

ADVICE

sig det videre™

KUNDEUNDERSØGELSE - OMDØMMEUNDERSØGELSE

DATA OG AFRAPPORTERING FRA UNDERSØGELSE AF NATURERHVERVSTYRELSENS KUNDER

Oktober 2013

Indholdsfortegnelse

OVERORDNEDE METODISKE BEMÆRKNINGER – 3

HOVEDKONKLUSIONER – 4-8

MEDIEFORBRUG OG DIGITALE ENHEDER – 9-12

OPFATTELSE AF NATURERHVERVSTYRELSEN – 13-15

KONTAKT MED NATURERHVERVSTYRELSEN – 16-21

OVERORDNET TILFREDSHED – 22-24

SERVICE – 25-28

KOMMUNIKATION – 29-35

FAGLIGT ARBEJDE – 36-41

SELVBETJENING – 42-45

BRUG AF KONSULENTER – 46-48

OMDØMME – 49-51

UDVIKLING FRA 2010 TIL 2013 – 52-58

OM UNDERSØGELSEN – 59-65

Overordnede metodiske bemærkninger

Undersøgelsen er valid.

- ▶ Denne tilfredshedsundersøgelse er gennemført som et spørgeskema udsendt pr. mail og post blandt NaturErhvervstyrelsens kunder i perioden den 18. juni til 19. juli 2013. Desuden er en række fiskerne kontaktet telefonisk og derved besvaret spørgeskemaet.
- ▶ 335 respondenter har besvaret hele spørgeskemaet, mens yderligere 83 respondenter besvarede dele af spørgeskemaet, altså i alt 418 besvarelser. Det giver en svarprocent på 33 %. Antallet af besvarelser falder undervejs i spørgeskemaet. Hovedparten af tilfredshedsspørgsmålene har mellem 340 og 360 kunder besvaret, hvilket giver en svarprocent på ca. 28 %. En svarprocent på 28-33 % er overordnet set tilfredsstillende for en analyse af denne type. Det svarer nogenlunde til svarprocenten i de tre tilfredshedsanalyser fra 2010, der lå på mellem 31 % og 38 %.
- ▶ Sportsfiskere/fritidsfiskere er underrepræsenteret i undersøgelsen, hvilket dog ikke har givet anledning til særlige handlinger, da sportsfiskere ikke har samme jævnlige kontakt med styrelsen som alle de andre deltagende kundegrupper. Modsat er landbrugskonsulenterne stærkt overrepræsenterede. Dette gælder både i forhold til den samlede population og i forhold til tilfredshedsundersøgelserne fra 2010. Advice har derfor testet, hvad det betyder for resultatet, hvis konsulenterne havde udgjort en mindre del af respondenterne (som i 2010), og fundet, at det kan forklare et fald i tilfredshed på ca. 5 % . Vi har valgt ikke at tage særlige forbehold for dette, da vi mener at eftersom konsulenterne har en meget hyppigere kontakt med styrelsen er denne overrepræsentation rimelig.
- ▶ Generelt har en stor andel af kunderne svaret "ved ikke" ved de enkelte spørgsmål (mellem 10 % og 35 %), og andelen er endnu større hos de andre kundegrupper end konsulenterne.
- ▶ Med det angivne antal svar, er der en statistisk usikkerhed på op til +/- 6 procentpoint på den samlede kundegruppe, mens den for de enkelte kundegrupper kan være op til +/- 10 procentpoint. På baggrund af ovenstående konkluderer Advice, at undersøgelsens resultater er valide inden for en usikkerhed på 6-10 procentpoint.
- ▶ Undersøgelsens metode er beskrevet i flere detaljer til sidst i denne rapport.

The background of the slide features a dark, grayscale image of several people in business attire standing in a line, possibly in a meeting or conference room. Their forms are mostly in silhouette, with some light catching their faces and clothing. The overall mood is professional and collaborative.

Hovedkonklusioner

Hovedkonklusioner om tilfredshed

Den overordnede tilfredshed er faldet siden 2010.

Kundernes - og især konsulenternes - tilfredshed med NaturErhvervstyrelsen er faldet siden 2010. Kun omkring hver tredje af kunderne er alt i alt tilfreds med NaturErhvervstyrelsen, mens lidt over hver fjerde er utilfredse. Kun en tredjedel opfatter styrelsen som kundeorienteret. Særligt konsulenterne er utilfredse med styrelsen og vurderer dens omdømme lavt, hvilket kan være kritisk, da de har hyppigst kontakt med styrelsen og ofte fungerer som en form for bindeled og filter mellem landmændene/fiskerne og styrelsen.

Kundernes tilfredshed med styrelsens service og webkommunikation ligger lidt højere end det samlede tilfredshed, da fire ud af ti er tilfredse med den service, de modtager fra NaturErhvervstyrelsen, omkring halvdelen er tilfredse med nyhedsbrevene og hjemmesiderne og noget færre er tilfredse med styrelsens breve. Kunderne oplever, at styrelsens information er anvendelig, men at de ikke bliver forstået og mødt i øjenhøjde.

Undersøgelsen peger desuden på, at mange af NaturErhvervstyrelsens kunder ikke har et nært forhold til styrelsen. Dette kommer til udtryk i en stor andel "ved ikke"-svar - en andel, der er blevet omtrent 10 procentpoint større sammenholdt med tilfredshedsmålingerne fra 2010.

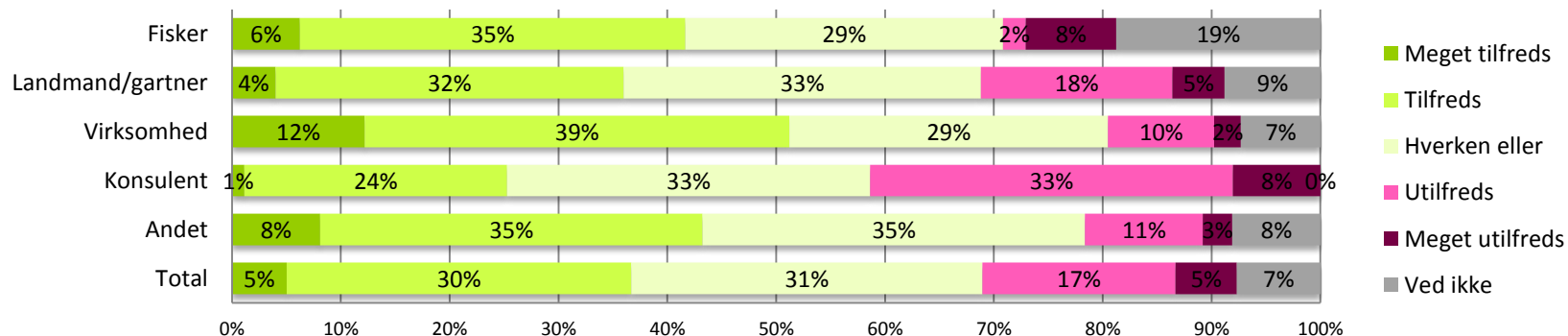
Hovedkonklusionerne fra analysens fem kapitler er gengivet på næste slide.

Hovedkonklusioner fordelt på kundegrupper

Konsulenterne er mindst tilfredse.

- ▶ Konsulenterne er på langt hovedparten af spørgsmålene mindre tilfredse med NaturErhvervstyrelsen end de andre målgrupper. For eksempel er 10 % af fiskerne, 23 % af landmændene/gartnerne og 12 % af virksomhederne alt i alt utilfredse med NaturErhvervstyrelsen, mens det gælder for 41 % af konsulenterne.
- ▶ Samtidig er der en stor andel af alle andre grupper end konsulenterne, der svarer "ved ikke" på de enkelte spørgsmål, mens denne andel er meget lille blandt konsulenterne. Særligt blandt fiskerne er andelen af "ved ikke"-svar generelt stor. Konsulenternes større kendskab kan hænge sammen med, at dialog med styrelsen er en stor del af deres professionelle arbejde. Konsulenterne har ofte kontakt med styrelsen, mens de andre grupper stadig opfatter styrelsen, som en ny styrelse og fortsat bedre kan forholde sig til de tidligere direktorater.
- ▶ Det er kritisk, at konsulenterne er mere utilfredse end andre kundegrupper, når de er den kundegruppe, der er mest i kontakt med styrelsen.

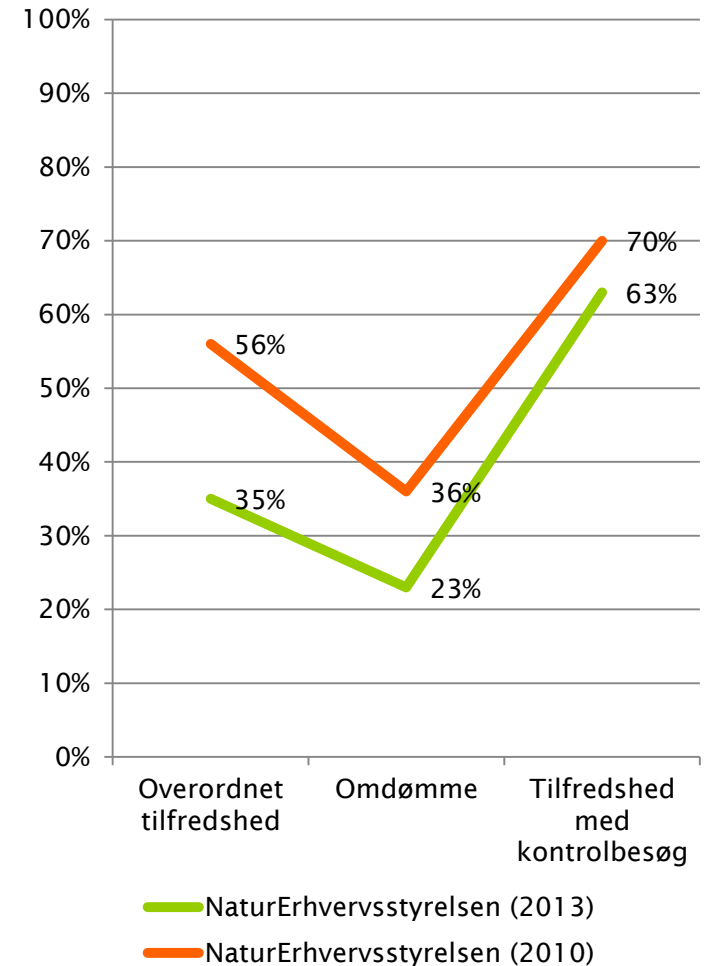
Hvor tilfreds er du alt i alt med NaturErhvervstyrelsen?



Hovedkonklusioner

Kundernes tilfredshed med NaturErhvervsstyrelsen er faldet siden 2010.

- ▶ Undersøgelsen viser et tydeligt fald i tilfredshed med NaturErhvervsstyrelsen fra 2010 til 2013. Således er andelen af NaturErhvervsstyrelsens kunder, der er overordnet tilfredse, faldet med 19 procentpoint fra 2010 til 2013. Tilsvarende er andelen, som har et positivt indtryk af omdømmet og er tilfredse med kontrolbesøgene, faldet.
- ▶ En del af den faldende tilfredshed kan forklares med, at konsulenterne generelt er mere utilfredse end de øvrige kundegrupper, og andelen af konsulenterne, der har besvaret undersøgelsen i 2013, er større end i 2010. Det kan forklare en del af faldet i tilfredshed, men en test af resultatet viser, at det maksimalt kan forklare et fald på omkring 5 %.



Hovedkonklusioner – kunderne og kontakten

Kunderne bruger computere og møder NaturErhvervstyrelsen digitalt, men orienterer sig lokalt og efterspørger personlig kontakt.

Undersøgelsen viser, at kunderne i høj grad har taget computere og internettet til sig som arbejdsredskab. Udbredelsen af smartphones er stor blandt konsulenter, men stadig begrænset blandt fiskere, landmænd og gartnere. Kundernes brug af sociale medier er meget begrænset, og de vil hellere møde styrelsen ansigt til ansigt end via de nye digitale kommunikationskanaler.

Hovedparten af kunderne orienterer sig i de samme få fagblade inden for de enkelte fagområder, mens lokalaviserne er klart den mest foretrukne nyhedskilde efterfulgt af de nationale avisers internetsider, især JyllandsPosten.

NaturErhvervstyrelsens digitale kanaler som hjemmeside og selvbetjeningsløsninger står for en stor del af kundernes totale antal kontakter med styrelsen. De digitale kanaler er anledning til en del henvendelser og spørgsmål fra kunderne. Det elektroniske nyhedsbreve er også en udbredt nyhedskilde blandt kunderne.

Når landmænd og gartnere skal søge udbetaling inden for Enkeltbetaling, vælger omkring halvdelen af landmændene at få hjælp fra konsulenter. Omkring to tredjedele af de større landbrug bruger konsulenter. Langt hovedparten af de helt små landbrug står selv for ansøgningen. Landmændene inddrager konsulenter hovedsageligt for at undgå økonomiske konsekvenser af have fejl i ansøgninger, kortmateriale eller misse en vigtig frist.

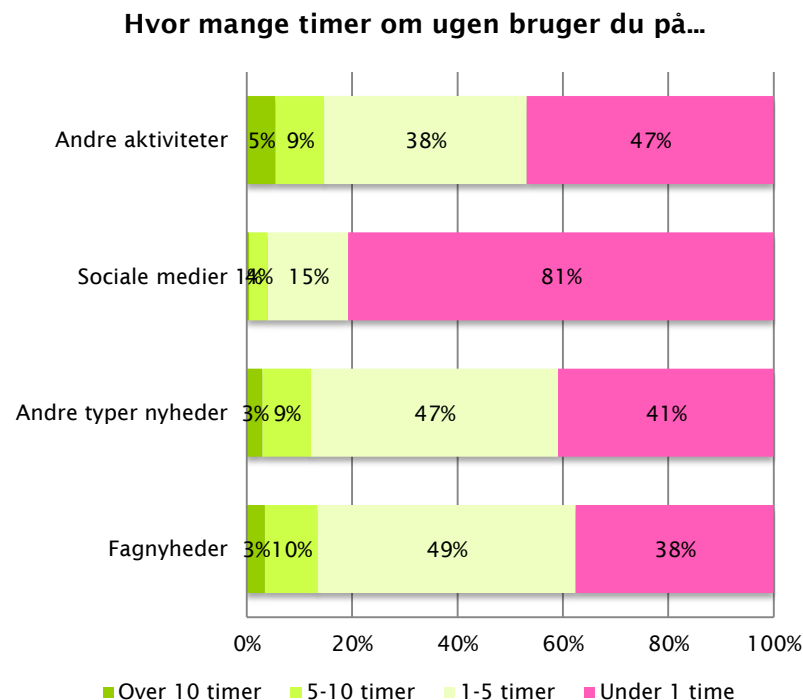
The background of the slide features several dark silhouettes of people standing in a line, suggesting a group of individuals in a professional or meeting setting. The silhouettes are positioned against a dark, slightly textured background.

Medieforbrug og brug af digitale enheder

Internettet bliver kun brugt begrænset til fagnyheder – og næsten ikke til sociale medier

Konsulenterne læser flest fagnyheder på internettet.

- ▶ Kun 13 % af kunderne bruger over fem timer om ugen på at læse fagnyheder på internettet. Omkring samme andel bruger tid på at læse andre typer nyheder eller andre aktiviteter.
- ▶ Konsulenterne bruger mere tid end de øvrige kundegrupper på faglige nyheder. 28 % af konsulenterne bruger mere end 5 timer på fagnyheder om ugen.
- ▶ Brug af sociale medier blandt kunderne er meget beskednen. 81 % bruger mindre end en time om ugen på sociale medier.

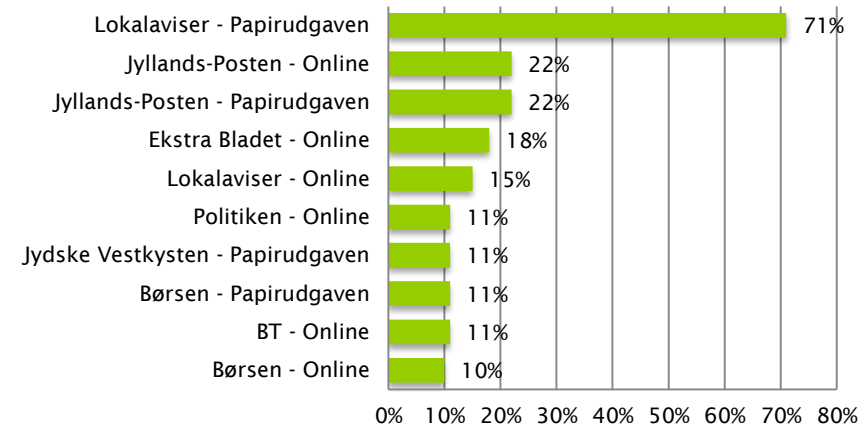


Lokalaviserne er klart kundernes foretrukne avis

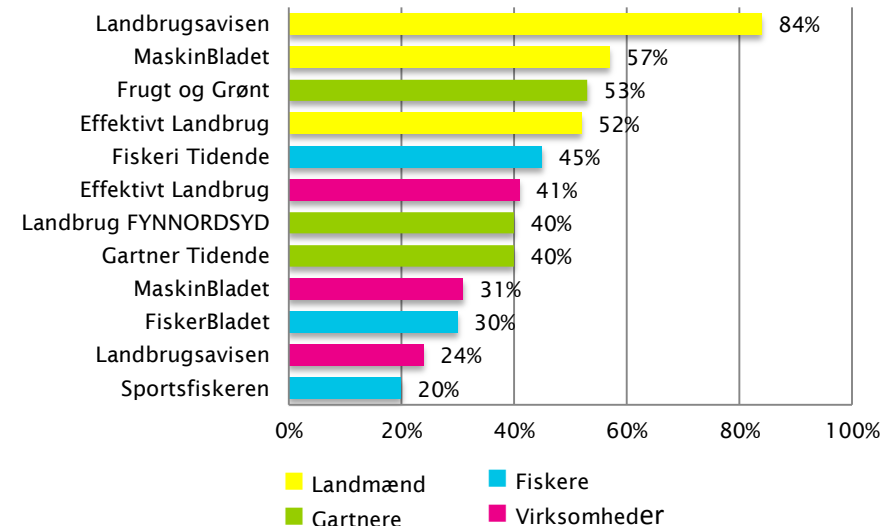
Nogle få fagblade dominerer kundernes læseliste.

