

KOMMUNIKASJONS- STRATEGI

INN PÅ TUNET



Inn på tunet

Innhold

1. Forord	3
2. Bakgrunn og mål	4
3. Kommunikasjonsmål	5
4. Målgrupper, ansvar og strategier	7
4.1 Kommunikasjonsmål 1	9
4.2 Kommunikasjonsmål 2	10
4.3 Kommunikasjonsmål 3	11
5. Andre informasjonstiltak:	
Møteplasser og erfaringsdeling	12
6. Oppfølging og rapportering	14
7. VEDLEGG:	
Styrings- og arbeidsgruppe	15

1



Forord

«Handlingsplan for Inn på tunet» ble lansert i 2013. I denne planen er et av tiltakene at det skal utarbeides en kommunikasjonsstrategi for Inn på tunet.*

Hovedformålet med kommunikasjonsstrategien er å lage en klar rollefordeling mellom Matmerk, departementene, Fylkesmannen, det enkelte Inn på tunet gårdsbruk, kommuner og andre aktører når det gjelder hvem som skal ha ansvar for å gjennomføre ulike informasjonstiltak tilknyttet Inn på tunet.

Styringsgruppe for strategiarbeidet har vært Faggruppe Inn på tunet (se Vedlegg 1). Den enkelte organisasjon representert i styringsgruppen har ansvar for å forankre gjennomføringen av tiltakene i egen organisasjon. Matmerk har et særskilt koordineringsansvar for å rapportere gjennomføring og måloppnåelse til Faggruppe Inn på tunet.

Kommunikasjonsstrategien følger Handlingsplanens tidsramme på 3 år, 2014–2017.

* Handlingsplan 2013-2017: Inn på tunet, Kommunal og regionaldepartementet, Landbruks- og matdepartementet, 2013, kap. 6.2.1

2



Bakgrunn og mål

Inn på tunet (IPT) er tilrettelagte og kvalitetssikrede tjenester på gårdsbruk. Tjenestene skal gi mestring, utvikling og trivsel. Aktiviteten i tjenestetilbudet er knyttet opp til gården, livet og arbeidet der.

De enkelte sektormyndigheter er ansvarlige for regelverk og kvalitetssikring på sine tjenesteområder, mens landbrukssektoren skal bidra til utvikling og kvalitetssikring av gården som arena. Fylkesmannens Landbruksavdeling (FMLA) har et særskilt ansvar for å være pådriver for Inn på tunet hos Fylkesmannsembetet. For å synliggjøre at alle deler av Fylkesmannsembetet er viktige aktører i arbeidet med Inn på tunet benyttes Fylkesmannen som gjennomgående betegnelse i strategidokumentet.

Strategien fastslår kommunikasjonsmål, målgrupper og hovedstrategier, samt hvilke aktører som skal ha hoved- og delansvar for å iverksette tiltak for å nå målene.

3



Kommunikasjonsmål

Hovedmålet for informasjonsarbeidet er å bidra til å øke kjennskap og kunnskap til gården som arena for velferdstjenester og til å øke bruken av Inn på tunet-tjenester.

Handlingsplanen prioriterer tre tjenesteområder for utvikling av Inn på tunet-tjenester i perioden frem til 2017. Disse tre områdene er også prioritert i kommunikasjonsstrategien:

1. Demens eller annen kognitiv svikt
2. Skole og pedagogiske tilbud
3. Psykisk helse og rusomsorg med vekt på videreutvikling av arbeidsrettede tilbud, spesielt Grønt arbeid

Et viktig mål med kommunikasjonsarbeidet er å bygge merkevaren Inn på tunet. Strategien er å først øke kjennskapen til ordningen hos prioriterte målgrupper, for deretter øke kunnskapen om hva IPT inneholder, krever og betyr.



