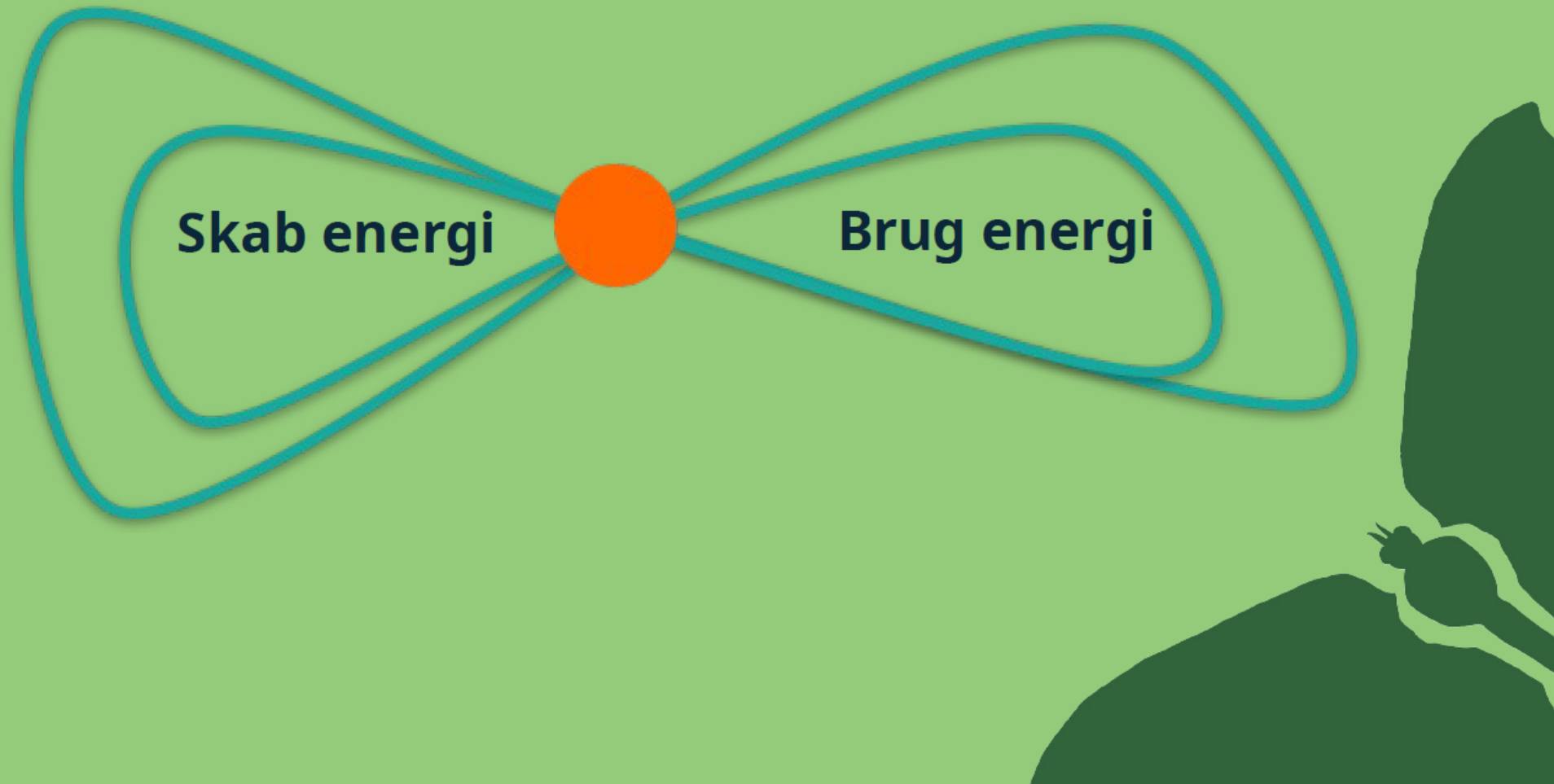


# Workshop: Medlemmer & Fundraising

Det Grønne Landsmøde  
25. april 2026

# Fælles energibalance



# Introduktion: Hvad skal vi opnå i dag?

1. **INDSIGT:** Fælles indsigt i fundraising, og hvad der virker for nogle af verdens bedste organisationer.
2. **INPUT:** Som et input til den videre strategiproces skal vi arbejde med DN's formål og kommunikationen af det.
3. **INSPIRATION:** Vi skal dele historier med hinanden, der understøtter DN's formål, vækker følelser og giver lyst til at donere til DN.

