaland	19
Før informasjonspredningsperioden	
Målgruppe	
Etter informasjonspredningsperioden	
Målgruppe	

## TROMS

### **SPØRREUNDERSØKELSE**

#### **- FØR informasjonspredningsperioden:**

#### **Målgruppe: Politikere**

Tilbakemeldinger fra målgruppen (54 politikere) viser:

- hele 64% syns de har middels, liten eller ingen kunnskap om skognæringen når de skal ta beslutninger i sitt politiske verv.
- at gruppen som syns skogbruk har stor, relativt stor og middels betydning for sin region er nesten 60%.
- nesten 85% syns det fins middels, mindre eller lite relevant stoff om skogbruk i mediene eller på nettet.
- de samme nesten 85% savner mer stoff om skogbruk i stor, relativt stor og middels grad.
- En fjerdedel gjerne ville ta imot kjappe snapchat-nyheter

Temaer de primært vil lese om er:

- o verdiskapning i skogbruket (65%)
- o praktisk skogbruk (30%)

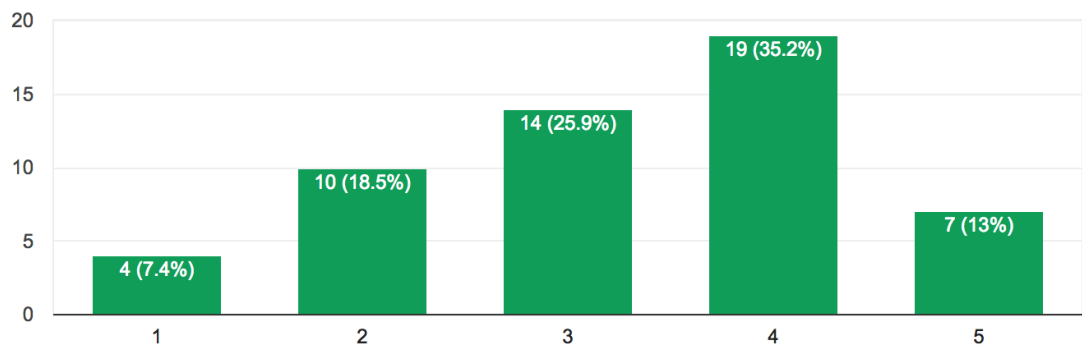
- friluftsliv (26%)
- bioenergi (22%).
- Minst interesse var det for:
  - Fremmede treslag (4%)
  - Tømmermarkedet (6%)
  - Transport (6%)

Generelt sett lav interesse for temaene.

#### FIGURER FRA UNDERSØKELSEN:

1. I hvilken grad mener du at du har nok kunnskap om skognæringen til å ta beslutninger i ditt politiske verv?

54 responses

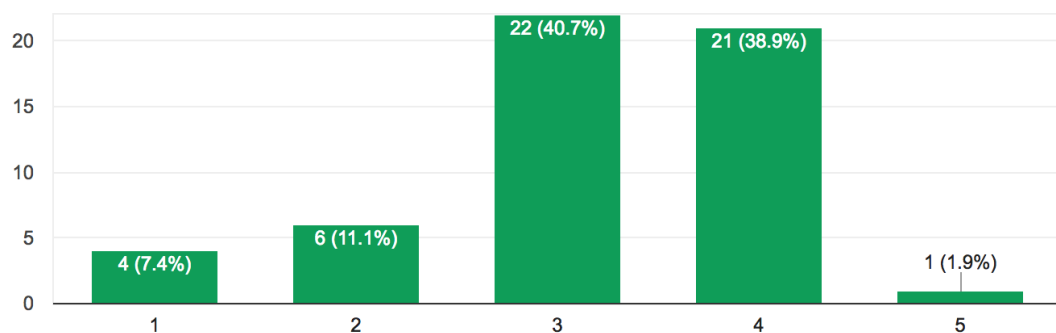


Stor

Liten

2. Hvilken betydning har skogbruk for din region?

54 responses



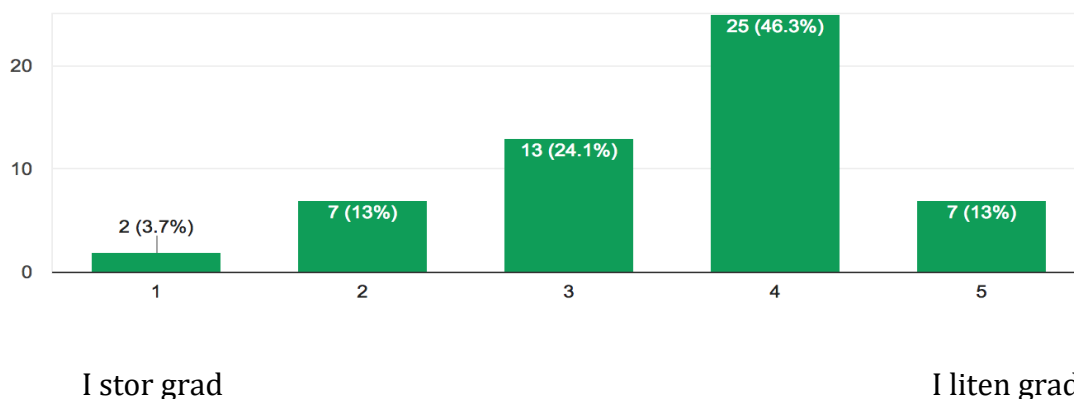
Stor

Liten



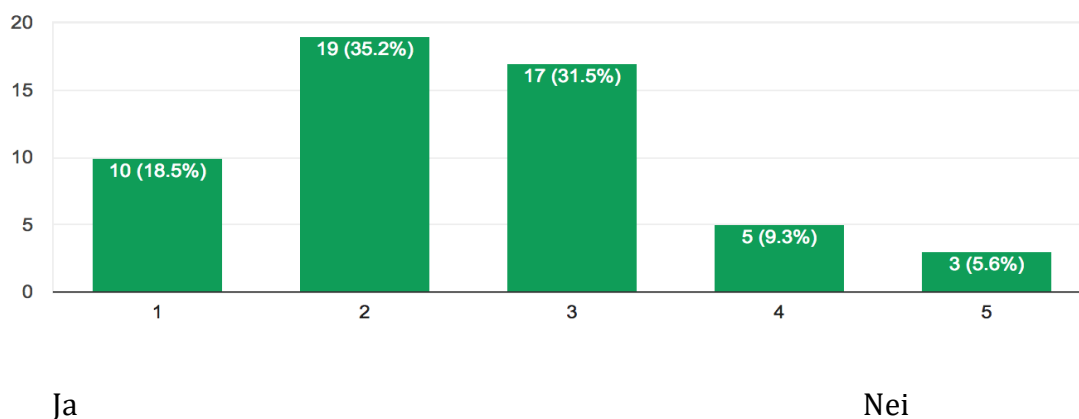
### 3. Finner du som politiker relevant stoff om skogbruk i dag i mediene eller på nettet?

54 responses



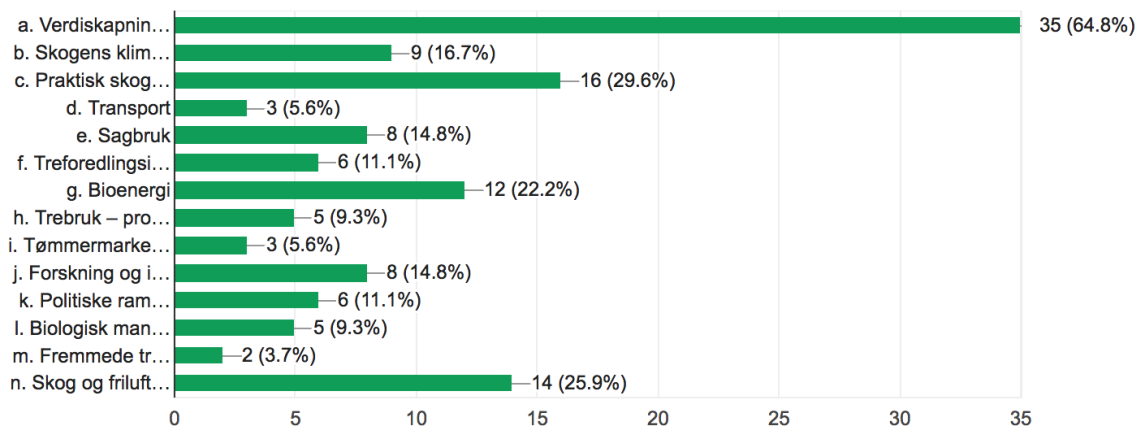
### 4. Savner du mer stoff om skogbruk?

54 responses



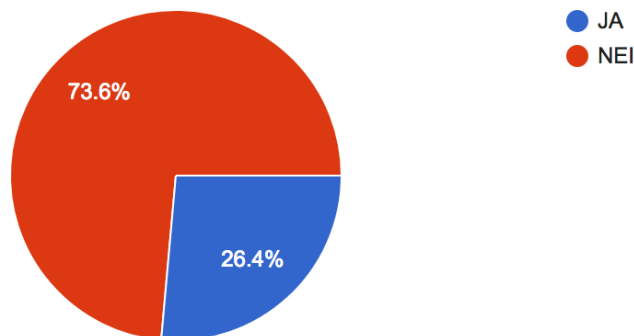
### 5. Hvilke tema er du interessert i å lese om lokalt skogbruk i ditt distrikt?

54 responses



## Har du snapchat og ønsker du i tillegg kjøpe nyheter på snap?

53 responses



### SPØRREUNDERSØKELSE

#### - ETTER informasjonspredningsperioden:

#### Målgruppe: Politikere

Tilbakemeldinger fra målgruppen (33 politikere) viser at

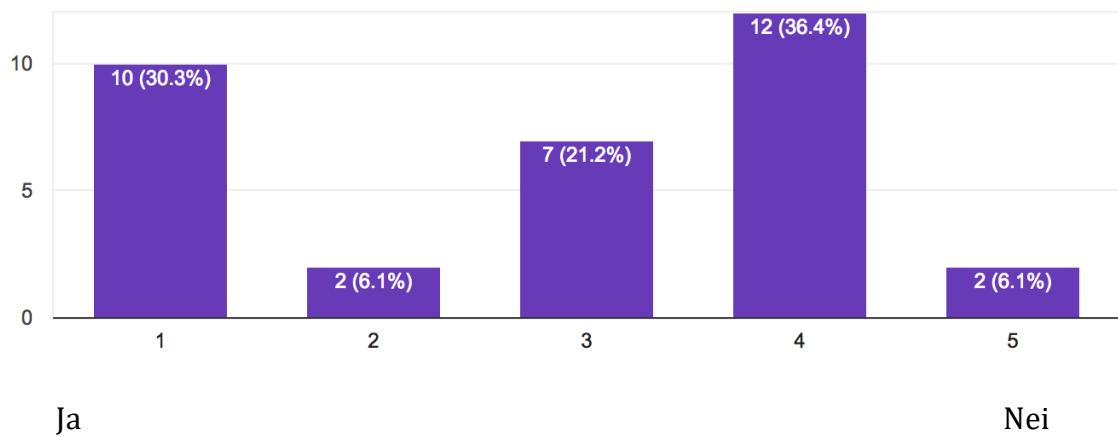
- 63% syns informasjonstilbudet har gjort at de i stor grad, relativt stor grad og middels grad er i bedre stand til å ta beslutninger om skogbruk i sitt verv.
- 66% syns at nyhetsbrev har vært relevant i deres arbeid i stor grad, relativt stor grad og middels grad og nesten halvparten ønsket å videreføre det tilbudet.
- 50% syns snapchat var irrelevant for deres arbeid og over 90% syns ikke det var et tilbud de ville videreføre.
- 66% fant stoff i Norsk Skogbruk de ikke fant andre steder og at Norsk Skogbruk var relevant i deres arbeid, og nesten halvparten kunne tenke seg å fortsette ordningen med bladet.
- Av temaer var de mest interessert i:
  - o verdiskapning (57%)
  - o skog og friluftsliv (51%).
- Minst interesse var det for:
  - o Tømmermarkedet (12%)
  - o Treforedlingsindustri (15%)
  - o Tre bruk (15%),
  - o Forskning og innovasjon (15%)
  - o Fremmede treslag (15%)

Tallene viser generelt sett en høyere interesse for temaene etter disse leserne har hatt informasjonstilbudet i et halvt år.

## FIGURER FRA UNDERSØKELSEN:

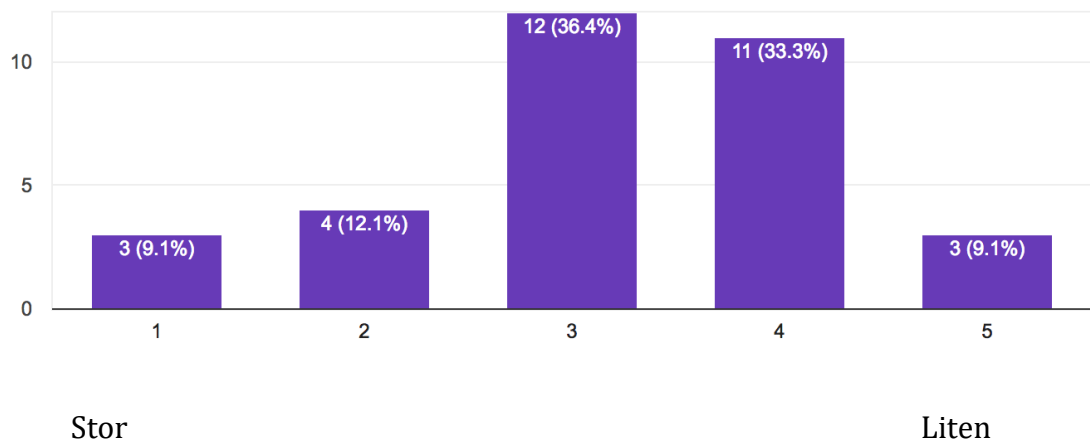
### 1. Har dette informasjonstilbudet gjort deg i bedre stand til å være med å ta beslutninger om skogbruk i forbindelse med ditt politiske verv?

33 responses



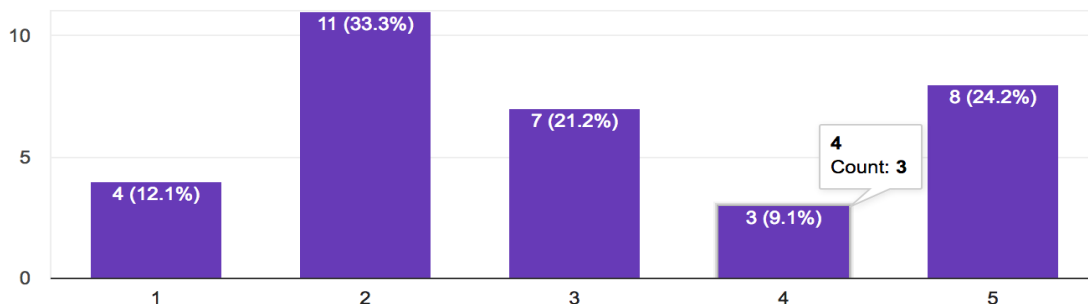
### 2. Hvilken betydning har skogbruk for din region?

33 responses



### 3a. Syns du som politiker informasjonen om skogbruk i NYHETSBREV var relevant for ditt arbeid?

33 responses

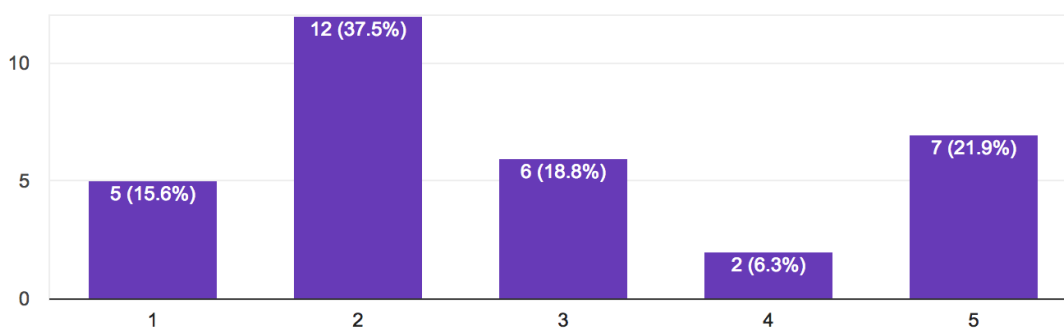


I stor grad

I liten grad

### 4a. Syns du som politiker at ordningen med NYHETSBREV ga deg informasjon om skogbruk du ikke fant andre steder? (Fylte et behov for relevant skogstoff?)

32 responses

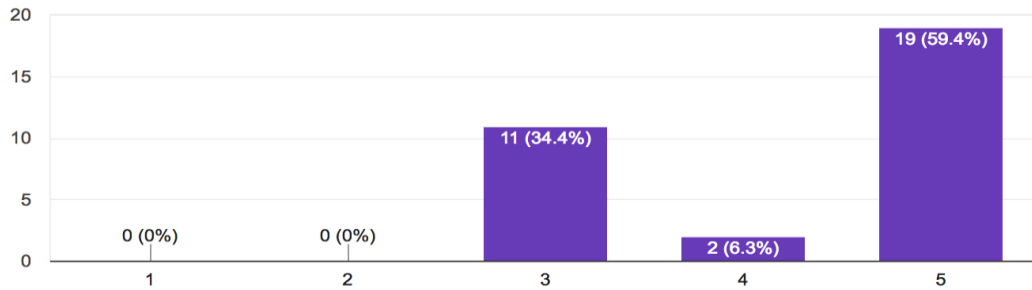


Ja

Nei

4b. Syns du som politiker at ordningen med SNAPCHAT ga deg informasjon om skogbruk du ikke fant andre steder? (Fylte et behov for relevant skogstoff?)

