



DANMARKS
JÆGERFORBUND

Strategi 2017-2021

Mest mulig jagt og natur





Strategi

2017-2021

FOTO: Danmarks Jægerforbund + Michael Reinhardt 8s2)

GRAFISK DESIGN: MichaelReinhardt.dk

PRODUKTION: Danmarks Jægerforbund

TRYK: Bording A/S

INDHOLD

Forord	side 5
Fakta og tendenser	side 6
Danmarks Jægerforbund i en nøddeskal	side 13
Mission	side 14
Vision	side 15
Den strategiske jagthytte	side 16
Strategiområde 1: ”Meningsfyldte medlemskaber”	side 18
Strategiområde 2: ”Stærk og frivillig organisation”	side 21
Strategiområde 3: ”Kendskab og kommunikation”	side 24
Strategiområde 4: ”Bæredygtig jagt og natur”	side 27
Finansiering	side 32
Virkeliggørelse	side 33



FORORD

Velkommen til Danmarks Jægerforbunds nye strategi. Heri finder du en beskrivelse af, hvordan udviklingen af organisationen vil ske hen over de næste fire år. Strategien er en af de tre grundsten i Jægerforbundets fundament. De andre to udgøres af organisationens vedtægter og natursyn.

Vedtægterne er Jægerforbundets 'love og regler' og beskriver den officielle ramme for organisationens opbygning samt de regler og retningslinjer, der gælder for de enkelte medlemmer, tillidsfolk, ansatte og Jægerforbundet som helhed.

Natursynet 'RASKnatur' beskriver Jægerforbundets holdninger inden for jagt, vildt, natur og miljø. Natursynet danner grundlag for, hvordan vi arbejder med at sikre muligheden for at benytte og beskytte naturen.

Strategien er den overordnede plan, der sætter retning og mål for arbejdet i Danmarks Jægerforbund.

Arbejdet med at konkretisere selve strategien og de enkelte strategiområder har involveret mange med interesse i Jægerforbundets fremtid. Den nye strategi har siden sommeren 2016 været på dagsordenen på møder med og i kredsene, jægerrådene og hovedbestyrelsen. DJ's medarbejdere har endvidere bidraget med input til det, der nu er blevet Jægerforbundets strategi for årene 2017-2021.

På de følgende sider kan du læse om Jægerforbundets mission, vision og de fire overordnede strategiområder, men inden da er det væsentligt at kende organisationens udgangspunkt i forhold til omverdenen samt jagt, vildt, natur og miljø. Derfor indledes strategien med en bredere analyse i kapitlet 'Fakta og tendenser'. Efter beskrivelsen af strategiens indhold afrundes der med en beskrivelse af, hvordan finansieringen og virkeliggørelsen er planlagt.

God læselyst.

FAKTA OG TENDENSER

I dette kapitel sætter vi rammerne for, hvordan vi som organisation oplever verdenen omkring jagten. Vi ser på, hvordan udviklingen går i det omgivende samfund, som både direkte og indirekte kan få betydning for jægernes muligheder for at gå på jagt.

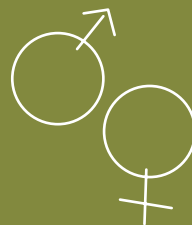
Medlemsforhold

Alle DJ's medlemmer - på nær ca. 1.500 - er medlem af en eller flere lokale jagtforeninger. De resterende er direkte medlemmer af DJ. Lægger vi alle disse medlemmer sammen, fremkommer det samlede medlemstal.

Medlemstallet har de seneste år været svagt faldende med ca. 1 % pr. år. Det er særligt gruppen af ordinære medlemmer, der forårsager denne tilbagegang. Antallet af jagttegnsløsere er i samme periode steget med knap 0,5 %.

Den faldende organisationsgrad rammer ikke kun DJ's lokale jagtforeninger. Det er en tendens, der ses i hele det danske samfund. Børn og unge opdrages ikke længere til, at det er helt naturligt at være en del af foreningslivet og det frivillige engagement. I Jægerforbundsregi bliver situationen ikke bedre af, at de nye jægere bliver ældre og ældre, når de tager deres jagttegn. Når man er midt i 30'erne, har man oftest fyldt sin hverdag godt op, hvorfor stadigt færre vælger at disponere mange timer til foreningslivet.