(Spørgsmål, kommentarer til nuværende fundraising-praksis: Tag fat i Anders, eller tal med i os i pausen)

# Dagens program

## DEL 1: 13:30-14:30

- Velkomst og introduktion
- Baggrund: Medlemmer og fundraising i DN
- Oplæg: Great Fundraising Organizations
- Øvelse 1: Et enkelt og stærkt DN-formål

## **PAUSE: 14:30-14:45** ☕

## DEL 2: 14:45-15:30

- Oplæg: Fundraisings superkraft er følelser
- Øvelse 2: Den sande historie godt fortalt
- Præsentation og opsamling



HEJ! 🙌

Jeg hedder...

Jeg er frivillig i DN (kommune)...

*Jeg er frivillig i netop DN, fordi...*

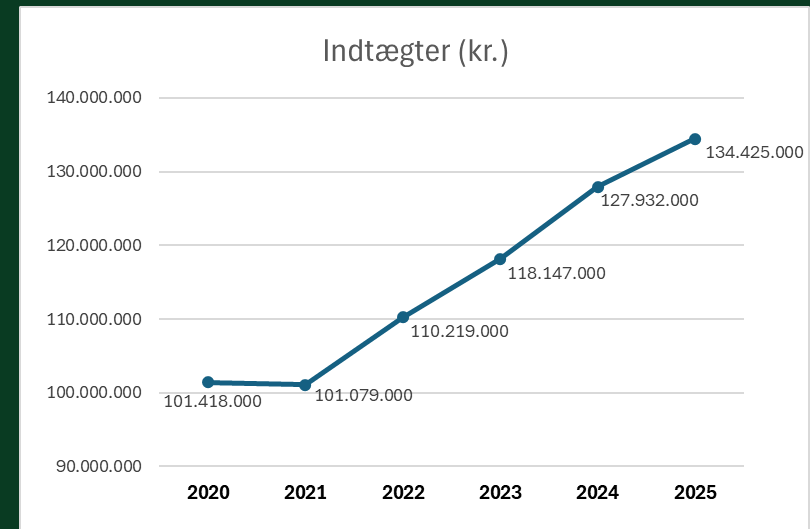
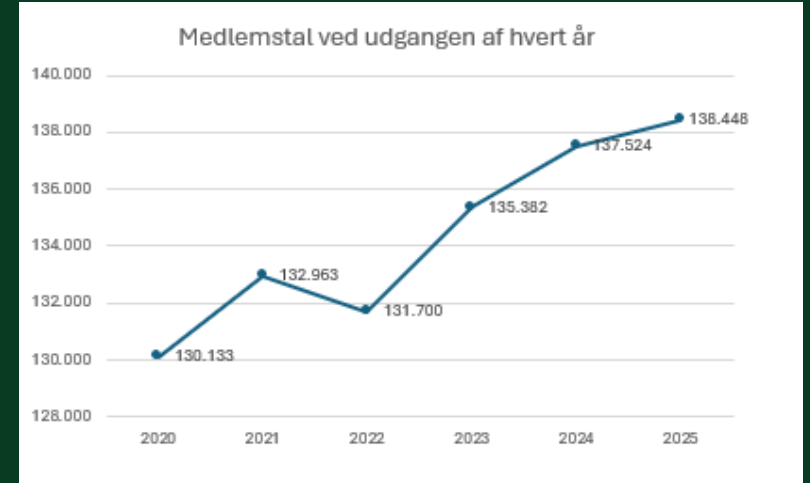
# Baggrund: Fundraising & medlemmer 2021-26

Det er lykket:

- Støt stigende medlemstal og indtægter
- Nyt CRM i 2025 (bedre håndtering af medlemmer og kontakter)
- Ny marketing platform (målrettet kommunikation til medlemmer og kontakter)
- Mere værdi af medlemskabet
- Engagerende kampagner (mange, mange leads)

Udfordringer:

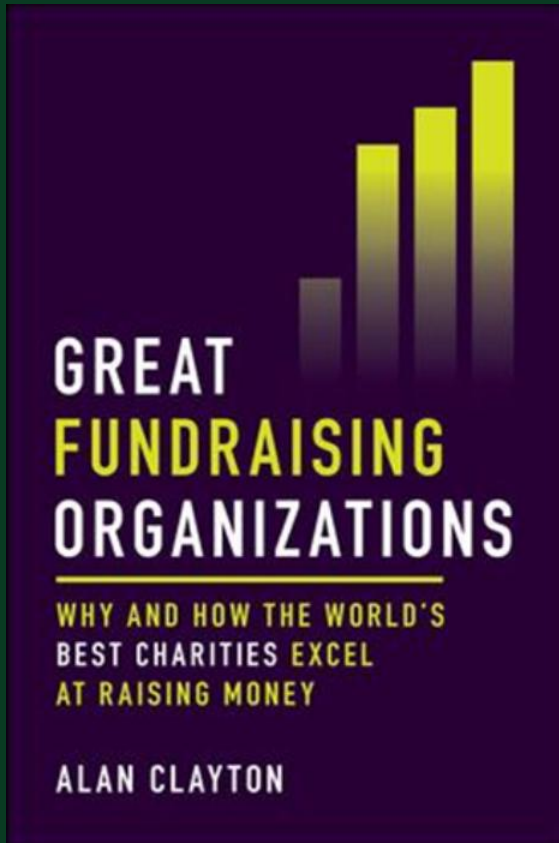
- IT (gammelt CRM, manuelle processer, fejl i data, mindre målrettet kommunikation)
- Begrænset ekstra investering (medlemsmål ikke finansieret)
- Medlemshvervning som fælles ansvar
- Mange ambitioner, indsatser og mål i DN' strategi



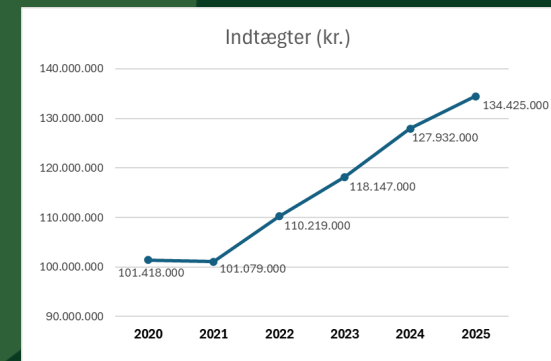
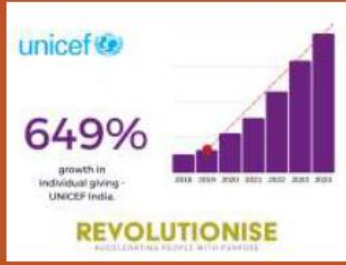
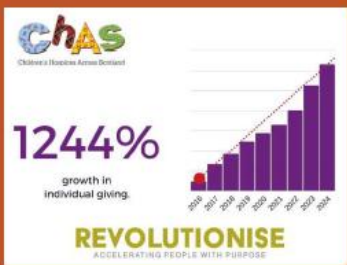
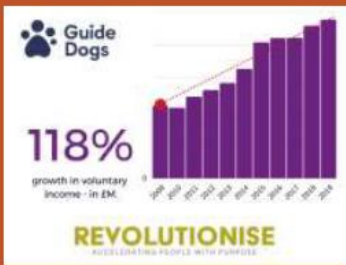
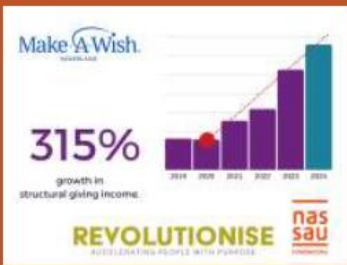
# Great Fundraising Organizations

*Hvad kendetegner de organisationer, der opnår markant og langsigtet vækst i støtter/medlemmer og indtægter?*

# Vigtigste indsigter i verdens bedste NGO'er



Baseret på data indsamlet over tyve års arbejde med mere end 500 organisationer, herunder Unicef og WWF, forklarer bogen, hvad der virker, og hvorfor. Den undersøger de tankegange, strategier og praksisser, der anvendes af Great Fundraising Organizations (GFO'er).



34%

# Hvorfor er det vigtigt at rejse flere penge til DN?

*Er der noget, vi ønsker os, at vi kunne gøre mere af i dag, men som vi ikke kan?*

- DN kan skabe større forandringer for naturen. Penge har betydning for: Hvor mange, vi er, og hvilke projekter, vi kan gennemføre, hvor meget synlighed, vi kan få.
- Nogle organisationer er vokset flere gange deres oprindelige størrelse på ti år - det betyder flere/nye kolleger, frivillige, projekter etc. til gavn for netop deres sag.