32 responses

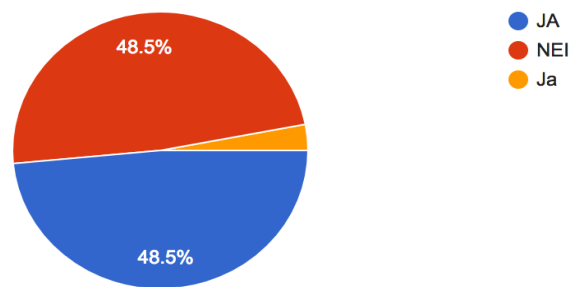


Ja

Nei

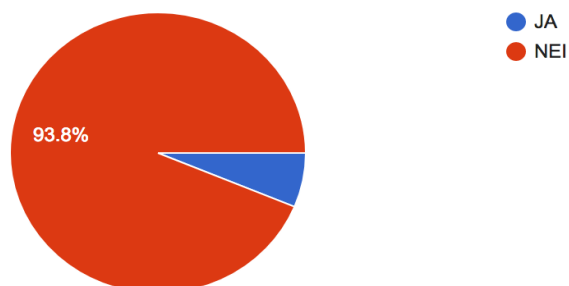
5a. Kunne du tenke deg videreføring av ordningen med NYHETSBREV?

33 responses



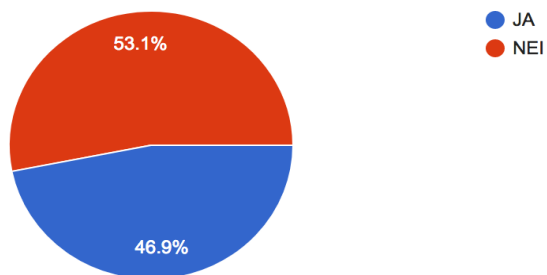
5b. Kunne du tenke deg videreføring av ordningen med SNAPCHAT?

32 responses



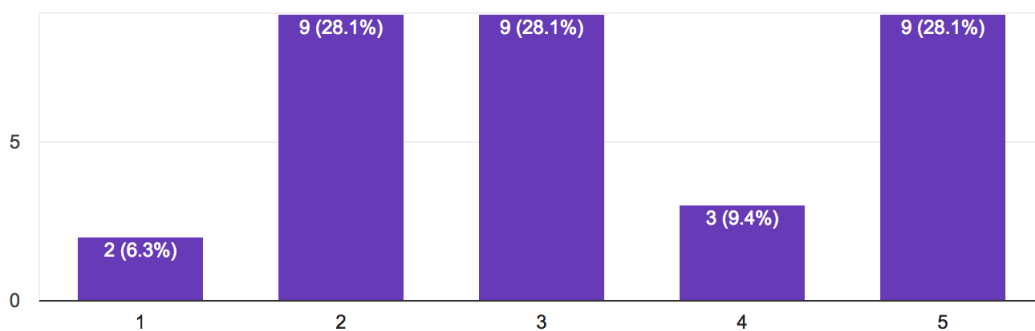
### 5c. Kunne du tenke deg videreføring av ordningen med NORSK SKOGBRUK?

32 responses



### 4c. Syns du som politiker at ordningen med NORSK SKOGBRUK ga deg informasjon om skogbruk du ikke fant andre steder? (Fylte et behov for relevant skogstoff?)

32 responses

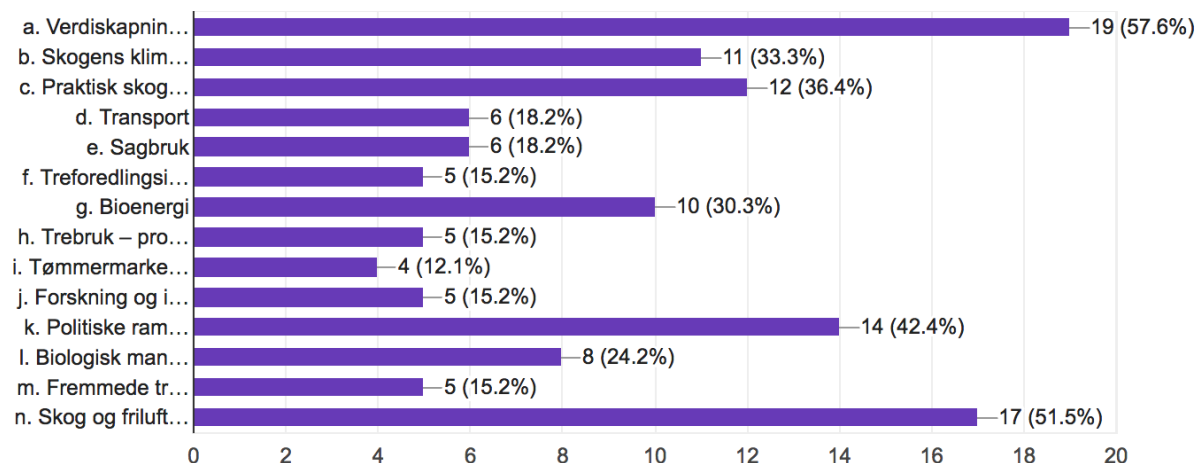


Ja

Nei

## 6. Hvilke tema er du nå mer oppdatert på i din region?

33 responses



### SPØRREUNDERSØKELSE

#### – ETTER informasjonspredningsperioden:

#### Målgruppe: Nøkkelpersoner

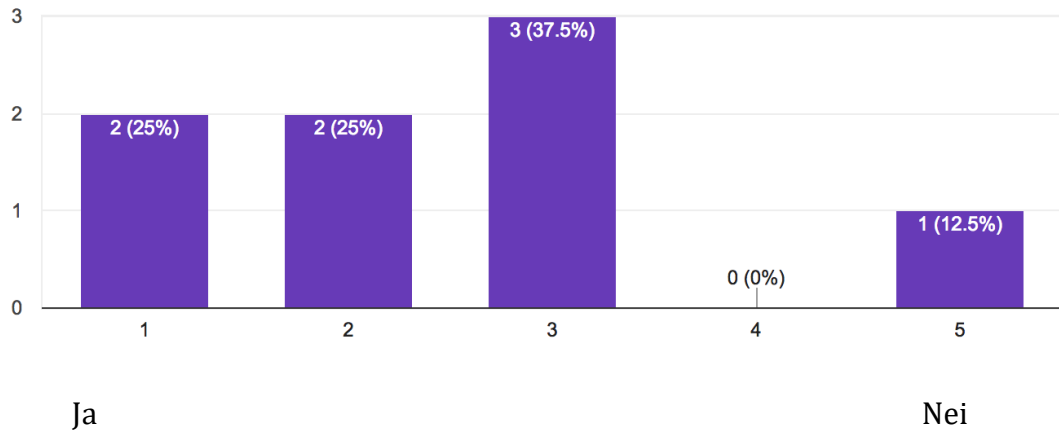
ETTER: Tilbakemeldinger fra målgruppen (8 *nøkkelpersoner*) viser at:

- 87% synes informasjonstilbudet har gitt dem stor eller relativt stor eller middels stor grad av innsikt for å ta bedre beslutninger om skogbruk.
- Og 63% mener skogbruk har stor, relativt stor og middels betydning i Troms.
- 88% fant nyhetsbrevene interessante og nyttige i stor, relativt stor og middels grad.
- Og samme 87% mente det samme om Norsk Skogbruk.
- 87% opplevde å finne stoff i Nyhetsbrevene de ikke fant andre steder.
- Det samme opplevde de 87% at Norsk Skogbruk fylte et relevant behov for informasjon.
- Således ville denne gruppen gjerne fortsette med Nyhetsbrevene (87%).
- Mens 50% ville gjerne fortsette med Norsk Skogbruk også.
- Temaer som interesserte mest var:
  - Verdiskapning (75%)
  - Praktisk skogbruk (63%)
  - Bioenergi (50%)
- Minst engasjerte temaene:
  - Klimaspørsmålet (12,5%)
  - Biologisk mangfold (12,5%)
  - Fremmede treslag. (12,5%)

FIGURER FRA UNDERSØKELSEN:

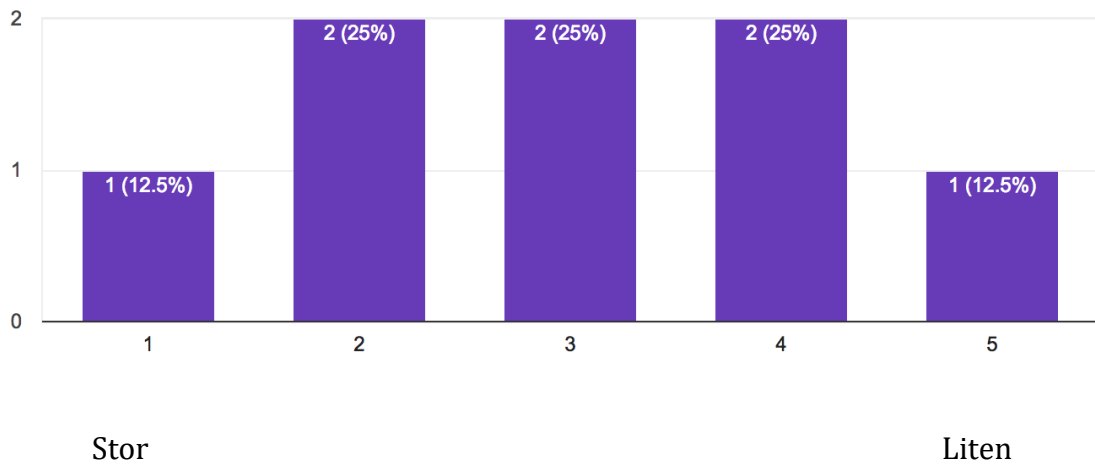
1. Har dette informasjonstilbudet gjort deg i bedre stand til å være med å ta beslutninger om skogbruk som aktiv i skognæringen din region?

8 responses



2. Hvilken betydning har skogbruk for din region?

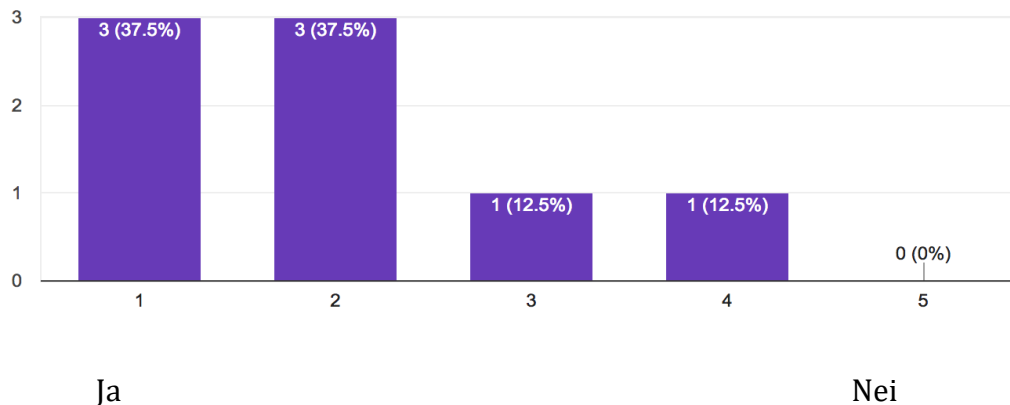
8 responses





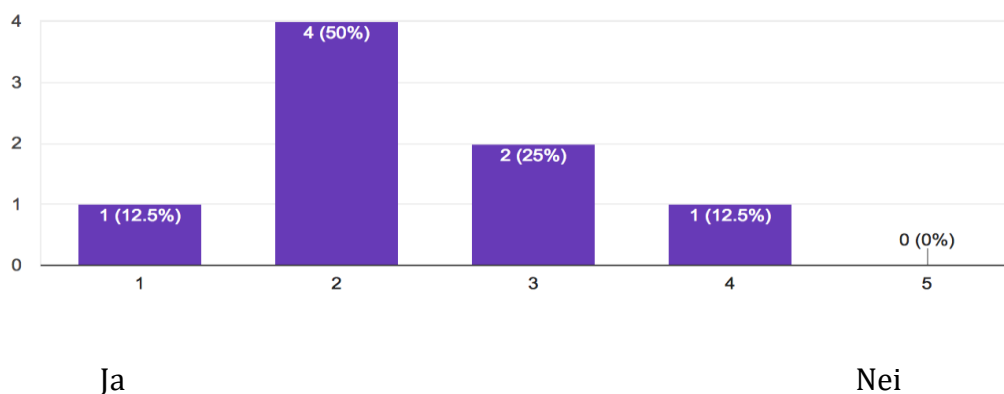
**3a. Syns du som aktiv i skognæringen informasjonen om skogbruk i Nyhetsbrevene var relevant for ditt arbeid?**

8 responses



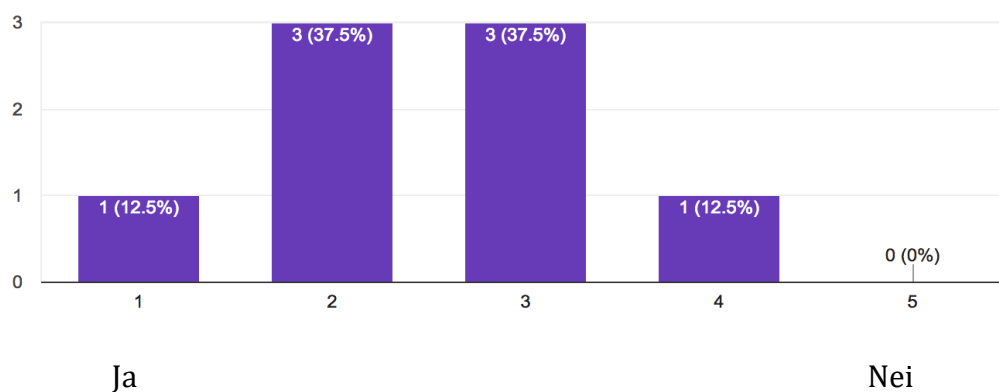
**3b. Syns du som aktiv i skognæringen informasjonen om skogbruk i Norsk Skogbruk var relevant for ditt arbeid?**

8 responses



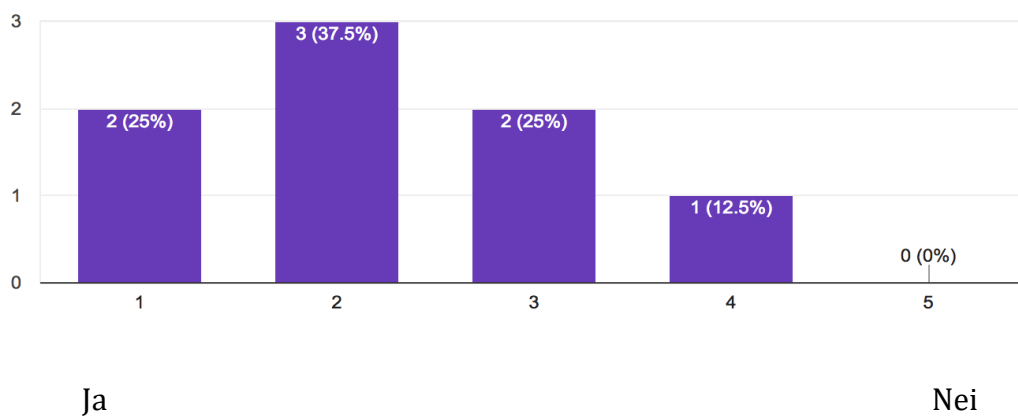
**4a. Syns du som aktiv i skognæringen at Nyhetsbrevene ga deg informasjon om skogbruk du ikke fant andre steder? (Fylte et behov for relevant skogstoff?)**

8 responses



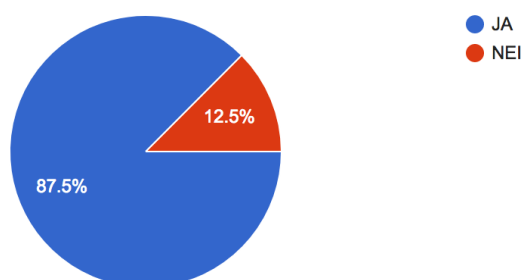
4b. Syns du som aktiv i skognæringen at Norsk Skogbruk ga deg informasjon om skogbruk du ikke fant andre steder? (Fylte et behov for relevant skogstoff?)

8 responses



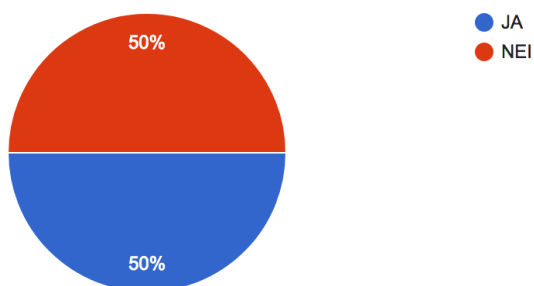
5a. Kunne du tenke deg videreføring av ordningen med NYHETSBREV?

8 responses



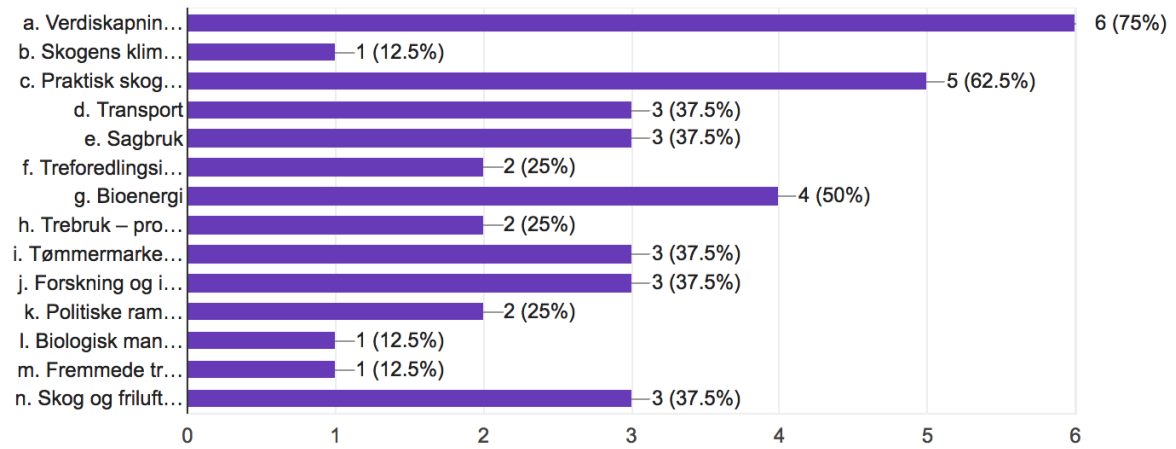
5b. Kunne du tenke deg videreføring av ordningen med NORSK SKOGBRUK?