Samtidig ses en udvikling i retning af, at mange jægere specialiserer sig mere end tidligere, hvilket gør, at de søger fællesskabet med andre specialis-



Mænd - 94%

Kvinder - 6%



Trofæjægere

Kødjægere

Socialjægere



Hagljægere

Riffeljægere

Buejægere



Hav- og strandjægere

Landjægere



Jæger i udlandet

Jæger i Danmark

Eksempler på jægertyper

ter fremfor fællesskabet i de lokale jagtforeninger. Hovedparten af de lokale jagtforeninger er heller ikke fulgt med denne specialisering i deres udbud af aktiviteter.

Jægerne mangfoldighed

Jægere er ikke blot jægere, men kan deles ind på mange måder. Figuren nedenfor viser nogle af de mange grupperinger, der findes inden for jægerskaren. Mange jægere tilhører flere grupperinger.

At være bevidst om jægerne mangfoldighed kan være nyttig, når enten de lokale jagtforeninger eller DJ's administration udvikler ydelser og tilbud. Samtidig er det vigtigt at holde sig for øje, at jægerarterne løbende ændrer sig både mht. gruppernes størrelse og jægerne interesser og behov.

De lokale jagtforeninger

Danmarks Jægerforbund består af omkring 850 jagtforeninger. Dette tal har stort set været uændret igennem de seneste år. Størrelsesmæssigt spænder jagtforeningerne fra ganske få medlemmer i de mindste til over 1.000 i den største. Jagtforeningerne er selvstændige juridiske enheder med egen bestyrelse og økonomi.

Jagtforeningers formål er typisk at tilbyde medlemmerne jagtfaglige oplevelser og træning samt fremme det sociale samvær. De fleste foreninger har deres virke i et lokal-

område. Enkelte andre er etableret med det formål at fremme en aktivitet, f.eks. brug af en skydebane.

Tendensen for mange af de lokale jagtforeninger er, at medlemmernes gennemsnitsalder øges. Heldigvis er der også en del steder, hvor der pågår en spændende udvikling med målrettet rekruttering af nye medlemmer og en konstant modernisering af medlemstilbuddene.

Landspolitiske forhold

På tværs af politiske partier er der en stor accept af, at jagt er en naturlig del af naturforvaltningen. Denne accept er samtidigt bundet op på, at jægerne kan deres håndværk og udøver en høj jagtetik, ligesom opbevaring og håndtering af våben til hver en tid lever op til lovgivningen.

Miljø- og fødevareminister Esben Lunde Larsen til magasinet Jæger

” Jeg kommer fra en familie, som har jaget i generationer, så jeg er flasket op med jagt.

Jeg har været med som klapper, helt fra jeg var lille, og jeg har siddet til talrige jagtfrokoster og hørt på røverhistorier. Så jeg har fået et naturligt forhold til både naturen og vildtet, og at det er naturligt at nedlægge og spise vildt.

Miljø- og fødevareminister Esben Lunde Larsen ved Folkemødet på Bornholm 2016

” Oplevelser i naturen er med til at øge forståelsen for, hvorfor vi skal værne om og passe på vores natur, og der er ingen tvivl om, at børn bliver både sundere, gladere og klogere af at være ude i naturen, siger miljø- og fødevareministeren.

Undervisningsminister Søren Pind (tidligere justitsminister)

” Med Danmarks Jægerforbund i spidsen har vi etableret et tillidsfuldt samarbejde om at forbedre forholdene for danskere, der enten bærer kniv eller bruger våben som en del af deres hobby og sport. Og det er på baggrund af det tillidsfulde samarbejde, at jeg nu har besluttet, at samarbejdet skal styrkes yderligere.

Jeg vil derfor indkalde til et møde inden jul, hvor vi forhåbentlig kan lægge de første sten til et våbenråd. Hvordan våbenrådet præcist kommer til at se ud, og hvordan det skal virke, vil jeg ikke lægge mig fast på endnu, men nu går vi i gang med det forberedende arbejde, sagde en veloplagt justitsminister til de fremmødte ved DJ-arrangementet hos Hunters Game i Albertslund.

