

Bilag 6

November 2025

Til: Repræsentantskabet. Møde den 22. november 2025

Kontaktperson: Søren Møllerup Dawe, smd@dn.dk, 31 71 90 91

Danmarks
Naturfredningsforening



Sagsfremstilling vedr. forslag til nyt logo

Hovedbestyrelsen indstiller, at repræsentantskabet

- Træffer beslutning om forslag til nyt logo for Danmarks Naturfredningsforening

Et flertal i hovedbestyrelsen anbefaler at stemme på logoforslag nr. 2.

Bilag:

- 6.1. Notat om logo
- 6.2. Forslag til nyt Logo med tilhørende navnepakke

Sagens kerne

Repræsentantskabet godkendte med aktivitetsplanen for 2024-2025, at DN's udtryk – altså den måde DN fremstår på ift. omverdenen – skal gøres mere tidssvarende. Som led i det arbejde er der udviklet en ny 'visuel identitet' for DN, herunder forslag til nyt logo, som repræsentantskabet nu skal træffe beslutning om. I løbet af efteråret er tre forskellige forslag til logo blevet præsenteret bredt i organisationen på digitale møder og samråd. På baggrund af de tilbagemeldinger, der er kommet, har hovedbestyrelsen trukket det oprindelige forslag tilbage, og fremsætter i stedet kun to forslag til afstemning, og der er udviklet en pakke med fire versioner af navnet, som kan anvendes efter den sammenhæng og platform, logoet skal bruges til.

Behovet for at skifte logo kan opsummeres i tre forhold:

1. Vores logo er ikke designet til nutidens digitale medievirkelighed. Kampen om opmærksomhed er massiv, og DN skal derfor kunne opbygge kendskab hver gang, vi har kontakt med danskerne. Det skal vi ofte kunne på få sekunder og på små skærme. Men vores logo er designet i en tid før sociale medier og smartphones og er derfor udfordret på særligt disse platforme og små skærme, som i dag er afgørende i DN's kommunikation og medlemshvervning. Det betyder kort sagt, at vores digitale kommunikation og markedsføring ikke er så effektiv, som den kunne være.
2. Danskerne kender ikke vores logo. På trods af at vores logo har været eksponeret for omverdenen i mere end 20 år, er det kun 7 % af befolkningen der ved, at det er Danmarks Naturfredningsforening, der står bag vores logo.
3. Logoet bidrager ikke særligt positivt til vores omdømme. I en måling af hvad danskerne forbinder vores logo med, er top fem: grøn, natur, uklart, kedeligt og ligegyldigt. De sidste tre er associationer, der ligger meget langt væk fra kernen af DN, som udtrykt i vores fælles strategi for 2022-2026: "Et mere samarbejdende, slagkraftigt, og relevant DN".

Forslag til nyt logo

Herunder ses de to forslag til logo i deres rene form og i de to primære farver. Et flertal i hovedbestyrelsen anbefaler at stemme på forslag nr. 2. I bilag 6.2 er de udfoldet mere med eksempler på forskellige måder, de kan komme til udtryk på, herunder en pakke med fire forskellige måder de kan kombineres med vores navn på.

Til afstemning

Forslag 1



Forslag 2



Hovedbestyrelsen anbefaler, at repræsentantskabet først har en afstemning mellem de to foreslåede logoer, og dernæst stemmer om det forslag, der fik flest stemmer i første runde, kan godkendes som nyt logo for Danmarks Naturfredningsforening.

Baggrund

Allerede i efteråret 2024 og foråret 2025 blev der præsenteret et forslag til et nyt logo rundt omkring i organisationen, herunder på samrådsmøder, Teams-møde, repræsentantskabsmøde (efterår 2024) og det grønne landsmøde (forår 2025). De nye forslag til logo er en videreudvikling, der er udarbejdet af designbureauet MAKE på baggrund af workshops med aktive fra lokalafdelinger, FLOR samt personligt valgte til repræsentantskabet.

De nye forslag til logo er blevet præsenteret bredt i organisationen i løbet af efteråret 2025 på samråd og digitale møder. Her udtrykte flere bekymring over navnetrækket (den måde navnet er skrevet på), som flere dels påpegede er retstavningsmæssigt ukorrekt og flere dels udtrykte bekymring over, om der er en risiko for, at foreningen utilsigtet kan komme til at miste forkortelsen DN (til DNF).

