



Projekt Biodiversitet Nu

Projektet understøtter de strategiske sigtelinjer Rigere natur og Oplev naturen. Projektet skal ses i sammenhæng med en lang række lobbyaktiviteter, som har til formål at sikre beskyttelsen af den truede biodiversitet i skovene, havet og landbrugslandskabet. Desuden er der en tæt kobling til arbejdet med at sikre implementeringen af de internationale 2020 biodiversitetsmål. Med dette projekt ønsker DN at skabe engagement i befolkningen, herunder DN's lokale afdelinger og medlemmer, for en høj biodiversitet samt konkret kunne påvirke den lokale naturforvaltning gennem ny viden og lokale aktiviteter.

Status

2015 har siden 1. april været første nogetnær-fuldskala-år for projektet. App'en "Naturtjek" er lanceret og pr. 1. september er der ca. 50.000 registreringer, app'en er downloadet 15.000 gange og 10.000 personer har aktiveret app'en og er dermed "deltagere" i projektet.

Beskrivelse af projektet

Projektet er støttet af Aage V. Jensen Naturfond og er et samarbejde mellem DN, Århus Universitet (DCE) og Københavns Universitet (CMEC).

Biodiversitet Nu er rygraden i DN's arbejde for sikring af biodiversiteten i Danmark frem mod 2020. Projektet går ud på, at befolkningen registrerer udvalgte arter i så store mængder, at det bliver muligt at sige noget om naturens tilstand i Danmark.

Projektet skal øge befolkningens kendskab til biodiversitet generelt og give dem oplevelser i den nære natur, hvilket er med til at skabe engagement og folkeligt pres for forbedringer. Samtidig skabes ny viden om naturens tilstand, som formidles til kommunerne, så disse får et bedre grundlag for at handle til fordel for biodiversiteten.

Forskerne på universiteterne har ansvaret for udvikling af indikatorer i form af arter og levesteder, udvikling af en mobil-app mm. til indsamling af data, udvikling af database til håndtering af data samt dataanalyse, mens DN har ansvar for kommunikation om projektet, projektledelse, rekruttering og fastholdelse af deltagere samt formidling af resultater til kommuner og andre.

Fokus i 2016

DN's fokus i 2016 ligger fortsat i projektledelse, kommunikation og organisation, men samtidig er det afgørende at projektet næste år begynder at producere de resultater, der kan motivere deltagerne, skabe synlighed og engagement, øge interessen dels for biodiversitet, sat ikke mindst anvendes af DN og DN's afdelinger i en lokal biodiversitetskampagne/lobbyindsats.



Projekt Fredningstjek

Projektet understøtter de strategiske sigtelinjer Rligere natur, Beskyt naturen og Oplev naturen. Med projektet ønsker DN at undersøge fredningernes tilstand og ikke mindst sætte fokus på fredninger generelt ved at engagere frivillige i at tjekke fredninger over hele landet.

Baggrund

DN rejser fredninger for at sikre naturen og befolkningens adgang til den. Men naturen er kun sikret i det omfang, fredningsbestemmelserne bliver overholdt. Projekt Fredningstjek har til formål at undersøge fredningernes aktuelle tilstand ud fra nogle retningslinjer og en udførlig vejledning, som alle, der vil hjælpe, kan være med på. Projektets vision er at DN tager ansvar for og forbindes med de fredede områder - også efter den dag hvor fredningskendelsen er afsagt. Projektet løber i perioden 2014-2017, og målet er at tjekke 100 fredninger på disse 4 år.

Beskrivelse af projektet

Et Fredningstjek gennemføres ved at gå en tur med en rute efter eget valg igennem et fredet naturområde. Fredningen skal kigges efter i sømmene, ikke med en tættekam, men på et overordnet plan for at undersøge, om fredningen stadig lever op til det formål, der i sin tid fik den fredet. Det handler om at sikre, at fredningen stadig er en reel fredning til gavn for naturen og til glæde for de besøgende.

Status

I 2014 har 150 frivillige udført et fredningstjek fordelt på 50 forskellige fredninger og 42 kommuner. I 2015 har 176 meldt sig som frivillig, heraf er 139 ikke aktive i en lokal DN afdeling. Kønsfordelingen er 55 % kvinder/45 % mænd, og der er flest frivillige i alderskategorierne 21-30 år og 31-40 år. Der tilbydes fredningstjek i 57 kommuner, og der kan vælges imellem i alt 85 forskellige fredede områder.