8 responses



## 6. Hvilke tema er du nå mer oppdatert på i din region?

8 responses



## ROGALAND

(Differensierte spørreundersøkelsene før nyhetspakka. Fikk dessverre svært få svar (1). Etter utsendelsene sendte vi derfor ut spørreundersøkelsen samlet).

### **SPØRREUNDERSØKELSEN**

#### **- FØR informasjonspredningsperioden:**

#### **Målgruppe: Politikere**

FØR: Tilbakemeldinger fra målgruppene var for få til å skape seg noe bilde av situasjonen. Få svar kan tyde på en manglende interesse...(?)

### **SPØRREUNDERSØKELSEN**

#### **- ETTER informasjonspredningsperioden:**

#### **Målgruppe: Nøkkelpersoner, politikere og skogeiere**

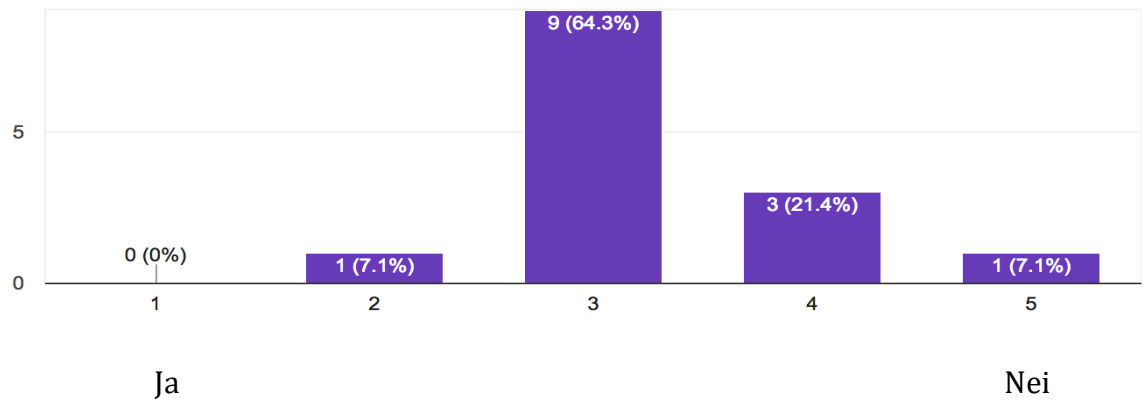
ETTER: Tilbakemeldinger fra målgruppen (14 *nøkkelpersoner, politikere og skogeiere*) viser:

- 71% syns informasjonstilbudet har gjort dem i relativt stor og middels stor grad i bedre stand til å beslutninger om skogbruk som aktiv i næringen.
- I en region der nærmere 80% syns skogbruk har en stor, relativt stor eller middels betydning.
- 92% syns nyhetsbrevene var av stor, relativt stor eller middels relevans for sitt arbeid.
- Mens alle som fikk Norsk Skogbruk som blad syntes dette (100%).
- De samme 92% syntes også at nyhetsbrevene ga informasjon om skogbruk som man ikke fant andre steder og fylte et behov for relevant stoff.
- Mens 86% syntes det samme om Norsk Skogbruk som blad.
- Således ønsket de samme 92% å fortsette ordningen med nyhetsbrev på mail, mens drøye 70% kunne tenke seg å videreføre ordningen med Norsk Skogbruk.
- Av temaer var de mest interessert i:
  - o skogens klimabetydning (57%)
  - o bioenergi (57%)
  - o trebruk (57%)
  - o politiske rammebetingelser (50%)
  - o praktisk skogbruk (43%)
- Minst interesse var det for:
  - o Mens biologisk mangfold (7%)

## FIGURER FRA UNDERSØKELSEN:

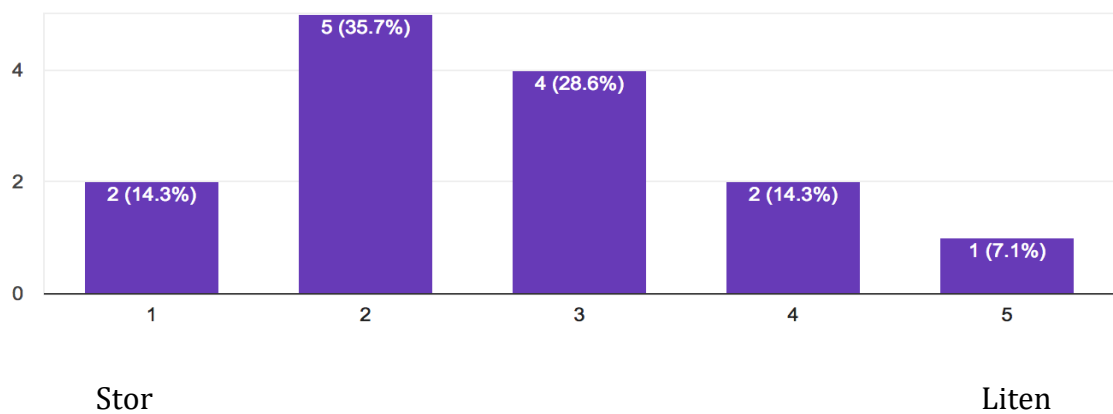
1. Har dette informasjonstilbudet gjort deg i bedre stand til å være med å ta beslutninger om skogbruk som aktiv i skognæringen din region?

14 responses



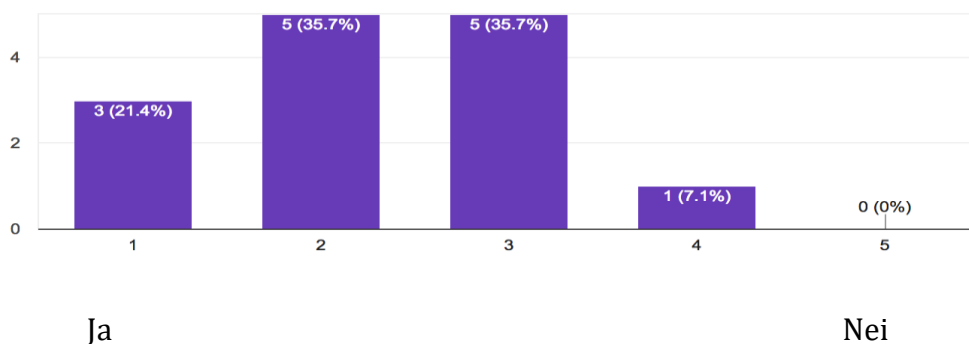
2. Hvilken betydning har skogbruk for din region?

14 responses



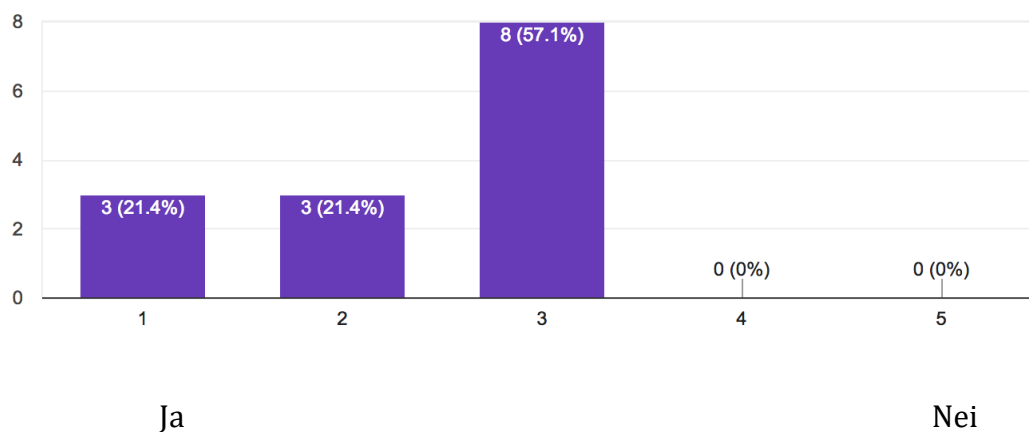
3a. Syns du som aktiv i skognæringen informasjonen om skogbruk i Nyhetsbrevene var relevant for ditt arbeid?

14 responses



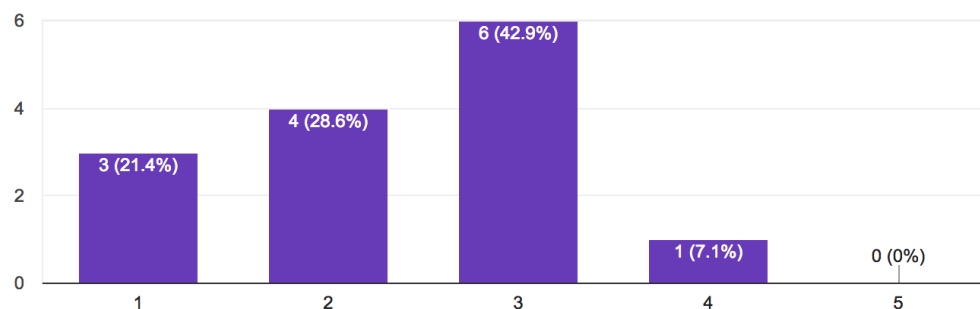
3b. Syns du som aktiv i skognæringen informasjonen om skogbruk i Norsk Skogbruk var relevant for ditt arbeid?

14 responses



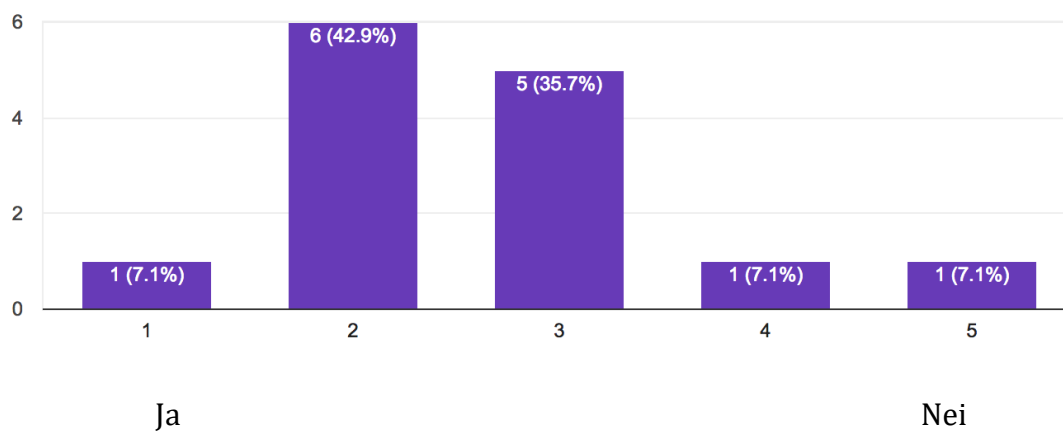
4a. Syns du som aktiv i skognæringen at Nyhetsbrevene ga deg informasjon om skogbruk du ikke fant andre steder? (Fylte et behov for relevant skogstoff?)

14 responses



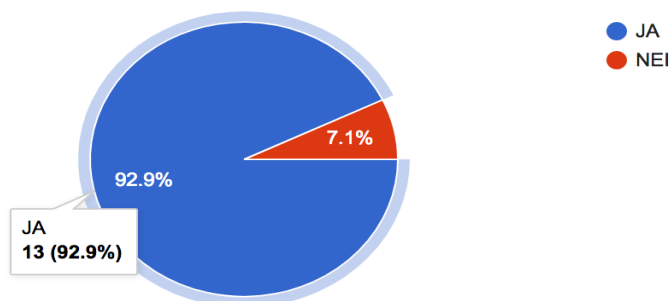
4b. Syns du som aktiv i skognæringen at Norsk Skogbruk ga deg informasjon om skogbruk du ikke fant andre steder? (Fylte et behov for relevant skogstoff?)

14 responses



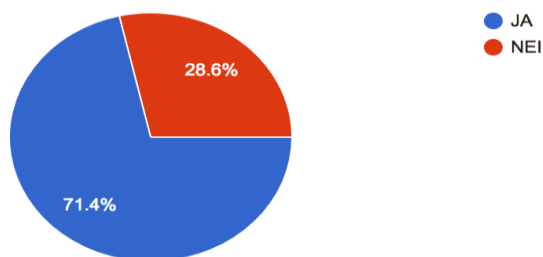
5a. Kunne du tenke deg videreføring av ordningen med NYHETSBREV?

14 responses



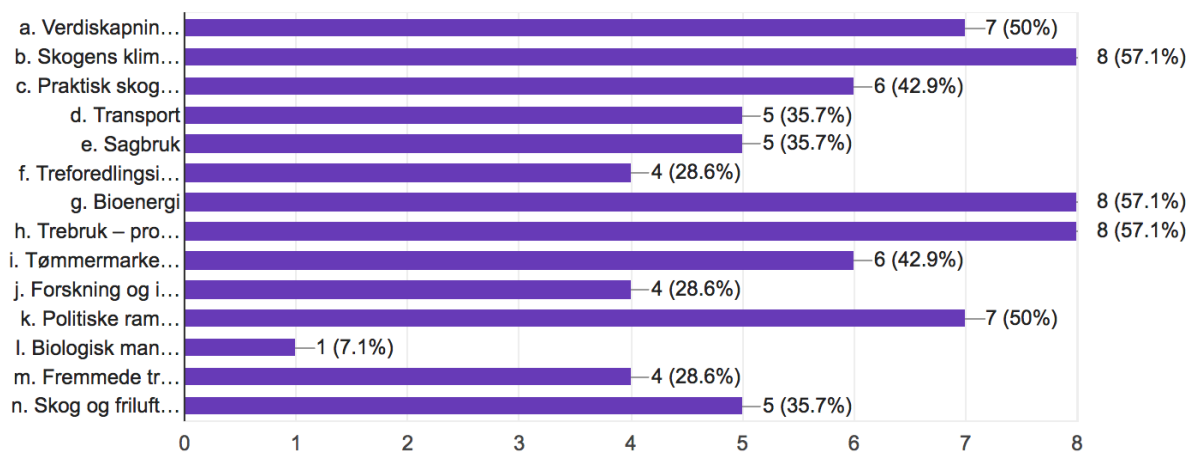
## 5b. Kunne du tenke deg videreføring av ordningen med NORSK SKOGBRUK?

14 responses



## 6. Hvilke tema er du nå mer oppdatert på i din region?

14 responses





## HORDALAND

(Differensierte spørreundersøkelsene før nyhetspakka. Fikk få svar 14 (skogeiere ) og 0 (brukere av bynære områder). Etter utsendelsene sendte vi derfor ut spørreundersøkelsen samlet).

### **SPØRREUNDERSØKELSEN**

#### **- FØR informasjonspredningsperioden:**

#### **Målgruppe: skogeiere**

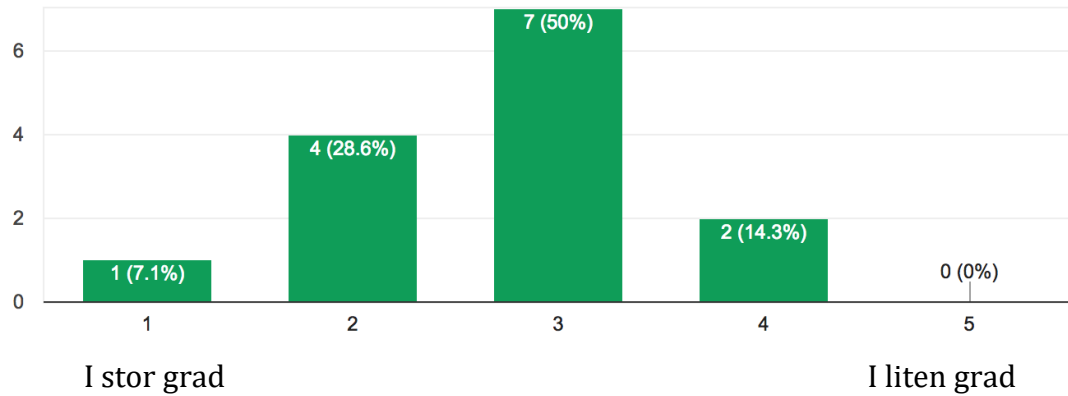
FØR: Tilbakemeldinger fra målgruppen (14 *skogeiere*) viser at:

- 85% syntes de hadde stor nok, relativt stor og middels stor kunnskap til å ta beslutninger i skogbruket som skogeier.
- 57% syntes skogbruket hadde relativt eller middels stor betydning for Hordaland.
- 71% syntes de fant relativt mye eller middels med relevant stoff i mediene slik det er i dag. Et inkonsekvant svar, fordi...
- ...hele 93% savnet også mer stoff om skogbruk i større og middels stor grad.
- Halvparten ville gjerne ha nyheter på Facebook
- Av temaer var de mest interessert i:
  - o Praktisk skogbruk (93%)
  - o Skog og friluftsliv (71%)
  - o Politiske rammebetingelser (57%)
  - o Skogens klimarolle (50%)
  - o Sagbruk (50%)
  - o Bioenergi (50%)
  - o Forskning og innovasjon (50%)
- Minst interesse var det for:
  - o Fremmede treslag (7%)

## FIGURER FRA UNDERSØKELSEN:

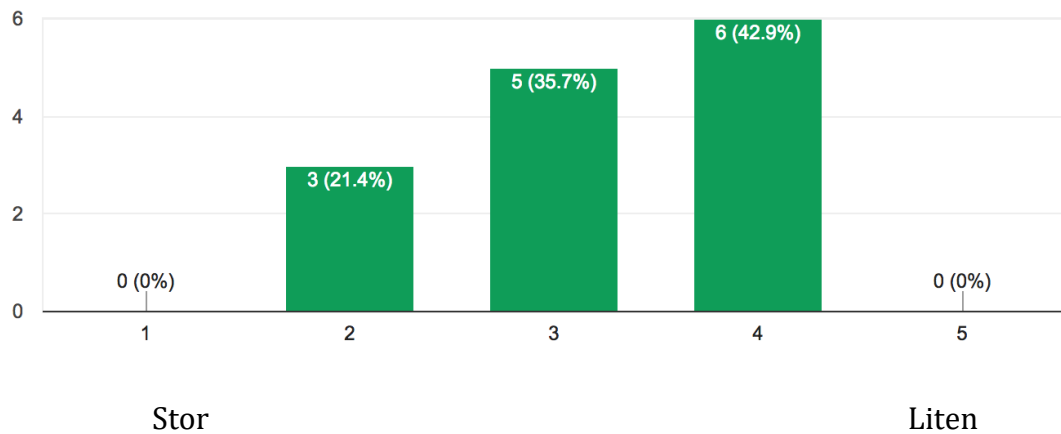
1. I hvilken grad mener du at du har nok kunnskap om skognæringen til å ta beslutninger om skogbruk som skogeier?

