

Bilag 5.0

D. 25. april 2022

Til: Hovedbestyrelsen – møde d. 6/5 2022

Kontaktperson: Signe Skovmand, skovmand@dn.dk, tlf. 31 19 32 49



Dagsordenpunkt 5 Tværgående mærkesag: Mere plads til Naturen.	Tilhørende bilag til dagsordenpunktet Ingen bilag
Indstilling	Det indstilles, at HB: <ul style="list-style-type: none">- <u>Orienteres</u> om status for arbejdet med den tværgående mærkesag
Kort sagsfremstilling	Status på arbejdet med den tværgående mærkesag: <u>Konkretisering af politiske målsætninger for kampagnen</u> Det foreslås, at kampagnen "Mere plads til naturen" understøtter målet om en Biodiversitetslov (policy-mål i forbindelse med kommende folketingsvalg og i kommende regeringsgrundlag), men at der i kampagnens primære kommunikation lægges vægt på en mere folkelig og engagerende fortælling om behovet og mulige løsninger for mere plads til naturen i Danmark. Kampagnens primære kommunikation kredser derfor i stedet om behovet for mere natur i Danmark, og at Danmark bør leve op til EU's mål om 30% beskyttet natur og 10 procent strengt beskyttet natur. Mulige hovedbudskaber i kampagnens kommunikation: <ul style="list-style-type: none">- Danmark har ringest natur i EU. Kun 14% af areal er natur. Vi skal have dobbelt så meget natur i Danmark.- Naturen skal have mere plads for at stoppe arternes tilbagegang/biodiversitetskrisen- Mere natur løser flere kriser på én gang: klimasikring, klimamål, drikkevandsbeskyttelse etc. <u>Lokalpolitisk interessevaretagelse</u>

Medarbejdere fra projektgruppen i sekretariatet er i gang med at udarbejde et virkemiddelkatalog til lokalafdelingerne, med oversigt over de mest effektive virkemidler til at opnå forøgelse af naturareal. Desuden arbejdes videre med HB's forslag om, at etablere indsatsgrupper på tværs af landet med afsæt i specifikke af disse virkemidler.

Folkelig aktivisme

Der udvikles et koncept for, hvordan vi kan tilbyde almindelige mennesker (boligforeninger, virksomheder mv.) en tydelig mulighed for at deltage i at skabe mere plads til naturen. En stor del af konceptet centrerer om at opfordre til deltagelse i Slip Haven Fri og Sommerfuglepartner, og derudover afsøges muligheder for andre hverdagsnære, kreative aktiviteter, fx at skabe deltagelse omkring vilde haver, frø- og plantebytte eller andre aktiviteter, som har potentiale for at skabe mere plads til naturen.

Nationalt event

Projektgruppen i sekretariatet udvikler i samarbejde med de aktive et koncept for et nationalt event, som skal skabe opmærksomhed om behovet for mere plads til naturen helt lokalt og som skal fungere som lejlighed for lokalafdelingerne til at præsentere deres vision for, hvordan der kan skabes konkrete naturforøgende initiativer i deres kommune.

Inddragelse af de aktive

Mærkesagsindsatsen planlægges i løbende samarbejde mellem projektgruppen i sekretariatet og en arbejdsgruppe bestående af aktive fra 21 afdelinger, som er organiseret i 3 underarbejdsgrupper, der beskæftiger sig med hhv. lokalpolitisk interessevaretagelse, nationale politiske målsætninger og det nationale event i indsatsen.

Proces

- Kampagneteam går i produktion på kampagnefortælling, kampagnesite og key visual, som skal være klar til lancering medio juni
- Omfang og køreplan for indsatsens andre aktiviteter konkretiseres i underarbejdsgrupper over de næste par uger: Nationalt event, lokalpolitisk interessevaretagelse og folkelig aktivisme.
- NOMA udvikler katalog over virkemidler, som lokalafdelingerne kan hente inspiration i til mere natur i deres kommune.

Sammenhæng til andre af DNS opgaver	<p>Mærkesagen spiller sammen med:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kursus i lokalpolitisk interessevaretagelse • Slip Haven Fri • Sommerfuglepartner • Naturkommuner
Evt. kommunikation	Nationale såvel som lokale kommunikationsgreb indgår i indsatsen – vi producerer en stærk visuel fortælling om behovet og mulighederne for mere plads til naturen, formidlet bl.a. via et kampagnesite, artikel- og pressemateriale, opslag på sociale medier, digital (evt. også outdoor) annoncering, nyhedsbreve osv.
Evt. økonomi forbundet med sagen	Jf. budget er der afsat 1,5 mio. kr til indsatsen