- ▶ Den klart mest læste avis blandt kunderne er papirudgaven af lokalaviserne, som hele 71 % læser, mens 15 % læser lokalaviserne online.
- ▶ Derudover er det hovedsageligt de online udgaver af de nationale aviser, som flest kunder læser. 22 % af kunderne læser papirudgaven af Jyllands-Posten.
- ▶ Nogle få fagblade dominerer kundernes læseliste. De mest læste fagblade inden for hver kundegruppe er Landbrugsavisen for landmændene (84 %), Frugt & Grønt for gartnere (53 %) og Fiskeri Tidende for fiskerne (45 %). Landmændene er den kundegruppe, som læser mest i fagblade.

Mest læste medier



Mest læste fagblade

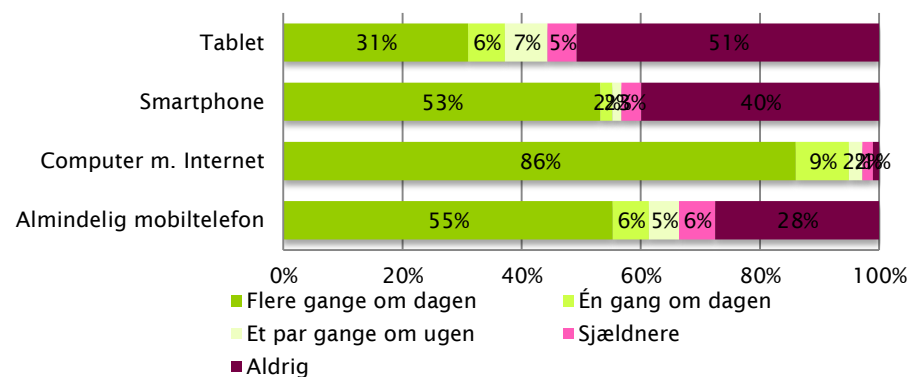


Kunderne bruger computer og enten smartphone eller almindelig mobiltelefon

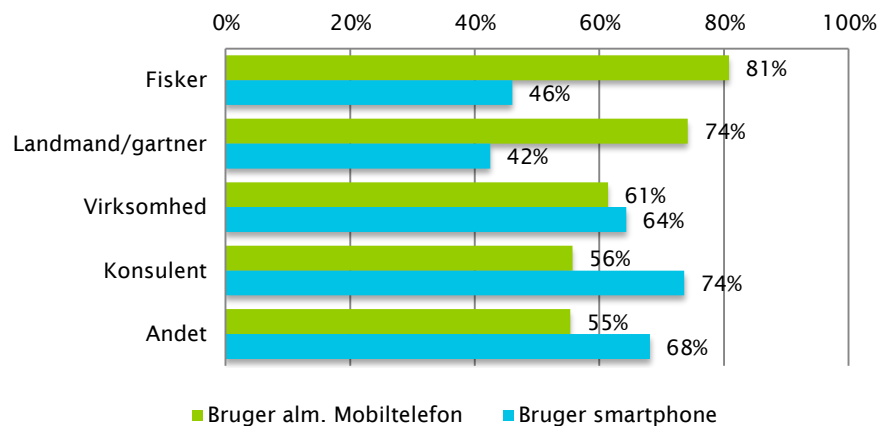
Konsulenterne bruger mest smartphone, mens landmænd og fiskere holder sig til den almindelige mobiltelefon.

- ▶ Hele 95 % af kunderne bruger computer med internetforbindelse mindst én gang om dagen. Omkring to tredjedele af kunderne bruger mobiltelefon mindst en gang om dagen.
- ▶ Der er store forskelle mellem de enkelte kunde-grupper i deres brug af mobiltelefon og smartphone. I den nederste graf har vi angivet, hvor stor en andel af de enkelte kunde-grupper, der enten bruger smartphone eller mobiltelefon mindst et par gange om ugen.
- ▶ Smartphones er mest udbredt blandt konsulenter og gruppen "andet", der bl.a. dækker over medarbejdere fra andre myndigheder. Her er det omkring syv ud af ti, der bruger smartphone. Under halvdelen af fiskerne og landmændene/gartnerne bruger smartphones. Mere end tre fjerdedele bruger mobiltelefon.

Hvor ofte bruger du...



Andel, der bruger smartphone og mobiltelefon mindst et par gange om ugen



The background of the slide features a dark, blurred image of several people standing in a line, possibly in a meeting or a hallway. The figures are out of focus, creating a sense of depth and a professional atmosphere.

Opfattelse af NaturErhvervstyrelsen

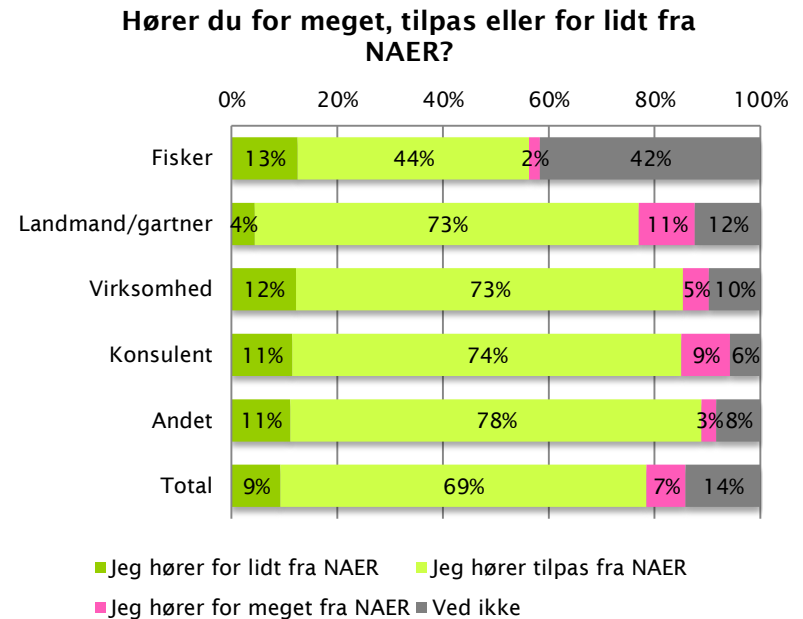
Kunderne kan generelt godt beskrive NaturErhvervstyrelsens arbejde med egne ord

Flest landmænd, fiskere og gartnere er kritiske i deres svar og kender ikke til styrelsen.

- ▶ I tilfredhedsundersøgelsen bliver kunderne i starten bedt om med deres egne ord at beskrive, hvad NaturErhvervstyrelsen laver. De kvalitative besvarelser deler sig groft sagt i tre kategorier. Hovedparten af kunderne kan godt beskrive, hvad NaturErhvervstyrelsen laver og angiver på forskellig vis, at styrelsen administrerer og kontrollerer støtteordninger og lovgivning til landbrug og fiskeri. En mindre gruppe bruger muligheden for at vise deres utilfredshed med styrelsen ved f.eks. at skrive, at styrelsen gør, hvad den kan for at gøre det besværligt at drive landbrug. En sidste mindre gruppe skriver, at de ikke ved det.
- ▶ Hvis man opdeler de kvalitative besvarelser på henholdsvis konsulenter og landmænd, fiskere og gartnere, viser der sig en forskel i kundernes kvalitative svar.
- ▶ Mens tæt på 90 % af konsulenterne svarer korrekt, gælder det kun for 75 % af landmænd, fiskere og gartnere. Omvendt er der kun omkring 13 % af konsulenternes svar, der direkte viser utilfredshed med styrelsen, mens det gælder for 20 % af landmændene, fiskerne og gartnerne. Der er ingen konsulenter, der svarer, at de ikke ved, hvad styrelsen laver, mens det gælder for omkring 6 % af landmændene, fiskerne og gartnerne.
- ▶ Opgørelsen viser således, at landmænd, fiskere og gartnere i mindre grad kender styrelsen og styrelsens arbejde og derfor heller ikke har en konkret holdning til specifikke aspekter af styrelsens arbejde. Denne pointe viser sig også i kundegruppernes andel af "ved ikke"-besvarelser generelt i undersøgelsen. Omvendt tyder opgørelsen på, at landmænd, fiskere og gartnere i højere grad viser deres utilfredshed i kvalitative kommentarer end i de enkelte spørgsmål i undersøgelsen, hvor konsulenterne, som det ses senere i denne rapport, generelt er mindre tilfredse end f.eks. landmænd, fiskere og gartnere.

Hovedparten af kunderne synes, de hører tilpas fra NaturErhvervstyrelsen

- ▶ De fleste kunder angiver, at de hører tilpas fra NaturErhvervstyrelsen. 9 % angiver, at de hører for lidt fra NAER, 7 % angiver, at de hører for meget fra NAER.
- ▶ Der er kun mindre forskelle mellem kundegrupperne, men en lidt større andel af landmændene og konsulenterne oplever, at de hører for meget fra styrelsen.
- ▶ En stor andel af fiskerne svarer "ved ikke" på spørgsmålet. Det tyder på, at især fiskerne ikke føler sig tæt forbundet til styrelsen, og derfor måske ikke ved præcis, hvad den laver, og hvad de på nuværende tidspunkt hører fra den.

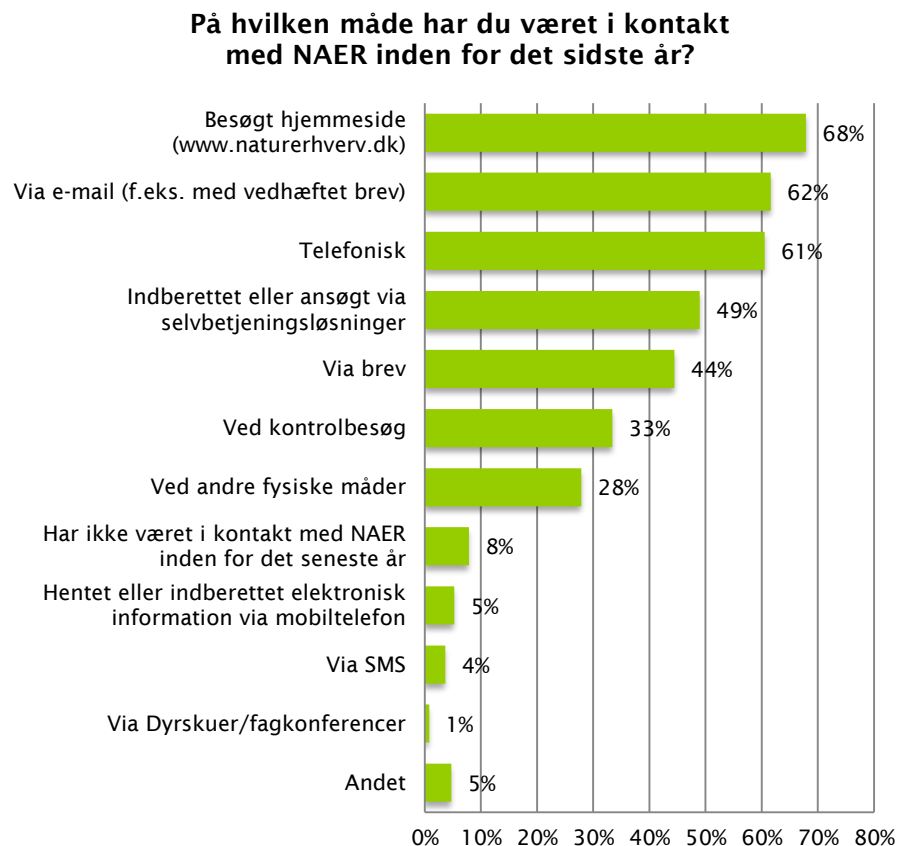


The background of the slide features a dark, blurred image of several people standing in a line, possibly in a meeting or a hallway. The silhouettes are out of focus, creating a sense of depth and activity. The overall color palette is dark and monochromatic.

Kontakt med NaturErhvervstyrelsen

Hjemmesiden, e-mail og telefon er de måder, flest kunder har været i kontakt med NaturErhvervstyrelsen på

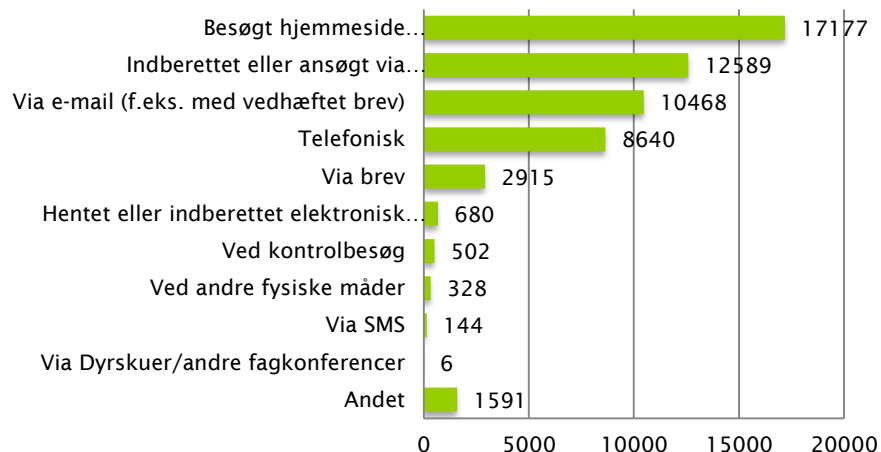
- ▶ Omkring syv ud af ti (68 %) har besøgt NaturErhvervstyrelsens hjemmeside, mens to tredjedele har været i kontakt via e-mail (62 %) eller telefonisk (61 %).
- ▶ Halvdelen svarer, at de har indberettet eller ansøgt via selvbetjeningsløsninger (49 %), mens lidt færre har været i kontakt via brev (44 %).
- ▶ Omkring tre ud af ti svarer, at de har været i kontakt gennem kontrolbesøg (33 %) eller ved andre fysiske møder (28 %).
- ▶ Meget få har hentet elektronisk information via mobiltelefon (5 %), ved anden form for kontakt (5 %) eller via SMS (4 %).
- ▶ Over 90 % af konsulenterne har været i kontakt med NaturErhvervstyrelsen via e-mail eller telefon det seneste år, hvilket er klart flere end f.eks. hos landmænd og fiskere, hvor tallet er 40-60 %.



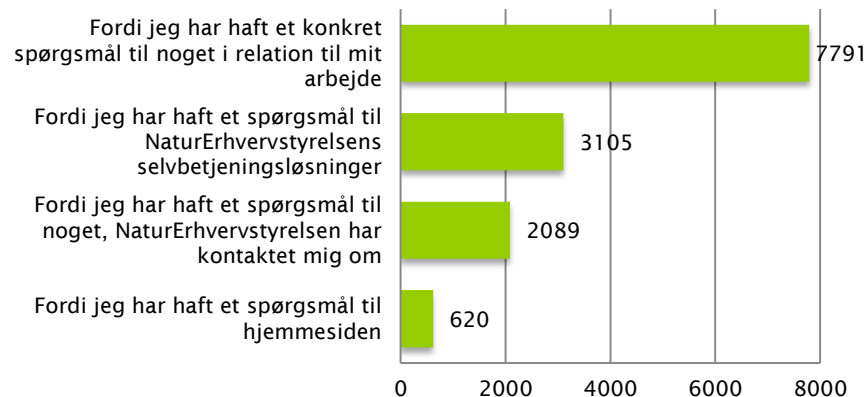
Digitale kanaler står for en stor del af det totale antal henvendelser

- ▶ Samlet set er hjemmesiden den hyppigste form for kontakt mellem kunderne og styrelsen efterfulgt af ansøgninger via selvbetjeningsløsninger. De to kontaktpunkter står for over halvdelen af alle henvendelser.
- ▶ Disse kanaler fylder dermed meget i kundernes kontakt med styrelsen – og har også stor betydning for kundernes oplevelse med NaturErhvervstyrelsen.
- ▶ Dette ses også af, at 26 % af alle henvendelser fra kunderne til NaturErhvervstyrelsen skyldes spørgsmål til selvbetjeningsløsningerne eller hjemmesiden.
- ▶ 14 % af alle kundernes henvendelser skyldes, at de har spørgsmål til noget, NaturErhvervstyrelsen har kontaktet dem om.
- ▶ Sammenlagt betyder det, at 40 % af alle henvendelser skyldes, at der er noget kunderne ikke kan finde ud af, eller ikke forstår.

Totalt henvendelser fordelt på kanaler



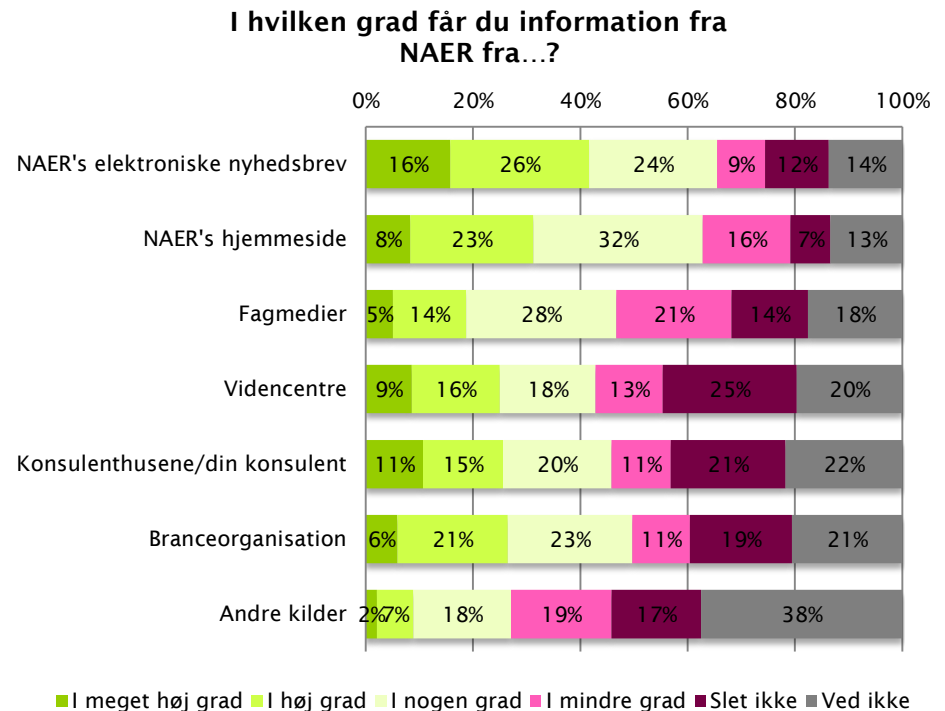
Hvor mange gange har du henvendt dig til NaturErhvervstyrelsen af følgende årsager?



Mange kunder bruger styrelsens nyhedsbreve og hjemmeside til at få information

Konsulenterne bruger nyhedsbreve mest – fiskerne mindst.

