

5.0

Dato: 2.09.2025

Til: Hovedbestyrelsen – møde d. 12.09.2025

Kontaktperson: Søren Møllerup Dawe, smd@dn.dk

Danmarks
Naturfredningsforening



Sagsfremstilling

Dagsordenpunkt 5: Beslutning om logo	Bilag 5.1 notat om nyt logo
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 flere forslag til nyt logo, som hovedbestyrelsen nu skal træffe beslutning om. På mødet præsenteres de endelige forslag til logo, som er udviklet på baggrund af en ekstra udviklingsproces med deltagelse af ca. 12-15 aktive fra lokalafdelinger, FLOR og repræsentantskab. Behovet for at skifte logo kan opsummeres i tre forhold: 1. <u>Kampen om opmærksomhed er massiv</u>. DN skal 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 udfordret på små skærme, er ikke let at aflæse og afkode hurtigt og logoet 'drukner' ofte på forskellige baggrunde, særligt på lyse og grønne baggrunde. 2. <u>Danskerne kender ikke vores logo</u>. 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. <u>Logoet bidrager ikke særligt positivt til vores omdømme</u>. I en måling af hvad danskerne forbinder vores logo med er top fem: grøn, natur, uklart, kedelig og ligegyldigt. Indstilling Det indstilles, at hovedbestyrelsen: - <u>Træffer beslutning om</u> at sætte et eller flere forslag til nyt logo til afstemning i repræsentantskabet. - <u>Drøfter</u> hovedbestyrelsens rolle i debatten i organisationen frem mod repræsentantskabsmødet.	

Baggrund

Hovedbestyrelsen blev i september 2024 præsenteret for et forslag til en ny visuel identitet, herunder forslag til et nyt logo for DN, som hovedbestyrelsen godkendte, at sekretariatet herefter kunne præsentere for organisationen.

Forslaget til logo og visuel identitet blev i løbet af efteråret 2024 og foråret 2025 præsenteret på et digitalt stormøde, flere samrådsmøder og på dialogboder ved hhv. efterårets repræsentantskabsmøde og forårets landsmøde. Overordnet set var der en positiv modtagelse af de grundlæggende anbefalinger til nyt visuelt udtryk, mens der var en blandet modtagelse

af forslaget til nyt logo, herunder enkelte der udtrykte kritik af manglende mulighed for inddragelse i processen med at *udvikle* designet for et nyt logo.

På baggrund af tilbagemeldingerne fra organisationen blev der gennemført en ny udviklingsproces i maj-juni, hvor aktive fra DN's afdelinger og FLOR var inviteret til at melde sig til at deltage i et udviklingsforløb, hvis man havde interesse i og lyst til at bidrage konstruktivt til et nydesign af logoet. Ca. 12-15 aktive fra lokalafdelinger, FLOR og repræsentantskab deltog i 1 eller 2 workshops med logo-designerne fra MAKE. På baggrund af inputs fra deltagerne designede MAKE en række nye forslag til logo, som blev præsenteret for workshopdeltagerne lige før sommerferien. Her var der særligt ét logo, som stod ud som en klar favorit blandt deltagerne. På et opfølgende møde efter sommerferien blev opbakningen til netop dette logo bekræftet, og det vil være dette logo som udfoldes særligt for hovedbestyrelsen på mødet.

Videre proces

Hvis hovedbestyrelsen beslutter at sætte et eller flere logoer til afstemning på repræsentantskabets efterårsmøde, er der behov for at igangsætte en proces med at øge kendskabet til det nye logo i organisationen og give mulighed for debat, samtidig med at der selvfølgelig skal være respekt for, at mange afdelinger lige nu er optaget af kommunalvalg og grøn trepart.

Det vurderes således, at der er to vigtige forudsætninger for, at repræsentantskabet kan træffe beslutning om et nyt logo på et oplyst grundlag:

1. at alle medlemmer af repræsentantskabet inden mødet i november kan få adgang til de vigtigste indsigter fra de bagvedliggende analyser og data som hovedbestyrelsen og de aktive, der har været tæt på processen, har fået. Det gælder bl.a. viden om hvilke krav der stilles til et logo i en digital tidsalder og den seneste Epinion-måling, der bl.a. viser, at kun 7% af den danske befolkning kan genkende DN's nuværende logo, og at de associationer det vækker hos befolkningen, ligger langt fra kernen af DN.
2. at der er god mulighed for at se, høre om og diskutere de(t) nye forslag til logo i organisationen forud for repræsentantskabsmødet i november.

Lige nu planlægges der med følgende:

- Det eller de forslag, hovedbestyrelsen beslutter at sætte til afstemning, introduceres på det digitale stormøde den 16. september.
- Samrådene opfordres til at sætte logo på dagsordenen, så der er mulighed for at se og diskutere det lokalt.
- Der afholdes et digitalt stormøde for alle stemmeberettigede i perioden mellem udsendelsen af repræsentantskabets dagsordensmateriale og REP-mødets afholdelse, hvor der er god tid til at præsentere det nye forslag, stille spørgsmål og diskutere.

Derudover ønskes en drøftelse af hvordan hovedbestyrelsen kan understøtte debatten i organisationen forud for REP-mødet.

Sammenhæng til DN's strategi og/eller aktivitetsplan og/eller politikker

Arbejdet med at udvikle DN's brand og visuelle identitet, som logoet er en del af, har sit ophæng i DN's strategi for 2022-2026, hvor der – bl.a. på baggrund af 'kendskabs- og omdømmemålinger' - blev identificeret et behov for at flytte DN's brand. Formålet er at understøtte realiseringen af strategiens ambitiøse målsætninger om flere medlemmer og frivillige samt styrke DN's evne til at engagere befolkningen i vores mærkesager.

Revitaliseringen af vores brand og kommunikation handler således om at øge kendskabet til DN og sikre, at opfattelsen af DN bringes i overensstemmelse med den retning, der er beskrevet for DN i strategien.

Det konkrete arbejde med udviklingen af et nyt logo har sit ophæng i aktivitetsplan 2024-2025, hvor det bl.a. er besluttet, at DN's udtryk – altså den måde vi ser ud på eksternt - skal gøres mere tidssvarende.

Evt. kommunikation

Der kommunikeres om mulighederne for at se og høre om det nye logo igennem DN aktiv, mail til afdelingerne og via organisationskonsulenterne. De nye forslag til logo holdes fortsat internt og skal således behandles fortroligt forstået på den måde, at de ikke skal vises uden for organisationen før, at der er truffet beslutning om logoet på repræsentantskabsmødet.

Der planlægges en særskilt kommunikationsplan for hvordan et evt. nyt logo skal præsenteres og kommunikeres for omverdenen.