

DAGSORDENUDVALGETS BEHANDLING AF DAGSORDENFORSLAG OM

Mere skarphed og mere kritisk fokus på naturforarmelsen i kommunikationsstrategien

Forslaget

Rune Engelbreth Larsen og Peder Størup, personlige medlemmer af Repræsentantskabet, fremsendte den 5. februar et forslag til en række konkrete ændringer af afsnit 1.3 i den af HB besluttede kommunikationsstrategi for DN.

Dagsordenudvalget vurderede, at forslaget var vanskeligt at behandle på en demokratisk-operativ måde. Det skyldtes, at forslaget i sine konkrete formuleringer af ændringsforslag sammenbandede to væsensforskellige forhold, nemlig på den ene side mere skarphed i kommunikationen og på den anden side højere prioritering af naturforarmelse – og dermed underforstået lavere prioritering af andre af foreningens arbejdsområder.

Efter dialog med Dagsordenudvalget opdaterede forslagsstillerne den 16. februar deres beslutningsforslag, så det nu "kun" handler om skarphed i kommunikationen bortset fra et enkelt punkt, der går specifikt på naturforarmelse.

Ændringsforslagene fremgår af bilag 1, side 3-4, hvor de er indskrevet med rettefunktion i det relevante uddrag af den af HB besluttede kommunikationsstrategi. Begrundelserne for ændringsforslagene fremgår af Runes og Peders indsendte beslutningsforslag, se side 5-7.

Dagsordenudvalgets analyse og vurdering af forslaget

Forslaget handler i sin generelle substans om tone, stil og tilgang i foreningens eksterne kommunikation og lobbyvirksomhed – på tværs af de emner, vi beskæftiger os med, og som prioriteres af Repræsentantskabet i den årlige aktivitetsplan og på et mere overordnet niveau i foreningens formålsparagraf.

Det er efter udvalgets opfattelse en legitim politisk diskussion at føre i Repræsentantskabet, og der findes et konkret grundlag at føre diskussionen på, nemlig den kommunikationsstrategi, som HB besluttede i januar 2014. I givet fald er det også legitimt, at Repræsentantskabet beslutter noget andet end HB. For det handler om hele foreningens fremtoning i medierne og over for samfundets beslutningstagere, og det må som udgangspunkt være et anliggende for foreningens højeste myndighed.

Udfordringen ved at føre en sådan debat i en forsamling på 200 deltagere er at undgå, at den uddarmer til langtrukne sproglige diskussioner om detailformuleringer. Dette kan formelt ikke forhindres. Men risikoen kan minimeres ved, at der lægges op til en serie hurtige afstemninger om de seks konkrete tekstændringer/tilføjelser/udeladelser, som er indeholdt i forslaget. Des-

uden bør bilagsmaterialet til dagsordenpunktet indeholde en klar og velargumenteret stemmeanbefaling fra HB til hver enkelt af de seks del-forslag.

Dagsordenudvalgets vurdering af forslaget i forhold til forretningsordenen

Udvalget har vurderet forslaget i lyset af de mulige begrundelser for optagelse af dagsordenpunkter, som nævnes eksplicit i Repræsentantskabets forretningsorden § 1, stk. 2. Sådan:

Muligt kriterium for optagelse	Dagsordenudvalgets vurdering
<i>at forslaget fremsættes skriftligt af mindst 20 medlemmer af repræsentantskabet,</i>	Ikke opfyldt.
<i>at forslaget fremsættes skriftligt af et flertal af hovedbestyrelsens medlemmer,</i>	Ikke relevant.
<i>at forslaget har stor og aktuel foreningspolitisk relevans,</i>	Forslaget er <i>internt</i> relevant og aktuelt, fordi forslagsstillerne har rejst en intern debat om emner, som ligger tæt op af forslaget. Det er ikke eksternt aktuelt eller relevant forstået på den måde, at der ikke i fra foreningens omverden er et aktuelt behov for at DN ændrer kurs eller tager stilling til noget. Kriteriet er opfyldt eller ikke opfyldt afhængig af synsvinkel.
<i>at forslaget handler om et emne, som er relevant for hele repræsentantskabet,</i>	Kriteriet er opfyldt på den måde, at det er relevant for hele Repræsentantskabet, hvordan foreningen kommunikerer.
<i>at forslaget indeholder væsentlig kritik af hovedbestyrelsen.</i>	Kriteriet er opfyldt ved at forslaget indeholder ændringsforslag til en af HB vedtagen strategi.

Dagsordenudvalgets konklusion

Dagsordenforslaget optages med den begrundelse, at det helt eller delvist opfylder flere af kriterierne for optagelse.

BILAG 1: Forslag om ændring af DN's kommunikationsstrategi

Her følger afsnit 1.3 med indskrevne ændringsforslag fra Rune Engelbreth Larsen og Peder Størup

1.3 Vi skal have et positivt image som de væsentligste og sagligste kritikere af de problemstillinger, foreningen beskæftiger sig med.