Hoved- og delmål for kommunikasjonen er:

1. Øke kjennskap til og kunnskap om Inn på tunet hos aktuelle gårdbrukere
 - a. Øke antallet gårdbrukere som søker om godkjenning og blir godkjent
 - b. Øke kompetansen hos godkjente gårdbrukere
 - c. Øke antallet gårdbrukere som opplever nytteverdi med å være godkjente
2. Øke kjennskapen til og kunnskapen om Inn på tunet hos de som kjøper/bestiller denne typen tjenester i kommuner og hos andre aktører
 - a. Øke kjennskapen til hva Inn på tunet er
 - b. Øke bestillerkompetansen hos de viktigste kjøpergruppene
 - c. Gjøre det lett å finne Inn på tunet gårder i den enkelte kommune/region
3. Synliggjøre Inn på tunet som et samfunnsnyttig tilbud
 - a. Øke kjennskapen til Inn på tunet hos politikere og beslutningstagere
 - b. Øke antallet positive medieoppslag om hva Inn på tunet er, regionalt og i riksmidler
 - c. Øke antallet presentasjoner av Inn på tunet hos viktige kjøpergrupper og i andre relevante fora

Målgrupper, ansvar og strategier

De prioriterte målgruppene for kommunikasjonsarbeidet er **gårdbrukere, kjøpere og brukere**.

- Med **gårdbrukere** menes her gårder som er godkjente eller kan bli godkjente som Inn på tunet-gårdsbruk. Det betyr at det tilbudet som drives er tilknyttet gårdsdriften
- **Kjøperne** er de som kjøper eller bestiller av tjenesten Inn på tunet-gårdsbruk kan tilby. Kjøperen er ansvarlig for innholdet i tjenestetilbudet til brukerne
- **Brukerne** er personer som mottar eller deltar i Inn på tunet-tilbudet

I tillegg til aktørene som er direkte involvert, er andre viktige aktører sektormyndighetene på ulike nivåer, faglagene i landbruket, Matmerk og ulike private organisasjoner.*

Kommunikasjonsarbeidet tilknyttet Inn på tunet drives av flere aktører, både offentlige og private. Hver enkelt organisasjon er selv ansvarlig for forankring og oppfølging av tiltakene i denne strategien. For å få en klarere fordeling av roller er man enige om en fordeling av hovedansvar for kommunikasjon mot ulike målgrupper. Det presiseres at flere aktører har delansvar og skal drive informasjonsarbeid rettet mot de samme målgruppene.

* For oversikt over aktører se: NILF, RAPPORT 2013-4, Aktør- og markedsanalyse av Inn på tunet.



Fordeling av roller som hovedansvarlige

MÅLGRUPPER	HOVEDANSVARLIG
Gårdbrukere som vurderer å starte opp med Inn på tunet	Norges bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag
Gårdbrukere som søker om godkjenning som Inn på tunet-gård	Matmerk
Gårdbrukere som drifter Inn på tunet-tjenester	Matmerk
Fylkesvise Inn på tunet-nettverk av tilbydere	Norges bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag Matmerk
Kommunenes sektoransvarlige for innkjøp av relevante tjenester	Fylkesmannen
Kommunenes politiske ledelse, ordførere og folkevalgte	Norges Bondelag og Norsk Bonde- og Småbrukarlag regionalt
Kommunenes administrative ledelse/rådmenn, sektordirektører	Fylkesmannen
Brukere og pårørende av Inn på tunet tjenester	Kjøpere av Inn på tunet tjenester som kommuner
Nasjonale nyhets- og fagmedier, interesse- og brukerorganisasjoner	Matmerk
Regionale og lokale nyhetsmedier	Fylkesmannen
Departementene med underliggende etater og sektormyndigheter.	Departementsforum, Landbruks- og matdepartementet

4.1

Kommunikasjonsmål 1

Øke kjennskap til og kunnskap om inn på tunet hos aktuelle gårdsbruk.

KOMMUNIKASJONSMÅL	MÅLGRUPPER	ANSVAR FOR INFORMASJONSTILTAK	STRATEGIER
Øke kjennskap til og kunnskap om Inn på tunet hos aktuelle gårdbrukere	1. Gårdbrukere som vurderer å starte opp med Inn på tunet	Norges Bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, Fylkesmannen	Informasjon via organisasjonenes egne kanaler, nettverkenes nettsider, møter og medier som når direkte ut til gårdbrukerne. Informasjon via nasjonal nettside
a. Øke antallet gårdbrukere som søker om godkjenning og blir godkjent	2. Gårdbrukere som søker om godkjenning som Inn på tunet-gård	Matmerk	Informasjon via nasjonal nettside, nyhetsbrev, direkte kontakt via revisor og saksbehandling
b. Øke kompetansen hos godkjente gårdbrukere	3. Gårdbrukere som drifter Inn på tunet-tjenester	Matmerk	Informasjon via nasjonal nettside, nyhetsbrev, direkte kontakt via revisor og saksbehandling
c. Øke antallet gårdbrukere som opplever nytteverdi med å være godkjente	4. Fylkesvise nettverk av Inn på tunet tilbydere	Matmerk, Norges Bondelag, Bonde- og småbrukarlaget	Informasjon via egne fylkesorganisasjoner, egne nettsider og nasjonal nettside

4.2

Kommunikasjonsmål 2

Øke kjennskapen til og kunnskapen om Inn på tunet hos de som kjøper/bestiller denne typen tjenester i kommuner og hos andre aktører.