Eva Kjer Hansen (tidligere miljø- og fødevareminister)

” Jagten bidrager positivt til forvaltningen af den danske natur, og jeg ser gerne, at jægerne gør endnu mere for naturen og dermed spiller en endnu større rolle i naturforvaltningen, f.eks. i forbindelse med etablering af vådområder og vildtplejetiltag i bred forstand.

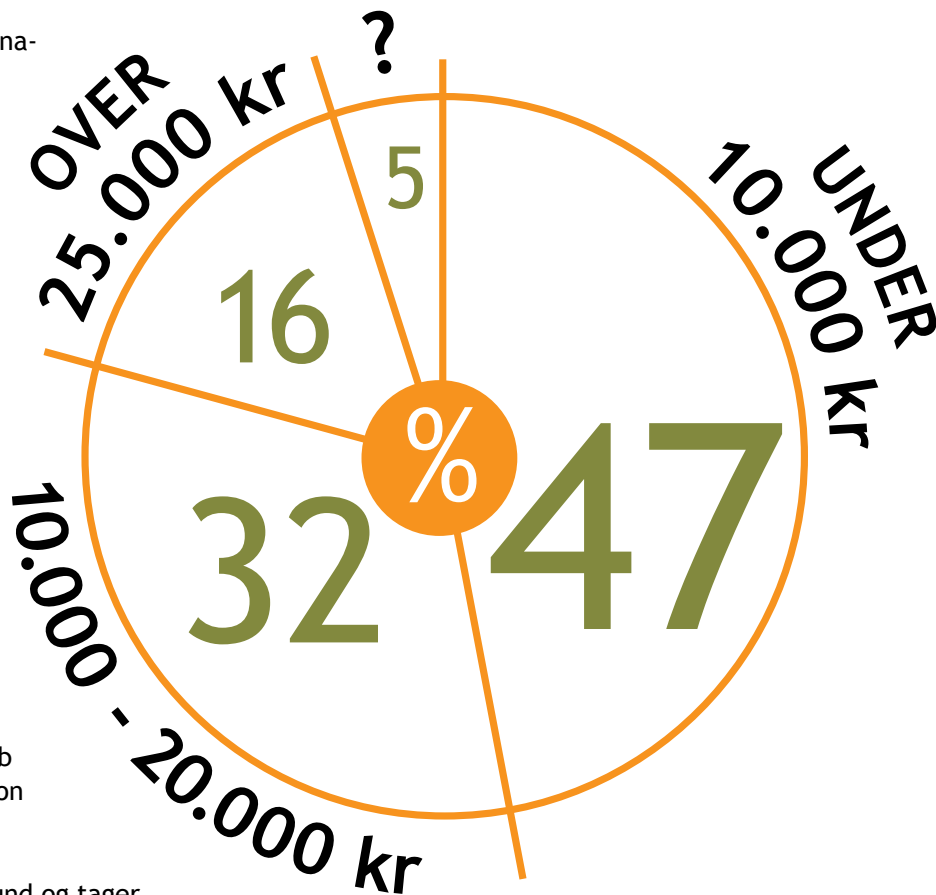
Påvirket af den stigende internationale fokus, der er på hele våbenområdet, vil tendensen i Danmark være en udvikling med små lovgivningsmæssige stramminger. Overskriften for disse vil forhåbentlig stadig være, at det skal være trygt for samfundet og enkelt for brugerne.

Økonomiske forhold

Omkostningerne ved at være jæger er mange. De årlige omkostninger omfatter betalingen for jagttegnet, medlemskabet af Danmarks Jægerforbund inkl. den lokale jagtforening, eventuel jagtleje, samt indkøb af grej, tøj, våben, ammunition mv.

Mange jægere har også jagthund og tager en tur på jagt i udlandet. Alt sammen koster. Det er selvsagt op til den enkelte jæger at bruge, hvad vedkommende har råd til.