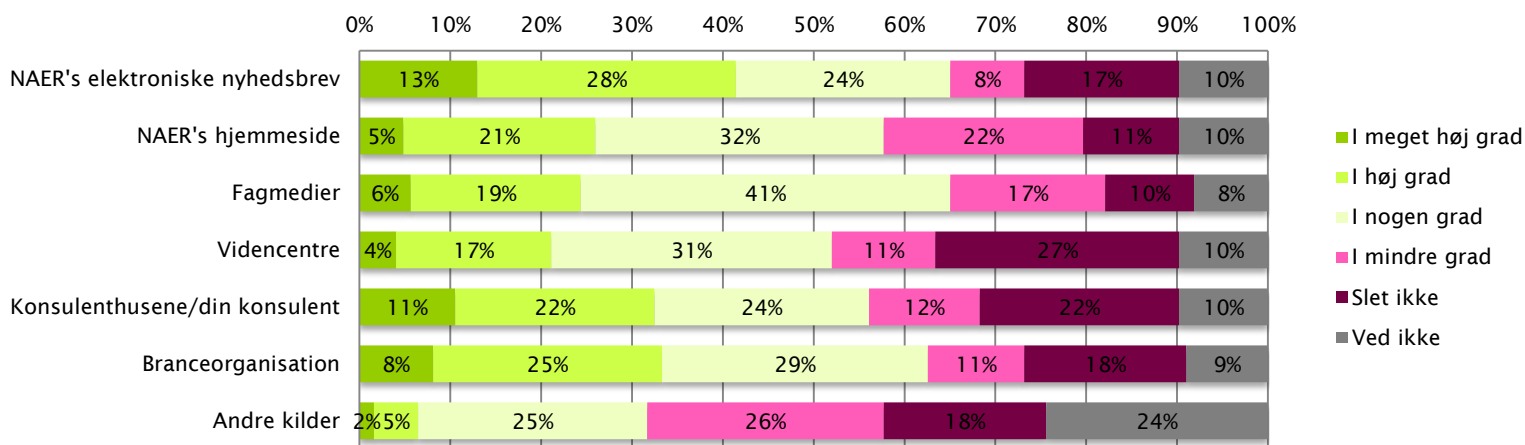
- ▶ To tredjedele af kunderne får i meget høj/høj eller nogen grad information fra NaturErhvervstyrelsen gennem styrelsens nyhedsbreve (66 %) eller hjemmeside (63 %).
- ▶ Omkring halvdelen af kunderne får information fra deres brancheorganisation (50 %), fagmedier (47 %), konsulenthus eller deres konsulent (46 %) og videntcentre (43 %).
- ▶ På tværs af kundegrupperne er der forskel på, hvilke kanaler de får information fra styrelsen gennem. Eksempelvis får 83 % af konsulenterne, to tredjedele af landmændene (65 %) og kun en tredjedel af fiskerne (35 %) information om NaturErhvervstyrelsen fra nyhedsbrevene.



Landmænd og gartnere får både information direkte fra NaturErhvervstyrelsen og gennem andre kilder

- ▶ Det er relevant at se på, i hvilken grad kunderne får information direkte fra NaturErhvervstyrelsen via hjemmesiden eller nyhedsbrevene, og i hvilken grad de får information om styrelsen via andre kanaler, som f.eks. konsulenter, fagmedier osv.
- ▶ Nedenfor viser grafen, hvor landmænd/gartnere får deres information fra. Her fylder NaturErhvervstyrelsens egne informationskanaler som nyhedsbreve og hjemmeside omtrent det samme som alternative kanaler. Således angiver henholdsvis 58 % og 65 % af landmændene/gartnerne, at de i meget høj/høj/nogen grad får information fra henholdsvis styrelsens hjemmeside og nyhedsbreve, mens mellem 56 % og 65 % angiver, at de får information fra fagmedier, konsulenter eller brancheorganisationer.
- ▶ En meget stor del af fiskerne har svaret "ved ikke" på spørgsmålet om, hvor de får information om styrelsen fra, og vi har derfor valgt ikke at afrapportere deres svar her.

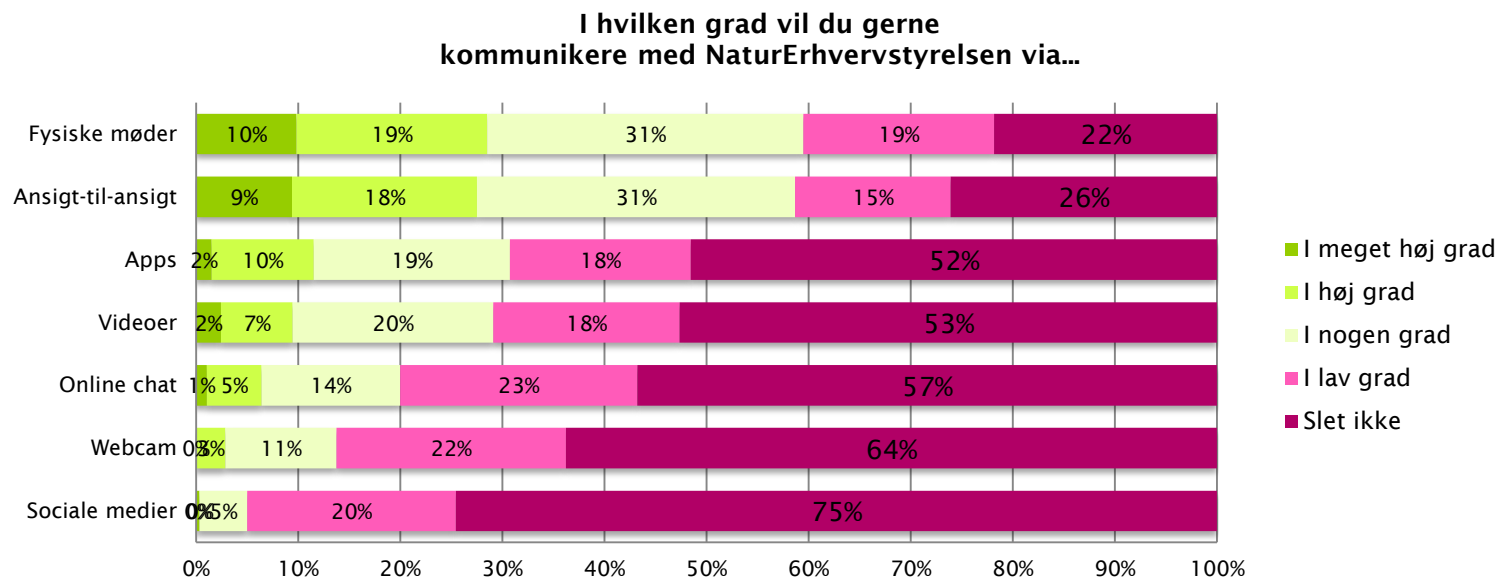
I hvilken grad får du som landmand/gartner information fra NaturErhvervstyrelsen fra...?



De nye digitale kommunikationskanaler bliver ikke efterspurgt

Kunderne ønsker i højere grad personlig sparring og fysiske møder.

- ▶ Kun 5 % af kunderne ønsker i nogen grad at kommunikere med NaturErhvervstyrelsen via sociale medier, mens under 20 % ønsker at kommunikere via webcam eller online chat.
- ▶ Omvendt ønsker omkring seks ud af ti at møde styrelsen fysisk på f.eks. dyrskuer eller konferencer (60 %) eller via sparring ansigt-til-ansigt (58 %). Særligt fiskerne (79 %) ønsker ansigt-til-ansigt-sparring, sammenlignet med fx 47 % af landmændene.
- ▶ Videoer på fx YouTube er mindre højt på ønskelisten blandt kunderne, da 29 % i alt ønsker dette. Særligt landmændene (36 %), konsulenterne (33 %) og fiskerne (30 %) er interesserede i at kommunikere via en sådan kanal.

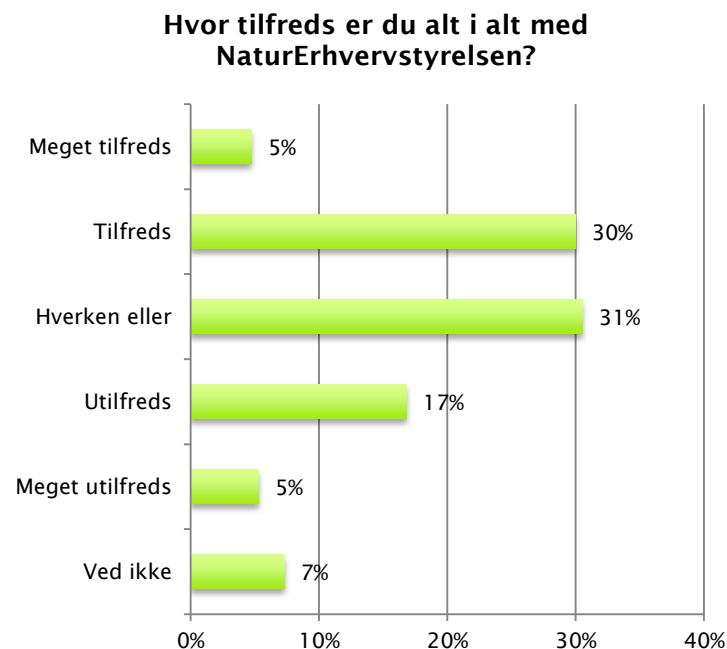


The background of the slide features a dark, blurred image of several people in business attire standing in a line, possibly in a meeting or conference setting. The silhouettes are out of focus, creating a sense of depth and atmosphere.

Overordnet tilfredshed

Hver tredje er alt i alt tilfredse med NaturErhvervstyrelsen

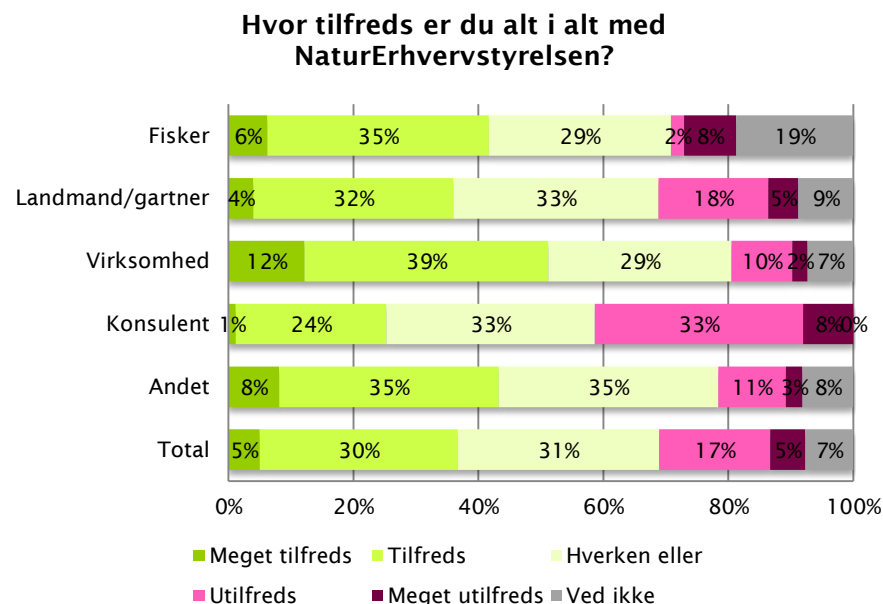
- ▶ Omkring hver tredje (35 %) svarer, at de alt i alt er tilfredse eller meget tilfredse med NaturErhvervstyrelsen. Omkring hver fjerde (23 %) svarer, at de er utilfredse eller meget utilfredse, mens omkring hver tredje (31 %) svarer hverken eller. 7 % svarer ved ikke/ikke relevant.
- ▶ Den forholdsvis lave tilfredshed kan til dels forklares med, at besvarelser fra konsulenter udgør en forholdsvis stor andel af det samlede antal besvarelser, og at konsulenterne generelt er mindre tilfredse end de andre kundegrupper. Som nævnt viser en test, Advice har gennemført, at en mindre andel af konsulenter dog kun ville have betydet en mindre stigning i tilfredshed i størrelsesorden 5 procentpoint.



Store forskelle i tilfredshed mellem kundegrupperne

Konsulenterne er mere utilfredse.

- ▶ Omkring fire ud af ti konsulenterne svarer, at de er utilfredse eller meget utilfredse med NaturErhvervstyrelsen, mens det for eksempel kun gælder for hver fjerde landmand/gartner (23 %) og hver tiende fisker (10 %).
- ▶ Virksomhederne er de mest tilfredse, da lidt over halvdelen (51 %) svarer, at de er meget tilfredse eller tilfredse med NaturErhvervstyrelsen. Fiskerne er den gruppe, hvor flest har svaret "ved ikke/ikke relevant", nemlig omkring hver femte (19 %).



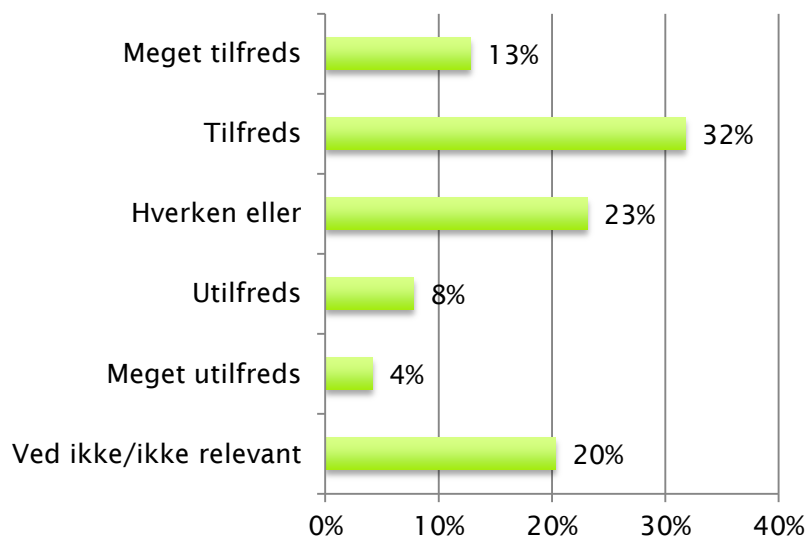
The background of the slide features a dark, monochromatic image of several people standing in a line, their forms rendered as dark silhouettes against a slightly lighter, textured grey background. The figures are positioned at various intervals, creating a sense of depth and a queue or a line of service.

Service

Flere kunder er tilfredse end utilfredse med den service, de modtager fra NaturErhvervstyrelsen

- ▶ 45 % svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med den service, de modtager i NaturErhvervstyrelsen, mens 12 % svarer, at de er utilfredse eller meget utilfredse.
- ▶ Tilfredsheden med servicen er højere end kundernes overordnede tilfredshed med styrelsen, hvilket går igen i hovedparten af de temaer, der spørges ind til.

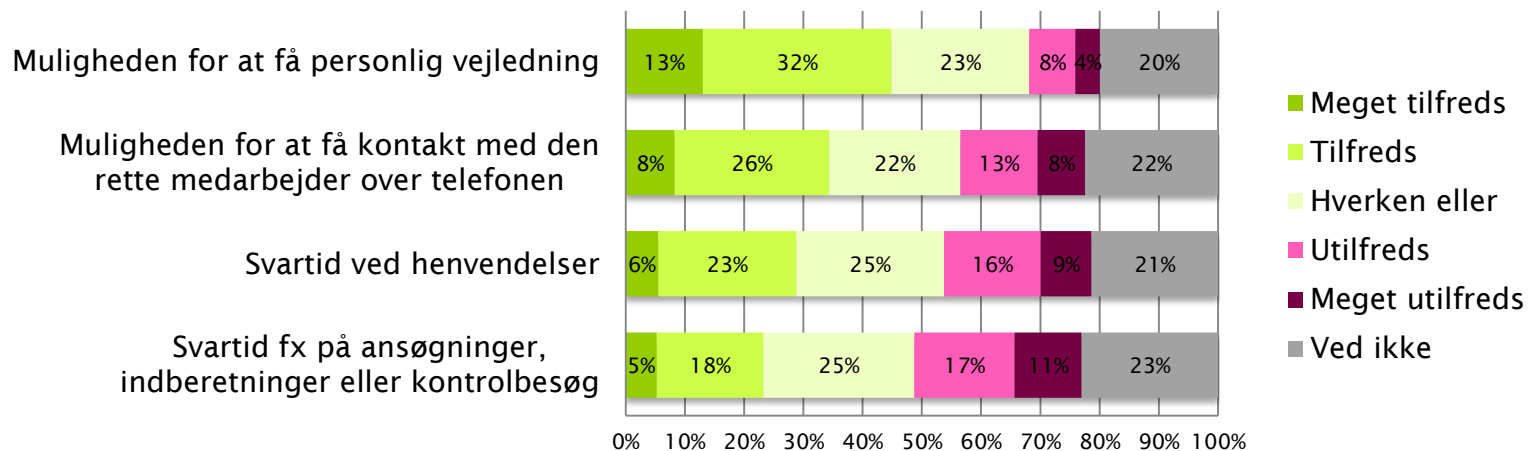
Hvor tilfreds er du alt i alt med den service, du modtager fra NaturErhvervstyrelsen?



Kunderne er mest tilfredse med den personlige betjening

- ▶ 45 % svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med muligheden for at få personlig vejledning i NaturErhvervstyrelsen. 34 % af kunderne er tilfredse eller meget tilfredse med muligheden for at få kontakt med den rette medarbejder over telefonen.
- ▶ 29 % er tilfredse eller meget tilfredse med svartiden ved henvendelser, mens ca. 23 % er tilfredse eller meget tilfredse med svartiden på ansøgninger, indberetninger eller kontrolbesøg.
- ▶ Kunderne er dermed forholdsvis mere tilfredse med den personlige vejledning, end når NaturErhvervstyrelsen kommunikerer med dem skriftligt ved for eksempel ansøgninger og indberetninger.

Hvor tilfreds er du med NaturErhvervstyrelsens service?