KOMMUNIKASJONSMÅL	MÅLGRUPPER	ANSVAR FOR INFORMASJONSTILTAK	STRATEGIER
<p>Øke kjennskapen til og kunnskapen om Inn på tunet hos de som kjøper/bestiller denne typen tjenester i kommuner og hos andre aktører</p> <p>a. Øke kjennskapen til hva Inn på tunet er</p> <p>b. Øke bestillerkompetansen hos de viktigste kjøpergruppene</p> <p>c. Gjøre det lett å finne Inn på tunet gårdsbruk i den enkelte kommune/region</p>	<p>1. Kommunenes sektoransvarlige for innkjøp av relevante tjenester</p> <p>2. Kommunenes politiske ledelse, ordførere og folkevalgte</p> <p>3. Kommunenes administrative ledelse /rådmenn, sektordirektører</p> <p>4. Brukere og pårørende av Inn på tunet-tjenester</p>	<p>Fylkesmannen, IPT-gårdsbruk</p> <p>Norges Bondelag og Norsk Bonde- og Småbrukarlag regionalt</p> <p>Fylkesmannen</p> <p>Kjøper av tjenesten</p>	<p>Møter og innlegg på arenaer der disse møtes. Omtale i relevante fagmedier, egne møter i fylket. Fylkesmannens handlingsplan for IPT. Distribusjon av veiledere</p> <p>Møter og kontakt direkte i mindre kommuner. Via KS og Fylkesmannens samlinger</p> <p>Del av Fylkesmannens handlingsplan for IPT. Møter og direkte kontakt. Distribusjon av veiledere</p> <p>Inn på tunet-gårdsbruk sine egne kanaler</p>

4.3

Kommunikasjonsmål 3

Synliggjøre Inn på tunet som et samfunnsnyttig tilbud.

KOMMUNIKASJONSMÅL	MÅLGRUPPER	ANSVAR FOR INFORMASJONSTILTAK	STRATEGIER
<p>Synliggjøre Inn på tunet som et samfunnsnyttig tilbud.</p> <p>a. Øke kjennskapen til Inn på tunet hos politikere og beslutningstagere</p> <p>b. Øke antallet positive medieoppslag om hva Inn på tunet leverer, regionalt og i riksmidler</p> <p>c. Øke antallet presentasjoner av Inn på tunet hos viktige kjøpergrupper og i andre relevante fora</p>	<p>1. Nasjonale nyhets- og fagmedier, interesse- og brukerorganisasjoner</p> <p>2. Regionale og lokale nyhetsmedier</p> <p>3. Departementene med underliggende etater og sektormyndigheter.</p>	<p>Matmerk</p> <p>Fylkesmannen Norges Bondelag og Norsk Bonde- og Småbrukarlag</p> <p>Departementsforum, Landbruks- og mat- departementet</p>	<p>Innsalg til medier iht til egen handlingsplan. Drift og publisering nasjonal nettside</p> <p>Innsalg til lokale og regionale medier på eget initiativ</p> <p>Egne nettsider. Møter og relevante konferanser</p>

5

Andre informasjonstiltak: Møteplasser for erfaringsdeling

Handlingsplanen sier følgende om arenaer for erfaringsutveksling:

«Fylkesmannen har de siste årene hatt ansvaret for å arrangere nasjonale erfaringskonferanser for IPT. Gjennomføringen av en fast, nasjonal erfaringskonferanse skal videreføres i regi av Matmerk og Fylkesmannen. Konferansen skal være et møtested for tilbydere, kjøpere, brukere og tilretteleggere. En samlet vurdering av kommunikasjonsarenaer for Inn på tunet foretas i arbeidet med kommunikasjonsstrategien for Inn på tunet.»