# 7 vigtigste indsigter i GFO'er

1. Det er den **indre adfærd** og **kultur**, der driver vækst – ikke samfundsøkonomien.
2. Vækst er et aktivt valg, som starter i ledelsen. **Lederskab** driver adfærden i organisationen.
3. Der er **to forretninger** i alle organisationer – ydelser (skaber forandringen) og fundraising (sikker midlerne). De taler til forskellige modtagere, der har forskellige behov.
4. Fundraising taler om **problemet** for at møde donorernes behov for at løse det. Fundraising belønner det følelsesmæssige behov hos mennesker for at løse problemer og give.
5. Organisationerne ved, hvad der er deres helt **unikke position og formål**, og det gennemsyrrer dem og deres til- og fravalg.
6. Mission er vigtigt, men indtægter er lige så vigtigt, fordi de er en bærende forudsætning for at kunne opfylde missionen.
7. Langsigtet investeringsplaner (ti år) i modsætning til år-til-år budgetter.

# Det vi se nærmere på i dag

1. Det er den **indre adfærd** og kultur, der driver vækst – ikke samfundsøkonomien.
2. Vækst er et aktivt valg, som starter i ledelsen. **Lederskab** driver adfærden.
3. Der er **to forretninger** i alle organisationer – ydelser (skaber forandringen) og fundraising (sikker midlerne). De taler til forskellige modtagere, der har forskellige behov.
4. Fundraising taler om **problemet** for at møde donorerens behov for at løse det. Fundraising belønner det følelsesmæssige behov hos mennesker for at løse problemer og give.
5. Organisationerne ved, hvad der er deres helt **unikke position og formål**, og det gennemsyrrer dem og deres til- og fravalg.
6. Mission er vigtigt, men indtægter er lige så vigtigt, fordi de er en bærende forudsætning for at kunne opfylde missionen.
7. Langsigtet investeringsplaner (ti år) i modsætning til år-til-år budgetter.

# Én mission, men to forretninger

*Organisationen skal møde forskellige behov på forskellige måder ved at gøre det, de to forretninger hver især er bedst til.*

# To sæt af kunder



**GFO - organisationen opfylder behovene hos begge.**

# Kultursammenstød i nonprofit

## Fundraising

**Ambitiøse resultatskabere**

Skal skille sig ud.

Skal have ambition/udfordring.

Frihed til at handle.

Hurtigt tempo.

Følelsedrevet arbejde.

Vant til salgs- og  
marketingkultur.

Håndterer enkelhed.

Konkurrencepræget.

## Ydelser

**Etiske fagfolk**

Skal nå konsensus.

Skal have ret.

Proces for at undgå fejl.

Grundig.

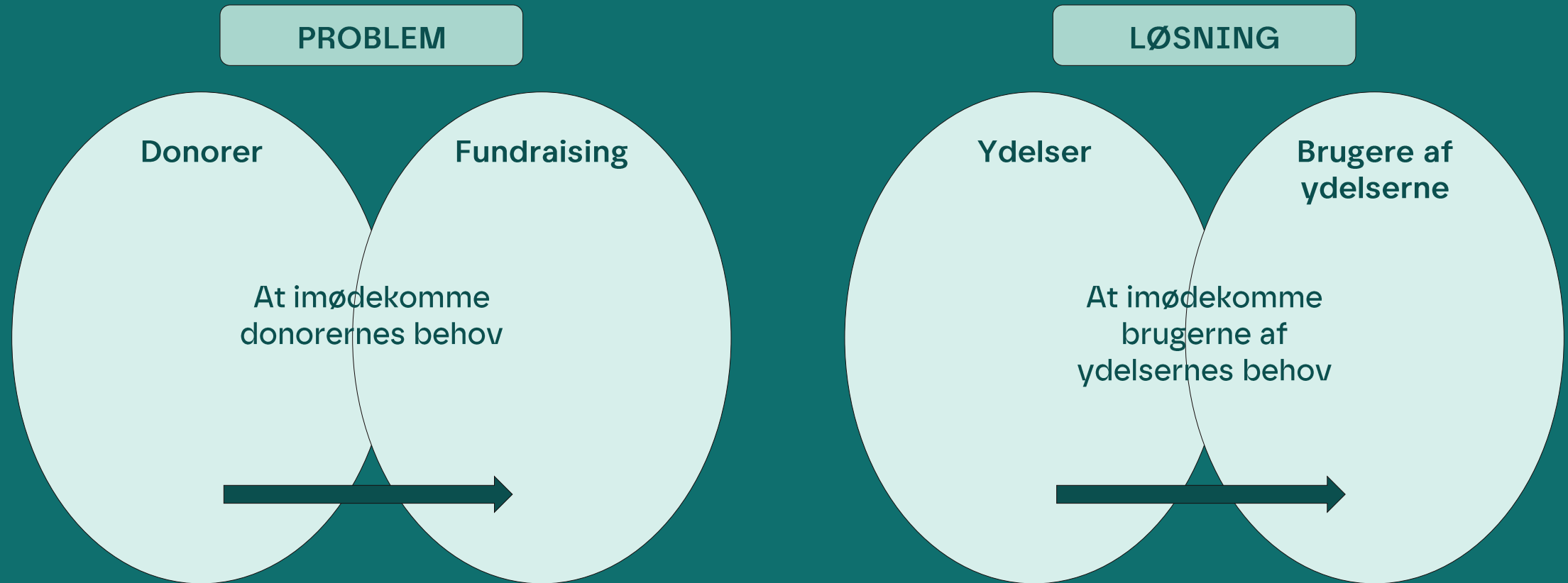
Evidensdrevet arbejde.