14 responses



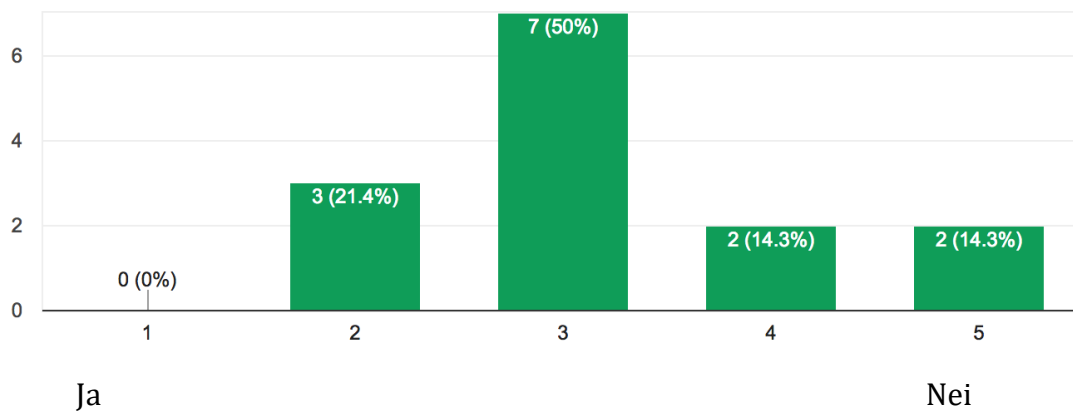
2. Hvilken betydning har skogbruk for din region?

14 responses



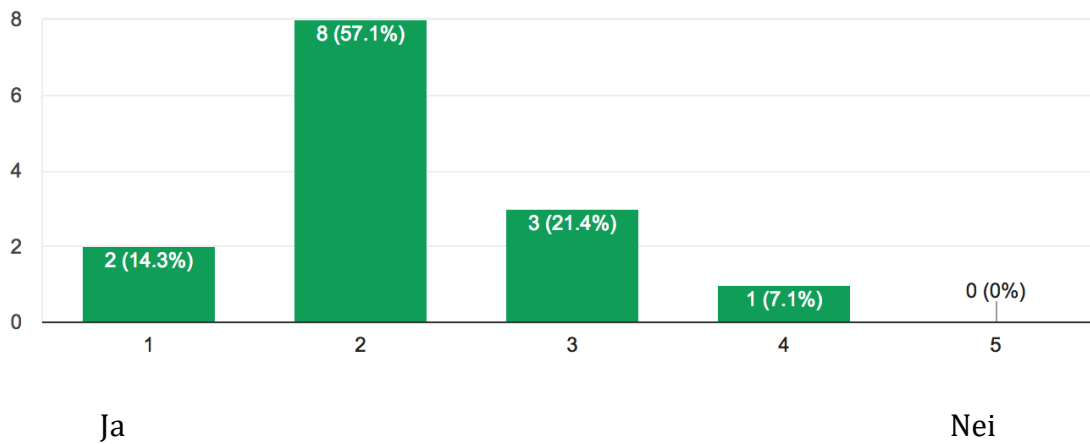
### 3. Finner du som skogeier relevant stoff om skogbruk i dag i mediene eller på nettet?

14 responses



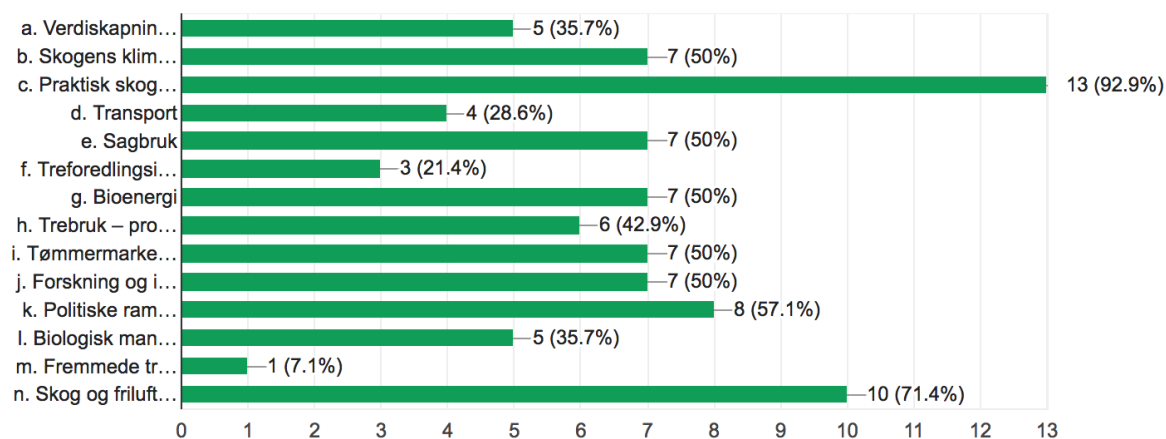
### 4. Savner du mer stoff om skogbruk?

14 responses



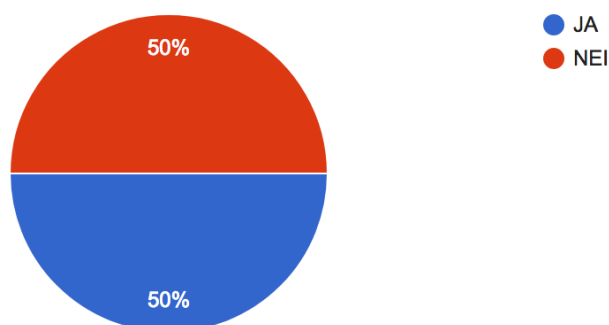
## 5. Hvilke tema er du interessert i å lese om i din region?

14 responses



## 6. Vil du komme til å følge Kystskogbrukssiden til Norsk Skogbruk via facebook ?

14 responses



### SPØRREUNDERSØKELSEN

– ETTER informasjonspredningsperioden:

**Målgruppe: Nøkkelpersoner, skogeiere og brukere av de bynære skogene**

ETTER:

Tilbakemeldinger fra målgruppen (24 nøkkelpersoner, skogeiere og brukere av de bynære skogene) viser at:

- 83% syns informasjonstilbudet har gjort dem i relativt stor og middels stor grad i bedre stand til å beslutninger om skogbruk som aktiv i næringen.

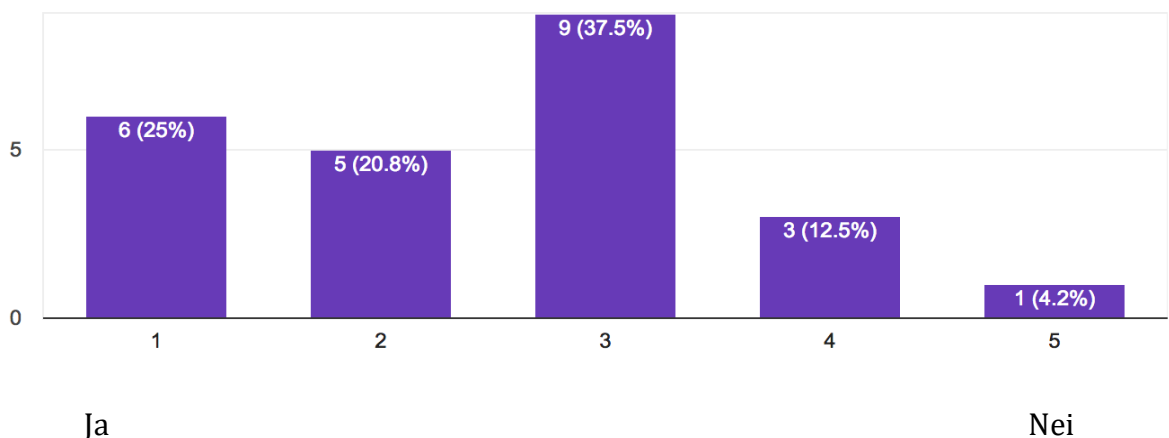
- I en region der nærmere 63% synes skogbruk har en relativt stor eller middels betydning.
- Bare 59% synes nyhetsbrevene var av relativt stor eller middels relevans for sitt arbeid.
- Mens 75% som fikk Norsk Skogbruk som blad syntes dette.
- Hele 79% syntes imidlertid at nyhetsbrevene ga informasjon om skogbruk som man ikke fant andre steder og fylte et behov for relevant stoff.
- Og de samme 79% syntes det samme om Norsk Skogbruk som blad.
- Således ønsket de 46% å fortsette ordningen med nyhetsbrev på mail, mens hele 54% kunne tenke seg å videreføre ordningen med Norsk Skogbruk.
- Av temaer var de mest interessert i:
  - o Skog og friluftsliv (46%)
  - o praktisk skogbruk (50%)
  - o verdiskapning var også av en viss interesse (37,5%)
- Minst interesse var det for:
  - o Treforedlingsindustri (0%)
  - o Fremmede treslag (4%)

Generelt sett lavere interesse i dette fylket (som faktisk har mer aktivitet i skogbruket enn de andre to.

#### FIGURER FRA UNDERSØKELSEN:

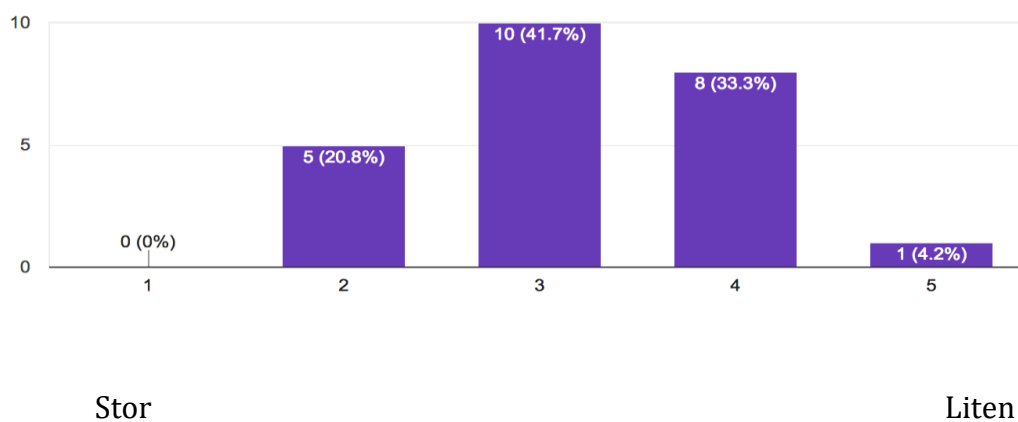
### 1. Har dette informasjonstilbudet gjort deg i bedre stand til å være med å ta beslutninger om skogbruk som aktiv i skognæringen din region?

24 responses



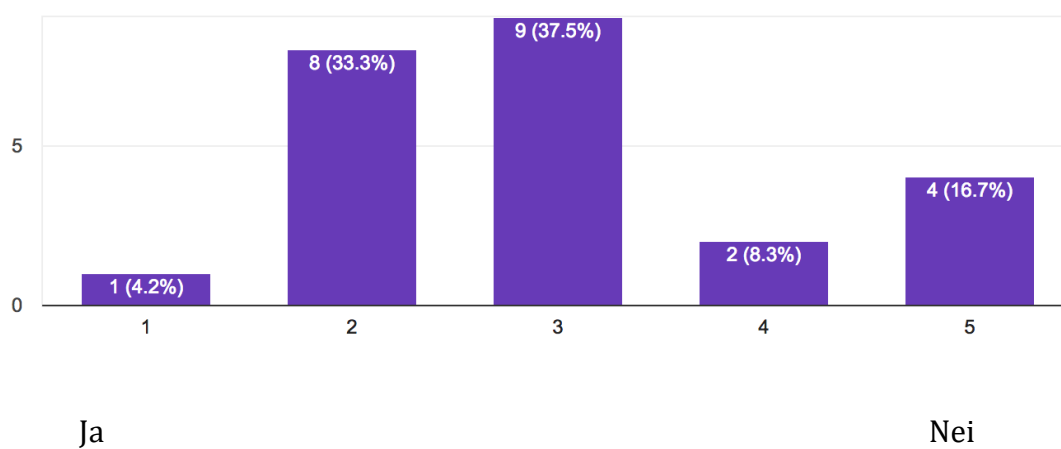
## 2. Hvilken betydning har skogbruk for din region?

24 responses



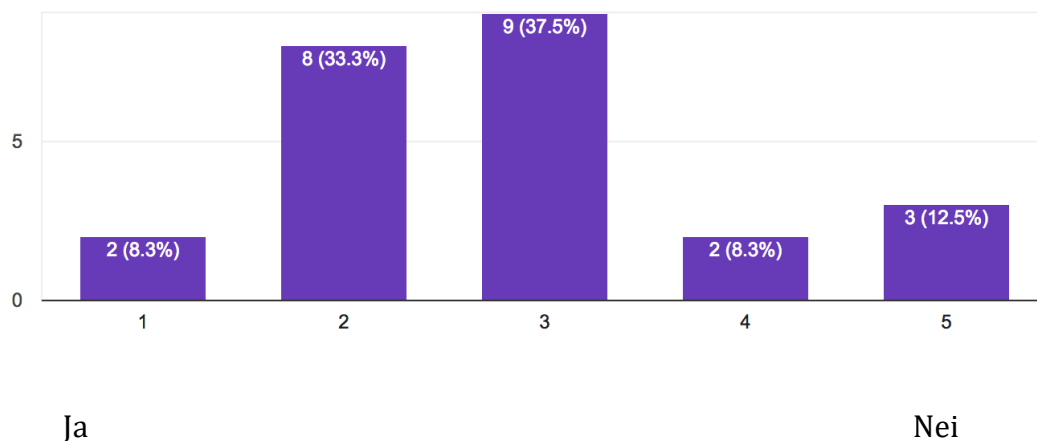
## 3b. Syns du som aktiv i skognæringen informasjonen om skogbruk i Norsk Skogbruk var relevant for ditt arbeid?

24 responses



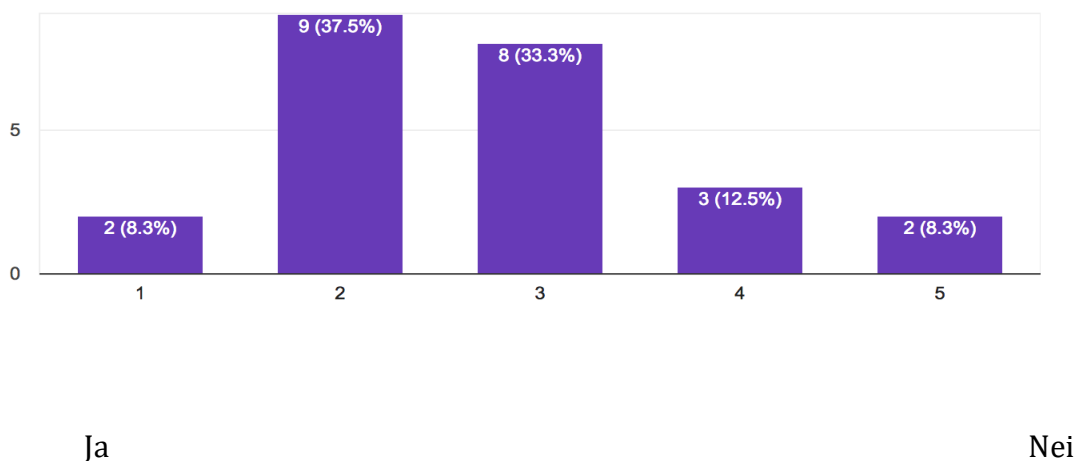
4a. Syns du som aktiv i skognæringen at Nyhetsbrevene ga deg informasjon om skogbruk du ikke fant andre steder? (Fylte et behov for relevant skogstoff?)

24 responses



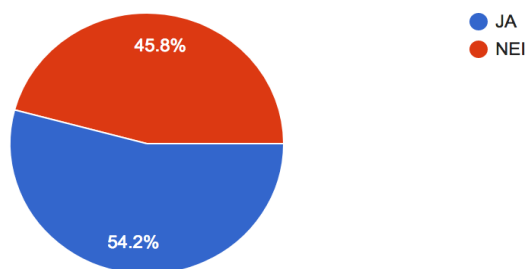
4b. Syns du som aktiv i skognæringen at Norsk Skogbruk ga deg informasjon om skogbruk du ikke fant andre steder? (Fylte et behov for relevant skogstoff?)

