

Status på

Strategi for en Stærkere Organisation

Sagens kerne

DN's Strategi for en Stærkere Organisation 2013-2020 blev besluttet i efteråret 2013 efter en længere proces i hele organisationen. Strategien beskriver DN's udfordringer, og den opstiller konkrete mål og indsats, som skal iværksættes for at imødekomme udfordringerne. Her to år efter vedtagelsen skal HB genbesøge strategien for at få indblik i, hvor langt vi er kommet, og for at vurdere om der er behov for justeringer.

Sekretariatet har udarbejdet et statuspapir, som var bilag til HB-mødet i september (se dn.dk/hb-møder). Dokumentet gennemgår alle de indsatsområder, der er beskrevet i strategien, og giver på den baggrund et billede af, hvordan arbejdet med implementeringen af strategien er skredet frem. Derudover peger statuspapiret på nogle anbefalinger for det fremadrettede arbejde.

Status – overblik

Dette papir giver blot en kort overordnet status på situationen og introducerer desuden kort det analysearbejde, som sekretariatet har iværksat for at identificere udfordringer og muligheder i forhold til at nå målene fra organisationsstrategien, og som HB bliver præsenteret for på mødet:

Natur- og miljø er "hot" hos befolkningen. Økologi er blevet hvermandseje, grønne græsplæner erstattes af vild natur i byerne, by-haver popper op overalt, naturen bruges mere og mere til fysisk udfoldelse, genbrug og genanvendelse er in – og sådan kunne man blive ved. Regeringen synes ikke at dele befolkningens engagement, og natur- og miljøspørgsmål er konverteret til lempeligere vilkår for landbruget og en reduceret planlov, som det ser ud lige nu.

Det burde være det bedste grundlag for DN til at vokse; en befolkning – eller en voksende gruppe i befolkningen, som vil en masse på det grønne område, og politikere, som skal holdes til ilden for at tage natur- og miljøspørgsmål alvorligt. DN er fortsat den største grønne organisation i Danmark, kendskabet til os er relativt højt, vores politiske indflydelse vurderes højt, og vores medlemmer er generelt meget begejstrede.

Denne begejstring afspejler sig i den imageundersøgelse, som DN har fået foretaget, og som HB vil blive præsenteret for resultaterne af på HB-mødet 2. oktober. Undersøgelsen viser, at vores medlemmers vurdering af os er blevet endnu mere positiv over de sidste to-tre år. Det er således lykkedes os i forhold til vores medlemmer at forbedre vores image.

Desværre deles begejstringen ikke helt af den øvrige befolkning, og det er fortsat en udfordring at fastholde det nuværende medlemstal. Vi har sat forskellige initiativer i gang, som er beskrevet i statuspapiret. Tiltag, som er nået ud til langt flere mennesker, end vi nogensinde før har været i kontakt med, og som har givet os en god indgang til at hverve medlemmer. Vi har testet forskellige hvervetiltag, udviklet sprog, stil og tone, anvendt nye kanaler og medier og fokuseret på færre og større sager for at opnå større gennemslagskraft. Alt sammen tiltag som i et lidt længere tidsperspektiv må forventes at påvirke nye grupper i befolkningen til at ville støtte DN. Vi kan i hvert fald konstatere, at det virker i forhold til dem, der allerede er medlemmer.

Det fremadrettede arbejde

Medlemmerne kommer ikke af sig selv. Men vi kan se, at vi har større succes med at hverve nye medlemmer blandt dem, der har vist interesse for de kampagner, vi har kørt. Derfor skal vi fortsætte arbejdet med kampagner, der kombinerer et politisk mål med mål om synlighed, image og medlemshvervning.

DN's generelle image

DN's image i befolkningen er den største udfordring i forhold til at opnå større støtte og flere medlemmer – og dermed til fortsat at have den store politiske indflydelse, som er en forudsætning for at opnå resultater for naturen og miljøet.

Vores image bygger på den oplevelse, befolkningen har *i dag*. Skal vi ændre det, skal vi forsøge at komme på forkant med de tendenser, der er i samfundet. Som opfølgning på imageundersøgelsen har vi derfor fået foretaget en uddybende analyse af de udfordringer, der skal adresseres, for at forbedre den oplevede relevans og dermed skabe et bedre grundlag for en øget medlemstilgang. HB vil blive præsenteret for analysens pointer på mødet den 2. oktober.

Medlemshvervning som forretning

Sideløbende med denne proces skal vi optimere medlemshvervningen og blive endnu bedre til at fastholde de medlemmer, vi har, og til at fastholde de nye medlemmer, der kommer ind. Til det formål har vi fået foretaget en analyse af DN's medlemsforretning, hvor der er identificeret en række områder, som vi er udfordrede på, og ikke mindst udarbejdet en række anbefalinger på tiltag, der kan løse de identificerede udfordringer – en handlingsplan.

Analysen og handlingsplanen bliver præsenteret på HB's møde den 2. oktober. Analysen er foretaget med udgangspunkt i strategiens mål om en kontinuerlig medlemsfremgang frem til 2020 – eksemplificeret med et delmål om et medlemstal på 130.000 ved udgangen af 2017. Præsentationen vil også indeholde bud på, hvordan handlingsplanen vil kunne udrulles, og hvad det nærmere vil indebære.