

## Bilag 6.1

### Strategisk indsats for DN's Erhvervspartner-skaber 2023

Ansvarlig chef	Louise Puck, Kommunikationschef og Lars Midtiby, Direktør
Medarbejder	Lone Norup, Markedschef-Erhverv
Overordnet formål:	Fremme bæredygtigt forbrug og produktion Fremme en stærkere og rigere DN
Politisk godkendelse?	Erhvervspartnerstrategi vedtaget af FU i 2013

---

#### Sekretariatet orienterer HB om de eksisterende retningslinjer for DN's erhvervssamarbejder.

1. Baggrund for partnerskaber og DN-historik
  2. DN's samarbejdsformer med virksomheder 2023
  3. DN's formål og succeskriterier
  4. DN's retningslinjer for ansvarlig partnerstyring
  5. DN's erhvervspartnere marts 2023
- 

#### 1. Baggrund for partnerskaber og DN-historik

Et partnerskab er et samarbejde mellem to eller flere parter, hvor der skabes noget parterne ikke kunne skabe selv. Partnerskaber kendetegnes ved, at alle bidrager til samarbejdet og alle får noget ud af at indgå i samarbejdet – ikke nødvendigvis det samme.

DN har brug for virksomhederne ...

DN arbejder for et bæredygtigt samfund med en rig natur og et rent og sundt miljø. Og i det store regnskab spiller virksomheder en betydelig rolle i løsningen af de udfordringer, som naturen står overfor.

Det gælder i ift. produktionsmetoder og ressourceforbrug, men også ift. den indflydelse, virksomheder har på forbrugerne og de valgmuligheder, forbrugerne bliver præsenteret for.

... og virksomheden har brug for DN

For virksomheder er det primære mål at skabe økonomisk vækst – det er vigtigt at have for øje. Men med øget fokus på miljø- og klimaproblemer og mere pres fra forbrugere og aktionærer har de fleste virksomheder erkendt, at de kun kan få succes på lang sigt, hvis de også handler ansvarligt overfor naturen, miljøet og klimaet. Og måske kan de tjene penge på det.

Gennem et partnerskab skabes der ekstra værdi ved, at både DN og virksomheden bringer kompetencer i spil og dermed får begge nye perspektiver på det, man allerede ved og kender. Sammen kan vi skabe flere og nye ressourcer, udnytte eksisterende ressourcer bedre eller komme i kontakt med nye målgrupper.

## 1.1. DNs første samarbejde med erhvervslivet

2008: DNs første erhvervssamarbejde  
'McDonalds støtter Affaldsindsamlingen'

Baggrund:

"Vi støtter kampagnen, fordi vi gerne vil tage et ansvar og sende et klart signal til blandt andre vores gæster om at bruge affaldsspenden, så vi sammen beskytter miljøet. Vi er godt klar over, at der er meget af vores emballage, der ender i naturen i stedet for affaldsspenden, og det skal kampagnen med Danmarks Naturfredningsforening gerne være med til at lave om på."

Mål/resultat:

Oplysningskampagne, aktivering af nye affaldsindsamlere/medlemmer og donation til DN's arbejde.

## 1.2. Strategi for erhvervspartnereskab vedtaget af HB i 2013

Strategi for erhvervspartnereskab blev vedtaget af FU på mødet 15. marts 2013, Bilag 7-1  
Strategien var udarbejdet af Christian Poll, Miljøpolitisk seniorkonsulent og Lone Norup, markedschef.

Sekretariatet indstillede og FU godkendte:

- Et partnerskabsprogram bestående af:
- Strategiske partnerskaber med store virksomheder med match i værdier og interesser.
- Event- kampagne- og projektpartnerskaber med match i værdier og interesser.
- Natursponsorater, hvor virksomheder giver et fast støttebeløb til DN.

Retningslinjer for ansvarlig partnerstyring omfattende:

- Strategiske valg i forbindelse med krav til partneren.
- Vurdering af risiko og potentiale for påvirkning.
- Dialog og udvikling/forbedring med partneren.
- Kriterier for 'Nej tak' eller afbrydelse af samarbejdet.
- Åben og troværdig kommunikation om resultater og fortsatte risici.