24 responses



### 5a. Kunne du tenke deg videreføring av ordningen med NYHETSBREV?

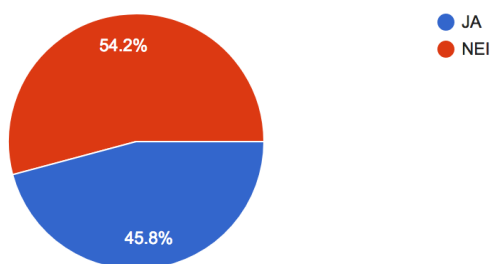
24 responses



---

### 5b. Kunne du tenke deg videreføring av ordningen med NORSK SKOGBRUK?

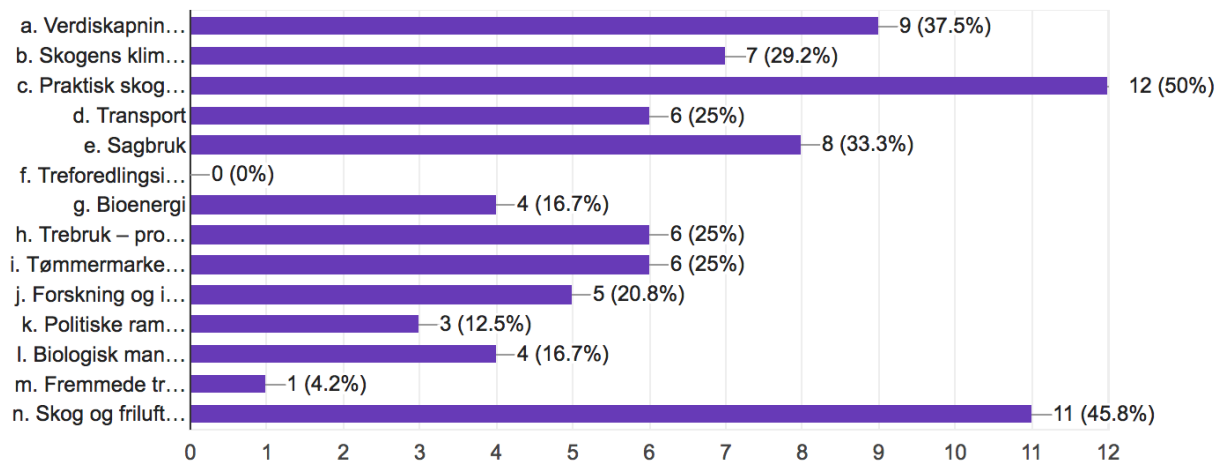
24 responses





## 6. Hvilke tema er du nå mer oppdatert på i din region?

24 responses



# **Informasjonsspredningsprosjektet**

Målgrupper og budskap

Informasjonsspredningsprosjektet er Skognæringa kyst sitt svar på behovet om mer informasjon om informasjon om skogbruket langs kysten. Prosjektet skjer i samarbeid med tidsskriftet Norsk Skogbruk. Gjennom utvikling av helhetlige og dynamiske informasjonskanaler skal det gi økt informasjon og kunnskap som stimulerer til økt aktivitet, samt prøve ut informasjonskanaler og ulike budskap i enkeltfylker eller i mindre geografisk avgrensede områder.

Målet er å bedre kunnskapen om den skogbaserte verdikjeden på kysten gjennom målrettet informasjonsspredning og å gjøre beslutningstakere kjent med mulighetene og utfordringene som finnes for å øke verdiskapinga.

Fase 1 i prosjektet går ut på å definere målgrupper og budskap og det er det som gjøres i denne rapporten. Rapporten utarbeides på følgende måte:

1. Prosjektmedarbeider Gerd Inger Aarnes produserer et førsteutkast basert på innspill som kom i møte på Stjørdal 11.11.2015, notat fra prosjektansvarlig Lars Slåttå datert 24.05.2016 og på kommunikasjonsstrategien til Kystskogbruket.
2. Førsteutkast sendes arbeidsgruppa som blir bedt om å komme med innspill, innspillene blir redigert inn i dokumentet. Arbeidsgruppa består av Trude Hagen Hansen, Jørgen Frønsdal, Gerd Inger Aarnes, Line Venn, Lars Slåttå og Torgunn Sollid.
3. Ger Inger lager et ferdig dokumentet med overordnede målgrupper og budskap
4. Line Venn supplerer dokumentet suppleres med mer detaljerte lister:
  - a. Alle målgrupper generelt
  - b. Alle budskap generelt
  - c. Aktuelle budskap / temaer for kystskogbruket
5. Styringsgruppa godkjenner dokumentet. Styringsgruppa består av Kjersti Kinderås, Trond Lohre, Eivind Ryste, Line Venn og Gerd Inger Aarnes

## Budskap

Valg av budskap og presentasjon av budskapet er avhengig av målgruppe og kanal. Budskap kan deles inn på flere ulike måter ut fra om det er

- Overordna eller mer spesifikk informasjon som f.eks. aktuelle nyheter
- Lokaltilpasset informasjon eller informasjon om hele kystskogbruket
- Fagtilpasset informasjon (vegbygging, bioenergi, treforedling osv.)
- Intern informasjon for skog- og trenæringa eller ekstern informasjon myntet på de som ikke er i skog- og trenæringa

Kystskogbruket har to hovedmål: å øke CO2 opptak og å firedoble verdiskapinga innen 2050. Skognæringa Kyst har i si utviklings- og kommunikasjonsstrategi oppgitt at de skal promotere egne interesser på en faktabasert måte. Det er ulike budskap og formidlingsmåter rettet mot de ulike målgruppene. Felles for alle våre budskap er at de er faktabaserte.

Budskap som prioriteres i informasjonsspredningsprosjektet er:

- Skogbruket er ei viktig næring i det grønne skiftet
- Skogbruket tilfører verdier i samfunnet, blant annet helsegevinsten, infrastruktur, arbeidsplasser, oksygen osv.
- Det lages miljø- og klimavennlige produkter av tømmer.
- Skogbruket bygger seg opp og satser på framtida

### \* Detaljert LISTE over TEMAER (eget dokument)

## Målgrupper

I utgangspunktet er målgruppene i dette prosjektet de som påvirker rammevilkåra for skognæringa langs kysten. Spørsmålet er: Hvem er det som påvirker disse rammevilkåra og hvilke av disse gruppene er det viktigst å nå? Med skognæringa mener vi hele næringskjedene i skogbruket, altså ikke bare primærskogbruket.

Jo mer spesifisert en målgruppe er og jo mer vi vet om en målgruppe, jo lettere blir det å spisse budskapet til mottakerne. Her går vi gjennom grupper målgrupper og prioriterer disse. Det å velge ut målgrupper betyr ikke at andre grupper utelukkes, men at budskapene spisses spesielt mot de gruppene vi tror det er mest effektivt å rette seg mot.

Målgrupper som har blitt pekt ut er:

- Allmennheten (A)
- Politikere og offentlig forvaltning (P og OF)
- Skognæringa selv (S) (næringsaktører (SN), skogeierne (SS), organisasjoner (SO))

Hver av disse hovedgruppene har undergrupper som budskapet må tilpasses.

### \* Detaljert LISTE over MÅLGRUPPER (eget dokument)

## Målgrupper og budskap – koplet sammen

### 1. Allmennheten (A)

Allmennheten referer til borgerne i et samfunn og kan deles inn i grupper basert på ulike variabler, som for eksempel holdninger, grad av deltakelse i samfunnet, bosted, alder, interesser osv.

Allmennheten velger politikere og påvirker disse med sine holdninger og meninger. I skogbruket blir allmennheten gjerne omtalt som en neglisjert gruppe når det gjelder informasjonsformidling.

For å klare å formidle et budskap til allmennheten kan det i mange tilfeller være lurt å velge ut grupper i allmennheten som enten er mer mottakelige for våde budskap, eller som kan tenkes å engasjere seg i saker som angår skogbruket. Her er noen grupper vi spesielt vil henvende oss mot:

- Geografi: Kystskogfylkene
- Interesser: Det er lettere å nå fram med budskap til noen som fra før av er interessert i et tema. Dessverre er det ikke så mange som har en etablert interesse for temaet skogbruk i seg selv, men vi kan vinkle saker slik at de rører ved andre tema som flere er interessert i. På den måten kan vi identifisere målgrupper på grunnlag av interesser som er relatert til skogbruk. Interessegrupper innenfor allmennheten kan ofte nåes gjennom ulike lag og organisasjoner, f.eks idrettslag som bruker skogsveger, turistforeninger som setter opp turstier i skogsområder og liknende. Å spre informasjon til lag og organisasjoner kan i mange tilfeller være en effektiv måte å nå fram med informasjon til målgrupper med spesifikke interesser.

Allmennheten (A) det er aktuelt for oss å nå er skog og naturinteresserte som danner opinionen.

- Undergrupper er:
  - Uengasjerte skogeiere / ikke-medlemmer av tømmerorganisasjoner (AS)
  - Deltakere på møter / arrangementer (skogdager, seminarer osv) (AD)
  - Brukere av skog / friluftsliv til rekreasjon og sport: (AB)  
Skog blir flittig brukt av turgåere, idrettslag, sopplukkere og bærsankere. Ved å henvende seg til brukere av skogen som rekreasjonsområde kan man utnytte det forholdet de har til skogen for å gjøre budskapet mer relevant.
  - Skog, natur og miljøinteresserte (medlemmer av miljøorganisasjoner, eller folk som arbeider i tilgrensende fagområder osv.) (AM)
  - Næringslivsinteresserte: (AN)  
Mange er interessert i og følger med på hva som skjer i næringslivet lokalt. Verdiskaping lokalt gir sysselsetting, skatteinntekter, aktivitet og ringvirkninger i andre næringer. For å henvende oss til denne gruppen kan det være lurt å fokusere på den verdiskapingen som skjer lokalt: arbeidsplasser, aktivitet, ringvirkninger av aktiviteten, klyngebedrifter, osv.
  - De som er interesserte i FOU: (AF)  
Mange følger med på hva som skjer i forskning og i utvikling av nye produkter, tjenester og liknende. Kystskogbruket har et spesielt fokus på nettopp dette.
  - Avis og magasin – lokal presse (AA)
  - «Tre-brukere» / kjøperne (AT)

## Budskap tilpasset grupper innen allmennheten kan være:

- Skogbruket tilfører verdier i samfunnet, blant annet helsegevinst, infrastruktur, arbeidsplasser, oksygen osv.
- Det er mange som ser på plantet skog som unaturlig og på hogging av skog som "ødelegging" av landskapet. Vi vet at skogbruket tilfører mange gode verdier til samfunnet som lett overvinnes de negative sidene, og de ønsker vi å sette fokus på.
- Å bruke skogen som rekreasjonsområde skaper helsegevinster for mennesker. Forskningsrapporter viser at det å være i aktivitet i skogen kan føre til bedre helse. Dessuten er det mye hyggeligere å forbrenne kalorier på en skogsti enn på en tredemølle inne.
- Skogbruket bygger opp infrastruktur i form av skogsbilveger som brukes av idrettslag, turgåere, skigåere og andre. Mange skogsveger er svært populære til denne typen bruk, men brukerne er ofte ikke klar over at vegen er bygget for skogsdrift. Et annet positivt element med skogsvegen er at de gjerne bygges av overskuddsmasser som ellers ville blitt brukt til å dumpes i naturen uten noen positiv effekt.
- Det grønne skiftet:
  - Skogbruket er ei viktig næring i det grønne skiftet
    - Det grønne skiftet er en frase som er mye brukt av politikerne og i media. Frasen er kjent men ikke nødvendigvis fullt forstått av allmennheten. Skognæringa ser på seg selv som en viktig brikke i det grønne skiftet i Norge. Dette er hvordan regjeringa forklarer det grønne skiftet: De globale klima- og miljøutfordringene krever omstilling til et samfunn hvor vekst og utvikling skjer innen naturens tålegrenser. Det må skje en overgang til produkter og tjenester som gir betydelig mindre negative konsekvenser for klima og miljø enn i dag. Samfunnet må igjennom et grønt skifte.
  - Tre er et viktig råstoff i det grønne skiftet.
    - Å produsere skog er svært positivt for økonomien i det grønne skiftet
  - Når et tre hogges, vil karbonet ligge lagret i materialet helt til det brennes eller råtner. Det å bruke tremateriale vil derfor forlenge karbonlagringen og føre til bedre klima. Dessuten er det langt flere klimagassutslipp i produksjon av andre materialer som f.eks plastikk.
- Skogbruket bygger seg opp og satser på framtida.
- Skog- og trenæringa er ambisiøse og har et stort verdiskapningspotensiale i framtiden. Det satses på å bygge opp næringsklynger og forsknings- og utviklingsprosjekter.

## 2. Politikere (P) og offentlig forvaltning (OF)

Det er politikerne som legger rammevilkår og føringer for bevilninger i skogbruket. De er derfor en nyttig målgruppe for skogbrukets kommunikasjon. Vi vil at politikerne skal bli kjent med skogbruket

som ei seriøs og framtidsretta næring. Det må jobbes med politikere og beslutningstakere på alle nivå fra lokalt til nasjonalt.

Det er administrasjonsansatte i det offentlige som er fagpersonene som samler inn informasjon til politikere. De forfatter ofte forslag til vedtak og behandler saker på grunnlag av rammer satt av politikere. De har derfor stor makt og påvirkningskraft.

Kommunikasjon rettet mot politikere og administrasjon må tilpasses. De har forskjellig behov for kunnskap i forhold til hva slags rolle de har (stortings- og kommunepolitikere har for eksempel forskjellige perspektiv og oppgaver) og det er ulike argumenter som appellerer til ulike politikere. Flere av politikere som har vært støttespiller for Kystskogbruket uttrykker at de har lite kjennskap til skogbruket fra før og budskapet må derfor formidles på en lettfattelig måte.

### **Budskap tilpasset Politikere og offentlig forvaltning kan være**

<b>Politikere (P)</b>	Skogbruket skaper arbeidsplasser. Fokuser på muligheter. Skog- og trenæringa har store ambisjoner og mål som vil gagne hele samfunnet på sikt. Få fram de positive effektene av å løse utfordringer vi står ovenfor. Denne målgruppen har lite tid til å sette seg inn i saker. Det er derfor viktig å formidle budskapet på en effektiv måte. Bruk gjerne tall, fakta og statistikk for å gi argumentasjonen tyngde. Konkretiser budskapet: Hva er utfordringen, hvordan kan den løses og hvorfor bør mottakeren være opptatt av det?
<b>Offentlig forvaltning (OF)</b>	Politisk vedtatte planer og program er argumentasjon servert på et sølvfat fra politikere til oss. Det finnes planer for det meste: samferdsel, landbruk, skogbruk, næring osv. Det finnes nasjonale planer, regionale planer, fylkesplaner og kommuneplaner. Det er administrasjonene som utarbeider planene og politikere som stemmer over planene, bruk derfor politisk vedtatte planer og program som argument for saken/budskapet.

### 3. Skognæringa (S)

Skognæringa er en målgruppe som skal inspireres, motiveres og informeres. Det er i dag mange små aktører i skognæringa og lite klyngetenking. Det å fortelle historier fra ulike deler av skog- og trenæringa og å ha felles mål kan skape en fellesskapsfølelse og bidra til samarbeid og vekst. Det er stor variasjon i kunnskap innen de ulike næringskjedene som det må tas hensyn til.

Skognæringa består av alle verdikjedene med skogsvirke som råstoff. De ulike kjedene har ulike behov for motivasjon, kunnskapsløft og informasjon. I tillegg er det geografiske forskjeller.

Hovedundegrupper er:

- Skogeierne (SS)
- Næringsaktører – primærskogbruket (SP) og skogindustrien (SI)
- Organisasjoner (SO)

#### **Budskap tilpasset skognæringen kan være:**

**Skogeierne** (er en svært viktig gruppe å nå. De eier råstoffet som er grunnlaget for hele verdikjeden. De fins i allmennheten (de inaktive), er beslutningstakere (de aktive) og noen jobber sikkert i forvaltningen. Her velger vi å ha dem i en egen gruppe.

Skogeierne bør være interessert i skjøtsel av egen skog, både det praktiske og økonomiske, hvordan tømmeromsetningsleddet fungerer, (mange er medlemmer i andelslag), skog- og næringspolitikk som får betydning for deres virke, flerbruk av skogen, andre inntektskilder fra skog, juletre dyrking(?), avsetningsmuligheter til industri, forskning, miljøspørsmål, sertifiseringsordninger, skogbruksplan, miljøkartlegging, vern, transportspørsmål, skogsbilveg, støtteordninger, skogforvaltningen, jakt og fiske, friluftsliv.

I gruppen **næringsaktører** finner vi hele primærskogbruket og skogindustrien.

- *Primærskogbruket* foruten skogeiere (som er skilt ut i egen gruppe), blant annet skogsentreprenører, andelslag, tømmeroppkjøpere og transportselskap. Deler av primærskogbruket er ganske forskjellig i ulike geografiske områder, f.eks hogges det mest granskog og lite løvskog på Vestlandet, samtidig som det er motsatt i Troms. Dette gir ulike problemstillinger og interesser.
- *Skogindustrien* er utfordret på FoU og innovasjon for avsetning på massevirket etter massiv nedleggelse av massevirkeforbrukende industri siste ti-15 år, men også for annen bruk av sagtømmeret som kan gi bedre CO2-lagring og høyere foredlingsgrad og dermed verdiskaping. Transport og avsetning på biprodukter, bioenergi er blant andre aktuelle temaer for denne grupperingen.

**Organisasjonene** jobber for sine medlemmers særinteresser, og budskap og temaer for denne målgruppen avhenger av hvilken organisasjon man vil nå.





## Målgrupper og budskap for fylkesvise prosjekt

Hovedmål: Gjennom kunnskap og kompetanse stimulere til økt aktivitet og forståelse (få flere til å lese seg opp på skogstoff).

### Troms

Målgruppe:

Stortingspolitikere, fylkespolitikere og kommunepolitikere i Troms og nøkkelpersoner (beslutningstakere og involverte i næringen)

Budskap

- Skogbruket har store ambisjoner for framtiden og vil øke både CO2 bindingen og verdiskapingen.
- Vi har i dag mye lauvtre som skaper verdier for oss, blant annet i form av flis og andre råvarer.
- I framtiden vil det bli satsa mer på grantre som vil skape enda mer verdier og binde enda mer CO2 enn lauvtrærne.

Effekt mål:

Politikere: – å få bedre rammebetingelser for sektoren og øke aktivitet.

Nøkkelpersoner: – å spre mer informasjon for å inspirere og motivere til økt aktivitet.

### Rogaland

Målgruppe: Allmennheten og nøkkelpersoner (beslutningstakere og involverte i næringen) og skogeiere

Budskap

- Det er aktivitet i skogbruket som fører til økt verdiskaping og bedre klima, lokalt og regionalt.
- Gjøre aktører og saker i skog- og trenæringa kjent. Skog- og trebruk fører til lokal verdiskaping og flere arbeidsplasser
- Rogaland har gode forutsetninger for å bygge opp skogressursene sine. Ved å bygge opp skogressursene, satser vi på en grønnere framtid!

Effekt mål:

Allmennheten: – å øke forståelsen for skogbruk som kan være med å dempe motstand, øke interessen for skogbruk og stimulerer til aktivitet (ved å nå blant passive skogeiere).

Nøkkelpersoner: – å spre mer informasjon for å inspirere og motivere til økt aktivitet.

Skogeiere: – å inspirere til økt aktivitet, både hogst, men også generell skjøtsel av skogen. Synliggjøre verdiskapingen skogen kan gi.

