

Godkendelse af kampagnetema

Sekretariatet indstiller, at HB beslutter følgende:

1. Drøfter forslag fra sekretariatet om en forårskampagne med temaet "Plast i naturen".
2. Beslutter om kampagnen skal gennemføres som planlagt fra medio april.

Sagens kerne

Med afsæt i AP2016's særlige fokus på havet og til understøttelse af sigtelinjerne Beskyt Naturen og Bæredygtighed påtænker vi at igangsætte en ny kampagne med fokus på plast i naturen.

Baggrund

Verden er på vej til at drukne i plastaffald – i havene, hvor blandt andet fugle, fisk og havpattedyr dør af det. Men også i landskabet og som mikropartikler i føde- og drikkevarer og på vores marker. En ny rapport fremlagt på World Economic Forum i Davos, Schweiz forudser, at havene med den nuværende kurs vil indeholde mere plastik end fisk i 2050.

Som Danmarks største grønne organisation bør DN vise befolkningen, at vi tager det dybt alvorligt, at vores natur og økosystemer risikerer at gå til grunde pga plast-affald, og at vi derfor vil kæmpe for at plast skal væk fra naturen.

I forårets Affaldsindsamling sætter vi fokus på plast-affald i naturen i en dansk kontekst. Vi foreslår at lade Affaldsindsamlingen være afsæt for en ny kampagne, der dels bevidstgør om problematikken vedrørende plast i naturen, dels peger på løsninger.

Plastaffald er en konsekvens af vores produktion og forbrug

Plast i Naturen er en konsekvens af vores produktion, forbrug og affaldshåndtering. For 30 år siden gik Danmark foran og skabte affaldsforbrændingen. Nu bør Danmark gå foran i et opgør med brug-og-smid-væk-kulturen og fremme genanvendelse.

Vi kan ikke fjerne plast-forbruget 100 procent. Men vi kan blive bedre til at håndtere og genanvende plast. Det er vores budskab til politikerne og til producenterne.

Vi opfordrer til at skabe en langt mere fornuftig produktion (f.eks. kun at fremstilles plastik, der kan genanvendes) og en langt mere fornuftig håndtering af plastaffald (f.eks. via en ensartet affaldssortering landet over, der skaber bedre mulighed for at genanvende). Desuden peger vi på løsninger, der bidrager til at få fjernet plast fra naturen. (f.eks. at det ikke skal koste havnen noget at komme af med det affald, fiskerne kommer ind med).

Kampagnen skal også henvende sig til forbrugeren. Skabe bevidsthed og refleksion. Og så skal den hente opbakning til vores politiske budskaber: Vi skubber på for at skabe løsninger, der kan minimere plast-forureningen i vores natur – og for at gøre det nemmere for forbrugeren at træffe 'de gode valg' (og dermed hjælpe med at minimere affaldsforureningen i naturen). Kampagnen kan bidrage til at slå DN fast som en vigtig aktør – også inden for miljøområdet og tiltrække nye medlemmer.

Kampagnen foreslås at blive lanceret i forlængelse af Affaldsindsamlingen (medio april) og køre henover sommeren med flere neddyk. Kampagnen kan derefter forlænges efter vurdering af gennemslagskraft.

Kampagnens mål

DN's store styrke i interessevaretagelsen er, at vi kan kombinere lobbyarbejde med en bred folkelig mobilisering. Kampagnernes mål er at skabe denne folkelige støtte og opbakning til vores sager og at generere flere medlemmer til DN.

Vi vil ikke med kampagnen kunne fjerne plastikforbruget, men vi kan skubbe til, at vi bliver bedre til at genanvende plastik og til kun at producere plastik, der kan genanvendes.