De lokale afdelinger har fået tilsendt resultaterne fra 2014 tjekkene i deres kommune. Rapporten indeholder et kort med opmærksomhedspunkter over de områder, de frivillige har tilkendegivet et behov for handling. Det kan fx være at de lysåbne naturtyper er tilgroet, forekomst af invasive arter, eller "adgang forbudt" skilte mm. Afdelingerne opfordres til efterfølgende at tage sagen op; kvalificere opmærksomhedspunkterne og kontakte plejemyndigheden for at sætte fokus på områdernes forvaltningsbehov.

2016

Der lægges op til, at støtte afdelingerne i hvordan de kan sætte fokus på forvaltningen af de fredede områder i deres kommune, bl.a. ved at udvikle en skabelon til plejeplaner. I 2016 vil der som udgangspunkt alene tilbydes fredningstjek i 20 "nye" kommuner.



Projekt Grønt folkemøde

Projektet understøtter den strategiske sigtelinje *Bæredygtighed* og handler om i samarbejde med Folkemødets sekretariat (FMS) at udvikle folkemødet til at blive grønt. Med projektet bliver der sat fokus på de forskellige løsninger, der skal til for at fremme en grøn omstilling. Derudover er projektet med til at brande DN overfor centrale samfundsaktører i forhold til at fremme de grønne løsninger. Projektet skal ses i sammenhæng med en lang række lobbyaktiviteter, som først og fremmest har til formål at fremme en omstilling til bæredygtigt produktion og forbrug.

Folkemødet er et oplagt udstillingsvindue for fremtidens grønne løsninger, da det danner rammerne om en unik forsamling af beslutningstagere, interesseorganisationer, og den almindelige politisk interesserede dansker.

Status

Samarbejdet om "Grønt Folkemøde" blev indledt mellem Folkemødesekretariatet (FMS) og DN efter Folkemødet i Allinge 2014. Det er et samarbejde, der skal løbe over tre år – hvor Folkemødet 2015 var år et. Vi indledte samarbejdet med at kigge på Folkemødets miljøaftryk og valgte at fokusere på to indsatsområder i 2015: affald og vand.

I samarbejde med en lang række aktører lykkes det DN at:

- få to vandstandere op – som et alternativ til flaske vand.
- ændre på låget på et flertal af de skraldespande, der står på Folkemødepladsen – i håb om at fremme sorteringen i tre affalds fraktioner.
- sætte fokus på affaldssortering i teltene – via uddeling af tre forskellige skralde poser til alle telte.
- indrette en særlig affaldsstation, "Wasteland", for at demonstrere hvordan fremtidens affalds sortering kan se ud på events som Folkemødet.
- afholde en debat om fremtidens Grønne Folkemøde på Grøn Scene.
- få en god lokal mediedækning via avis og TV2-Bornholm.

Fokus i 2016

I løbet af efteråret 2015 evaluerer DN og FMS den grønne indsats på Folkemødet 2015 – DN har udarbejdet en evalueringsrapport samt anbefalinger til det videre arbejde. I løbet af efteråret vil DN, FMS og andre lokale aktører også fastlægge fokus for indsatsen i 2016. DN lægger op til, at vi arbejder videre med affald og vand, men ønsker også at udvide indsatsen med leverandørkrav blandt andet med fokus på økologiske og lokale fødevarer.



Projekt Giftfri have

Projektet understøtter den strategiske sigtelinje Rent drikkevand samt Rigere natur. Formålet er at fremme en holdningsændring, så brugen af sprøjtegift i højere grad bliver set som unaturlig og unødvendig – både i haven og i landbruget. Projektet skal ses i sammenhæng med lobbyaktiviteter for at mindske landbrugets brug af sprøjtegifte for at beskytte naturen og grundvandet. Kampagnen er også med til at profilere DN som organisation.



Status 2015

Kampagnen blev lanceret på Vandets Dag, 22. marts, i samarbejde med Landsforeningen Praktisk Økologi. Vi har i august næsten målet om 5000 tilmeldte på www.giftfri-have.dk. Det grønne danmarkskort med mange tusind prikker viser, at haverne er overalt i landet. Hæftet på 40 sider med gode, giftfri haveråd bliver godt modtaget, og klistermærkerne sidder nu på tusindvis af postkasser og havelåger. Nyhedsbrevet er populært – det har den højeste åbnings- og klikrate blandt alle DN's nyhedsbreve. På Facebook har vi ca. 2000 følgere, og #giftfrihave bliver flittigt brugt på de sociale medier. Året har desuden budt på aktiviteter som giftfri havevandring, en Instagram-konkurrence, løbende tilmeldingskonkurrencer og profilering på høstmarked mm.

Kampagnen spiller godt sammen med lokale kampagner fra kommuner og vandværker for sprøjtefri haver og med Miljøstyrelsens kampagne "Godt havemiljø" og nye, mere restriktive regler for privates køb og brug af sprøjtegift fra 26. november 2015. Giftfri Have har desuden fået bred og positiv dækning i pressen med 254 artikler, heraf 73 i dagblade og 62 i lokale ugeaviser (optalt medio august).