I Jægerforbundets medlemsundersøgelse, der blev gennemført i efteråret 2016, angav 47 % af de adspurgte, at de bruger under 10.000 kr. om året på jagt. 32 % bruger imellem 10.000 og 25.000 kr.,



mens 16 % bruger over 25.000 kr. om året. 5 % svarede, at de ikke ved, hvor meget de bruger.

Danmarks Jægerforbund er forpligtet til at gøre alt, hvad vi kan, for at drive en så effektiv og billig organisation som muligt - både i administrationen

og de politisk valgte fora - for at holde prisen for et medlemskab nede. Derfor søger vi hvert år myndigheder og fonde om tilskud til forskellige formidlingsopgaver, uddannelser og konkrete udviklingsprojekter. Vi sælger annoncer i vores medier, og vi udbyder og sælger både kurser og diverse former for rådgivning. Af Jægerforbundets omsætning på ca. 80 mio. kr. udgør kontingentindtægterne under 60 %. Det vil sige:

For hver krone,
du betaler i
kontingent, får
du for to kroner
ydelse tilbage

Sociale og kulturelle forhold

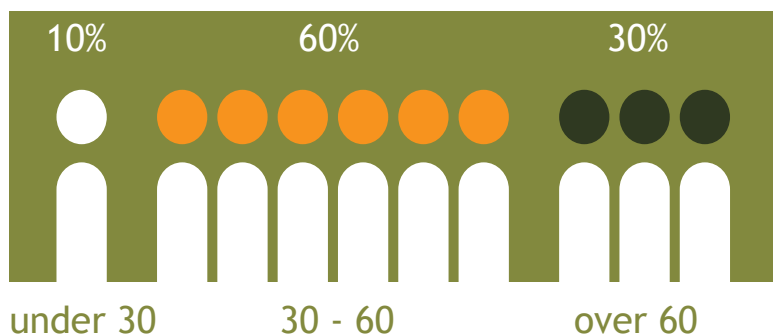
Det er moderne at gå på jagt. I jagtsæsonen 2015/16 indløste godt 176.000 personer jagtтеgn, hvilket er et fald på 1 % i forhold til det historisk høje antal året før. Ca. 10 % af de indløsende er under 30 år, og ca. 30 % er over 60 år.

Den store interesse for at gå på jagt ligger så dybt forankret i det moderne menneske som alternativ til et stadigt mere stillesiddende kontorliv, at vi forventer, at antallet af danskere med indløst jagtтеgn vil fortsætte med at have et højt niveau i mange år.

11.000 af jagtтеgnsløserne er kvinder, svarende til knap 7 %. Dette er det højeste antal, der nogensinde er registreret. Kvinderne stiller nye krav til både jægerlivet, jagttøjet, aktiviteterne i jagtforeningerne, brugen af hele dyret - både kød og skind - og sikkert også omgangstonen og nogle af traditionerne på jagten.

Generelt er der en meget høj accept af jagten i Danmark i den brede befolkning. Dette er ikke et givent forhold, hvorfor jægerne konstant må dygtiggøre sig og udøve jagten med en høj moral

ALDERSFORDELING:



og jagtetik. Det er de 97 % ikkejægere, der på sigt bestemmer, om de 3 % jægere må gå på jagt.

Den største kulturelle udfordring er imidlertid den afledte effekt, som affolkningen af landområderne har. Mange bybørn vokser ikke længere op med en naturlig tilgang og adgang til naturen. De bliver naturforskrækkede og bange for at færdes derude. Dyrene bliver set som Disney-figurer, og det at slå ihjel for at høste af naturens overskud betragtes som noget lidet acceptabelt og værende direkte modbydeligt. Derfor er Jægerforbundets satsning på naturvejledning en meget vigtig brik i at skabe bæredygtig forståelse for vores fritidsinteresse.

Noget andet, som vil præge jægerens muligheder de kommende år, er ændringerne i jagtarealernes ejerstruktur. Såvel de enkelte landbrug som skovejendommene bliver stadigt større og større. Kun reviret på havet forbliver meget demokratisk tilgængeligt.

Færre lodsejere, mange jægere og ældre nyjægere er en cocktail, der vil betyde stigninger i jagtlejen - naturligvis varierende fra område til område og alt afhængig af efterspørgsel og udbud.