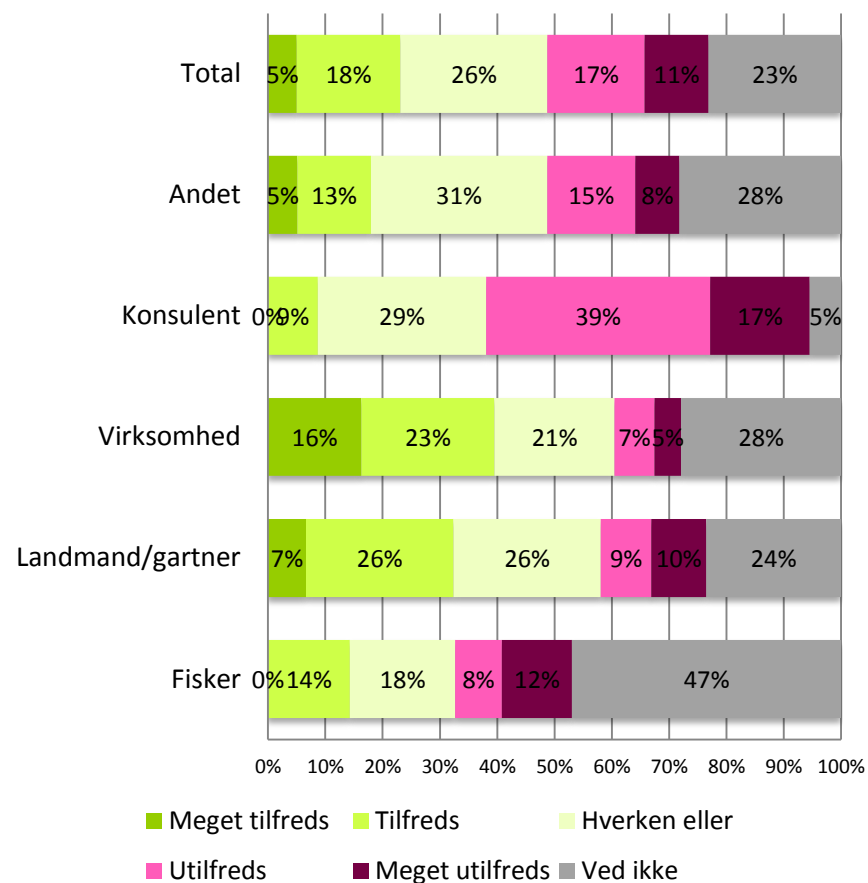


Stor forskel mellem kundegrupper i oplevelsen af service

Svartid på ansøgninger, indberetninger og kontrolbesøg.

- ▶ På alle spørgsmål om service er der stor forskel på, hvor tilfredse henholdsvis konsulenter og øvrige kundegrupper er.
- ▶ Den største forskel ses på spørgsmålet om svartid på ansøgninger, indberetninger og kontrolbesøg.
- ▶ Hos den kundegruppe, der må forventes at håndtere flest ansøgninger, konsulenterne, er 57 % utilfredse med svartiden, mens det for eksempel kun gælder for 20 % af fiskerne, der må forventes at have langt færre ansøgninger.
- ▶ Det ses også ved, at 47 % af fiskerne svarer "ved ikke" til samme spørgsmål, hvilket kun gælder for 5 % af konsulenterne.
- ▶ Samme forskel ses på spørgsmålet om muligheden for at få kontakt med den rette medarbejder.

Hvor tilfreds er du med svartid for eksempel på ansøgninger, indberetninger eller kontrolbesøg?

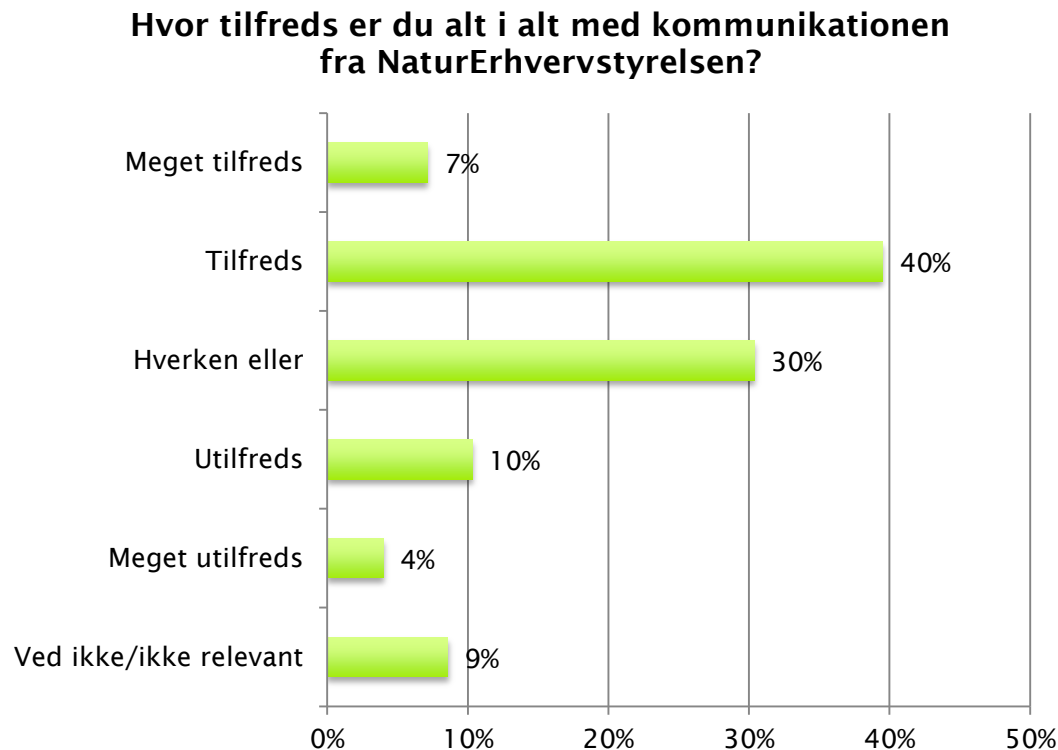


The background of the slide features a dark, monochromatic image of several people in business attire. They are shown as silhouettes, standing and facing each other, suggesting a professional meeting or collaborative work environment. The lighting is soft, creating a subtle glow around the figures.

Kommunikation

Halvdelen af kunderne er tilfredse med kommunikationen fra NaturErhvervstyrelsen

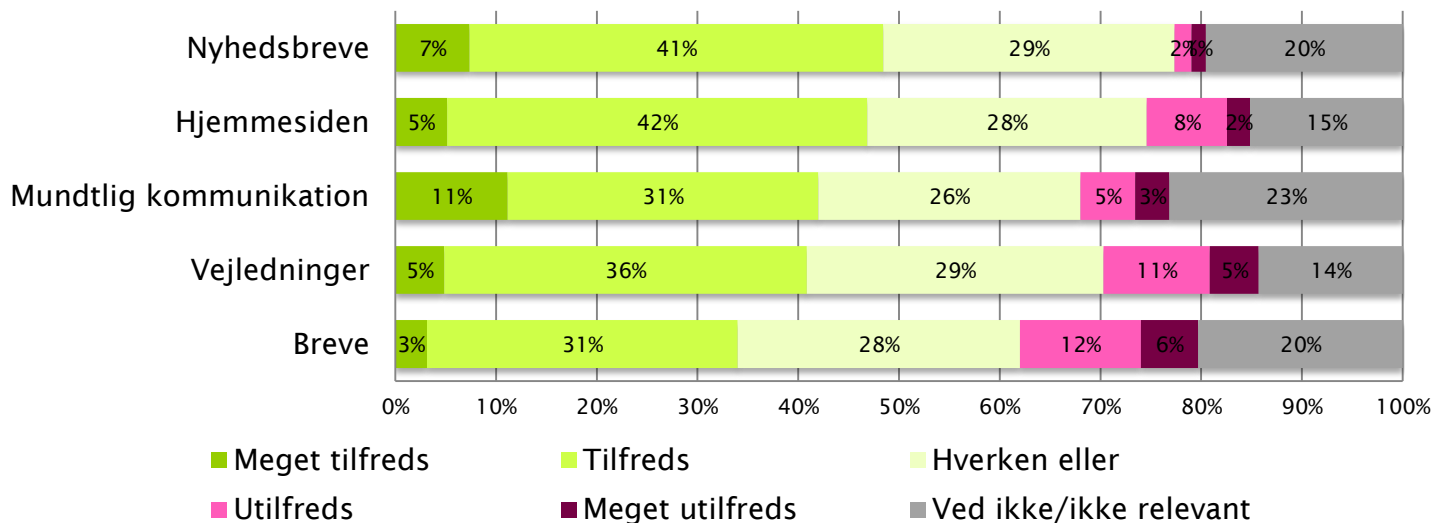
- ▶ 47 % svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med kommunikationen fra NaturErhvervstyrelsen. 14 % svarer, at de er utilfredse eller meget utilfredse. 30 % svarer hverken eller, og 9 % svarer ved ikke/ikke relevant.



Kunderne er mest tilfredse med NaturErhvervstyrelsens nyhedsbreve og hjemmeside og mindst tilfredse med breve

- ▶ Næsten halvdelen svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med NaturErhvervstyrelsens nyhedsbreve (48 %) og hjemmeside (47 %).
- ▶ Ca. fire ud af ti svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med den mundtlige kommunikation (42 %) og vejledninger (41 %). Omkring hver tredje (34 %) er tilfredse eller meget tilfredse med NaturErhvervstyrelsens breve.
- ▶ Den lave tilfredshed med brevene passer fint med, at kunderne også er mere utilfredse med svartiden på ansøgninger end med muligheden for at få personlig betjening.

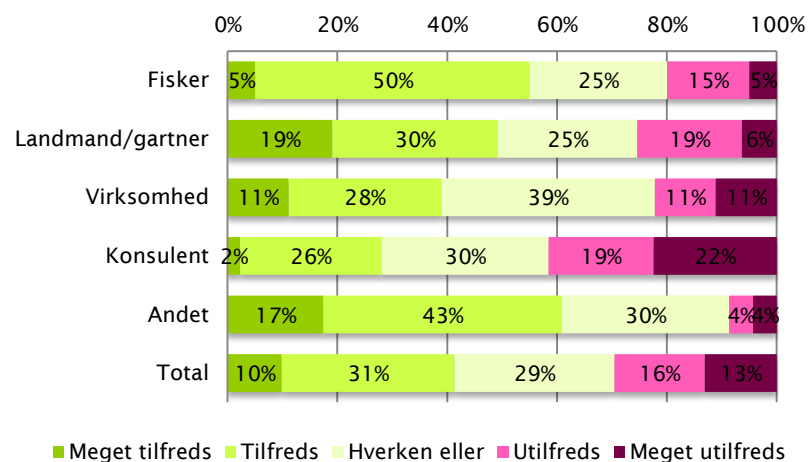
Hvor tilfreds er du med NaturErhvervstyrelsens kommunikation?



Under halvdelen er tilfredse med ventetiden ved telefonhenvendelser

- ▶ I alt 41 % af kunderne er tilfredse eller meget tilfredse med ventetiden og antal omstillinger, sidst de ringede til NaturErhvervstyrelsen. Herudover svarer 29 % "hverken eller" og 29 % svarer utilfreds eller meget utilfreds.
- ▶ Også her er det særligt konsulenterne, der er utilfredse (41 %), sammenlignet med f.eks. 25 % af landmændene/gartnerne.

Hvor tilfreds var du med ventetiden og antal omstillinger, sidst du ringede til NaturErhvervstyrelsen?

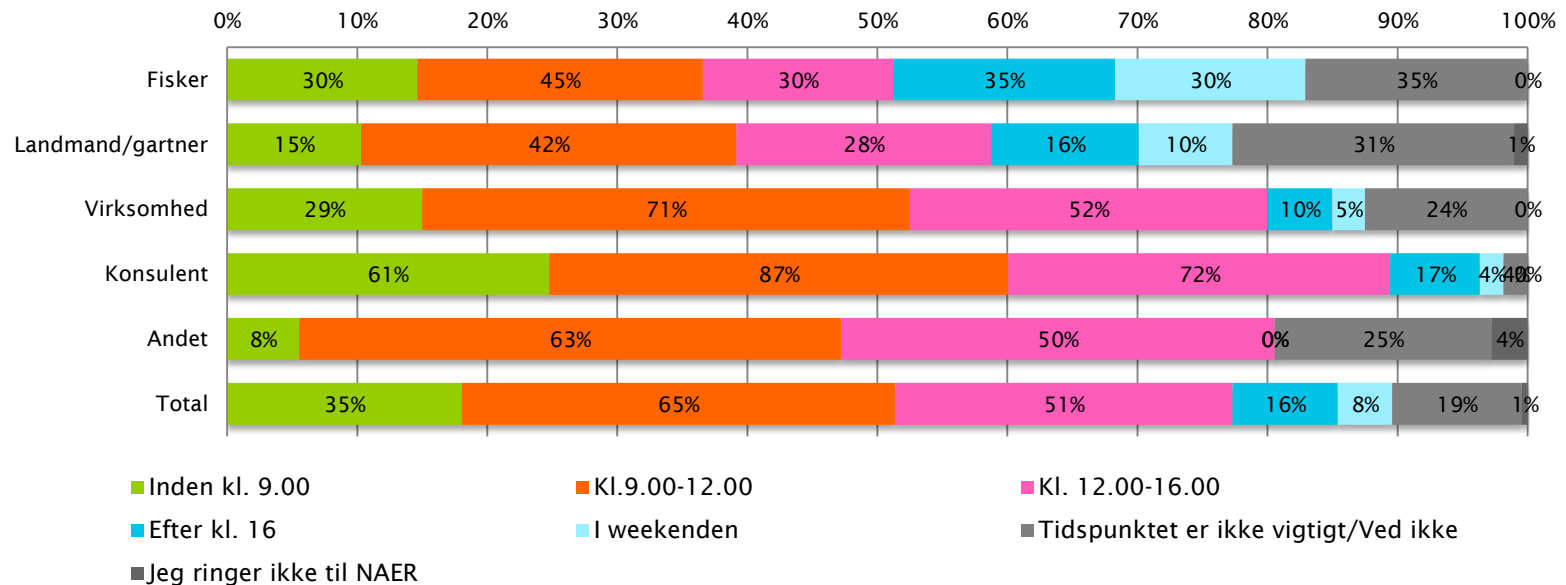


Kunderne ønsker at ringe i arbejdstiden

Dog ønsker fiskerne større fleksibilitet.

- ▶ Den mest hyppige tid, kunderne ønsker at ringe på, er i løbet af arbejdsdagen. Således ønsker 65 % at ringe fra kl. 9-12, mens 51 % ønsker at ringe kl. 12-16. Herudover ønsker flere at kunne ringe inden kl. 9, særligt konsulenterne (61 %).
- ▶ Særligt fiskerne efterspørger mere fleksible ringetider – hele 35 % ønsker at kunne ringe efter kl. 16, og 30 % ønsker at kunne ringe i weekenden.

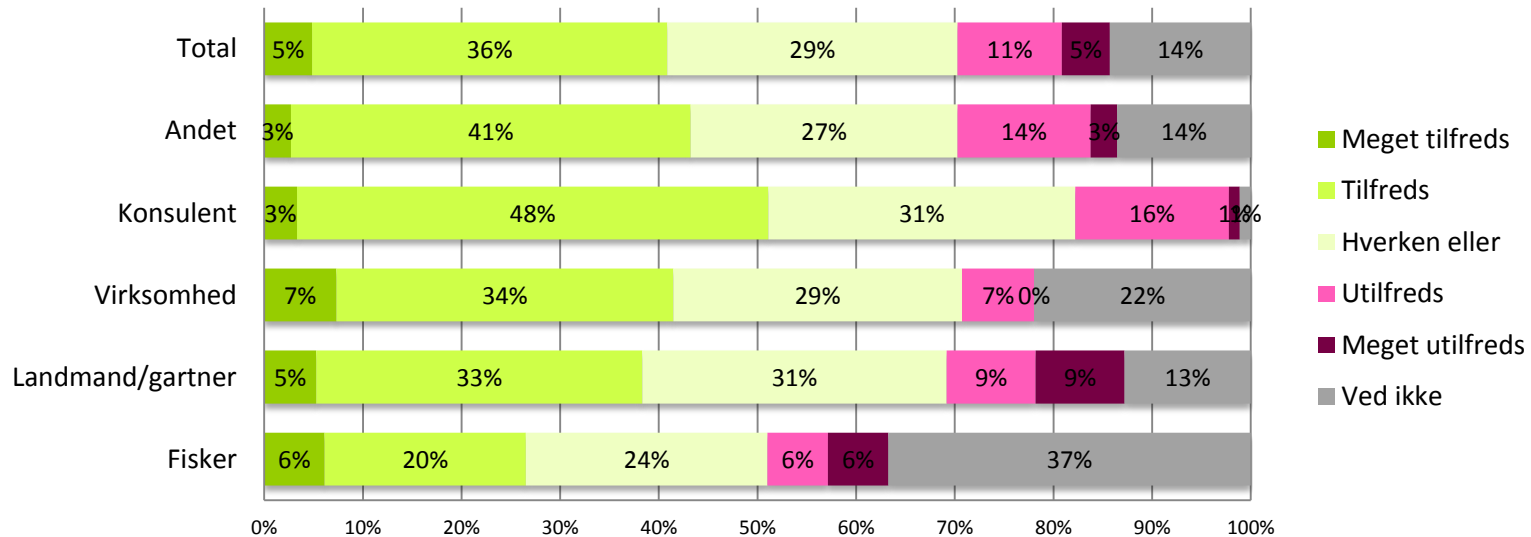
Hvornår på dagen har du typisk behov for at ringe til NAER?



Konsulenterne er tilfredse med vejledningerne

- ▶ Generelt er konsulenterne mere utilfredse end resten af kundegrupperne, med undtagelse af tilfredsheden med vejledningerne.
- ▶ Her er 17 % af konsulenterne utilfredse, hvilket svarer til de andre kundegrupper.
- ▶ Dette skal ses i lyset af, at kun 1 % af konsulenterne har svaret "ved ikke", hvorimod det gælder for betydeligt flere i de andre kundegrupper.
- ▶ Det tyder altså på, at konsulenterne opfatter vejledninger relativt mere positivt end de andre kommunikationskanaler. Dog ønsker de, at ændringer fra år til år tydeligt fremgår af vejledningen, så de hurtigt kan skimme den.

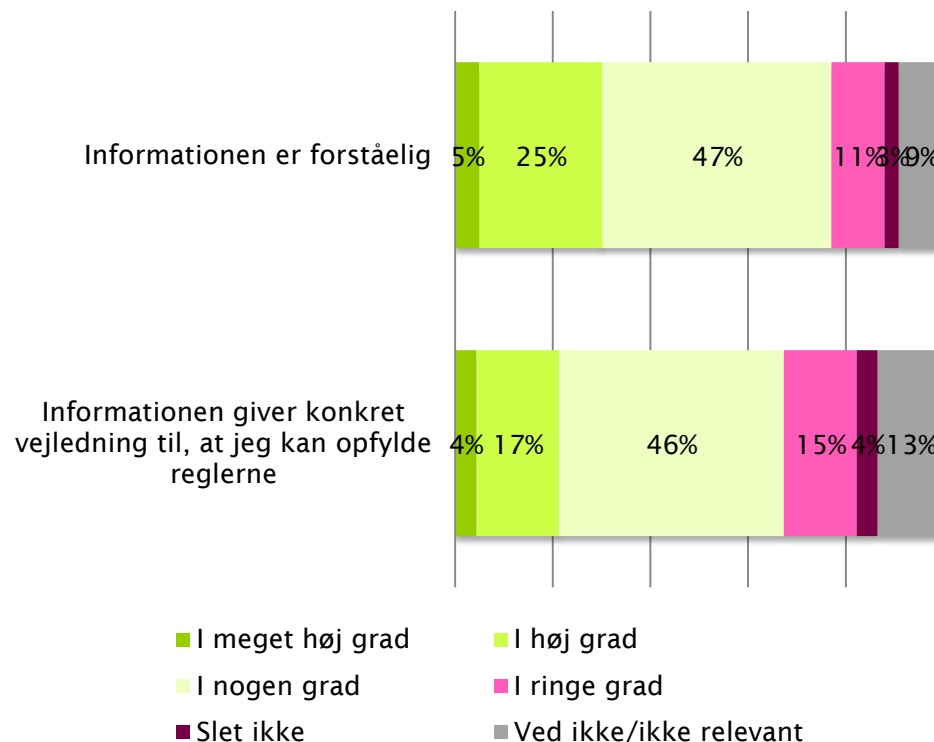
Hvor tilfreds er du med NaturErhvervstyrelsens vejledninger?