## 2. DN's samarbejdsformer med virksomheder 2023

Erhvervspartnereskab

- Erhvervspartnereskab indgås med virksomheder, som helhjertet ønsker at tage et grønt samfundsansvar og kommunikere det til omverdenen. De udvalgte virksomheder skal bidrage til DN's målopfyldelse og opfylde DN's retningslinjer for ansvarlig partnerstyring. Se mere herunder.  
Partnerskaberne vil typisk favne både markedsførings-, CSR- eller miljøfaglige opgaver, så vi sammensætter skræddersyede løsninger, som tilgodeser begge parter's mål, interesser og behov. Typisk tilbyder vi branche-eksklusivitet ved store partnerskaber.

Øvrige relationer til virksomheder

- Naturdonor er et donationskoncept for virksomheder, som ønsker at vise samfundsansvar og støtte DN's arbejde uden at indgå i et samarbejde og uden at modtage modydelser (kun logopakke til intern brug).
- Corporate volunteering partnerskaber indgås med virksomheder, som ønsker at give deres medarbejderne én dag om året til at arbejde frivilligt for en god sag. Konceptet fungerer ift. Affaldsindsamlingen.
- DN-Virksomhedsmedlem er et traditionelt medlemskab for virksomheder.

### 3. DN's formål og succeskriterier med erhvervspartnerenskaber

#### Formålet med partnerskaber:

DN indgår partnerskaber med virksomheder for at fremme en bæredygtig udvikling og samtidigt tilføre ressourcer til foreningens arbejde.

DN kan gennem et erhvervspartnerenskab med en virksomhed...

- Få direkte indflydelse på virksomhedens ageren i relation til at styrke DN's sag.
- At informere forbrugerne og give dem flere grønne valgmuligheder.
- Skabe flere indtægtskilder til DN's arbejde.
- Generere nye medlemmer.
- Nå nye målgrupper.
- Opbygge et moderne og løsningsorienteret image.
- Pas på Greenwashing: "Produktet" skal rykke sig ift. "sagen" og samarbejdet skal vise resultater.

En virksomhed kan gennem et partnerskab med DN...

- Få faglig og seriøs sparring om en mere bæredygtig produktion og flere bæredygtige produkter og services – og udvise "Retidig samfunds-omhu"
- Opnå mere troværdighed.
- Nå nye målgrupper.
- Generere konkurrencefordele, sikre overlevelse på lang sigt m.m.

#### 3.1. DN's mål/succeskriterier for erhvervspartnerenskaber

Først og fremmest skal ...

- Samarbejdet skal fremme en bæredygtig udvikling for naturen, miljøet og/eller klimaet.
- Samarbejdet skal oplyse befolkningen og/eller give os flere og billigere grønne valg.

Derefter skal en eller flere af følgende succeskriterier være opfyldt:

- Samarbejdet genererer indtægter til DN's arbejde for sagen eller generelt.
- Samarbejdet genererer nye medlemmer til DN.
- Samarbejdet genererer mere og god omtale af DN – moderne, troværdig, løsningsorienteret.
- samarbejdet genererer medlemsloyalitet og fastholdelse.
- samarbejdet genererer merværdi for DN's frivillige

### 4. DN's retningslinjer for ansvarlig partnerstyring

#### DN vurderer et erhvervssamarbejde ift.:

1. Virksomheden og DN skal have fælles værdier og interesser.
2. Der skal være et direkte match mellem sagen/DN og virksomheden/produktet
3. DN's faglige rådgiver og faglige leder skal screene virksomheden og dens omdømme, vurderer potentialet og risici ved partnerskabet, herunder greenwashing.
4. DN's ledere skal afsætte de nødvendige ressourcer/tid til at bidrage til i partnerskabet.
5. DN skal kunne afbryde et partnerskab, hvis virksomhedens adfærd er i modstrid med aftalen eller hvis virksomheden bliver involveret i sager, som kan skade DN eller på nogen måde undergrave DN's formål.
6. DN skal kunne kritisere virksomheden: DN vil aldrig kompromittere vores sag, fordi vi har et samarbejde med en virksomhed. Selvom DN samarbejder med en virksomhed omkring et grønt produkt, vil det ikke afholde os fra at kritisere andre forhold i virksomheden, hvis det måtte være relevant. DN kan altså fremhæve konkrete produkter, ydelser eller kampanjer, men aldrig omtale en hel virksomhed som grøn eller bæredygtig

#### 4.1. Endelig udvælgelse af DN's partnere

Alle, der kan bidrage til DN's målopfyldelse, og som opfylder DN's retningslinjer for ansvarlig partnerstyring, kan i princippet blive vores samarbejdspartnere, men DN skal vælge de rigtige for at få størst muligt udbytte ift. DN's mål.