Tidligere forslag, hvor alle tre ord var skrevet med store forbogstaver



**Danmarks
Naturfrednings
Forening**

På baggrund af de input, der er kommet omkring navnetrækket, er der udviklet en pakke med fire forskellige navnetræk, som kan anvendes efter den sammenhæng og platform, logoet skal bruges til, og som er de samme, uanset hvilket af de to forslag til logo-symbol, der evt. vælges:



**Danmarks
Naturfrednings
forening**

En version hvor navnet står på tre linjer, men som imødekommer bekymringerne omkring risikoen for at miste forkortelsen DN. Denne version vil fx være særligt egnet til digital brug eller på andre flader, hvor det er særligt vigtigt, at navnet står tydeligt frem, eller hvor der ikke er plads til et langt logo.



**Danmarks
Naturfredningsforening**

En version hvor navnet står på to linjer, som dermed gør logoet forholdsvis langt, men som fx kan benyttes, når der ikke udfordringer med plads.



DN

En version hvor navnet er forkortet til DN, som er blevet efterspurgt, og som fx kan bruges i interne sammenhænge, eller når det forventes, at modtageren kender os som DN.



**DN
Gentofte**

En lokal version, hvor afdelingernes navn indgår, som kan bruges, når det er vigtigt at signalere lokalafdelingen som afsender.

Fordele/potentiale ved at skifte logo

- DN får et fleksibelt logo, der er designet til at fungere godt på både digitale platforme (små og store skærme) og fysisk materiale.
- Forventet øget effekt af foreningens digitale kommunikation og markedsføring.
- Forventet større synlighed og genkendelighed, som dermed øger kendskabet til DN.
- Reducering i produktionsomkostninger og mindre miljøbelastning ifm. fx tryk af materialer og tekstiler, da logoet kun består af én farve.
- Et logo der mere tydeligt udtrykker 'grøn handlekraft'.

Ulemper/risici ved at skifte logo

- Der vil altid være en overgangsperiode i forbindelse med at skifte logo, hvor omverdenen skal lære det nye logo at kende og forbinde det med DN.

Økonomi

Samtlige udgifter til udvikling og implementering af et nyt logo er afholdt i 2024 og 2025, og udgør ca. 300.000 kr. Der er således ikke ekstra udgifter forbundet med at implementere et evt. nyt logo, da det fremadrettet alene handler om hvilket logo, der skal sættes på materialer og produkter, der alligevel skal indkøbes/producere. Det forventes, at produktionsomkostninger kan reduceres, da det nye logo kun består af én farve.

Sekretariatet har i 2025 samtidig været meget tilbageholdende med at bestille nyt fysisk materiale og merchandise, indtil der foreligger en politisk afklaring af, hvilket logo DN skal have. Der er i budgettet for 2025 afsat 240.000 kr. til merchandise (kasketter, t-shirts, veste, regnjakker osv.), hvoraf der indtil videre kun er indkøbt for ca. 14.500 kr. Det betyder, at lagerbeholdningen er ved at være i bund, og der er behov for at indkøbe nyt DN-merchandise allerede i år, som i høj grad er tiltænkt DN's frivillige og aktive.

I budgettet for 2026 er der afsat 220.000 kr. til indkøb af nyt DN-merchandise. Det er lavere end tidligere, hvor budgettet til merchandise i normale år typisk har ligget i omegnen af 300.000 kr., hvoraf der i 2023 blev indkøbt for ca. 350.000 kr. og i 2024 for knap 230.000 kr.

Der er heller ikke ekstra udgifter forbundet med at implementere et nyt logo på digitale platforme, hvor det tværtimod forventes, at det nye logo vil betyde, at vi får mere 'effekt for penge' i vores digitale markedsføring.

Lancering

Hvis repræsentantskabet beslutter et nyt logo for DN, vil det i første omgang blive lanceret digitalt ifm. med, at DN's nye hjemmeside 'går i luften' inden årets udgang, og i samme ombæring vil det blive introduceret på DN's sociale medie profiler. I den forbindelse kommunikeres det eksternt, hvorfor DN skifter logo.

På fysisk materiale planlægges der med en rullende implementering, hvor det nye logo anvendes ifm. bestillinger af *nyt* materiale og produkter fremadrettet, men uden krav om at velfungerende *eksisterende* materiale og produkter kasseres. Baggrunden herfor er dels et bæredygtighedshensyn og dels i respekt for, at vores nuværende logo betyder meget for nogle frivillige og aktive, og det vurderes, at disse to hensyn er vigtigere end en stram udrulning af et nyt logo, hvor DN ser helt ens ud fra dag et på tværs af alle platforme.