Overvejende tilfredshed med den information, kunderne får fra NaturErhvervstyrelsen

- ▶ 77 % af kunderne svarer, at den information de får, i nogen, høj eller meget høj grad er forståelig. 67 % af kunderne svarer, at informationen giver konkret vejledning til, hvordan de skal opfylde reglerne.
- ▶ 14 % svarer, at informationen i ringe grad eller slet ikke er forståelig. 19 % svarer, at informationen i ringe grad eller slet ikke giver konkret vejledning til, at de kan opfylde reglerne.
- ▶ Sammenholdt med de andre tilfredshedsspørgsmål er kunderne altså betydeligt mere tilfredse med NaturErhvervstyrelsens information og føler, at den er forståelig og brugbar.

Hvad synes du om den information, du får?



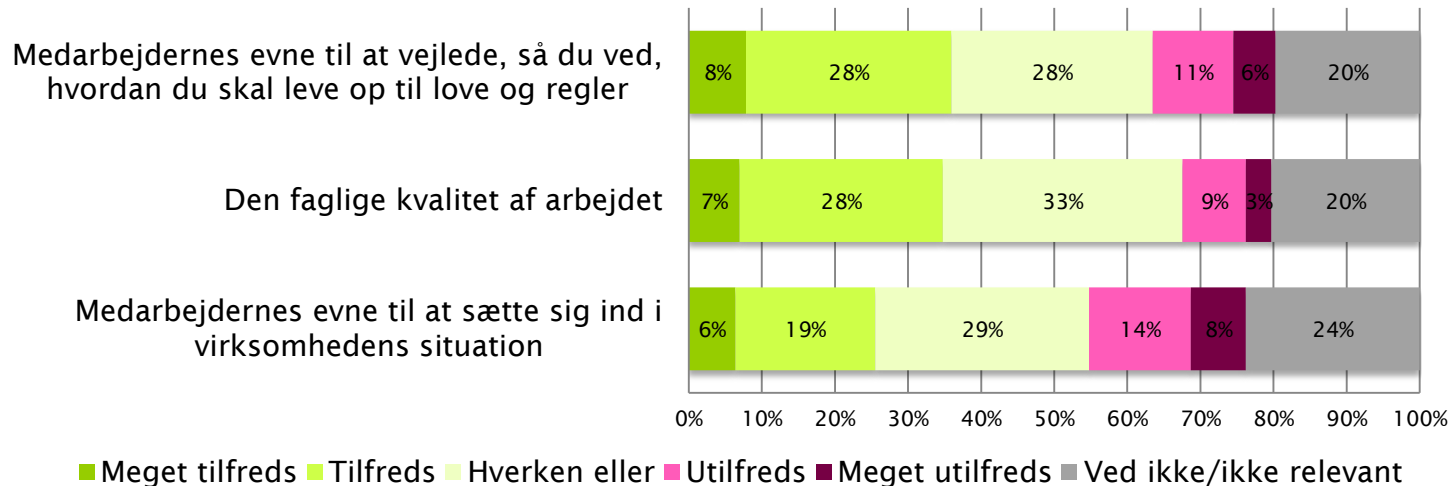
The background of the slide features a dark, monochromatic image of several people in business attire standing in a line, their forms rendered as dark silhouettes against a slightly lighter, textured grey background. The silhouettes are positioned at various heights and are slightly out of focus, creating a sense of depth and a professional atmosphere.

Fagligt arbejde

Kun hver tredje er tilfreds med NaturErhvervstyrelsens faglige arbejde

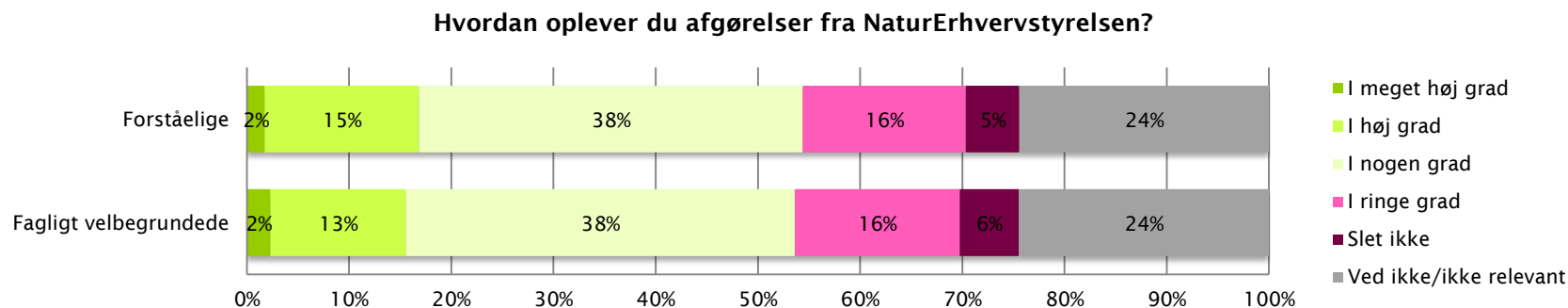
- ▶ Hver tredje svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med medarbejdernes evne til at vejlede (36 %) og med den faglige kvalitet af arbejdet (35 %).
- ▶ Kun hver fjerde (26 %) svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med medarbejdernes evne til at sætte sig ind i virksomhedens situation.
- ▶ Kundernes tilfredshed med styrelsens faglige arbejde er lavere end tilfredsheden med hovedparten af de øvrige områder i undersøgelsen.

Hvor tilfreds er du med det faglige arbejde i NaturErhvervstyrelsen?



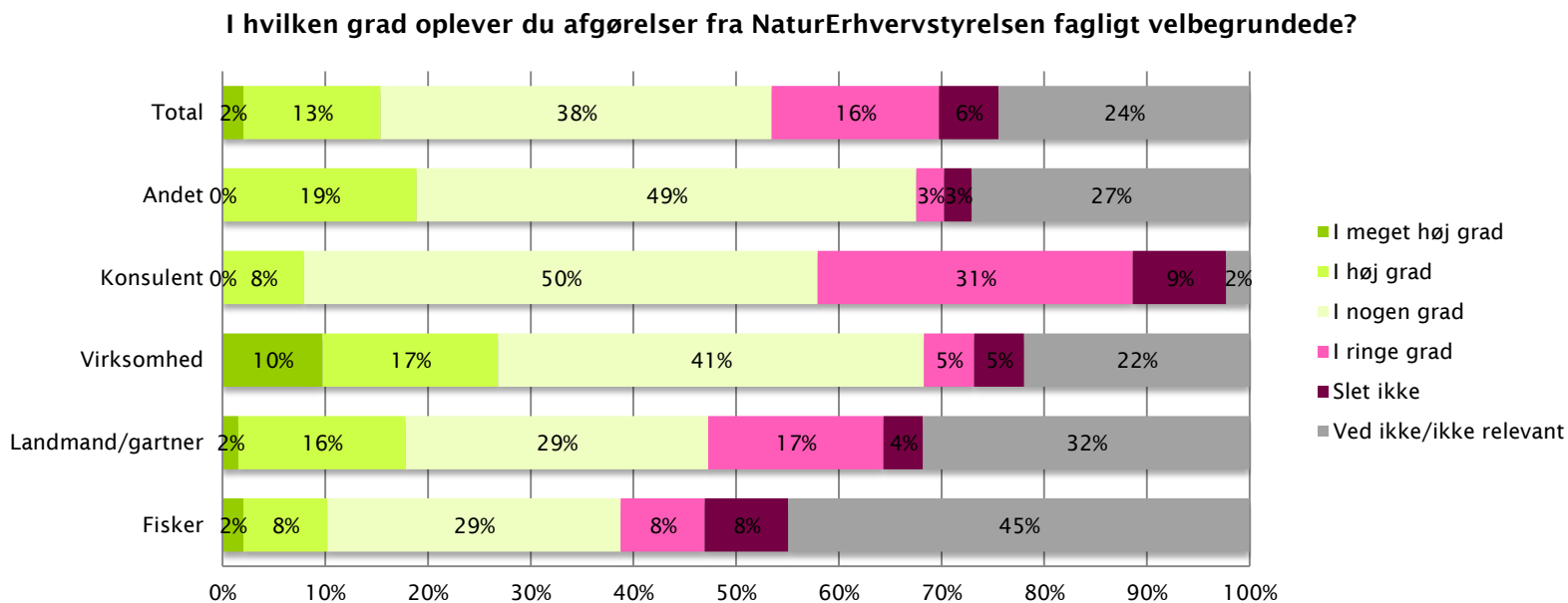
Over halvdelen opfatter NaturErhvervstyrelsens afgørelser som forståelige og fagligt velbegrundede

- ▶ Mere end halvdelen svarer, at de i nogen, høj eller meget høj grad oplever NaturErhvervstyrelsens afgørelser som forståelige (54 %) og fagligt velbegrundede (54 %).
- ▶ Omkring hver femte er uenige i, at afgørelserne er forståelige (21 %) og fagligt velbegrundede (22 %).
- ▶ Sammenholdt med kundernes tilfredshed med NaturErhvervstyrelsens information tyder det altså på, at den generelle information bliver opfattet mere positiv, end de mere konkrete afgørelser, hvilket også bør ses i lyset af, at konkrete afgørelser kan have større betydning for den enkelte landmand, end en mere overordnet information.



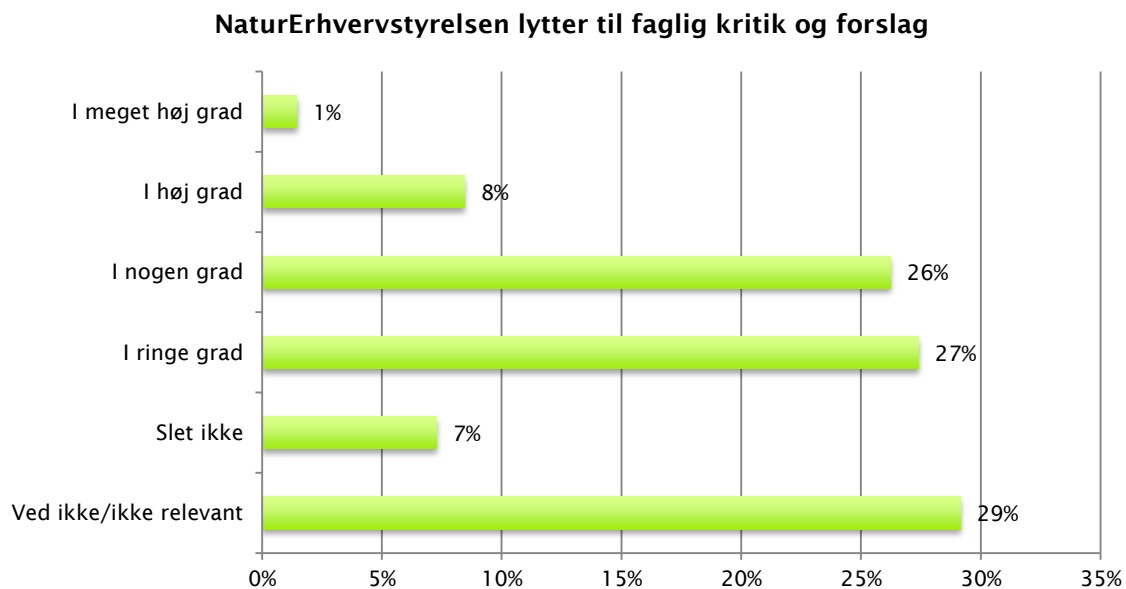
Utilfredshed blandt konsulenterne med afgørelsernes faglige begrundelser

- ▶ Markant flere konsulenterne (40 %) oplever, at afgørelserne kun i ringe grad eller slet ikke er fagligt velbegrundede, mens det kun gælder for ca. hver femte landmand/gartner (21 %) og fisker (22 %).
- ▶ Her ses det igen, at konsulenterne, som må tænkes at arbejde med flere afgørelser end resten af kundegrupperne, er mere utilfredse med afgørelserne end andre kunder.
- ▶ Det samme mønster går igen på spørgsmålet om, hvorvidt afgørelserne er forståelige.



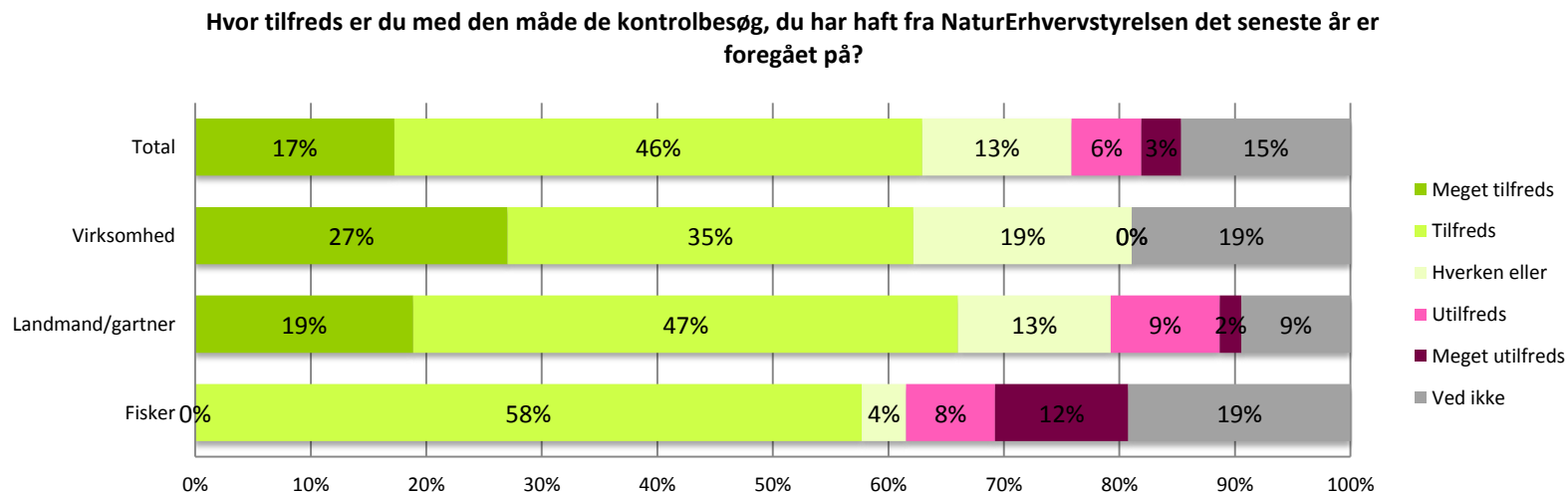
Hver tredje svarer, at NaturErhvervstyrelsen lytter til faglig kritik og forslag

- ▶ Omkring hver tredje (36 %) svarer, at NaturErhvervstyrelsen i nogen, høj eller meget høj grad lytter til faglig kritik og forslag, mens kun hver tiende svarer i meget høj grad eller høj grad. Det kan altså tyde på, at kunderne ønsker, at styrelsen i højere grad går i dialog og inddrager kunderne.



Seks ud af ti er tilfredse med kontrolbesøg

- ▶ Lidt over seks ud af ti (63 %) svarer, at de er tilfredse eller meget tilfredse med den måde de kontrolbesøg, de har haft i det seneste år, er foregået på. Færre end hver tiende (9 %) er utilfredse eller meget utilfredse med dette.
- ▶ Samtidig svarer 15 % "ved ikke" på trods af, at kunderne i et foregående spørgsmål blev spurgt til, om de indenfor det seneste år havde haft kontrolbesøg, så det kun var dem, der svarede "ja" hertil, der blev stillet nedenstående spørgsmål.
- ▶ Omtrent den samme andel af virksomhederne og landmændene er tilfredse med kontrolbesøget (henholdsvis 66 % og 62 %), men der er flere blandt virksomhederne, der er meget tilfredse end blandt landmændene. Fiskerne er mindst tilfredse (58 %), og ingen af fiskerne er meget tilfredse med kontrolbesøget, mens 20 % af fiskerne er utilfredse.



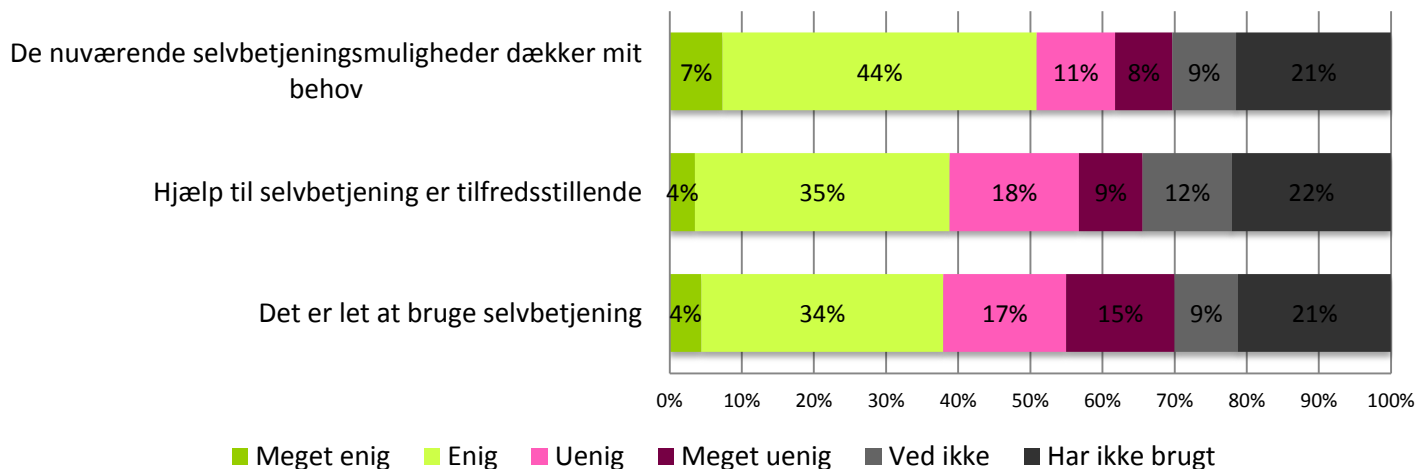
The background of the slide features a dark, monochromatic image of several people standing in a line, their forms rendered as dark silhouettes against a slightly lighter, textured grey background. The silhouettes are positioned at various heights and distances, creating a sense of depth and a queue. The overall mood is professional and minimalist.