Teknologiske forhold

Den teknologiske udvikling inden for jagten handler især om kameraer, nye materialer og brug af de mange data, som digitaliseringen efterhånden skaber alle steder.

Kameraer med gps-koordinater - enten monteret

på en drone eller som et vildtkamera på et træ - bliver mere og mere udbredte. Materialeudviklingen foregår især inden for beklædning, ammunition og våbenskæfter.

Endelig vokser anvendelsen af jagtbuer som en ny våbentype samt mere eller mindre højteknologiske fælder til brug over for især invasive arter, såsom mink.

Miljømæssige forhold

På miljøsiden er der særligt to områder, der skal tages ekstra hensyn til i fremtiden. For det første må det forventes, at støjkraft med tiden vil blive skærpet på grund af byernes vækst ud mod skydebanerne. Dette vil stille krav til øget støjdæmpning og eventuelt yderligere begrænsninger i skydetider.

For det andet forventer vi, at der kommer øget fokus på spildet i hele jagtens værdikæde. Her er der særligt tale om at skulle minimere spild af såvel spiselige råvarer som skind og animalsk affald.

Lovgivningsmæssige forhold

Lovgivningen inden for jagt, våben og natur er under konstant forandring. Det samme er de uformelle regler om jagtetik og moral i det hele taget blandt alle, der håndterer våben og går på jagt.

Det gælder derfor om hele tiden at være på forkant med forventninger og behov fra nationale og internationale lovgivere samt ikkejægere og præge kommende regler mest muligt til jægerens fordel.



ET JÆGERFORBUND FOR ALLE

Mere end bare praktisk jagt

Danmarks Jægerforbund er mere end praktisk jagt og mere end visionen om at arbejde for mest mulig jagt og natur til vores medlemmer. Jægerforbundet og medlemmerne har interessen og omsorgen for naturen til fælles. Vi har fokus på ansvarlig jagt, at den drives hensynsfuldt i forhold til omgivelserne og gerne i samarbejde over naboskel, og at vildtet behandles med respekt og har de bedste leveforhold i et moderne samfund.

Forandring og udvikling

Danmarks Jægerforbund repræsenterer jægere, en gruppe, der er i konstant forandring. Derfor forandrer Danmarks Jægerforbund sig også som organisation.

Vi arbejder bl.a. meget mere for at genopbygge og skabe natur, end man gjorde tidligere. Men vi arbejder også på at bevare jagten i Danmark. Det kan synes modstridende, men begge indsatsområder er nødvendige for en bæredygtig udvikling og fortsat jagt i Danmark. For 100 år siden var hensynet til naturen mindre, og det var ikke nødvendigt med jagttegn. Det er det nu, og det er Danmarks Jægerforbund dybt involveret i.

Vores jægere

Vores medlemmer spænder vidt. Fra den modne mand, der har gået på jagt siden sin barndom og har fået jagten ind med moderermælken, til den nye generation af jægere. Den nye generation har ofte et stillesiddende arbejdsliv i byen og trænger til at komme ud i naturen, opleve

dyrene og nedlægge dem for at opleve jagtens intensitet og dermed også udleve det urinstinkt, som jægere altid har haft.

Uanset hvem vores medlemmer er, og hvor de kommer fra, så har jagten et særligt rekreativt element og giver jægeren og andre mulighed for at kunne nyde det særligt smagfulde, magre og proteinrige vildtkød. Fælles for alle jægerne er også bevidstheden om, at naturen både skal beskyttes, benyttes og udvikles.

Det arbejder vi for

Vi arbejder for at etablere og pleje remiser, levende hegn, vildtstriber, søer og anden natur. Og vi bidrager med et trecifret millionbeløb til vildtforskning og naturudvikling.

Vi arbejder målrettet på at have indsigt i alt, hvad der vedrører jagt og natur, og for at medvirke til, at naturens økosystem er i balance. Derfor samarbejder vi med universiteter og relevante grønne organisationer, så vi kan påvirke jagtpolitikken med en seriøs og tungtvejende stemme både lokalt og landspolitisk.