Vant til bevillingskultur.

Håndterer kompleksitet.

Dømmende.

# To forretninger, én mission.



*Vær bedst på begge.*

# Formål er ALT

*Samtlige prioriteringer i organisationen bør afspejle formålet. Det gør hele forskellen for fundraising.*

# Formål

Vi skal ikke ændre formålsparagraffen. Vi skal stille skarpt på det vigtigste og kommunikere det konsekvent.

- Formål er statisk over tid
- Formål rummer typisk flere forskellige problematikker og deres løsninger.
- GFO'er arbejder fokuseret med kommunikation af deres formål fx ved at formulere en enkelt **ambition**, der er det **problem**, som de agter at løse henover en kortere årrække (5-10 år fx).
- Det er den ambition, de fundraiser/hverver nye **medlemmer** på.

## § 2. Formål

**Stk. 1.** Foreningens overordnede og langsigtede mål er, at Danmark bliver et bæredygtigt samfund med et smukt og varieret landskab, en rig og mangfoldig natur, et rent og sundt miljø og uden negative klimapåvirkninger.

**Stk. 2.** Foreningen vil virke til gavn for Danmarks natur og miljø, for klimaet og for befolkningens mulighed for gode naturoplevelser. Derfor arbejder foreningen bl.a. med følgende områder:

# Hmm...

1. Forsøger DN at løse det rigtige problem?
2. Er vi internt enige i DN om, hvad det er?
3. Kommunikerer vi det på den bedst mulige måde?

...hvis svaret er delvist ja eller nej, så er der et stort og uforløst potentiale for DN 🙄

## En rigere natur

Danmark har meget lidt beskyttet natur, og over 1.900 arter er i fare for at uddø herhjemme.



## Rent drikkevand

Det danske drikkevand er unikt. Men det rene drikkevand er truet af pesticider, PFAS og anden forurening.



## Klima i balance

Danmark skal tage ansvar og handle nu for at nedbringe vores klimaaftryk og beskytte vores natur - som en aktiv løsning i klimakampen.



## Et nyt landbrug

Danmark er et af verdens mest intensivt dyrkede lande. Det går ud over naturen, drikkevandet og klimaet.