Erfaringene så langt viser at denne konferansen er et viktig møtested, men at den bør suppleres med andre typer møtearealer dersom vi skal oppnå målene om å bygge kjennskap og kunnskap til Inn på tunet hos de viktigste målgruppene.

Arenaer for erfaringsutveksling:

MÅLGRUPPE FOR MØTEPLASS	TYPE ARENA	ANSVARLIG
Kjøpere og bestillere av Inn på tunet	Kjøpers arenaer, altså ulike konferanser/møteplasser som allerede finnes, nasjonalt og regionalt. Også hos NAV og Tiltaksbedrifter	Fylkesmannen som del av egne Handlingsplaner for Inn på tunet
Tilbydere av IPT-tjenester	Regionale samlinger, enten der disse er etablert som IPT-nettverkssamlinger, i regi av Bondelaget eller egne i regi av Partnerskapet i fylkene.	Fylkesmannen. Norges Bondelag og IPT-nettverk
FoU-miljøer, myndigheter, tilretteleggere, kjøpere, tilbydere, politikere, interesseorganisasjoner, medier o.l.	Nasjonal erfaringskonferanse annet hvert år	FMLA, ambulerende. Matmerk bidrar i programkomite

6



Oppfølging og rapportering

- Den enkelte aktør som står oppført som hovedansvarlig for kommunikasjon mot ulike målgrupper har selv ansvaret for å følge opp målene i denne strategien i sine årlige virksomhets- eller handlingsplaner. Tilpasset tilgjengelige ressurser.
- Kommunikasjonsstrategien gjelder for tre år, og følger Handlingsplanenes tidsperiode. Ved evaluering av handlingsplanperioden skal også kommunikasjonsarbeidet evalueres, for å se om målene er nådd.
- Faggruppe Inn på tunet har ansvar for å be om rapportering årlig fra de ulike aktørene om planlagte og gjennomførte tiltak, samt måloppnåelse underveis i planperioden. Rapporteringen sendes også Departementsgruppen. Faggruppen drøfter og konkretiserer hvordan rapporteringen skal skje og fordeler ansvar for å hente inn nødvendig informasjon fra aktørene. Matmerk har et særskilt ansvar for å koordinere denne rapporteringen.
- Forslagene til hva Fylkesmannen skal ha ansvar for følges opp i Departementenes styringsdialog med Fylkesmannsembetet.

VEDLEGG: Styrings- og arbeidsgruppe

Styringsgruppen har bestått av Fagutvalget for IPT:

- **Hege Ericsson**, Leder faggruppe Inn på tunet
- **Amund Johnsrud**, Norges Bondelag
- **Berit Kvalvaag Grønnestad**, Helsedirektoratet
- **Gina Krogvold**, NHO Attføringsbedriftene
- **Grete Gausemel**, Landbruk- og matdepartementet
- **Jan Elgvang**, Norsk landbruksrådgivning, HMS
- **Jens Ålgård**, Arbeids- og velferdsdirektoratet
- **Jon Karlsen**, Bonde- og småbrukarlaget
- **Kai-Rune Tollefsen**, Fylkesmannen i Oslo og Akershus
- **Kjell Bruvoll**, Innovasjon Norge
- **Knut Martin Glesnes**, Gjensidige Forsikring
- **Sissel By Ingvaldsen**, Oppland fylkeskommune
- **Therese Sofie Aasen**, Kunnskapsdepartementet
- **Tommy Hernes**, Kommunenes Sentralforbund

Arbeidet er utført av en arbeidsgruppe, ledet av **Matmerk**, med følgende representanter: **Anne Mette Johnsen**, **Kay Nilsen**, **Bjørn Hvaleby** (Matmerk), **Frøydis Linden** (FMLA-Hordaland), **Kirsti Buseth** (Trondheim kommune) og **Anette Sletmoen** (Inn på tunet nettverk Hedmark)

I tillegg er kommunikasjonsstrategien diskutert i **Departementsforumet** som består av **Landbruks- og matdepartementet**, **Kommunal- og moderniseringsdepartementet**, **Kunnskapsdepartementet**, **Helse- og omsorgsdepartementet** og **Arbeids- og sosialdepartementet**.

Matmerk/Inn på Tunet

Pb 487 Sentrum
0105 Oslo

Tlf: 24 14 83 00
E-post: post@matmerk.no

www.matmerk.no/inn-pa-tunet