Med hvem kan et samarbejde gøre den største forskel? Umiddelbart synes det at samarbejde med f.eks. Årstiderne, som det bedste partnerskab, men vil det gøre den store forskel, når virksomheden er bæredygtig i forvejen? Derimod kan et samarbejde med f.eks. Bilka gøre en større forskel frem mod at skabe et mere bæredygtigt samfund.

7. Den endelige beslutning tages af direktøren i samråd med de involverede medarbejdere.

#### 4.2. Faser i et DN/virksomhedspartnerskab

1. Uforpligtende møde med afklaring af fælles platform på baggrund af værdier.
2. Afstem forventninger, behov og udfordringer for samarbejdet.
3. Aftal fælles interesser, mål og succeskriterier.
4. Afklar hvad virksomhedens bidrag til samarbejdet er.
5. Afklar hvad DN's bidrag til samarbejdet er.
6. Identificering af roller, fordeling af opgaver og ansvar.
7. Udformning af skriftlig aftale.
8. Udvikling af koncept, aktivitet og tidsplan, herunder plan for nedlukning.
9. Udvikling af fælles kommunikation, markedsføring og gensidig eksponering.
10. Organisering og aktivering af aktiviteter.
11. Løbende dialog om partnerskabets fremdrift og resultater.
12. Afsluttende måling af resultater og evaluering af aktivitet og samarbejde.
13. Pleje af partnerskabet, dialog, krisehåndtering.
14. Genforhandling af kontrakt.

Oversigt: Hvilke DN-medarbejdere har ansvaret for hvilke indsatsområder:

Opgaver	DN ansvarlig
Forhandling, kontrakt, relations pleje, styregruppe	Direktør + Markedschef/erhverv
Faglig godkendelse	Fagleder + fagperson
Kommunikation	Presse-, kampagne-, hjemmeside- og SoMe-medarbejdere
Projektledelse, styregruppe	Projektleder + fagperson + Kom-person + medlemsperson
Fakturering/bogføring, og leads/medlemmer	Bogholderi og medlemsafdeling

## 5. DN's erhvervspartnerne marts 2023

2023 Erhvervspartnerne - Allokeret til projekt	Angående	DN projekt
Merrild: Donation	Donation + Gratid kaffe til deltagerne + aktivering + synlighed	Affald
Maxi Zoo	Donation + Synlighed + aktivering + F2F (Medlemmer)	Affald
Rudolph Care/Mads Nørgaard	Donation + Cooperate aktivering + Synlighed	Affald
Dansk Kabel TV	Donation + aktivering	Affald
Goboat	Donation + aktivering	Affald
NIO	Donation (sække) + aktivering	Affald
NIO	Donation + aktivering	DKNF
NIO	NIO biler 3 stk. + ladestandere	DN+DKNF
2023 Erhvervspartnerne - Frie midler	Angående	DN projekt
Rema 1000	Biodiversitet, Plantesamarbejde + synlighed + nye medlemmer	DN
Friluftslund	Medlemsfordel + annoncesalg + Kick Back + DN-medl.fordel	DN
E-Boks	Kundedonationer	DN
Fælleshaverne	Biodiversitet, Kick Back af salg + synlighed + nye medlemmer	DN
Nicolinelund	Biodiversitet, Donation: + synlighed + nye medlemmer	DN
Naturdonor	Koncept: Virksomheder støtter DN	DN
Diverse ad hoc virksomhedsdonationer	Diverse andre donationer	DN
KLS Pureprint	Bæredygtig produktion	DN-Butik

ORIENTERING/NOTAT: Strategisk indsats for Erhvervspartnerskaber 2023

Dato: 7. marts 2023

Skrevet af: Lone Norup, tlf.: 3119 3262, lone@dn.dk