Slettet: mere

DN's generelle image skal i 2020 have flyttet sig positivt fra den position vi har i dag, hvor vi ligger relativt højt på kendskab, men knap så højt på vurdering. At flytte DN's image kræver en koordineret indsats af hele organisationen.

Der skal være overensstemmelse imellem det, vi siger, og det vi gør – både fra sekretariatet og fra DN's lokale afdelinger. Hvis vi ønsker at fremstå som en konstruktiv og dialogorienteret forening, så skal vi pege på løsninger og være parate til at indgå kompromiser. Hvis vi ønsker at fremstå som en troværdig forening, så skal vores dokumentation være i orden. Hvis vi ønsker en klarere profil, så skal vi vælge et fokus og kommunikere det klart – og fravælge aktivt at kommunikere om sager, der ligger uden for dette fokus. Hvis vi ønsker, at befolkningen skal kende os for nogle konkrete sager, så skal vi investere i at gøre dem kendte gennem kampagner, egne medier, presse og betalt omtale.

Et godt image skabes derfor som et resultat af en lang række indsatser og af en fælles opfattelse og tilgang til opgaverne. Kommunikationsstrategien og Strategien for en Stærkere Organisation beskriver disse tiltag, som gennem implementering og opfølgning vil være væsentlige tiltag til at få et bedre image. Derudover er der disse helt konkrete tiltag, som understøtter et mere positivt image:

DN som naturens og miljøets beskytter og vogter

DN spiller en stor lokal og samfundsnyttig rolle som naturens beskytter. DN er som interesseorganisation for naturen talerør for den enkeltes bekymring for naturens og miljøets tilstand og kan stille krav til beslutningstagerne. DN er den nødvendige aktør for naturen, fordi mange stemmer tæller mere end én.

DN skal derfor både lokalt og nationalt kommunikere og vise, at vi udfylder denne rolle. Det sker blandt andet gennem:

- DN's offentlige udmeldinger, der skal være kritiske, saglige og oplysende, så den brede befolkning bliver bevidst om de væsentligste problemer i forhold til de temaer, foreningen adresserer.
- DN's lobbyarbejde, som på nationalt niveau søger at påvirke politiske beslutninger til gavn for natur og miljø.
- Positivt fokus på DN's fredningsarbejde og den samfundsmæssige værdi af arbejdet med lokale sager
- Kritisk fokus på naturforarmelsen og biodiversitetstabet og gaven af at målrette den naturpolitiske indsats i denne retning.
- Gennem pressearbejde lokalt og nationalt, som sætter fokus på problemerne og peger på løsninger.
- Aktiv deltagelse i debatter om natur og miljø både lokalt og på nationalt plan.
- Konkrete initiativer, hvor DN selv er udførende; lokale naturplejetiltag mv. – og kommunikation om tiltagene.

Håndtering af kritiske historier

Den ene udfordring for DN's image er, at foreningen blandt en del forskere betragtes som utilstrækkelig i sin prioritering af problemstillinger og i sin præcisering af årsager og løsninger.

Slettet: negative

Slettet: En

Den anden udfordring for DN's image er, at mange i befolkningen har svært ved at svare noget konkret på, hvad DN står for (jf. imageundersøgelsen fra 2012). Derfor skal vi være skarpere og mere kritiske i vores understregning af kriser og udfordringer, især når de er historisk enestående. Parallelt hermed skal vi anvise løsninger på problemerne og positivt kommunikere, hvor godt det kunne blive.

- Ved kritiske sager at udarbejde holdningspapirer, der i kort form beskriver DN's holdning til sagen og samtidig lave en kommunikationsplan, der beskriver, hvordan vi håndterer kommunikationen om sagen.
- Nedsætte mindre "task forces" ved kritiske sager, så vi har et fælles grundlag for håndtering af sagen.
- Overvåge mediebilledet og derved skabe overblik over sager, vi skal reagere på. Dette skal ske gennem den daglige overvågning af medieklip og ved at lokale talspersoner, medarbejdere og presseteamet informerer hinanden om kontakt til journalister og udsendelse af pressemeddelelser, debatindlæg og andet pressestof.