Planer for 2016

Projektet er fem-årigt, og målet i 2020 er 100.000 tilmeldte haver. I 2016 er målet at øge antallet af tilmeldte til 20.000. Årets kampagne evalueres i september-oktober, og planerne for 2016 er derfor ikke endelige. De foreløbige planer er, at de hidtidige aktiviteter fortsætter og suppleres med:

- Mere fokus på mulighederne for vilde dyr i haven
- Giftfri boligselskaber, grundejerforeninger mm.
- Erhvervssamarbejde – tilmelding af virksomheder
- Samarbejde med kommuner (Giftfri kommune)
- Udsendelse gennem lokale vandværker
- Regionale arrangementer med havebesøg, annoncering og pressedækning. Der er søgt finansiering (150.000 kr.) i Miljøstyrelsens pulje for grønne ildsjæle.
- Automatisk opdatering af Danmarkskort over Giftfrie Haver



Projekt Naur og miljø i byen

Projektet understøtter den strategiske sigtelinje Bæredygtighed samt Strategien for en Stærkere Organisation 2013-2020. Med projektet ønsker DN at tilføre værdi til medlemmerne, DN's sag i form af at vise konkrete natur- og miljøløsninger og afdelingerne ved at udvide viften af konkrete aktiviteter for medlemmer i byen, og samtidig styrke afdelingerne til at møde en ny form for frivillighed. Projektet skal desuden bidrage til at udvide fortællingen om DN som en moderne og vedkommende organisation, hvor man kan deltage som frivillig på forskellige niveauer.

Beskrivelse af projektet

Projektet løber i perioden 2014-2017.

- I 2014 er der gennemført en omfattende analyse af muligheder og barrierer for nyskabende bæredygtige natur – og miljø DN-aktiviteter i byerne. Der har været dialog med afdelingerne i de fire største byer, en medlemsundersøgelse, analyse af og møder med ressourcepersoner for eksisterende initiativer og frivilligfællesskaber, studier af frivillighed samt faglige rammer og planer for bæredygtige initiativer i kommunerne. Konkret er der etableret grundlag for at igangsætte pilotprojekter i de fire afdelinger, udarbejdet et idékatalog over nye bæredygtige byprojekter og identificeret behov for organisatorisk støtte i form af uddannelse af frivilligkoodinatorer, der kan sikre at denne type projekter kan finde plads i DN's organisation.
- I 2015 gennemføres natur- og miljø-pilotprojekter i de fire største byer. Idékatalog givet til afdelingerne. I april 2015 er gennemført første modul af frivilligkoodinator uddannelse (funktionen har fået navnet "projektpilot") med en deltager fra hver af de 4 største byer og der har været dialog med afdelingerne. Modul 2 af projektpilotuddannelse gennemføres ultimo september. Gennem året følges og støttes projektpiloter, projekter og afdelingerne, og der vil løbende blive samlet op. Særligt vil der være fokus på den organisatorisk kapacitet, på projekternes engagement af byboere og på projekternes indhold.
- I 2016 videreudvikles på baggrund af erfaringerne fra pilotprojekterne og samspil afdelinger og projektpiloter vil der blive videreudviklet og justeret, så modellen for nye bæredygtige by-aktiviteter kan gennemføres i 2016 i flere DN byafdelinger. Det vurderes at det kunne gennemføres maks. 10 afdelinger [udvælgelse efter størrelse, relevans eller først til mølle??] Aktiviteterne vil være dialog med afdelingerne, projektpilotuddannelse, projektstøtte og fokus på organisatorisk udvikling og forankring.



Projekt Børnetilbud

I DN's strategi for en stærkere organisation er børn udpeget som en særlig vigtig målgruppe. Vi vil nå børnene gennem forældrene, og DN skal derfor være det primære sted, hvor man som dansk børnefamilie går hen for at hente inspiration til naturoplevelser og viden om børn og natur.

I 2016 vil vi samle information, naturoplevelser og viden om børn, børnefamilier og natur på et nyt website, som fremover skal være porten til DN's arbejde med børn og natur. Hovedmålgruppen er børnefamilien og sidens elementer skal fremme ideen med flere børn mere i naturen. Websitet lanceres gennem en ny event, Naturens Dag og en kampagne.

Baggrund

I DN har vi i 15 år arbejdet med børn som en vigtig og integreret del af foreningens arbejde. Først med skoletjenesten fra 1998 og senere suppleret med tilbud rettet mod børnefamilierne i blandt andet Familiemedlemskabet (2003-2006), Naturens Dag og Naturkatapulten. I DN's strategi for en stærkere organisation er børn udpeget som en særlig vigtig målgruppe.