Selvbetjening

Omkring halvdelen af kunderne får dækket deres behov for selvbetjening på nettet

- ▶ Omkring halvdelen (51 %) af kunderne angiver, at de er enige eller meget enige i, at de nuværende selvbetjeningsmuligheder dækker deres behov. Omkring fire ud af ti svarer, at de er enige eller meget enige i, at hjælp til selvbetjening er tilfredsstillende (39 %), og at det er let at bruge selvbetjeningsløsningerne (38 %).
- ▶ Omkring hver tredje har svaret "ved ikke" eller "har ikke brugt" på spørgsmålene om selvbetjening, men disse svar har Advice valgt at lade indgå i resultatet, da de også indgik i tilfredshedsundersøgelserne fra 2010. På næste side har vi dog opgjort resultatet, hvis disse svar ikke indgår.

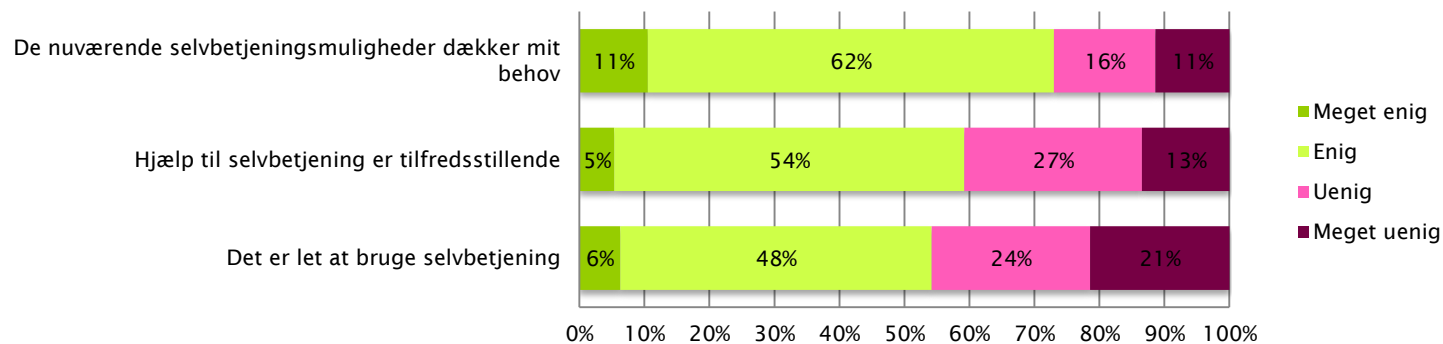
Hvor enig er du i følgende udsagn om NaturErhvervstyrelsens selvbetjening på nettet?



Tre ud af fire af de kunder, der har en holdning til selvbetjening, får dækket deres behov for selvbetjening på nettet

- ▶ Man kan argumentere for, at tilfredsheden med selvbetjeningsløsningerne kun skal vurderes af de kunder, der har en holdning til dem. Derfor har Advice fjernet de 30-35 % af kunderne, der svarer "ved ikke" eller "har ikke brugt" til spørgsmålet.
- ▶ Som det ses af nedenstående graf betyder det, at tre ud af fire (73 %) af de resterende kunder er enige eller meget enige i, at de nuværende selvbetjeningsmuligheder dækker deres behov. Over halvdelen svarer, at de er enige eller meget enige i, at hjælp til selvbetjening er tilfredsstillende (59 %) og at det er let at bruge selvbetjening (54 %).

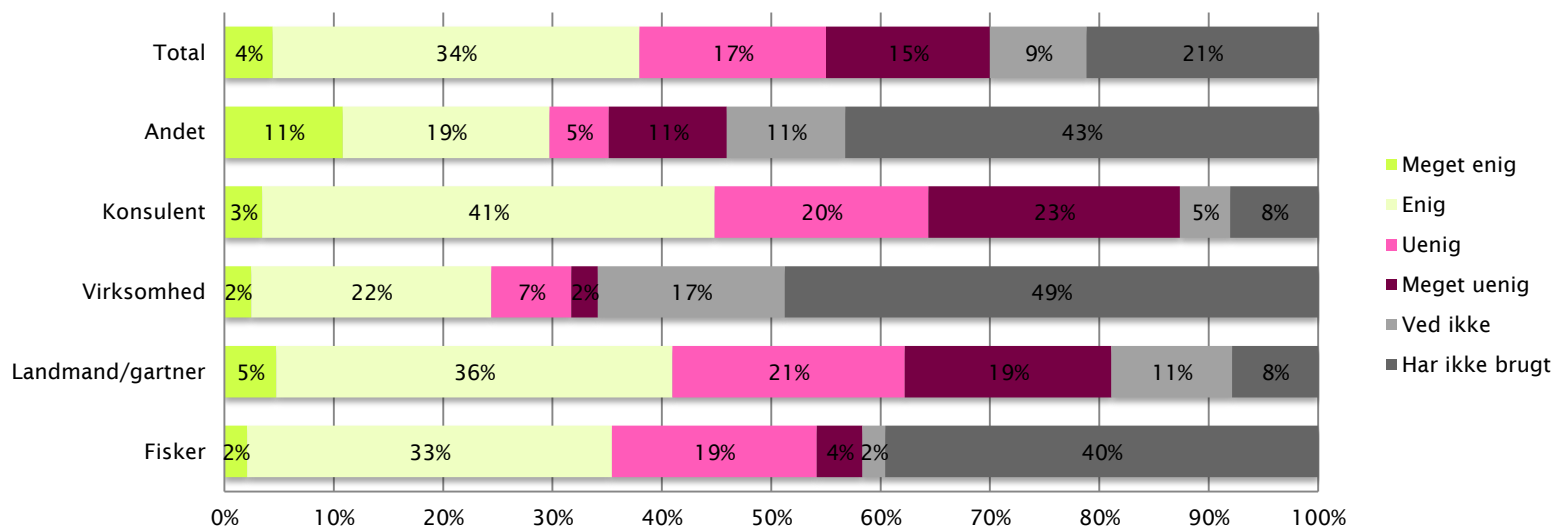
Hvor enig er du i følgende udsagn om NaturErhvervstyrelsens selvbetjening på nettet?



Landmænd og konsulenter er lige tilfredse med selvbetjeningsløsningerne

- ▶ Der er næsten lige mange landmænd/gartnere og konsulenter, der er enige i, at det er let at bruge selvbetjening på nettet (41 % og 45 %), mens lidt færre fiskere er enig heri (35 %). Dermed er landmændene næsten lige så tilfredse som konsulenterne, på trods af, at mange landmænd bruger konsulenter til at udfylde ansøgningskemaer og indberetninger via selvbetjeningsløsninger.
- ▶ Blandt virksomhederne og kundegruppen "andet" er der en lavere tilfredshed og samtidig også en større andel, der svarer "ved ikke" eller "har ikke brugt".

Hvor enig er du i, at det er let at bruge selvbetjening ?



The background of the slide features a dark, monochromatic image of several people in business attire standing in a line, their forms rendered as dark silhouettes against a slightly lighter, textured grey background. The figures are positioned at various intervals across the width of the slide, creating a sense of a group or a line of professionals.

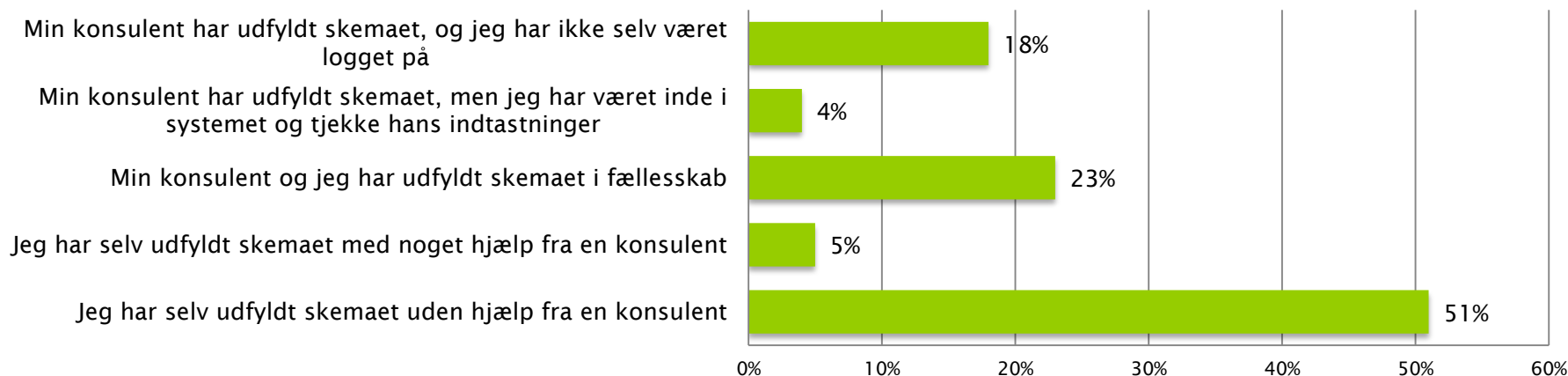
Brug af konsulenter

Halvdelen af landmændene bruger konsulenter til Fællesskemaet

Den anden halvdel står helt selv for ansøgningen.

- ▶ Blandt de landmænd, der har søgt om udbetaling inden for Enkeltbetaling inden for det seneste år, har omkring halvdelen selv stået for ansøgningen uden hjælp fra en konsulent (51 %). Omkring hver fjerde har ladet konsulenten stå for at udfylde skemaet selv (22 %). En anden fjerdedel har udfyldt med konsulenten i fællesskab. Kun 5 % selv har udfyldt med noget hjælp fra en konsulent.
- ▶ Det betyder, at halvdelen af landmændene står for ansøgningen helt uden hjælp, mens den anden halvdel bruger konsulenter i større eller mindre omfang.

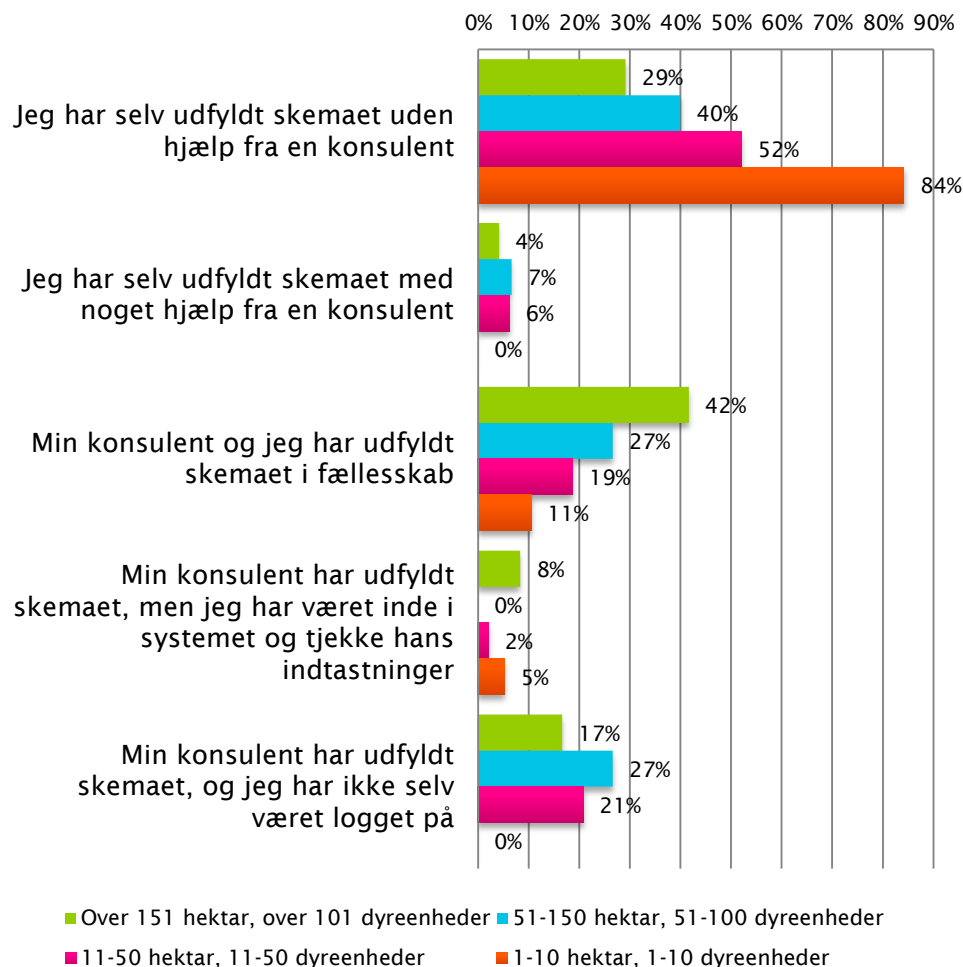
Hvad kendetegner bedst den måde, du har brugt NaturErhvervstyrelsens TastSelv-system på?



De helt små landmænd ansøger selv, mens de større køber konsulenthjælp

- ▶ Advice har opdelt landmændenes besvarelser om brugen af konsulenter efter landbrugets størrelse.
- ▶ Af grafen kan vi se, at den hyppigst anvendte metode for alle størrelser landbrug, på nær de helt store over 150 hektar, er at udfylde skemaet selv. Der er dog store forskelle alt efter, hvor stort et landbrug, de har – 84 % af de helt små landmænd står selv for ansøgningen, mens det kun gælder for 29 % af de største.
- ▶ Den næstmest brugte metode er at indtaste skemaet i samarbejde med en konsulent, hvilket også er den metode, den største andel af de helt store landbrug benytter.
- ▶ For omkring hvert fjerde landbrug over 10 hektar er det konsulenten, der helt står for at lave ansøgningen, mens det er omkring to tredjedele af landbrugene over 50 hektar, der bruger konsulenter i et eller andet omfang i forbindelse med ansøgningen .

Hvad kendetegner bedst den måde, du har brugt NaturErhvervstyrelsens TastSelv-system på?

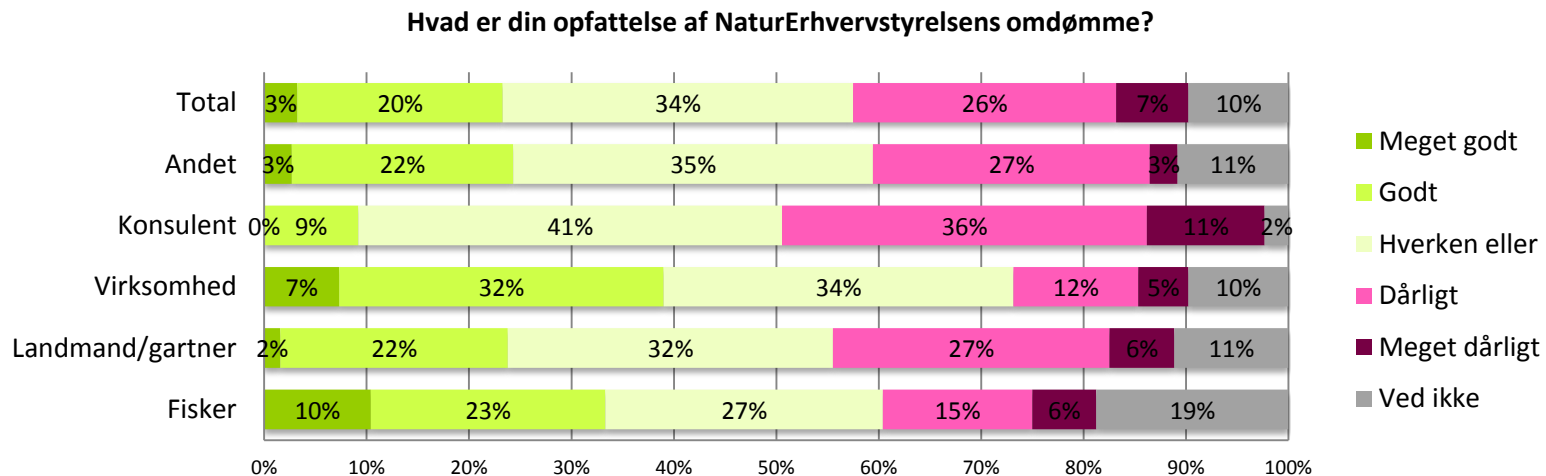


The background of the slide features a dark, monochromatic image of several people in business attire standing in a line, their forms rendered as dark silhouettes against a slightly lighter, textured grey background. The word 'Omdømme' is overlaid in white text on the left side of the image.

Omdømme

Flere opfatter NaturErhvervstyrelsens omdømme som dårligt end som godt – konsulenter er mest kritiske

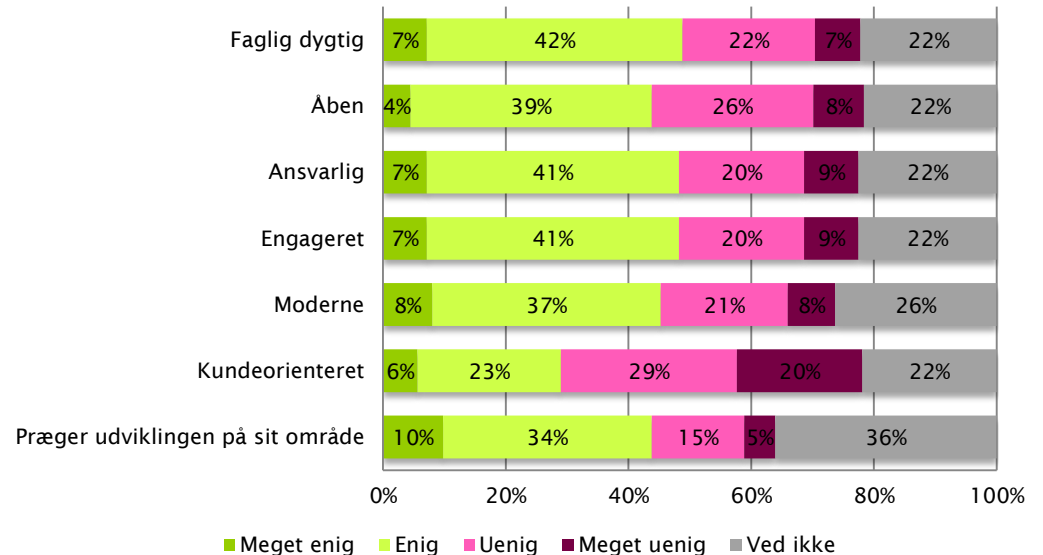
- ▶ Ca. hver fjerde (23 %) opfatter NaturErhvervstyrelsens omdømme som godt eller meget godt, mens hver tredje (33 %) svarer, at de har en dårlig eller meget dårlig opfattelse.
- ▶ Hvis vi ser på besvarelser fordelt på kundegrupperne, svarer lige under halvdelen af konsulenterne ”dårligt” eller ”meget dårligt”, mens det kun gælder for hver tredje landmand/gartner og omkring hver femte fisker.