## Hordaland

Målgruppe: brukere av bynære skoger, nøkkelpersoner (beslutningstakere og involverte i næringen) og skogeiere

### Budskap

- Det er svært mange som ikke egentlig skjønner hva "det grønne skiftet" innebærer. Prosjektet i Hordaland ønsker å gjøre det kjent for allmennheten.
- Skape positivitet og forståelse for flerbruk i bynære skoger der det drives både skogbruk og legges til rette for friluftsliv
- Informasjon om skogsbilveger. Skogsbilveger finansieres av skogbruket, men brukes av idrettslag, turgåere osv. Informere om alle aktivitetene som vegen kan brukes til og fordelene det har for helse og friluftsliv. Samtidig vise at skogsvegene er bygget av skogbruket, nettopp for å bruke under skogsdrift.
- Det er positivt å utnytte det råstoffet som skogen er, fremfor å la den gro igjen – verdiskapning.
- Tre er et viktig råstoff i det grønne skiftet, – å produsere skog er positivt for økonomien i det grønne skiftet.

### Effektmål:

Brukere av bynære skoger:

– å øke forståelsen av skogbruk for å dempe motstand og konflikter.

Nøkkelpersoner: – å spre mer informasjon for å inspirere og motivere til økt aktivitet.

Skogeiere: – å inspirere til økt aktivitet, både hogst, men også generell skjøtsel av skogen. Synliggjøre verdiskapningen skogen kan gi.

# FASE 1

## BUDSKAP OG TEMAER (alle)

### BUDSKAP:

### Aktuelle målgrupper

\*(Forkortelseskoder, se under)

De i fet skrift er vektlagt

**HOVEDBUDSKAP:** Verdiskapning og klimafordeler ved skogbruk **A, P, OF og S**

(– for å skape mer aktivitet i skognæringen langs kysten, for å utnytte et økende arsenal av råstoff og skape arbeidsplasser og verdier.)

### UNDERBUDSKAP:

- **Det grønne skiftet – bruk skogen** **A, P, OF og S**
  - Vise frem skogbrukets *potensiale* for å nå nasjonale *klimamål* og få til lokal og nasjonal *verdiskapning* – eksempler
  - Kretsløps-tankegang: Skape forståelse for lang omløpstid og det naturlige kretsløpet.  
Skogbruk er en del av skogens kretsløp med lang omløpstid. Hogst kan inngå som en naturlig del av suksesjonen som likner naturens egne kollapser av bestand, slik som brann, storm og andre skogskader. Hogst er ikke en endelig ødeleggelse av skogen, slik det ofte oppfattes.  
**A, AB, AM, AF, AA, P, OF**
  
- **Næringspolitikk:** **A, AN, AA, AS, P, OF, S**
  - Vise skogens økonomiske *verdi* **AS, P, OF, SS, SP**
    - råstoffets verdi – for skogeierne (og mulig annen næring på skogeiendommen – eks jaktterreng, turisme, småkraftverk med mer.) **AS, P, OF og SS**
    - foredlet verdi – for lokal industri **AN, P, SS, SP, SI**
    - evt *muligheter* for lokal industri. *Innovasjon.* **AN, AA, P og SI**
    - *Arbeidsplasser* **A, AA, P, OF, SI, SP**
  
- **Klima** **(Alle) A, P, OF, S,**
  - Vise frem klimafordelene ved bruk av skog og tre **A, P, OF S**
    - skog er *fornybart* råstoff fra et *bærekraftig* skogbruk **A, AM, AA, AD, P, SS**
    - klimaskogplanting **A, AM, AA, AD, P, SS**
    - CO<sub>2</sub>-binding og CO<sub>2</sub> *regnskap* **A, AM, AA, AD P, OF, SS, SI**
  
- **Bærekraft** **(Alle) A, P, OF, S**
  - Vise frem hvordan norsk skogbruk drives bærekraftig **A, AS, AM, AA, AD P, OF, S, SP, SI**
    - hvordan og hvorfor **A, AM, AA, P, OF, S**
    - sertifiseringsordninger miljømål (Levende Skog og MiS). **A, AM, AA, P, OF, S**

- **Fremmede treslag** **(Alle) A, P, OF, S**
  - Vise frem hva bruk av fremmede treslag innebærer **A, AM, AA, P, OF, S**
    - fakta **A, P, OF, S**
    - fordeler og ulemper **P, SS, SP, SI, O**
    - potensiale **A, AM, AA, P, OF, S**
    - bruk i Norge **A, AM, AA, P, OF, S**
    - bruk og forhold til fremmede treslag i andre land **A, AM, AA, P, OF, S**
    - når det bør brukes og når det ikke bør brukes og hvorfor? **OF, SS, SP**
    - videreføring **SP, SI**
    - klimafordeler og CO2-binding. **A, AM, AA, P, OF, S**
  
- **Friluftslivet** **A, AB, AM, AA, P, OF, S, SS, SP, O**
  - Vise frem skogbrukets **verdi** for friluftslivet og **informere** om skogbruk for økt forståelse og kunnskap blant brukerne av skogen til friluftsliv
    - Om skogsbilveier som er en stor verdi for turgåere. **A, AB, AA, P, OF, SS, O**
    - Hvordan skogbruk drives, hvorfor og hensyn som tas. **A, AS, AB, AA, P, OF, SS, O**
  
- **Rammebetingelser** **A, AS, AA, P, OF, S, SS, SP, SI, O**
  - Vise frem politikernes påvirkningsmuligheter **AA, P, OF, SS, SP, SI, O**
    - lover, forskrifter, tilskuddsordninger **P, OF, SS, SP, SI, O**
    - næringens behov og utfordringer **AS, AN, AA, P, OF, S, SS, SP, SI, O**
    - lokale forhold der politikernes beslutning får betydning for skogbruket **AN, AA, P, OF, S**
    - konsekvenser av vedtak for eksempel på arbeidsplasser (eks vern) **A, AS, AN, AA, P, OF, S, SS, SP, SI, O**
  
- **Skogbruk**
  - Vise praktisk skogbruk og informere om veiledningstjenesten i skogbruket til skogeiere – vise frem «hvordan man gjør det»? Hogst og skjøtsel. **AS, AA, OF, SS, SP**
  - Nå fram med informasjon og vise mulige løsninger og utfordringer langs kysten:
    - for tidlig hogst, manglende gjenplantning, avskoging(?) **A, AS, AD, AM, AN, AF, AA, P, OF, SS, SP, O**
    - transport, infrastruktur, flaskehals, kippkjøring, delbar last **AA, P, OF, SS, SP, SI, O**
    - behovet for kaier og båttransport **AA, P, OF, SS, SP, SI, O**
    - Få bukt med granskepsis, fremmede treslag, utsikt hav og kyst, gjengroing, beite **A, AS, AD, AM, AN, AF, AA, P, OF, SS, SP, O**
    - miljøorganisasjonenes systematiske arbeid mot skogbruk langs kysten **A, AS, AD, AM, AN, AF, AA, P, OF, SS, SP, O**

- manglende kunnskap i ulike ledd (eks regnskapskontorer, blant skogeierne selv m fl.) **OF, SS, SP**
  - avsetningsmuligheter eller råstofftilgang (avhengig av geografi) **OF, SS, SP, SI**
  - drift i bratt terreng **AS, AN, OF, SS, SP**
  - økonomi i bjørkeskogbruket (skogbruk uten sagstokken) **AS, AN, AA, P, OF, SS, SP, SI**
  - båndlegging av råstoff til industri (vern) **AS, AD, AM, AN, AA, P, OF, S, SS, SI**
  - skogreisingsgrana **AS, AM, AN, AA, P, OF, S, SS, SI**
  - nedbygd skogforvaltning og få «skogpådrivere» skaper mindre aktivitet **AS, AD, AN, AA, P, OF, S, SS, SP, SI, O**
  - klima, vær, storm, salt, større (økende?) nedbørsmengder **AS, AM, AA, P, OF, S, SS, SP**
- **Skogindustri** **(Alle) A, P, OF, S**
- Nå fram med informasjon og vise frem
- Muligheter for foredling av tre **AS, AN, AF, AA, AT, P, OF, SI**
  - Innovasjon **AS, AN, AF, AA, AT, P, OF, SI**
- **Forskning** **(Alle) A, P, OF, S**
- Spre relevant forskning om
    - skog, skogbruk **AS, AB, AM, AN, AF, AA, P, OF, SS, SP**
    - trebruk og treindustri **AN, AF, AA, P, OF, SI**
- **Rekruttering**
- Spre informasjon om mulighetene innenfor utdanning og jobb innen skognæringen **A (Alle), P, OF, S (alle)**
- **Skogskader**
- relevante skogskader – informasjon **A (Alle), P, OF, S, SS, SP, O**

\*Forkortelseskoder:

<b>1. Allmennheten</b>	<b>A</b>
Ikke-aktive skogeiere	AS
Deltakere møter osv	AD
Brukere friluftsliv	AB
Miljøinteresserte	AM
Næringslivsinteresserte	AN
FoU-interesserte	AF
Avis og magasin (lokal presse)	AA
Tre-brukere	AT
<b>2. Politikere</b>	<b>P</b>
<b>Offentlig forvaltning</b>	<b>OF</b>

<b>3. Skognæringen</b>	<b>S</b>
Skogeierne	SS
Næringsaktører:	
- Primærskogbruket	SP
- Skogindustrien	SI
Organisasjoner	O



**TREG AVSETNING:** På grunn av dårlig avsetning ble mye virke liggende lenge i lunner i påvente av utkjøring.

# Pessimist på vegne av Troms-skogbruket

Aadne Olsrud ser for tiden mørkt på Tromsskogbrukets framtid. Han mener tiltak for å fremme avsetningen på bjørkevirket i Troms må til for å redde den lokale næringsvirksomheten. I dag driver han i Salten i Nordland og utvikler flere ben å stå på.

TEKST OG FOTO: **LINE VENN**

Aadne Olsrud holder til i Tamokdalen i Indre Troms og har drevet som skogsentreprenør i 15 år. Olsrud Skogsdrift AS har lenge vært den største skogsmaskinentreprenøren nord for Saltfjellet, med mekanisert avvirking både med tradisjonelle skogsmaskiner og gravemaskin med klipp for biovirke. Lassbærermontert Bruks trommelfishugger med sidetippcontainer har vært en viktig del av virksomheten siden like etter oppstarten. For fem år siden så

Olsrud lyst på framtida for skogbruket i området og økte aktiviteten fra ett til to driftslag. Siden har det vært stridt.

## FRA OPTIMISME TIL VAKUUM

– Med det markedet som var for fem år siden var jeg optimist og investerte, både i nye maskiner og flere ansatte. Jeg hadde klokkertro på at avsetningen ville øke. Det var snakk om biovarmesentraler overalt og energifilstilskuddet ga fart i avvirkingen.

Siden har energiprisene falt og tilskuddet blitt fjernet. Det tok bunnen ut av aktiviteten, konstaterer Olsrud. Han tror faktisk tilskuddsperioden har bidratt negativt totalt sett. – Det skulle aldri vært gjort slik. Det kom over natta og forsvant like fort. Dermed har det etterlatt seg et vakuum som gjør at skogeierne har fått forventinger, blitt vant til høye priser og nå ikke vil hogge med de reelle prisene. Ordningen stimulerte til hogst av for mye virke som ble liggende ved





**VARIERT UTSTYR:** Olsrud bruker av og til gravemaskin og bjørkevirket samles i lunner og flises før det kjøres til mottaker i kontainere.



**PESSIMIST:** Aadne Olsrud har drevet med skogbruk hele sitt voksne liv, men aldri opplevd markedet så dårlig som nå. Salten Verks økte flisbruk og satsing på turisme er blitt Olsruds løsning i et Tromsskogbruk som ikke fungerer.

veg, men ikke ble solgt i tide og fikk redusert kvalitet – i et marked som var på tur ned. Tilskuddet skulle heller vært gitt til industrien for å sikre avsetningen, mener Olsrud.

### TROMS – EKSTRA HARDT

Olsrud mener Troms har vært et pionérfylke når det gjelder skogsflis. – Fordi vi ikke har sagtømmer som bærer driftene er økonomien på bjørka avgjørende. Hovedproduktet er flis, derfor ble Troms ekstra hardt rammet når flistilskuddet forsvant. Jeg investerte rett før krisen. Vi har så vidt klart oss uten å gå konkurs, men det har vært krevende. Heldigvis har jeg sluppet å si opp noen, men det var dessverre kjærkomment da to mann selv valgte å slutte i våres. Da solgte jeg to av maskinene til entreprenører i Tønsberg og Leksvik, forteller Olsrud. Laget som fortsatt er i sving reiser mye, og har jobbet så langt unna som Nord-Trøndelag. Men nå er Olsrud lei av å reise så langt med tungt utstyr.

### KNAPPEST «BREAK EVEN»

Da flis var i skuddet satset Allskog sammen med Troms Kraft på flisfyring i Tromsø. Men med dagens lavere energipriser har

Troms Kraft solgt fjernvarmenettet til det private selskapet Kvitebjørn Varme AS som bygger avfallsforbrenningsanlegg i byen. – Allskog ville at alt i utgangspunktet skulle avvirktes innen fem mil fra Tromsø for å sikre økonomi i driftene. Men i vinter avtalte jeg å drive her nede omkring 10 mil unna, bare for å ha noe å gjøre, selv om vi ikke klarte å regne hjem prisene. Vi har gått under gjeldende pris for å slippe å si opp folk. Det gikk knapt nok «break even» for meg, men det var billigere enn å permittere. Det er selvfølgelig ingen løsning på sikt. Man kan ikke drive med disse prisene over tid, rister en oppgitt Olsrud på hodet.

### SKOGBRUK HELE LIVET

Aadne Olsrud har i hovedsak drevet med skogbruk hele sitt voksne liv. Allerede som 15-åring kjøpte han sin egen motorsag på avbetaling og begynte å hogge. Han tok fagbrev som privatist og jobbet for Statskog som skogsarbeider. Om vinteren var det tømmer, om sommeren avstandsregulering. Siden har han også jobbet med forvaltning. Da mekaniseringen kom ville ikke Statskog eie maskiner selv og han ble entreprenør. Olsrud eier også selv en slump skog, 3800

dekar bjørk, der han drev fram en god del relativt nylig. Nå foregår all aktivitet som entreprenør med et lag og tre mann for Allskog i Saltdalen, der det i hovedsak hogges barte til Salten Verk.

### TROMS-SKOGBRUKETS UTFORDRINGER

Olsrud synes det er smertelig at det ikke er lønnsomt å drive med dagens priser. – I Troms dominerer bjørka. Grana og furua kommer ikke før om 20 år, men da får vi fin produksjonsskog. Og da er det dumt om apparatet og kompetansen er bygd helt ned, mener han. Men god økonomi i bjørkeskogbruken er krevende å få til, mange faktorer sender driftsprisen i været. Små dimensjoner, ofte både 10 og 12 trær pr m<sup>3</sup>, liten kubikkmasse pr areal, i snitt 5-7 m<sup>3</sup> pr daa i Troms, selv med gren og topp inkludert. Dårlig utbygd skogsveinett kombinert med mye vassjukt, myrete og bratt terreng kompliserer. Og når man tar ut hele treet, har man ikke kvist å kjøre på og det gir større fare for sporskader. Snø som ikke er et problem i barskogdrift vinterstid, blir fort problematisk ved bjørkehogst da snøen legger seg helt inntil stammen, i motsetning til på grana der det normalt går an å komme helt ned til ➔



**OPPKJØRING:** Her kjører maskinene opp i feltet.

bakken selv med over en meter snø. Små drifter og lange maskinflytt er også kjente utfordringer, forklarer han.

#### STORE RESSURSER

For det er ikke ressursmangel som begrenser aktiviteten i Troms. – Det står jo 15-20 millioner m<sup>3</sup> bjørk her i fylket og over 40% er drivbart. Det er enorme mengder uutnyttede ressurser. Men for å få det lønnsomt, må det virkemidler til. Og jeg mener de må settes inn på kjøpersiden, slik at råstoffet dras gjennom systemet ved hjelp av etterspørsel. Da går prisene i andre enden opp. Varmesentral er jo bygd og representerer en stor etterspørsel. Med lønnsomme varmesentraler, vil det være grunnlag for to-tre hogstlag i Troms, tror Olsrud.

#### SATSER PÅ TURISME

Selv ser Olsrud nå på mulighetene for turisme. Det er enorm pågang fra utlandet om vinteropplevelser her i Troms nå, særlig fra Asia. Han planlegger et ski- og hytteanlegg på eiendommen sin. – Jeg er lei av å ha det

marginalt på alle måter og må finne noe annet å holde på med. Men hvis drifta og samarbeidet med Allskog går bra i Nordland framover akter jeg ikke å legge ned den delen av virksomheten, selv om jeg legger til rette for flere ben å stå på. Og blir det mulig-

heter er jeg ikke fremmed for ny satsing i Tromsskogbruket, men da må det bli stabil etterspørsel som kan betale det det koster å få fram virket. Jeg er ikke optimist på vegne av skogbruket i Troms akkurat nå, avslutter han.

## Bjørkedrift i Tamokdalen

I liene overfor hjemmet sitt eier Olsrud skog. Her driver han bjørkeskogbruk og hogde relativt nylig fin bjørk. Først lager han oppkjøringsveier for å komme til toppen av feltet. Disse veiene legges etter eksisterende terrengformasjoner så langt det går med hogstmaskin, hvis nødvendig brukes gravemaskin. Så lar han maskinene gå rett ned lia og driver skogen fortløpende bortetter. – Den beste skogen ligger midt i lia, under tregrensa på 600 meter. Og nederst er det ganske bløtt, så bjørka der er litt vassjuk, forteller han. Bjørka drives hel med greiner og topper og det betyr at hvert lass får utnyttet 2/3 av kapasiteten, sammenliknet med utkjøring av kvistfritt tømmer. Vel nede hauges virket opp ved skogsbilvegen. Olsrud har hentet ut til sammen 2432 fastkubikkmeter bjørkevirke i denne lia på sin eiendom og en naboteig. 1552 fm<sup>3</sup> ble fliset opp og levert til Tromsø, resten gikk til et stadig krympende vedmarked. De siste stokkene lå over et år før de ble kjørt ut senhøstes. Men skulle prisene endre seg vil Olsrud ta ut resten.