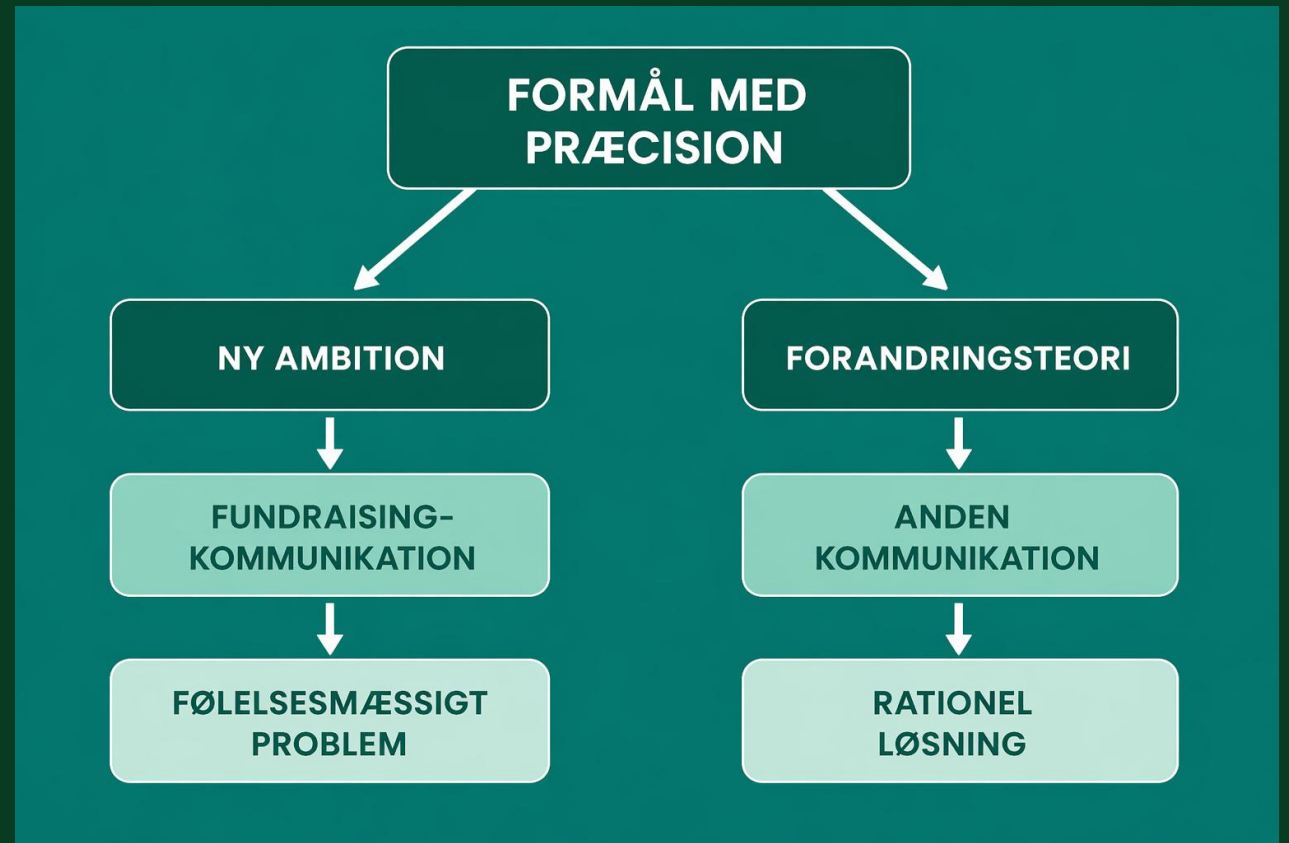
## Et levende hav

Havet kan lagre enorme mængder CO2 og er hjem for et væld af arter. Men havet er presset som aldrig før og har akut brug for reel beskyttelse.



# Om lidt skal vi se nogle eksempler på...

fundraising-organisationer, der har erkendt, at fundraising kommunikation er følelsesmæssig og fokuserer på **problemet**.



# Formål: Stop Svigt.

## Ambition: Alle råb om hjælp skal høres

BØRNS  
VILKÅR



Børns Vilkår

<https://bornsvilkar.dk>

### [Børns Vilkår - Stop Svigt](#)

Børns Vilkår arbejder for at sikre, at ingen børn i Danmark bliver svigtet. Støt vores arbejde og vær med til at stoppe svigt.

Økonomisk vækst: 352%

Vækst i medlemmer og støtter (bidrag): 662%



Danmarks  
Naturfrednings  
forening



Børne  
Telefonen

HØRT

Børne  
Telefonen

HØRT

Børne  
Telefonen

# ALLE RÅB OM HJÆLP SKAL HØRES

Alt for mange børn i Danmark står alene med deres problemer. Børns Vilkår kæmper for, at ingen børn i Danmark svigtes – hverken af deres nærmeste voksne eller af samfundet.



# Formål: Psykisk sygdom må aldrig ødelægge liv

psykiatri  
fonden 

## Nikoline vil bare gerne have et arbejde

Nikoline Heikamp drømmer om en meningsfuld hverdag med job og kollegaer. Hun lever med skizotypi, og hun ved, at hun med den rette støtte kan passe et arbejde. Men at få den rette støtte er en kamp i sig selv.

[Læs Nikolines historie >](#)

[Tema: Psykisk sårbarhed på arbejdet >](#)



# Formål: Red alt liv nu!

**Redd alt liv nå\***

\*For alle. For alltid.

A young boy is lying on his stomach on a wooden floor, reaching up with his right arm towards a tiger toy hanging from above. He is wearing a white short-sleeved shirt and blue overalls. In the foreground, several other animal toys are scattered on the floor, including a lion, a crocodile, a deer, and a sheep. The background is a plain, light-colored wall.

**WWF**

## Could you tell him?

My little boy loves tigers. And elephants. Rhinos too. In fact, my boy just loves nature.

A look of wonder lights up his little face whenever he learns about a new creature: How it feeds; how it socialises... How it lives and breathes.

And I know that when the last shred of jungle has been torn down, when those breath-taking animals have been hunted beyond the point of no return, he will come to me and ask...