Fagligt dygtig, ansvarlig og engageret er de ord, der bedst beskriver NaturErhvervstyrelsen

- ▶ Kunderne blev i spørgeskemaet bedt om at angive, hvordan de opfattede NaturErhvervstyrelsen ud fra en liste på de syv ord, der ses af figuren til højre.
- ▶ Her angav halvdelen af kunderne, at de opfatter NaturErhvervstyrelsen som faglig dygtigt (49 %), ansvarlig (48 %) og engageret (48 %).
- ▶ Lidt færre opfatter NaturErhvervstyrelsen som moderne (45 %), åben (43 %) og at de præger udviklingen på deres område (44 %).
- ▶ Færrest (29 %) opfatter NaturErhvervstyrelsen som kundeorienteret.

Hvordan opfatter du NaturErhvervstyrelsen som offentlig myndighed?



The background of the slide features a dark, monochromatic image of several people in business attire standing in a line, possibly in a meeting or conference room. Their forms are rendered as soft, dark silhouettes against a slightly lighter, textured grey background. The overall mood is professional and focused.

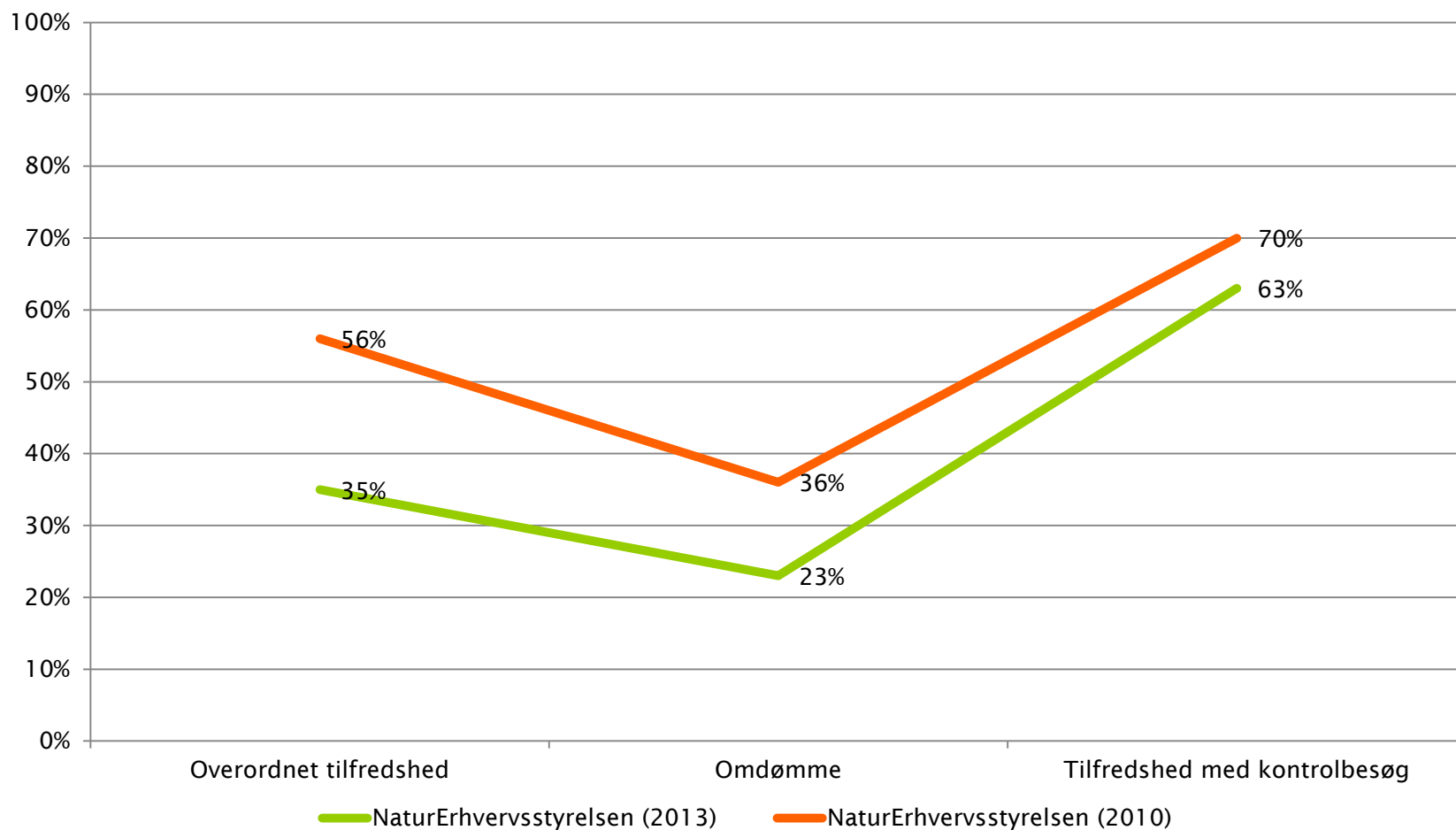
Udvikling fra 2010 til 2013

Hvordan er resultaterne sammenlignet?

- ▶ De følgende sider viser en grafisk sammenligning af resultatet fra tilfredshedsundersøgelsen med de tilfredshedsundersøgelser, der i 2010 blev gennemført for de tre daværende direktorater, der i dag udgør NaturErhvervstyrelsen (Fiskeridirektoratet, FødevarerErhverv og Plantedirektoratet).
- ▶ For at kunne sammenligne tre målinger fra 2010 med én måling fra 2013 har Advice udregnet gennemsnittet af besvarelserne fra de tre tidligere direktorater. Det er dette tal, der indgår i afrapporteringen.
- ▶ De enkelte grafer viser, hvordan NaturErhvervstyrelsens kunder har besvaret de enkelte spørgsmål i undersøgelsen i forhold til besvarelserne fra de samme spørgsmål i tilfredshedsundersøgelsen fra 2010.
- ▶ Efter den grafiske opstilling følger en kort skriftlig opsummering af resultatet.

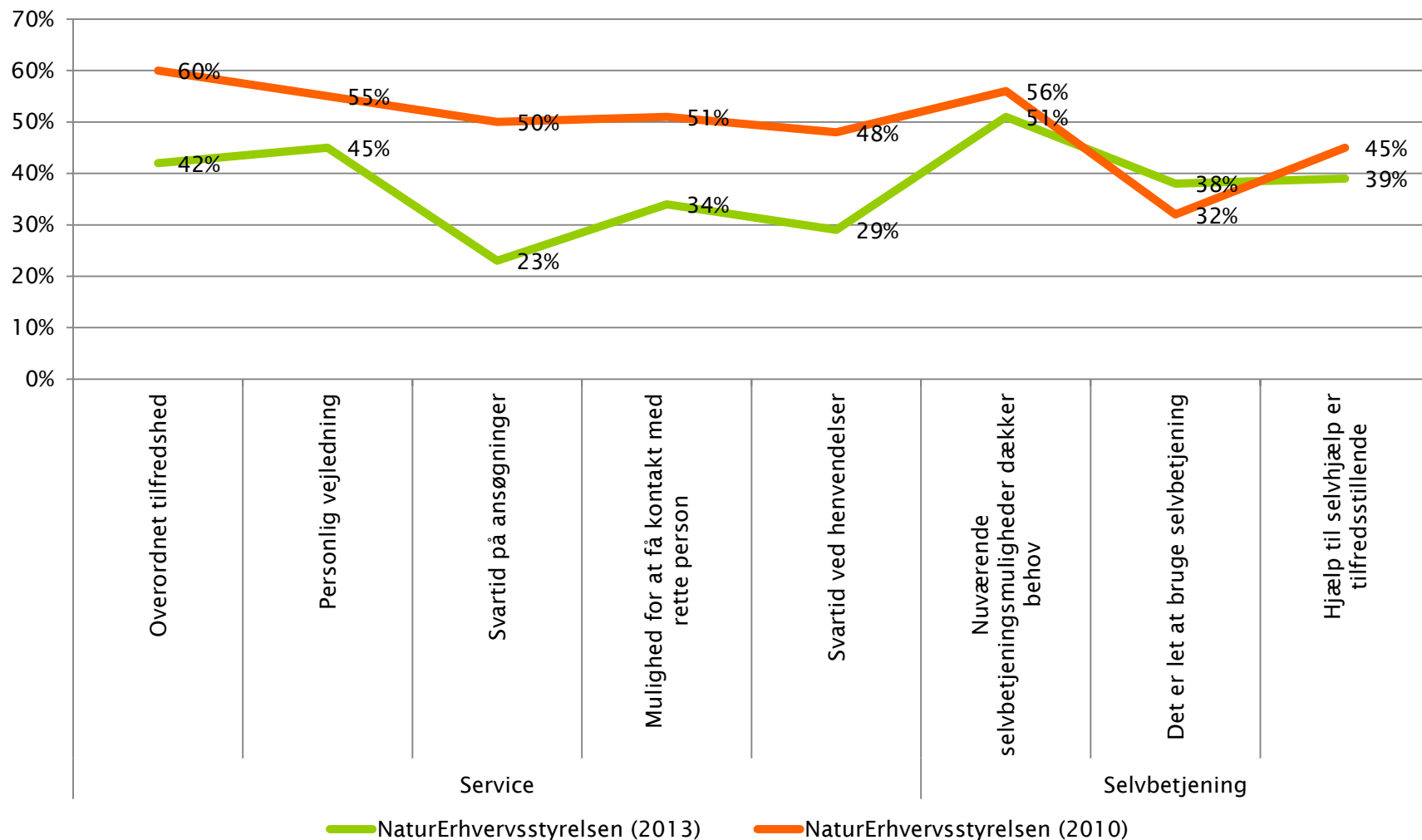
Overordnet tilfredshed, omdømme og kontrolbesøg

Andele, der har svaret "Tilfreds" eller "Meget tilfreds" og "Godt" eller "Meget godt".



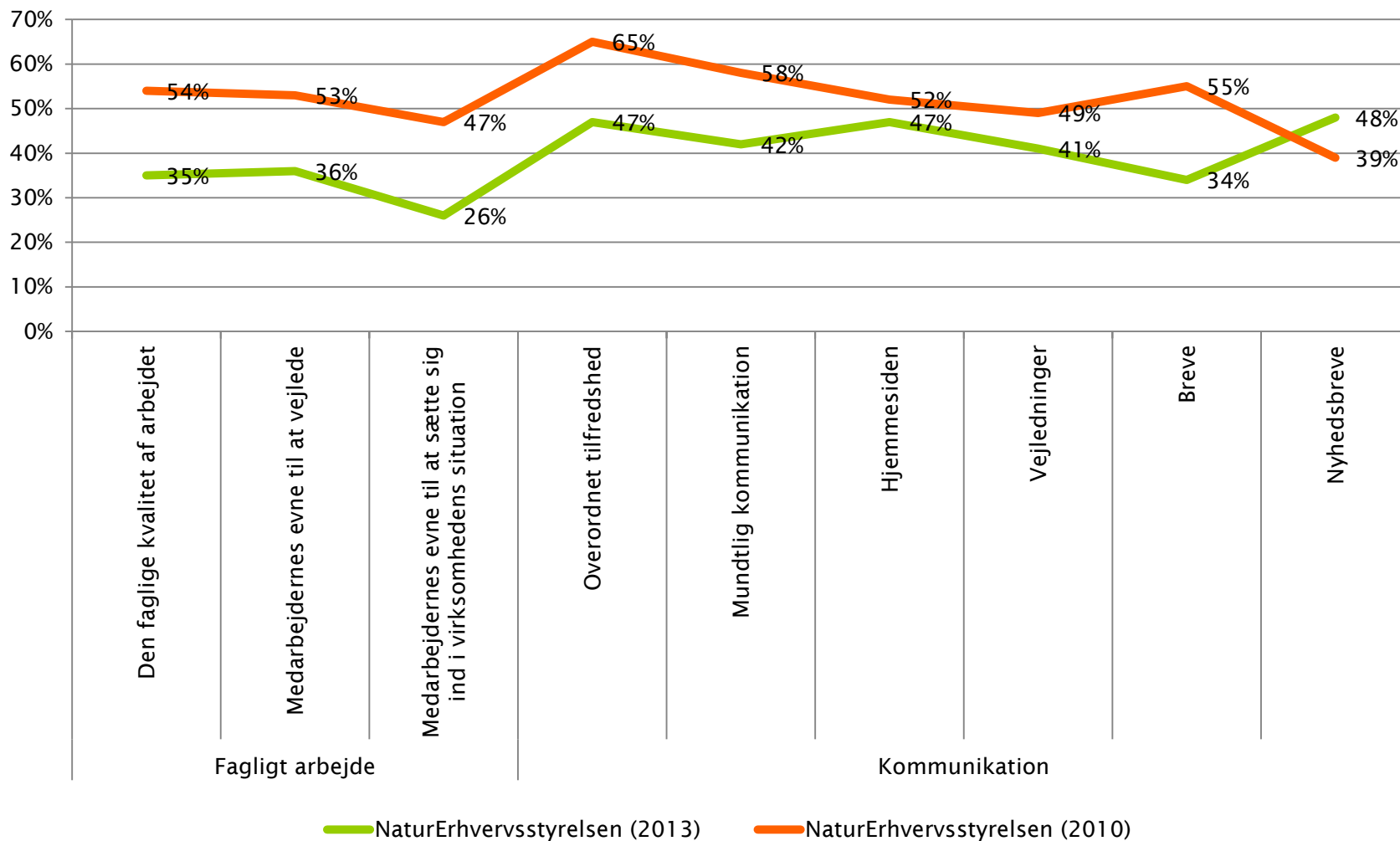
Service og selvbetjening

Andele, der har svaret "Tilfreds" eller "Meget tilfreds" og "Enig" eller "Meget enig".



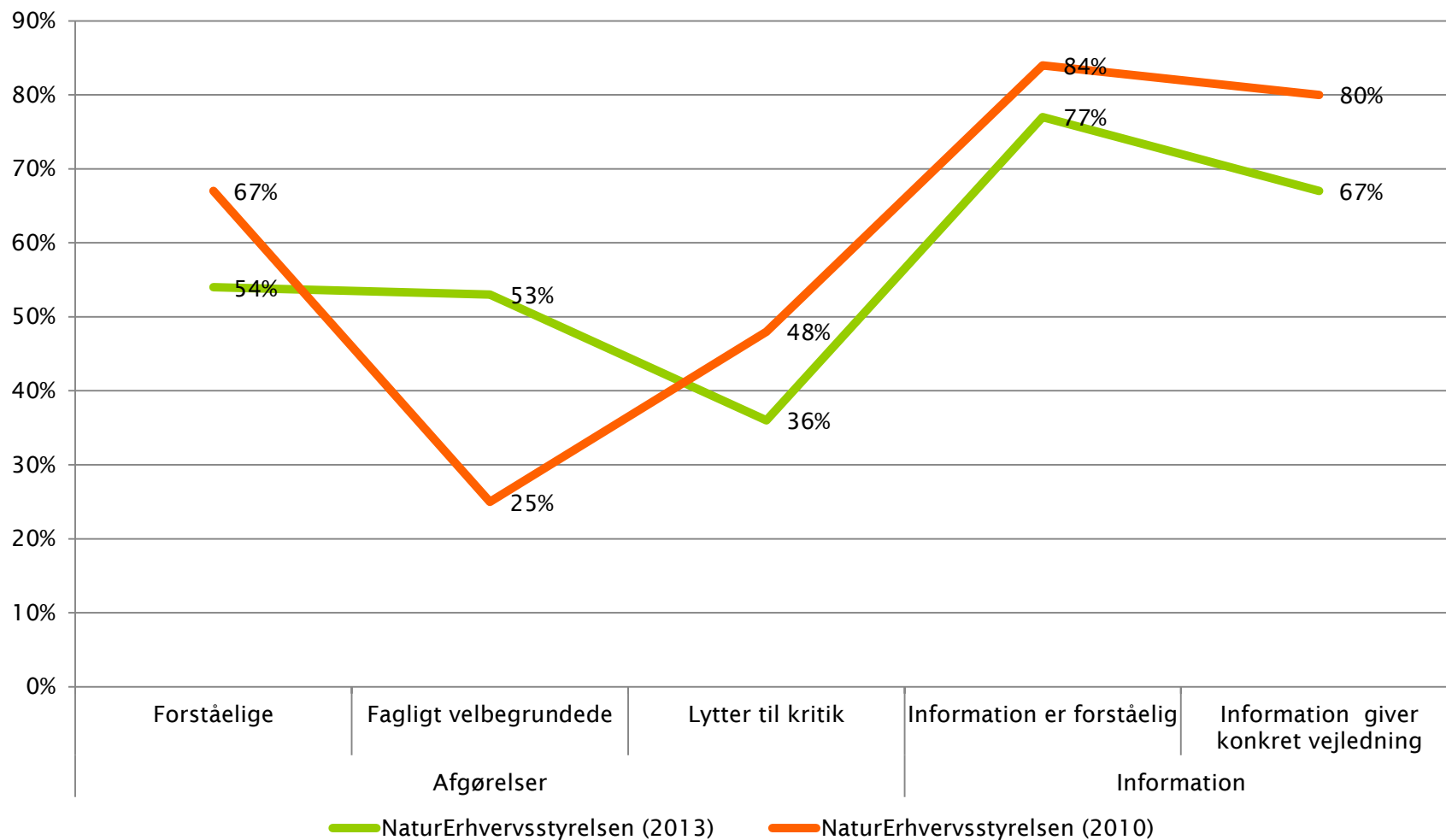
Fagligt arbejde og kommunikation

Andel, der har svaret "Tilfreds" eller "Meget tilfreds".