Slettet: vi af vores modstandere ofte fremstilles, som en forening, der er *imod*. Der er en forholdsvis stor andel af negative historier i pressen, som har tendens til at fremhæve sager med konflikter frem for sager med positivt samarbejde. En indsats for et bedre og mere positivt image handler derfor også om at håndtere de negative historier:

Slettet: <#>Historier, hvor DN klager, protesterer eller forhindrer befolkningen eller grupper i at bruge et område eller iværksætte en bestemt aktivitet, skal kun kommunikeres i særligt væsentlige tilfælde, og det skal altid ledsages af meget omhyggelige forklaringer på, hvorfor DN har valgt at klage eller protestere i netop denne sag.¶
<#>DN skal forsøge at minimere de negative historier ved at pege på løsninger og muligheder og ved aktivt at forsøge at undgå kun at optræde som kritiker.¶

Beslutningsforslag 2:

Mere skarphed og mere kritisk fokus på naturforarmelsen i kommunikationsstrategien

Vi foreslår afsnit 1.3. i DN's *kommunikationsstrategi* skærpet, så der lægges mere vægt på foreningens kritiske fokus.

1) Nu lyder en overskrift i kommunikationsstrategien: »Vi skal have et mere positivt image«

Vi foreslår det ændret til: »Vi skal have et positivt image som de væsentligste og sagligste kritikere af de problemstillinger, foreningen beskæftiger sig med.«

2) Nu hedder det: »DN skal derfor både lokalt og nationalt kommunikere og vise, at vi udfylder denne rolle. Det sker blandt andet gennem ...« (hvorefter nævnes fem bullitpoints).

Vi foreslår følgende to bullitpoint2 tilføjet og placeret som henholdsvis nr. 1 og nr. 4:

»DN's offentlige udmeldninger, der skal være kritiske, saglige og oplysende, så den brede befolkning bliver mere bevidst om de væsentligste problemer og kriser i forhold til de temaer, foreningen adresserer.«

»Kritisk fokus på naturforarmelsen og biodiversitetstabet og gavnen af at målrette den naturpolitiske indsats i denne retning.«

3) Nu hedder det: »Håndtering af negative historier: En udfordring for DN's image er, at vi af vores modstandere ofte fremstilles, som en forening, der er imod. Der er en forholdsmæssig stor andel af negative historier i pressen, som har tendens til at fremhæve sager med konflikter frem for sager med positivt samarbejde. En indsats for et bedre og mere positivt image handler derfor også om at håndtere de negative historier«

Vi foreslår overskriften og afsnittet ændret til:

»Håndtering af kritiske historier: Den ene udfordring for DN's image er, at foreningen blandt en del forskere betragtes som utilstrækkelig i sin prioritering af problemstillinger og i sin præcisering af årsager og løsninger. Den anden udfordring for DN's image er, at mange i befolkningen har svært ved at svare noget konkret på, hvad DN står for (jf. imageundersøgelsen fra 2012). Derfor skal vi være skarpere og mere kritiske i vores understregning af kriser og udfordringer, især når de er historisk enestående. Parallelt hermed skal vi anvise løsninger på problemerne og positivt kommunikere, hvor godt det kunne blive.«

Endvidere foreslår vi følgende to bulletpoints slettet:

»Historier, hvor DN klager, protesterer eller forhindrer befolkningen eller grupper i befolkningen i at bruge et område eller iværksætte en bestemt aktivitet, skal kun kommunikeres i særligt væsentlige tilfælde, og det skal altid ledsages af meget omhyggelige forklaringer på, hvorfor DN har valgt at klage eller protestere i netop denne sag.«

»DN skal forsøge at minimere de negative historier ved at pege på løsninger og muligheder og ved aktivt at forsøge at undgå kun at optræde som kritikere.«

Begrundelsen for at slette de to punkter: DN skal ikke undgå at optræde som kritikere i en tid, hvor naturforarmelsen og biodiversitetstabet er værre end nogen sinde.

Overordnet begrundelse

Kommunikationsstrategiens afsnit »Vi skal have et mere positivt image« er udtryk for en problematisk undervurdering af aktuelle problemer og den opmærksomhed, de er genstand for blandt politikere og i befolkningen, hvorfor det er altafgørende, at DN løfter erkendelsen på fagligt sikker grund og på skarp og kritisk facon. Desuden er afsnittet i den nuværende kommunikationsstrategi i modstrid med foreningens overordnede strategi for *En stærkere organisation – et stærkere DN*, der bl.a. understreger:

a) »Nutidens natur- og miljøproblemer skal dokumenteres og kommunikeres, og der skal skabes en folkelig forståelse for problemernes omfang.«

b) »At få et bedre image handler ikke om kun at formidle de positive historier. Som interesseorganisation for naturen er det DN's rolle at råbe op, når naturen lider nød.«

c) »DN's kommunikation skal overordnet sætte fokus på: 1) Forarmelsen af natur og miljø ...«

Danmarks Naturfredningsforenings profil skal skærpes, og et kritisk oplysningsniveau skal udbredes i langt videre grad i befolkningen, blandt politikerne og i pressen, hvis DN skal bidrage mest muligt med at øge naturkvaliteten. Denne kerneopgave skal også fremgå af noget så centralt som en kommunikationsstrategi.

Rune Engelbreth Larsen & Peder Størup
Personligt valgte medlemmer af Repræsentantskabet