# Tøft å være skogbruksleder i Troms

Skogbruket i Troms handler i stor grad om bjørk. Den er vanskelig å avvirke og tung å få lønnsom med dagens energipriser. Kompenserende tilskudd har tidligere gjort det mulig å nytte den store ressursen bjørka er i fylket. Og bare tilskudd kan sette fart i aktiviteten igjen nå, tror Jan Are Kristiansen, skogbruksleder i Allskog i Troms.

TEKST OG FOTO: LINE VENN

Kristiansen har en travel oppgave med å nå skogeierne i nordre Nordland og hele Troms. Og han merker godt utfordringene i bjørkeskogbruket – Det står enorme mengder bjørk i fylket, også tilgjengelig, men den er vanskelighogd, krokete, lei å ta ut når det er snø, og volumkrevende å frakte. Noen ganger fraktes rundstokker, men da faller store deler av volumet bort, fordi mye ligger i grener og topper. Når man frakter heltre, med stive grener, går det bare 2/3 volum på lasset, sammenliknet med rundstokker. Derfor flises mye av bjørka direkte i skogen og fraktes ut i containere. Ved hogst står det 5-7 m<sup>3</sup> på målet, mot omkring 20 m<sup>3</sup> pr

dekar for gran og furu på disse kanter av landet, forklarer Kristiansen. Han forteller at tidene var bedre fram til 2006, da sponplatefabrikken Troms Tre i Sørreisa fortsatt var operativ. – Da den gikk ble det gitt omkring 45,- kr pr m<sup>3</sup> i vanskelighetstilskudd for å ta ut lauvtrevirke til industri. Det er borte nå. Og etter at også energiflilstilskuddet forsvant, har det blitt vanskelig å få økonomi i lauvskogen her, innrømmer Kristiansen.

## UTFORDRENDE

Nå skal han prøve å erstatte 15.000 m<sup>3</sup> «importert» virke fra Trøndelag med lokale

ressurser til Finnfjord smelteverk. Til dette er Kristiansen litt pessimistisk. – Det tas ikke ut nok bjørk. Prisene er for lave. Vi prøver å få til 50 kroner pr kubikk i rotnetto, men det er krevende. Og med flilstilskuddet, som ga skogeier det dobbelte en periode, er folk blitt for godt vant. Resultatet er at interessen nå er laber, medgir Kristiansen som er i direkte kontakt med skogeiere hele tiden. Han forteller at da sponplatefabrikken var i drift ble det glatt levert 30.000 m<sup>3</sup> i året dit, mens det nå er vanskelig å få ut 10-12.000 m<sup>3</sup>.

## MÅ HOLDE TRYKKET OPPE

I tillegg sliter han med å forholde seg til mange små eiendommer og halvinteressererte skogeiere med andre inntekter. – Oppsøkende virksomhet og kontinuerlig oppfølging er helt nødvendig for å få aktivitet. Bortsett fra når bjørka råtner hos folk, da tar de kontakt. Men når vi hogger i enkelte områder, ser naboene aktiviteten og hiver seg med. Slik kan drifta bli større enn først forutsett. Det viser at det er interesse når folk bare ser at det kan gjøres. Og det er viktig å få til litt ➔



**HELTREFRAKT ELLER FLISING:** Når man frakter heltre, med stive grener, går det bare 2/3 volum på lasset, sammenliknet med frakt av rundstokk. Derfor flises mye av bjørka direkte i skogen og fraktes ut i containere. Her fra bjørke-drift i Tamokdalen.



**HARDE TIDER:** Skogbruksleder i Allskog Jan Are Kristiansen vil ha tilskudd for å løfte dagens marginer og opprettholde virkesstrømmen gjennom en litt trå tid.

større hogster så flyttekostnadene på maskinene holdes nede. Marginene er så små at det er helt nødvendig, mener Kristiansen. Han er også klar på at det er viktig å holde trykket oppe for å skape interesse, men får liten hjelp av det offentlige apparatet. I 1994 kunne man telle 22 årsverk for skogbruksjefer i Troms, idag er bare 5,5 stilling igjen. Slik blir Kristiansen ofte ganske alene i sitt virke.

#### MANGLER SAGBRUK

Troms var ganske sent ute med skogreising, så mesteparten av denne skogen er ikke hogstmoden ennå. – Den er vel klar om 20 år. Da blir det fint å være skogbruksleder her. Da kommer nok folk rennende, smiler Kristiansen. Men han frykter at apparatet da kan være nedbygd, hvis ikke forholdene bedres nå.

Kristiansen savner også sagbruk i området. – Slik det er nå sender vi det lille sagtømmeret vi tar ut sørover, hvis vi klarer å samle opp en båtlast før virket blir blått. Hvis ikke går det i flishoggeren. Det er trist, syns han

når det samtidig importeres mye trelast fra Sverige og Finland til regionen. Småsagbrukene tar imidlertid imot noe og lager gjerne spesialvare som for eksempel villmarkspanel eller grove bærebjelker.

#### TØFT FLIS-MARKED

Mesteparten av Troms-virket går derfor til flis i smelteverksovner og varmesentraler.

Men lave strøm- og oljepriser gjør at også dette går trått for tiden. – Selv vedsalget har sunket. Norsk Gallups siste undersøkelse fra 2014 viser dette tydelig. Det har pleid å være god butikk, men vedprodusenter og forhandlere merker også de lave energiprisene og at mange har fått varmepumper. Folk fyrer mer med strøm, understreker Kristiansen.

#### FAKTA: Skogen i Troms:

4% gran – mellom hkl 1 og 4.

10% furu – mellom hkl 1 og 5 – lite i hkl 5. En del klart for tynning i hkl 3. Mye naturlig foryngelse fra frøår rett etter krigen, (som erstattet skogene som ble uthogd av tyskerne.)

86% bjørk – stort sett hkl 4 og 5 – stående volum 5-10 m<sup>3</sup> pr dekar.

Avsetning: Flis til varmesentraler og smelteverk, og ved. Noe sagtømmer til lokale småsagbruk.

Rotnetto bjørk: ca 50,- kr pr m<sup>3</sup>.

Driftskostnader bjørk: 200-250,- kr pr m<sup>3</sup>.

Tidligere flistilskudd ga ca 50,- kr pr m<sup>3</sup> ekstra.

Skogeierdommer i Troms: Omkring 10.000 over 25 dekar. 200 skogeiere er medlemmer i skogeierandelslag.



**SKOGSVEGER ER TURVEGER:** NIBIO har forsket på og funnet ut at halvparten av alle turer i Norge foretas på skogsbilveger. I Balsfjord utgjør 450 km et godt turvegnett og øker også tilgjengeligheten til friluftsområder utenfor vegene.

# Skogsveger som turveger i Balsfjord

Troms: I Balsfjord har skogbrukssjef Gunnar Kvaal gjennomført prosjektet Skogsveger som turveger. Det har bevisstgjort flere om betydningen skogsvegene våre har for turgåerne.

TEKST OG FOTO: **LINE VENN**

Med friluftsmidler fra LMD i friluftslivets år i fjor, ble prosjektet Skogsveger som turveger startet opp. Mange skogsveger i Balsfjord har stor betydning for turgåere, og dette ville Kvaal belyse.

– NIBIO har forsket og funnet ut at halvparten av alle turer i Norge foretas på skogsbilveger. Det var et godt utgangspunkt. Det dreier seg om ski, sykling, ridning og turgåing, forteller Kvaal.

I Balsfjord kommune er det 450 km skogsbilveg (i klasse fra 3 til 7, både traktorveger og bilveger) fordelt på 250 veger som utgjør et godt nettverk av turløyper og tilgang til friluftsområder. Gunnar Kvaal fikk 25 vegstubber med i prosjektet (etter 70 henvedelser). På disse undersøkte man blant annet parkeringsmulighetene, tilgjengeligheten (om det var bom eller stengt noe sted) mulige attraksjoner og kulturminner i området, aktuelle turmål og rett og slett

bruken. – Med en spørreundersøkelse fikk vi kartlagt bruken. Friluftsløven gir folk rett til å bruke vegene og disse gir jo fantastisk atkomst til fjell og skogområder, med flott friluftsopplevelse som jo er en økende aktivitet i Troms, understreker Kvaal. Han ser opplevelsessentre for turister vokse frem og hvordan terrengsykling og randoneé-skikjøring har tatt av i distriktet siste 5 årene. – For eksempel ligger Lyngsfjord Adventure like ved en gammel skogsveg som gir adkomst til aktivitetssenteret, sier han.

Prosjektet har kartlagt og belyst bruken i kommunen, forbedringspotensialet på eksisterende veger mhp parkeringsmuligheter, åpning av bommer osv. Og dessuten vist behovet for enkelte for nye vegtraseer. Kvaal syns prosjektet har gitt nødvendig bevisstgjøring om denne flerbruken og anerkjent skogsvegernes betydning for friluftslivet.



**PÅDRIVER:** Skogbrukssjef i Balsfjord Gunnar Kvaal ivrer for vegbygging i kommunen både for skogsdrift og turgåing. Gjensidig forståelse mellom skogeiere og allmennheten er i den forbindelsen viktig, mener han. (Tromsø-capsen har trønderen fått av barnebarna, som nok må innse at bestefars lag vant serien sist sesong også.)

## Fase 2: Kartlegge eksisterende informasjonskanaler, informasjon og samsvarsvurdering

- Utarbeide oversikt som viser om det er samsvar mellom tilgjengelig informasjon og behov for supplerende kunnskapsformidling, med bakgrunn i de definerte målgruppene og kommunikasjonsbudskapene fra fase 1.
- Definere en oversikt over eksisterende kommunikasjonsplattformer/kanaler i hht. målgrupper. Herunder aktuelle mediehus og aktuelle partnere.
- Nordland: Utføre spørreundersøkelse

### **Eksisterende informasjonskanaler og informasjon:**

#### *Nordland:*

Spørreundersøkelsen som utføres av Skognæringa kyst har som mål å finne ut omtrent hva slags nivå kunnskapen om skogbruk ligger på blant vanlige innbyggere noen steder i Kystskogbruket, samt om de har positive eller negative holdninger til skogbruk. Dette vil gi en pekepinn på hva slags behov det er for informasjon rettet mot allmennheten.

#### *Troms, Hordaland og Rogaland:*

##### IKKE-DIGITAL:

Vurderinger av delprosjektansvarlige er gjort over det som fins av IKKE-DIGITAL informasjon og kanaler i deres områder.

##### DIGITAL:

Meltwater er en leverandør av medieovervåkingstjenester som Norsk Skogbruk abonnerer på. Denne dekker store deler av den digitale informasjonen som kommer ut om norsk skogbruk gjennom et utvalg med søkeord.

I en oversikt (vedlegg) fra september 2015 til september 2016 kommer det fram at 42 publikasjoner har mer enn 20 saker som inneholder minst et av søkeordene i løpet av et år. Utenom de har 442 publikasjoner gitt ut færre enn 20 saker med søkeordene. Det er altså søkeord som dukker opp sjelden i mange publikasjoner, også er det noen publikasjoner som ofte skriver om skogbruk.

Det kan være verdt å merke seg hvilke publikasjoner som ofte publiserer saker om norsk skogbruk. De som ofte skriver om skogbruk kan ha lavere terskel for å ønske å publisere saker om temaet fordi de har en lesergruppe som har en etablert interesse for temaet, eller av andre grunner. Det kan bety at det er større sjanse for at de vil bruke nyhetstips innsendt om skogbruk. De publikasjonene som er registrert med få saker om skogbruk når gjerne ut til grupper av befolkningen som i dag ikke får nok aktuell informasjon om skogbruket og som dermed faller inn under gruppen med mennesker som har et behov for mer informasjon.

#### *Oversikt over digitale nyheter og kanaler i prøveområdene (Meltwater) (vedlegg):*

Prosjektet har utarbeidet lister over de tre delprosjekt-fylkene med informasjon fra siste året (oktober 2015 til oktober 2016):

- hvilke medier som har publisert skogbruksstoff
- temaene som omhandles og i hvilken grad (antall artikler)

*Landsoversikt over digitale nyheter og kanaler (Meltwater):*

Tilsvarende liste kan utarbeides på landsbasis hvis det er interesse for en slik oversikt. (Vil nok ta en drøy dag. Kan gjøres i regi av Norsk Skogbruk, om ønskelig.)

### **Lister over eksisterende kommunikasjonsplattformer/kanaler og målgrupper av disse:**

I listene som er utarbeidet har hver oppføring med minimum e-post adresse og navn på aktør som informasjon. Mer informasjon kan fylles inn.

Oppføring av f.eks kontaktperson må fylles inn etterhvert som det har blitt etablert kontakt med de. Ansatte, telefonnummer, adresser og liknende kan bli endret innimellom. Derfor lager vi en dynamisk liste som ligger på nettet en plass hvor brukere av listen kan gå inn og endre informasjon når det passer.

I listene blir det markert i kolonnen "kommentarer" om publikasjonen skriver ofte om skogbruk (20 ganger eller mer i løpet av 2015-2016), om de skriver litt om skogbruk (5-20 ganger i løpet av et år), eller sjelden ( 5 ganger eller sjeldnere).

### **Kommunikasjonsplattformer/kanaler sammenstilt med målgruppene:**

Denne oversikten viser hvilke av de ulike plattformene/kanalene som passer til hvilke målgrupper

<b>MÅLGRUPPE</b>	<b>PLATTFORMER (nett og papir)</b> – Riksaviser – Fagtidsskrift – Hjemmesider (nyheter), – Nyhetsbrev – Pressemeldinger – (lokalaviser – egen liste)	<b>ANDRE PLATTFORMER</b>
<b>Allmennheten:</b> – Ikke-aktive skogiere (AS) – Deltakere på møter/arr (AD) – Brukere friluftsliv (AB) – Miljøinteresserte (AM) – Aviser og magasin (AA) (media henter info fra hverandre)	Magasinet KLIMA (fra Cicero) Natur og miljø (Naturvernforb. medl.blad) Fjell og vidde DNT-medl. blad) Jakt og fiske (NJFF -medl.blad)  – Riksavisene av og til – Hjemmesider og nyhetsbrev fra org. og bedr. – Pressemeldinger fra org. bedr.dep.mfl. (går til aviser og blader bla.)	– Informasjon presentert i skogen: Info-plansjer /skilt fra interesseorganisasjoner, idrettslag. Disse kan videredistribuere informasjon på nettsider, i nyhetsbrev og på arrangement. – Arrangementer/møter

	– NRK, Riks-Tv og lokal-nytt	
<b>Allmennheten: – Næringslivsinteresserte (AN)</b>	Riksaviser: E24.no Dagens Næringsliv Finansavisen Hegnar.no  Kapital (fagblad)	Noen årlige arrangementer: Arendalsuka
<b>Allmennheten: – FOU interesserte (AF)</b>	InnoMag.no Forskning.no Byggforsk.no (SINTEF) Nibio.no (nyheter) Treteknisk (Norsk tretekn inst)	Div. arrangement som konferanser, fagdager o.l.
<b>Politikere (P)</b>	E24.no Dagens Næringsliv Finansavisen Kapital Nasjonen Bondebladet Fagblader (alle av interesse) Hjemmesider – nyheter (søk) Nyhetsbrev som: Årringer, Danske Banks Kystskogbrukets med mer. LMD-nyheter Miljødir.-nyheter – NRK, Riks-Tv og lokal-nytt og nett NRK.no	Div. arrangement som konferanser, fagdager o.l.
<b>Offentlig forvaltning (OF) (inkl forskning og utd.)</b>	Nasjonen LMD-nyheter Miljødir.-nyheter InnoMag.no Forskning.no Byggforsk.no (SINTEF) IPCC Media (nyheter fra IPCC) – NRK, Riks-Tv og lokal-nytt og nett NRK.no	Div. arrangement som konferanser, fagdager o.l.
<b>Skognæringen (S):</b>	Norsk Skogbruk	Noen årlige



<p>– Skogeierne (SS) og – Næringsaktører i • primærskogbruket (SP)</p>	<p>Skog.no - Skogeierforb. (NSF) (pressemeld. og nyheter) Skog (NSF - medl blad) Kystskogbruket.no (nyhetsbrev) Treindustrien (fagblad) Trenytt (nyhetsbrev fra Treindustrien-fagbaldet) Skogen (Sv fagblad) Föreningen Skogen (eSkogen) (Sv) Bondebladet Bonde og småbruker Bedre gardsdrift Norsk Landbruk Nationen Danske Banks nyhetsbrev</p>	<p>arrangementer: Skog og Tre Skogforum Østerdalskonferansen Kystskogbrukskonf. MEF-dagene Naturviterforum Arendalsuka</p>
<p>• Skogindustrien (SI)</p>	<p>Byggfakta.no Byggeindustrien Byggforsk.no (SINTEF) Trenytt.no (fra fagbladet Treindustrien) Treindustrien (fagblad) Teknisk Ukeblad VVS Aktuelt Nyteknikk.no Side3.no Nobio.no (medl. nyhetsbrev) Energibransjen.no Syslagronn.no Moelven.no - nyheter Norske skog – pressemeld. Pemco - nyheter Energirapporten – tekn nyheter</p>	<p>Noen årlige arrangementer: Treforedlingsforum Treforedlings-symposium Bioenergidagene Enova-dagene Arendalsuka</p>
<p><b>Organisasjoner (O)</b> <b>(målgr. Medlemmer og særlig</b> <b>Andre medier)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– <b>Norges Skogeierforb.</b></li> <li>– <b>Norskog</b></li> <li>– <b>MEF - Maskinentr. Forb</b></li> <li>–</li> <li>– <b>Norges Bondelag</b></li> <li>– <b>NoBio – Norsk</b></li> </ul>	<p>Medlemsnytt/medlemsblader /pressemeldinger (pm)</p> <p>skog.no, Skog (medl blad), pressemeld</p> <p>norskog.no, Årringer (nyhetsbrev), pm.</p> <p>Mef.no, Anleggsmaskinen, nyhetsbrev</p> <p>Bondelaget.no (nyheter)</p> <p>NoBio.no, nyhetsbrev, pm</p>	<p>Noen årlige arrangementer: Skog og Tre Skogforum Østerdalskonferansen Treforedlingsforum Treforedlings-symposium Zero-konferansen MEF-dagene Bioenergidagene Naturviterforum</p>

bioenergiforening – <b>Norsk fjernvarme</b> – <b>Bygdesagforeningen</b> – <b>Treindustrien</b> – <b>Naturvernforb.</b> – <b>Zero</b> – <b>Bellona</b> – <b>WWF</b> – <b>DNT</b> – <b>NJFF</b> – <b>Naturviterne</b>	Norskjernvarme.no, pm Sagbladet (medl blad) Treindustrien.no, pm Natur og miljø (medl.blad) Zero.no (nyheter) Bellona.no (nyheter) WWF.no (nyheter) Fjell og vidde (medl. blad) Jakt og fiske (medl.blad) Naturviterne.no (nyheter) Naturviterne (medl blad)	Arendalsuka

Dette er kanskje det viktigste utvalget av informasjonskanaler i skogbruks-Norge i dag (listen er på ingen måte komplett – fyll gjerne inn mangler).