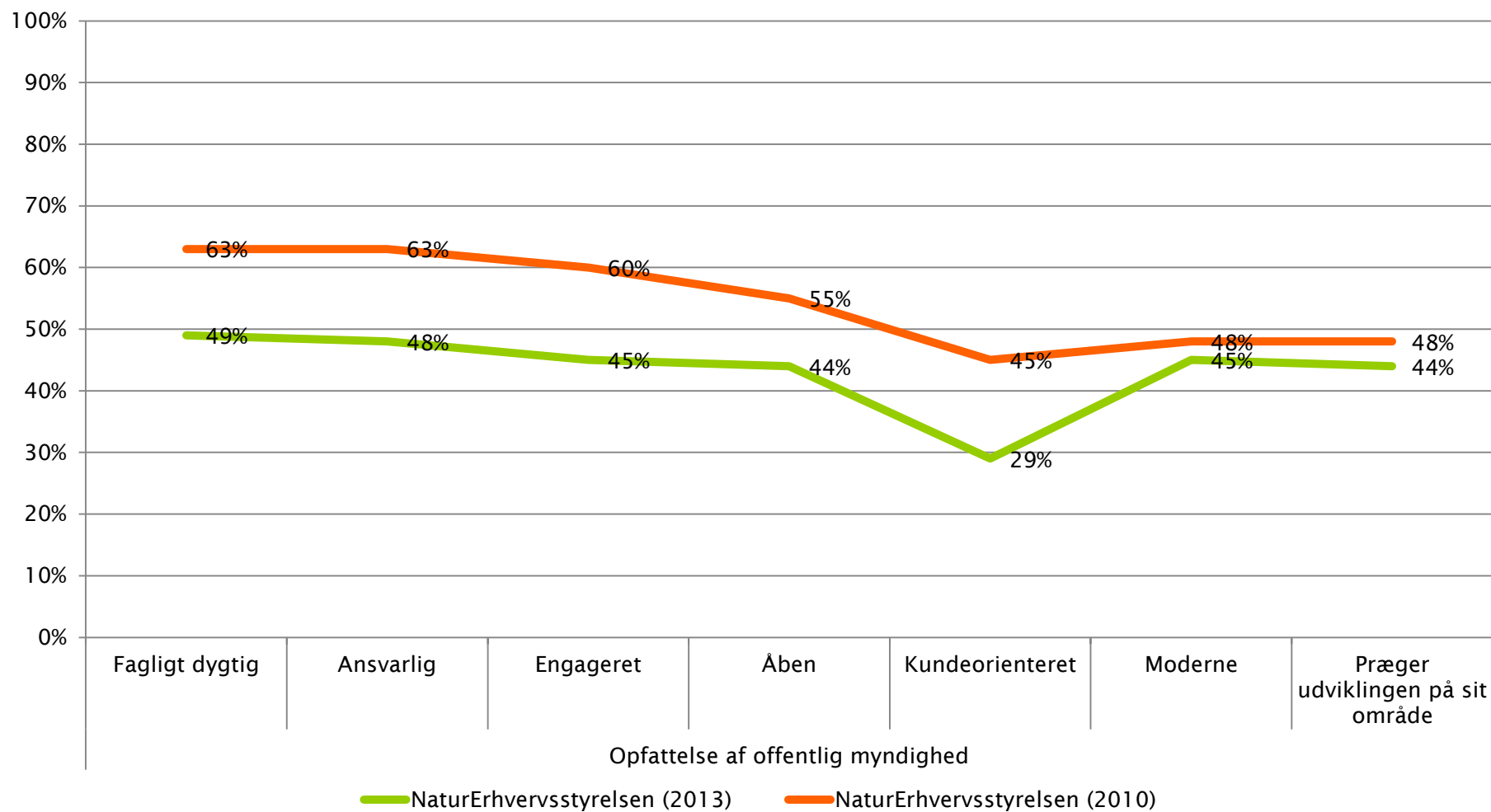
Afgørelser og information

Andele, der har svaret "I nogen grad", "I høj grad" eller "I meget høj grad".



Opfattelse af offentlig myndighed

Andele, der har svaret "Enig" eller "Meget enig".



The background of the slide features several dark, blurred silhouettes of people standing in a line, suggesting a group or a meeting. The overall tone is professional and modern.

Om undersøgelsen

METODE: UDSENDELSE, SVARPROCENT OG RESPONDENTERNES BAGGRUNDSDATA

Om undersøgelsen

Om spørgeskemaet og udsendelsen.

- ▶ Denne baselinemåling er gennemført som et spørgeskema udsendt pr. mail og post blandt NaturErhvervstyrelsens kunder i perioden den 18. juni til 19. juli 2013.
- ▶ For at optimere antallet af besvarelser, blev udsendelsen af spørgeskemaet tilpasset individuelle kundegrupper.
 - ▶ Erhvervsfiskere, fritidsfiskere, gartnere og grovarevirksomheder har modtaget spørgeskemaet pr. brev. De kunder, der modtog brevet, havde mulighed for enten at udfylde et vedlagt spørgeskema og returnere det i en svarkuvert eller udfylde spørgeskemaet online ved hjælp af en personlig kode.
 - ▶ Landmænd og landbrugskonsulenter modtog spørgeskemaet via en e-mailinvitation. Desuden blev der oprettet et åbent link, så kunder, der ikke havde modtaget invitationen, også havde mulighed for at deltage.
- ▶ Spørgeskemaet blev udsendt pr. e-mail den 18. juni. Postudsendingen blev foretaget umiddelbart efter. Den 1. og 8. juli blev der udsendt rykkermails til de kunder, der havde modtaget spørgeskemaet pr. e-mail, men endnu ikke havde besvaret spørgeskemaet. NaturErhvervstyrelsen fulgte selv op på postudsendelsen ved telefonisk at kontakte de kunder, der ikke havde besvaret spørgeskemaet.
- ▶ I målingen indgik en række spørgsmål om styrelsens kunder, herunder deres brug af digitale enheder og medier og deres brug af konsulenter. Derudover indgik spørgsmål om kundernes kontakt med styrelsen. Endelig indgik også en større kundetilfredshedsundersøgelse, der også blev gennemført i 2010 i de tre daværende styrelser, som i dag udgør NaturErhvervstyrelsen.
- ▶ Advice giver i denne rapport ingen anbefalinger til, hvordan NaturErhvervstyrelsen kan arbejde videre med undersøgelsens resultater, da disse anbefalinger indgår i den samlede opgave, Advice løser for NaturErhvervstyrelsen.

Om undersøgelsen

Svarprocent og usikkerhed.

- ▶ 335 respondenter har besvaret hele spørgeskemaet, mens yderligere 83 respondenter besvarede dele af spørgeskemaet, altså i alt 418 besvarelser. Det giver en svarprocent på 33 %. Antallet af besvarelser falder undervejs i spørgeskemaet og hovedparten af spørgsmålene har mellem 320 og 360 kunder besvaret, hvilket giver en svarprocent på 25-28 %.
- ▶ Spørgsmålet om selvbetjeningsløsninger har kun ca. 230 besvarelser og en svarprocent på ca. 18 %, hvilket skyldes, at ikke alle kunder er blevet præsenteret for disse spørgsmål. Antallet af besvarelser er endnu mindre på specifikke spørgsmål til f.eks. kontrolbesøg, som 116 har besvaret og spørgsmålet om landmænds brug af konsulenter, som kun 142 har besvaret, hvilket dog udgør langt hovedparten af de landmænd, der har besvaret skemaet. Advice har i denne rapport ikke medtaget spørgsmål, hvor der på grund af for få besvarelser er meget stor usikkerhed. Det gælder f.eks. specifikke spørgsmål til fiskere, som kun 6 fiskere har besvaret.
- ▶ Den præcise svarprocent kan ikke angives, da spørgeskemaet også lå tilgængeligt som et åbent link, hvor andre end de respondenter, der fik tilsendt spørgeskemaet, kunne svare. Det er Advice's vurdering, at der er kommet ca. 50 besvarelser ind gennem dette link, hvilket betyder, at svarprocenten kan være 2-3 procentpoint lavere. En svarprocent på 23-33 % er overordnet set tilfredsstillende for en analyse af denne type, men er generelt lavere end svarprocenten i de tre tilfredshedsanalyser fra 2010, der lå på mellem 31 % og 38 %. Den lavere svarprocent kan bl.a. forklares med, at spørgeskemaet var langt og krævede omkring 20 minutter at besvare.
- ▶ Med det angivne antal svar, er der en statistisk usikkerhed på op til +/- 6 procentpoint på den samlede base, mens den for de enkelte kundegrupper kan være op til +/- 10 procentpoint. På baggrund af ovenstående konkluderer Advice, at undersøgelsens generelle resultater er valide inden for en usikkerhed på 6 procentpoint, mens resultater fordelt på kundegrupper er valide inden for en usikkerhed på +/- 10 procentpoint.

Om undersøgelsen

Antal og andel besvarelser fordelt på kundegrupper.

- ▶ Spørgeskemaet blev udsendt til NaturErhvervstyrelsens kundegrupper på baggrund af et datatræk fra NaturErhvervstyrelsen. I tabellen nedenfor ses fordelingen af kundegrupperne på henholdsvis antallet af udsendte og antal besvarelser fra hver kundegruppe. I tabellen er økologiske og konventionelle landmænd samt gartnere slået sammen i opgørelsen i antal udsendte, andel af udsendte og svarprocenten, da dataudtrækket fra NaturErhvervstyrelsen ikke skelnede mellem økologiske og konventionelle landmænd/gartnere.
- ▶ Af tabellen ses det, at andelen af besvarelser på kundegrupperne svarer nogenlunde til andelen af udsendte spørgeskemaer. Dog er der en mindre andel af fiskere, der har besvaret skemaet, hvilket kan skyldes, at skemaet blev udsendt i starten af sommeren, hvor erhvervsfiskere generelt har travlt med fiskeriet og sportsfiskerne måske har været på sommerferie.

	Antal udsendte	Andel af udsendte	Antal besvarelser	Andel af besvarelser	Svarprocent
Erhvervsfisker	150	12 %	25	6 %	17 %
Sportsfisker/fritidsfisker	150	12 %	30	7 %	20 %
Fiskerikonsulent	33	3 %	11	3 %	33 %
Økologisk landmand	402	32 %	12	3 %	33 %
Landmand			120	29 %	
Landbrugskonsulent	304	24 %	98	23 %	32 %
Økologisk gartner	37	3 %	12	3 %	65 %
Gartner			12	3 %	
Gartnerikonsulent	0	0 %	2	0 %	-
Virksomhed	191	15 %	45	11 %	24 %
Andet	0	0 %	51	12 %	-
	1267	100 %	418	100 %	33 %

Om undersøgelsen

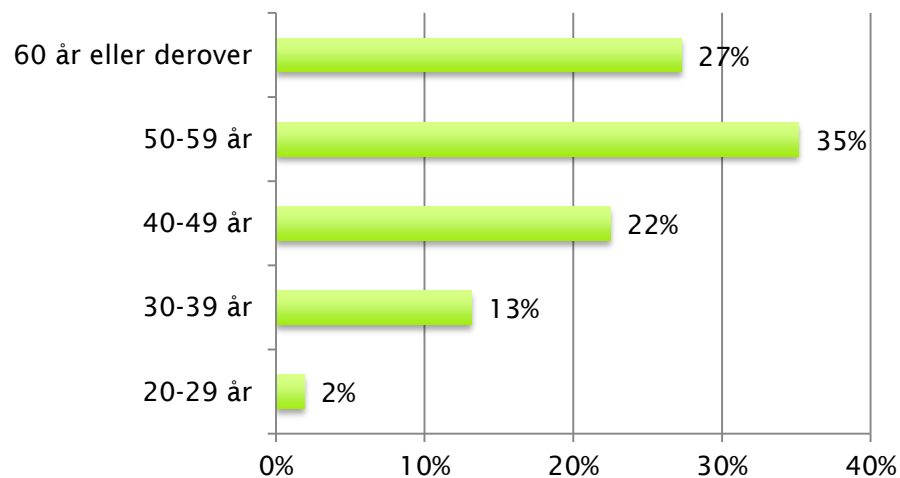
Antal og andel besvarelser fordelt på kundegrupper og sammenligning med 2010.

- ▶ Fordelingen af besvarelser er ikke tilsvarende NaturErhvervstyrelsens totale fordeling af kunder, da sportsfiskere/fritidsfiskere er underrepræsenteret mens landbrugskonsulenterne er stærkt overrepræsenterede. Den samme over- og underrepræsentation gør sig gældende i forhold til de tilfredshedsundersøgelser, der blev gennemført i 2010.
- ▶ Da konsulenter udgør en stor andel af respondenterne og altså også en større andel end i 2010, og konsulenterne i tilfredshedsundersøgelsen generelt er mindre tilfredse end de andre kundegrupper, kan det være relevant at undersøge, hvad denne overrepræsentation betyder for resultatet. Derfor har Advice testet, hvad det betyder for resultatet af udvalgte spørgsmål, hvis konsulenterne havde udgjort 5 % af besvarelserne fremfor de nuværende 26 %. Testen viser, at det ville have betydet en stigning i tilfredsheden på ca. 5 %. Overrepræsentationen kan derfor ikke forklare hele faldet i tilfredshed fra 2010. Det betyder samtidig, at resultatet af de spørgsmål, hvor der afrapporteres på hele kundegruppen, kunne have ændret sig med +/- 5 procentpoint. Det er dog meget svært at udtale sig specifikt om, da påvirkningen af den store andel af konsulenter på det enkelte spørgsmål afhænger af, hvor store forskelle der er, mellem hvordan konsulenter og andre kundegrupper besvarer de enkelte spørgsmål.
- ▶ Generelt har en stor andel af kunderne svaret "ved ikke" ved de enkelte spørgsmål (mellem 10 % og 35 %), og andelen er endnu større hos de andre kundegrupper end konsulenterne, Særligt blandt fiskerne er andelen af "ved ikke"-svar stor, for eksempel på spørgsmålet om muligheden for at få personlig vejledning, hvor 37 % af fiskerne, ca. 25 % af landmænd/gartnere og virksomheder og kun 3 % af konsulenterne svarer "ved ikke".
- ▶ Advice har valgt at medtage "ved ikke"-besvarelserne i undersøgelsen, da de også blev talt med i undersøgelsen fra 2010, og det derfor ville gøre en sammenligning umulig, hvis disse besvarelser ikke fremgik.

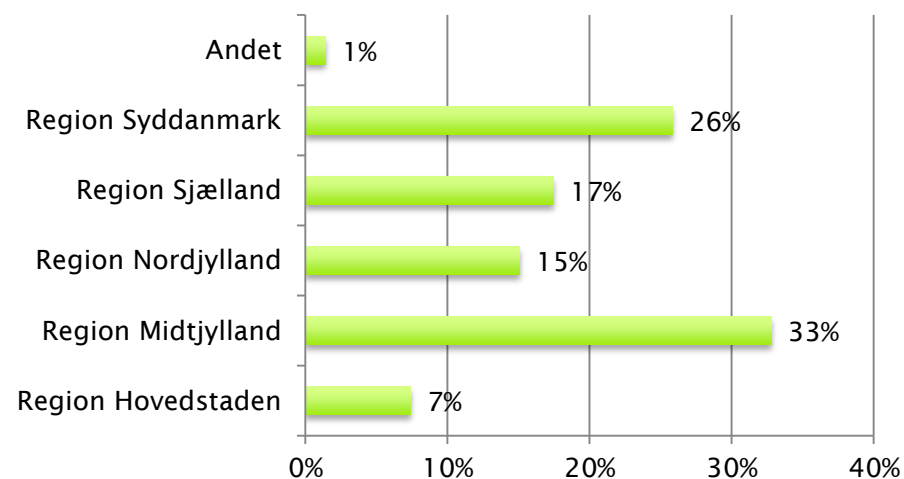
Respondenternes alder og geografiske tilknytning

- ▶ Ca. seks ud af ti af undersøgelsens respondenter er over 50 år, mens ca. hver sjette er under 40 år.
- ▶ Ca. syv ud af ti respondenter kommer fra Jylland (74 %) mens hver fjerde kommer fra Sjælland (25 %).

Hvor gammel er du?

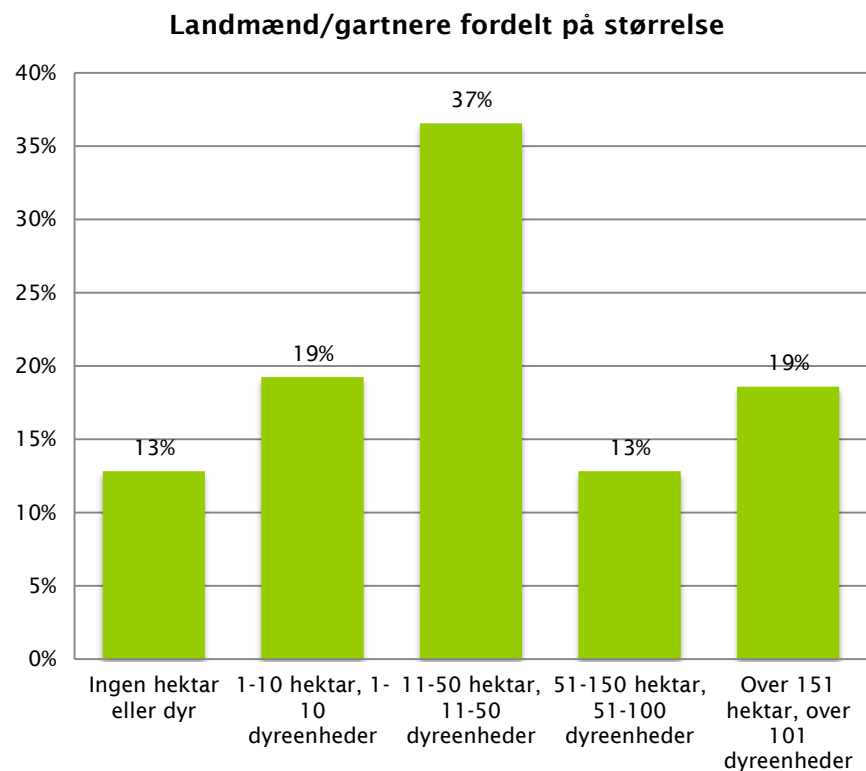


Hvilken region bor du i?



Størrelsen af landmænd/gartnere og fiskernes virksomheder

- ▶ Af de landmænd/gartnere, der har besvaret undersøgelsen har syv ud af ti over 10 hektar jord eller flere end 10 dyreenheder, mens 19% af landmændene kommer fra de helt store landbrug over 150 hektar eller 101 dyreenheder.
- ▶ Af de erhvervsfiskere, der har besvaret undersøgelsen og angivet deres skibes størrelse, har tre fiskere skibe under 12 meter, mens de resterende 14 fiskere enten har et skib over 12 meter eller flere skibe.



sig det videre™