"Daddy, did you know about the tigers?"

And I will have to say,

"Yes, son. I did."

**Save all life now\***

\*For Erik. For everyone. For ever.

# Øvelse 1: Hvad er DN's formål? (35 min)

# Øvelse 1: Hvad er DN's formål?

1. I grupper a ca. tre personer: Notér alle de problemer/formål I kan komme i tanker om, DN arbejder for at løse/realisere og scor dem vigtighed + unikhed fra 1-5 (1: ikke så vigtigt, 5: meget vigtigt) (7 minutter)
2. Vælg derefter det formål, som I mener, er det vigtigste. Det bør være:
  - Unikt for DN (vi er bedre end andre til at løse netop det problem)
  - Ambitiøst (tager tid og kræver penge/ressourcer at løse)
  - Kommunikerbart

Kommunikér jeres formål kort og enkelt (træk gerne på eksemplerne i oplægget)  
(15 minutter)

3. Præsenter jeres formål for resten af holdet (8 minutter)

# Problem/formåls-hierarki

Problem	Vigtighed	Unikhed
Stoppe tabet af natur/Skabe mere plads til naturen		
Stoppe forurening af drikkevandet/Sikre rent drikkevand		
Sænke Danmarks klimaftryk/Skabe et bæredygtigt Danmark		
Mindske det intensive landbrug herunder produktion af dyr/Skabe et mere bæredygtigt landbrug		
Stoppe forurening, overfiskeri m.m. i havet/Skabe et sundt og levende havmiljø		

# PAUSE!



# Fundraisings superkraft er følelser!

*Det handler om at belønne medlemmernes basale følelsesmæssige behov for at løse problemer og give.*

# Følelser driver adfærd



# Donorbehov

**Empati**



Hjælp en anden  
person eller et dyr.

**Samarbejde**



Mange af os,  
der løser et  
problem.

**Selvværd**



Føle mig bedre  
med mig selv.

**Opofrelse**

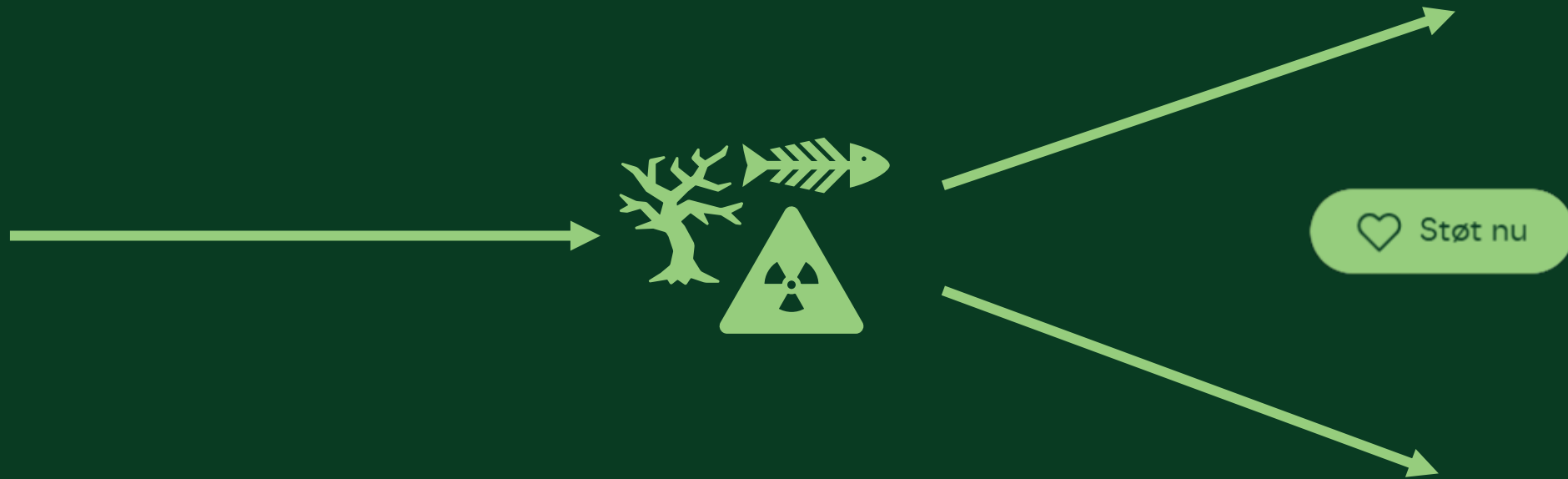


Modig eller  
særlig.