#### Sosiale medier:

I tillegg er det sosiale medier som vi her ikke har studert. Her fins det et mangfold av kanaler, fortrinnsvis på plattformene; Facebook, Twitter, Snpachat, Instagram – i tillegg til en verden av blogger og interaktivitet på ulike hjemmesider.

Gjennom abonnement på sosiale medier hos Meltwater i et halvt år, vil vi få en idé om dette mangfoldet. Det vil gi nyttig erfaring sammen med kurs i sosiale medier på Institutt for journalistikk, og utprøving av noen av disse i prøveområdene. Dette kan gi et eventuelt grunnlag for en videreføring av dette prosjektet senere.

\*

\*

\*

#### Samsvarsvurdering:

##### TROMS:

##### IKKE-DIGITALT

**Eksisterende informasjonskanaler** som brukes er:

- oppsøkende virksomhet,

- skogdager
- messedeltaking
- kurs og samlinger
- vegmøter
- årsmøter
- orienteringer i kommunestyrene
- avisartikler/pressemeldinger
- nettartikler (se eget vedlegg over kartlagte nettartikler siste året via overvåkningstjenesten Meltwater.)
- m.fl.

**Hovedmålgruppa** er ofte skogeiere, men også næringsaktører, allmenheten, politikere, barn og unge er i målgruppa for informasjon. Disse målgruppene kan splittes i flere undergrupper. F. eks. næringsaktører kan være entreprenører, gårdssagbruk, vedprodusenter, juletreprodusenter, biovarmeanlegg, trebrukende bedrifter m.fl.

**Budskapet i informasjonen** varierer over et bredt felt og tilpasses etter hvem som er mottaker.

**Dagens avsendere:**

Det er i hovedsak skogfunksjonærer i kommunene og hos Fylkesmannen, Troms skogselskap og Allskog som arbeider med dette i fylket.

**Samsvarsvurdering mellom det eksisterende IKKE-DIGITALE og behovet:**

Informasjonsarbeid er ressurskrevende og kapasiteten i forvaltninga og organisasjoner er sterkt redusert de siste åra. Antallet informasjonstiltak er redusert. Noen gode kanaler og informasjonsspredere er blitt borte (Tromsskog, fylkeslandbruksstyret, noen kommunale funksjonærer). Skognæringa er lite synlig og kontakten med politikerne er liten. Det er «mange budskap» å formidle og viktig å gjøre det tydelig nok. Næringsaktørene er små og har lite ressurser til å drive utadretta informasjonsarbeid på eget initiativ. Nye kanaler for informasjonsspredning er lite tatt i bruk.

Prosjektet «Informasjonsspredning og kunnskapsløft for økt aktivitet i kystskogbruket» kan bidra til at vi i Troms kan få prøvd ut nye måter å kommunisere på, teste nye informasjonskanaler, nå bedre ut til målgrupper som får lite informasjon i dag og skape bedre kunnskap og positive holdninger til skogbruket i fylket.

**DIGITALT** (medier) – (Egen detaljert liste over sakene og kanalene i Troms):

**BUDSKAP – Eksisterende informasjon i media (Kilde: Meltwater):**

PERIODE: 21. okt 2015 – 21. Okt 2016:

**TROMS:**

(65 treff – 29 relevante)

SUM:

<u>TEMAER:</u>	<u>antall</u>	<u>lokale (nasjonale)</u>
Norske Skog	4	nasjonalt

Statskog	2	nasjonalt
Politikk	4	nasjonalt
Arbeidsplasser Skog nevnt	2	nasjonalt
Utdanning	2	lokalt
Praktisk(?) skogbruk	1	nasjonalt
Skogsindustri	1	Nasjonalt
Skogskader	4	lokalt
Jakt og fiske	4	lokalt
Klima og skog	2	nasjonalt
Skogvern	1	lokalt
Utland brann og avskoging	2	internasjonalt

### Samsvarsvurdering mellom det eksisterende DIGITALE og behovet:

Resultatene fra Meltwater er ikke en fullstendig oversikt men viser en trend.

#### Konklusjon:

Det er generelt få saker om skog, skogbruk og skognæringen i Troms' lokalpresse (29 siste året). De fleste omhandler nasjonale forhold som nyheter om Norske Skog, Statskog og generell skogpolitikk inkludert temaet arbeidsplasser. Disse sakene er gjerne hentet fra andre medier, spesielt NTB.

Av de få lokale sakene som ble laget (11 stk), handler de fleste om bjørkemålerangrep og jakt og fiske. Bare tre saker omhandler den lokale skognæringen direkte og de omfatter temaene utdanning (2 stk) og skogvern. Én sak om praktisk skogbruk er trykt siste året og denne var ikke lokal.

Antall kanaler er dessuten få, åtte medier skriver om skog, og Folkebladet skriver langt mesteparten (egen liste over kanalene for Troms).

Det er vel ingen overdrivelse å si at lokalt stoff om skog, skogbruk og skognæring og industri nær sagt er ikke-eksisterende i lokal presse i Troms. Slik er alle tilskudd kjærkomne.

Mest aktuelt er å formidle budskapene foreslått av delprosjektansvarlig under fase 1.

\*

\*

\*

### HORDALAND:

#### IKKE-DIGITALT(?)

<u>Infokanal</u>	<u>Mottaker</u>	<u>Avsender</u>
Velg skog prosj	Skoler mv	prosjekt valg skog
Nettsider	skogeiere	Nortømmer/Vestskog
Infomøter/nettside	komm./Fylkesk./politikere	Fylkesmann-landbruk
Infomøter/nettside	kommuner/Fylkesk./adm.	Fylkesmann-landbruk
Nettsider	Allmuen/presse/skogeigar mv	Kystskogprosjekt
Skogdager/kvelder	skogeiere/allmuen	Lokale skogeigarlag
Møter/foredrag	Allmuen	Flere- inkl.

**DIGITALT** (medier) – (Egen detaljert liste over sakene og kanalene i Hordaland):

**BUDSKAP** – Eksisterende informasjon i media (Kilde: Meltwater):

PERIODE: 21. okt 2015 – 21. Okt 2016:

HORDALAND:

SUM

TEMAER: antall lokale (nasjonale):

144 treff (92 relevante)

Politikk	2	nasjonalt
Næring / arbeidsplasser (Skog nevnt)	7 (1)	Lokalt (nasj)
Utdanning	2	lokalt
Praktisk(?) skogbruk	5	lokalt
Transport	8	lokalt
– veg	5	Lokalt
– kai	3	lokalt
Skogsindustri	19 (1)	Lokalt (nasj)
– sagbruk	8	lokalt
– produkter 2 (massivtre) 6	8 (1)	Lokalt (nasj)
– Ved	6	lokalt
Skogskader	2	lokalt
Jakt og fiske	3	lokalt
Friluftsliv – bynært skogbruk	14	lokalt
Klima og skog	8 (5)	Lokalt (nasjonalt)
Skogvern	5 (2)	lokalt (nasjonalt)
Skogbruk nevnt i forbindelse med intervjuer med folk:	3	lokalt
Kommunenytt	7	lokalt

#### **Samsvarsvurdering mellom det eksisterende DIGITALE og behovet:**

Resultatene fra Meltwater er ikke en fullstendig oversikt men viser en trend.

#### **Konklusjon:**

Langt de fleste sakene i Hordaland er lokale og nesten alle er laget spesifikt fra området og ikke hente fra andre medier. I Hordaland er man opptatt av industridelen og mulig verdiskapning, med dertil interesse for lokale arbeidsplasser. I tillegg er friluftsliv godt representert i lokalmedia, og særlig de bynære skogene rundt Bergen. Klima og skog og skogvern er dessuten også omhandlet en del ganger siste året, men ikke alltid i skogbrukets favør.

Av skogstoff som omhandler praktisk skogbruk er det transport som er mest omtalt. Noe praktisk skogbruk omtales.

Det er i Bergens Tidende som skriver mest om temaet. Strilen, Avisa Nordhordland og TV2 lager noen skogsaker også. Strilen er flink med praktisk skogbruk, mens Tv2 oftest omtaler saker som gir negativt omdømme for skogbruket.

Ellers kommer en del kommuner i Hordaland ut med noe informasjon innimellom.

Konklusjonen er at i alle fall Bergens tidende dekker friluftslivet i skogene rundt Bergen ganske godt og at det er interesse for skogsindustri og arbeidsplasser. Derimot er praktisk

skogbruk i liten grad dekket. Dessuten er det ingen bred pressedekning på skog. Hvis du er Hordalending og ikke leser Bergens Tidende, blir det lite skoglesestoff. Konklusjonen er dermed at det også i Hordaland er et stort behov for å spre informasjon og kunnskap om skog, skogbruk og skognæring.

Av listen over aktuelle budskap ble det av delprosjektansvarlig (Jørgen Frønsdal) uttrykt spesielt interesse for:

- Verdiskapning, økonomi i skogbruket, potensiale for eksisterende og gjerne ny industri som grunnlag for nye arbeidsplasser (mye råstoff eksporteres i fra Hordaland i dag).
- Det ble også uttrykt interesse for saker som omhandler praktisk skogbruk, både hogst, men også skjøtseloppfølging før og etter hogst.

\*

\*

\*

#### **ROGALAND:**

**DIGITALT** (medier) – (Egen detaljert liste over sakene og kanalene i Hordaland):

**BUDSKAP – Eksisterende informasjon i media (Kilde: Meltwater):**

PERIODE: 21. okt 2015 – 21. Okt 2016:

ROGALAND:

SUM

<u>TEMAER:</u>	<u>antall</u>	<u>lokale (nasjonale)</u>
Praktisk skogbruk	4	2 (2)
Utdanning	4	4
KIS	1	1
Verdiskapning/næring/arb. plasser	4	2(2)
Vern og miljø	2	1(1)
Skog og klima	3	1(2)
Friluftsliv	3	3
Gråtass skadet i tømmerhogst	3	3
Offentlig forvatning	1	1
Kommunestoff på egne hjemmesider	6	6

#### **Samsvarsvurdering mellom det eksisterende DIGITALE og behovet:**

Resultatene fra Meltwater er ikke en fullstendig oversikt men viser en trend.

Konklusjon: Det er også i Rogaland få skogsaker i lokal presse, bare 34 på et år, på lik linje med Troms. Men i Rogaland handler noen av sakene om lokalt praktisk skogbruk. Det er også interesse for utdanning (kan skyldes flere oppslag om en enkeltsak). Skogvern, skog og klima og friluftsliv er mer omtalt enn praktisk skogbruk. At Gråtass blir skadet i tømmerhogst får 3 oppslag alene, sier litt om fokuset.

Det er Haugesunds avis og Bondevennen som har skrevet mest om skogbruk siste året.

Konklusjonen er at det også i Rogaland skrives fint lite om skogbruk og at det med fordel kan økes informasjonsraten om næringen her.

Delprosjektansvarlig, Gerd Inger Aarnes' samsvarsvurdering ut fra lokal kjennskap er den samme: fint lite gjøres, alt av ny informasjonsaktivitet er kjærkomment.

Budskap planlegges valgt ut fra hvilke saker som blir aktuelle under prøveperioden for de aktuelle målgruppene i Rogaland og idéer kan hentes fra lista over budskap og/eller sorteres under temaene der. Enkeltsaker og temaer vil legges inn i delprosjektplanen fortløpende.

\*

\*

\*

**ALLE:**

**Aktuelle temaer og saker:**

Aktuelle temaer og saker blir til underveis ut fra hvilke saker som blir aktuelle under prøveperioden for de aktuelle målgruppene. Jobben gjøres i samarbeid mellom delprosjektansvarlig og fylkesansvarlig i Norsk Skogbruk.

Idéer til saker kan fås fra lista over budskap og målgrupper eller sorteres under budskapene her, eller legges til lista hvis temaet ikke står på denne. (Slik supplerer vi temaene underveis, hvis vi ikke har fått med alt på forhånd).

Enkeltsaker og temaer legges inn i delprosjektplanene fortløpende

\*

\*

\*





## HORDALAND:

10-16

Hundreårs arbeid for det grønne skiftet

Landets største tre – en kilometer fra Torgallmenningen

Skogforskningen på Vestlandet feier 100 år – Skogen verdt mer enn vi tror

11-16

Skogentusiast på ny Arena (portrett med Kjersti Kinderås)

12-16

Fusjonert og alene (Vestskog)

En forutsetning for lønnsom avvirkning

Bynært og patriotisk skogbruk

3-17

Sagbruk på skip – ideelt for Vestlandet

4-17

Trår til i bratta

Maskinene går hele tiden

Sagbruket på Vestlandet

5-17

Flisfyrt fjernvarme på Voss

Finansministeren åpnet tømmerkai i Eikefjord

Funderinger over en tiurleik

Ny granfrøplantasje for Vestlandet i Hardanger

## ROGALAND:

11-16

Skogentusiast på ny Arena – portrett Kjersti Kinderås

12-16

Rull ut den grønne løperen

Fra olje- til treøkonom

1-17

En oppgradering for fremtiden

3-17

Sagbruk på skip – ideelt for Vestlandet

(link fra Kystskogbruket)

Gjør det lønnsomt å hogge skog (for dummies)

Hvordan går man fram når man avvirker skog?

4-17

Tilbakeblikk på en skogsbilveg

5-17

Finansministeren åpnet tømmerkai i Eikefjord  
Avskogingen langs kysten går sin gang (Rogaland)  
Avklaring i løpet av høsten (Rogaland)  
Kortreist trefjøs (Suldal)  
Ny frøplantasje for Vestlandet i Hardanger

TROMS:

10-16

Skogbruk er også en næring som trenger veg  
Vil bytte «import» fra Trøndelag til lokalt virke  
Allskog leverer til smelteverkene i nord  
Tynner furu i Målselv

11-16

Skogentusiast på ny Arena – portrett Kjersti Kinderås

12-16

Verner feil områder og truer arbeidsplasser  
Innrømmer faglig utilstrekkelig kartlegging  
Fra psykologi til ungskogpleie  
Bygger skogsbilveg i Balsfjord

1-17

Pessimist på vegne av Troms-skogbruket  
Bjørkedrift i Tamokdalen  
Tøft å være skogbruksleder i Troms  
Skogsveger som turveger

2-17

Statkraft-flis fører til avskoging (leder)  
Avskoging i nord  
Utilsiktete konsekvenser av fjernvarmeanlegg i Harstad  
Folk vil ha vekk den upleide grana  
Ungskogen går rett i fyren  
Statskraft stiller krav til bærekraftig skogbruk

3-17

Sæteråsen Sag og Høvleri vil utvide sitkasagbruk  
Forsker på sitkabruk nordpå  
Varmebehandler tre  
Arktisk landbruk

## HORDALAND:

10-16

Hundreårs arbeid for det grønne skiftet

Landets største tre – en kilometer fra Torgallmenningen

Skogforskningen på Vestlandet feier 100 år – Skogen verdt mer enn vi tror

11-16

Skogentusiast på ny Arena (portrett med Kjersti Kinderås)

12-16

Fusjonert og alene (Vestskog)

En forutsetning for lønnsom avvirkning

Bynært og patriotisk skogbruk

3-17

Sagbruk på skip – ideelt for Vestlandet

4-17

Trår til i bratta

Maskinene går hele tiden

Sagbruket på Vestlandet

5-17

Flisfyrt fjernvarme på Voss

Finansministeren åpnet tømmerkai i Eikefjord

Funderinger over en tiurleik

Ny granfrøplantasje for Vestlandet i Hardanger

## ROGALAND:

11-16

Skogentusiast på ny Arena – portrett Kjersti Kinderås

12-16

Rull ut den grønne løperen

Fra olje- til treøkonom

1-17

En oppgradering for fremtiden

3-17

Sagbruk på skip – ideelt for Vestlandet

(link fra Kystskogbruket)

Gjør det lønnsomt å hogge skog (for dummies)

Hvordan går man fram når man avvirker skog?

4-17

Tilbakeblikk på en skogsbilveg

5-17

Finansministeren åpnet tømmerkai i Eikefjord  
Avskogingen langs kysten går sin gang (Rogaland)  
Avklaring i løpet av høsten (Rogaland)  
Kortreist trefjøs (Suldal)  
Ny frøplantasje for Vestlandet i Hardanger

TROMS:

10-16

Skogbruk er også en næring som trenger veg  
Vil bytte «import» fra Trøndelag til lokalt virke  
Allskog leverer til smelteverkene i nord  
Tynner furu i Målselv

11-16

Skogentusiast på ny Arena – portrett Kjersti Kinderås

12-16

Verner feil områder og truer arbeidsplasser  
Innrømmer faglig utilstrekkelig kartlegging  
Fra psykologi til ungskogpleie  
Bygger skogsbilveg i Balsfjord

1-17

Pessimist på vegne av Troms-skogbruket  
Bjørkedrift i Tamokdalen  
Tøft å være skogbruksleder i Troms  
Skogsveger som turveger

2-17

Statkraft-flis fører til avskoging (leder)  
Avskoging i nord  
Utilsiktete konsekvenser av fjernvarmeanlegg i Harstad  
Folk vil ha vekk den upleide grana  
Ungskogen går rett i fyren  
Statskraft stiller krav til bærekraftig skogbruk

3-17

Sæteråsen Sag og Høvleri vil utvide sitkasagbruk  
Forsker på sitkabruk nordpå  
Varmebehandler tre  
Arktisk landbruk