Strategien har sammen med vores Gallupundersøgelser af børns brug af naturen og de mange synlige indsatser, den brede formidling og de store projekter givet DN en central rolle i arbejdet for at få flere børn og børnefamilier mere ud i naturen.

Vi har i en årrække forsøgt os med en lancering af et stort anlagt tilbud direkte til børnene i form af et børnemedlemskab, abonnement på oplevelser, naturklub eller lignende - igangsat og støttet af eksterne fondsmidler. Et tilbud, der skulle knytte børn, unge (og deres familier) tættere til foreningen, fremme et højere medlemstal og engagere fremtidens aktive i DN.

Det har ikke været muligt at skrue et sådant projekt sammen, så det har været interessant nok for de store fonde. De udfordres af den tætte tilknytning til DN (medlemskab), fremtidige driftsomkostninger og med at det ikke er et samarbejde med andre store interessenter.

Visionen i strategien har blandt andet været, at DN bliver det primære sted, hvor man som dansk børnefamilie går hen for at hente inspiration til naturoplevelser og viden om børn og natur. Det er stadig målet at DN opnår stor synlighed, og vi arbejder derfor ikke med en national paraply for organisationer, der arbejder med børn og natur.

Målgrupper - fokus flyttes fra skoletjeneste til børnefamilien

Med det nye projekt flyttes en del af fokus fra skoler og institutioner til familien. Skoletjenesten fortsætter naturligvis som en del af det nye website, men flere ressourcer vil prioriteres til arbejdet med fokus på børnefamilier og formidling af naturoplevelser og børns forhold til naturen. Der har i 2014 og 2015 været brugt lidt færre ressourcer på skoletjenesten end tidligere. Sådan bliver det også i 2016.

Website - indgang til naturoplevelser for børn og børnefamilier

I løbet af 2016 samles den eksisterende viden, materialer og projekter rettet mod børn, skoler og børnefamilier på et nyt website. Det skal være en fælles indgang til "Børn og Natur" som indeholder både skoletjeneste, ideer til egen naturoplevelser, events og invitationer og dokumentation? Gerne båret af sociale medier og krydret med mindst et nyt natur-events som supplerer Naturens Dag.

Eksisterende viden og tilbud samles og gøres mere tilgængelig i en ny brugergrænseflade, og de mange ideer til naturoplevelser og naturaktiviteter fra den eksisterende Naturkatapult revideres, deles op og tilføres nye ideer, så vi når op på over 300 tekster/beskrivelser.

Her vil altså være samlet:

- Viden/dokumentation om børns brug af naturen [Gallup mm]
- Materialer, ideer og projekter rettet mod skoler og institutioner [skoletjenesten]
- Ideer til naturoplevelser på egen hånd [Naturkatapulten, Naturen Nu mm]
- Ideer til naturaktiviteter på egen hånd [Naturkatapulten mm]
- Invitation til arrangerede naturoplevelser [ture, arrangementer, events]

Det hele pakket ind i en kommunikationsindsats rettet mod de voksne, der kan tage børnene med ud i naturen og bakket op af vore events, artikler, sociale medier og elementer som:

- Ugens Naturoplevelse [måske dagens naturoplevelse]
- 10 gode grunde til at dine børn får naturoplevelser og et forhold til naturen?
- Så grøn er du/ 50 ting børn skal have prøvet før de bliver 12
- Naturudfordringen - tør du?

Skal bakkes op af kampagne, der skaber synlighed hos målgruppen

Det nytter ikke at have verdens bedste site, hvis det ikke opdages og bruges. Derfor skal lanceringen af det nye site tænkes som en kampagne, der skaber national opmærksomhed omkring sitet og dets mange gode tilbud. Lanceringen bør ske uafhængigt af Naturens Dag, da denne er et samarbejde med Friluftsrådet.

Kampagnen bør hænge sammen med et andet event, der udvikles til at opnå maksimal synlighed. Det kunne fx være "Naturnatten" eller "Den store Badedag" - to ideer der allerede er tænkt mange tanker omkring.

Ressourcer

I AP 2015 er indsatsen rettet mod børn et nøgleprojekt, som kræver ekstern finansiering. I AP 2016 bliver det nye projekt et internt nøgleprojekt, som gennemføres med interne ressourcer til udvikling, projektledelse og implementering.

Der er fine muligheder for at udvide og opnå delvis dækning af udgifter gennem eksterne fondsmidler, men grundprojektet skal kunne gennemføres med en budgetramme og årsværk i AP 2016. Der er allerede i 2015 afsat midler til en omlægning af Naturkatapulten. De føres videre ind i arbejdet her.