# Følelser driver adfærd

1. Mennesker har grundlæggende de samme følelsesmæssige behov overalt i verden.
2. For 99 % af alle mennesker inkluderer det behovet for at give og bidrage til en bedre verden.
3. Fundraising handler om at hjælpe mennesker til at få opfyldt dette naturlige følelsesmæssige behov for at give – og at gøre det let! En donation er en hurtig og enkel måde at opfylde sit behov for at hjælpe.
4. Derfor arbejder de bedste fundraising organisationer med fokus på følelser.
5. Historier er særligt gode til at belønne mange forskellige følelser – organisationerne fortæller dem, belønner behovet for at give.

# Dit bidrag kan ændre udfaldet!



Man skal kunne fortælle historien med en dårlig slutning for at kunne fundraise/hverve medlemmer.



## Could you tell him?

My little boy loves tigers. And elephants. Rhinos too. In fact, my boy just loves nature.

A look of wonder lights up his little face whenever he learns about a new creature: How it feeds; how it socialises... How it lives and breathes.

And I know that when the last shred of jungle has been torn down, when those breath-taking animals have been hunted beyond the point of no return, he will come to me and ask...

"Daddy, did you know about the tigers?"

And I will have to say,

"Yes, son. I did."

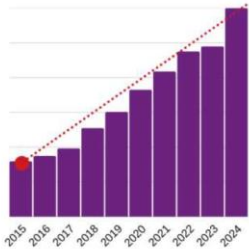
## Save all life now\*

\*For Erik. For everyone. For ever.



# 275%

growth in  
'Private Fundraising'



**REVOLUTIONISE**  
ACCELERATING PEOPLE WITH PURPOSE

## Kunne du fortælle ham det?

Min lille dreng elsker tigre. Og elefanter. Næsehorn også. Faktisk elsker min dreng bare naturen.

Forundring lyser hans lille ansigt op, hver gang han lærer om et nyt dyr: hvordan det spiser, hvordan det socialiserer... hvordan det lever og ånder.

Og jeg ved, at når den sidste rest af junglen er blevet ryddet, når disse betagende dyr er blevet jaget til et punkt uden tilbagevenden, vil han komme til mig og spørge...

- Far, vidste du det med tigrene?

Og jeg vil være nødt til at sige:

- Ja, min søn. Det gjorde jeg.



Danmarks  
Naturfrednings  
forening

# Westcountry River Trust, UK



Laurence's family couldn't afford fancy holidays. So, once a year his parents would take him camping in South Wales. Laurence spent the days with his two brothers paddling in the crisp clear water of the river Wye, catching minnows in a jam jar, skimming stones and floating down the river in a car inner tube.

30 years on, and Laurence went back to the same spot to share this joy with his three children. Now though the river is choked with algae and the minnows are gone, and Laurence silently shed a tear.

But it doesn't have to be this way.



Saving our rivers for good

Laurences familie havde ikke råd til luksusferier. Så én gang om året tog hans forældre ham med på camping i South Wales. Laurence tilbragte dagene sammen med sine to brødre med at padle i det klare, friske vand i floden Wye, fange småfisk i et syltetøjsglas, smutte sten og flyde ned ad floden i en bildæk-slange.

30 år senere vendte Laurence tilbage til det samme sted for at dele denne glæde med sine tre børn. Men nu er floden tilstoppet med alger, småfiskene er væk, og Laurence fældede stille en tåre.

Men det behøver ikke at være sådan.

West Country Rivers Trust

Saving our rivers for good

# Øvelse 2: Fortæl en historie, hvor et bidrag kan ændre udfaldet (35 min)

*At møde medlemmernes følelsesmæssige behov er selve hjertet i fundraising - og det kan gøres med integritet gennem en sand historie godt fortalt (truth well told).*

# Den sande historie godt fortalt

1. Er der et *før* og et *efter*? Dvs. hvis vi ikke handler/løser problemet, slutter historien dårligt.
2. Beskriver den problemet hudløst ærligt?
3. Belønner den os følelsesmæssigt?
4. Viser den DN's ufuldkommenhed? (vi har ikke løst problemet endnu og har brug for meget mere hjælp/støtte)

I må gerne:

- Finde historien i DN's egen historie (begivenheder)
- Eller iblandt jeres egne historier

Vi mødes om 35 minutter 👍

# Hvad nu?

Umiddelbare tanker om i dag, og det at arbejde med formål og fortælling?

Andet vi skal fokusere på? Eller som I savner svar på?

Tak for jeres input, der vil indgå i det videre arbejde med strategien!