Vi arbejder for at gøre jægerne endnu klogere og dermed til endnu bedre jægere ved at formidle den viden, de mange indsatser kaster af sig.

Sidst, men ikke mindst, så arbejder vi for at bevare jagten i Danmark og naturligvis også med fokus på vores vision, som er mest mulig jagt og natur.

MISSION

Missionen udtrykker populært sagt ”hvem vi er til for og med hvad og hvorfor”.

Formålsparagraffen i vores vedtægter sætter naturligvis rammen for dette, men vi har valgt at fortolke den til en mere enkel forklaring.

Danmarks Jægerforbund er til for medlemmerne

Vi varetager **interesser**,
formidler **viden**
og yder **service**
for at give **oplevelser**,
medvirke til bedre **natur**
og bevare retten til **jagt**.

Med ”interesser” menes, at vi i DJ varetager vores medlemmernes interesser optimalt i forhold til jagtlige forhold.

Med ”viden” menes, at DJ er det førende sted for jagtfaglig viden.

Med ”service” menes, at vi i DJ giver medlemmerne relevant service ved formidling gennem DJ’s medier og ved personlig kontakt med ansatte og tillidsfolk.

Med ”oplevelser” menes, at DJ formidler oplevelser til medlemmer og andre jægere samt til den øvrige del af befolkningen. Til medlemmer sker det ved formidling gennem DJ’s medier og ved at tilbyde relevante aktiviteter inden for jagt, vildt og natur. Over for ikkejægere kan det ske ved at være til stede på f.eks. dyrskuer, messer, udstillinger m.m. Det kan også ske via naturvejledning og presseindsats, at vi giver ikkejægere gode oplevelser med udgangspunkt i jagten. Ved alle arrangementer gøres der også en indsats for at rekruttere nye medlemmer.

Med ”natur” menes, at vi i DJ har fokus på at skabe naturforbedringer og kommunikere til omverdenen og jægerne, at jagt skaber natur.

Med ”jagt” menes, at vi i DJ arbejder for mest mulig jagt på relevante vildtarter ud fra det såkaldte wise-use-princip.

VISION

Visionen er vores langsigtede mål, vores ledestjerne.

Den udtrykker, hvordan vi ønsker, at vores verden ser ud.

Vi siger det ganske enkelt, så er det til at huske og forstå:

Mest
mulig
jagt
og natur

Vi arbejder for både at øge jagtmulighederne for den enkelte jæger og at øge den danske natur.

Jo mere natur, jo mere jagt. Og jo bedre vildtforvaltning, jo bedre natur.

Tingene hænger sammen.

Det tager mange år at komme dertil, hvor alle jægere er helt tilfredse. Men med hvert eneste skridt, vi tager i retning af vores ledestjerne, vil vi opnå større tilfredshed og jagtglæde.

DEN STRATEGISKE JAGTHYTTE

En måde at illustrere Jægerforbundets strategi og dennes sammenhæng til en række andre forudsætninger og rammer er at betragte dette som et hus. Vi kalder det for den strategiske jagthytte.

Øverst som tag har vi det lange mål, vores vision, som alle initiativer rettes ind imod.

I fundamentet finder vi vores vedtægter, mission, natursyn samt den identitet, vi optræder med i

form af navn, logo mv. Hertil kommer selvsagt de økonomiske rammer, vi arbejder under. Alt er helt nødvendige og grundlæggende ting at stå på.

Herimellem er de fire strategiområder så placeret. Områder, som hver især rummer en række initiativer, der alle har til formål at realisere målene. Denne virkeliggørelse sker gennem projektarbejde, uddannelsesaktiviteter og brug af vores indflydelse alle de steder, hvor det er nødvendigt.







STRATEGIOMRÅDE 1

MENINGSFYLDTE MEDLEMSKABER

Medlemmerne er kernen i Jægerforbundet. Deres behov for serviceydelser og oplevelser skal tilfredsstilles gennem de lokale jagtforeningers, kredsenes og administrationens arbejde. Vi skal trække på samme hammel for at rekruttere, pleje og udvikle vores medlemmer, så tilfredsheden med medlemskabet er maksimalt. Glade medlemmer giver et stærkt Jægerforbund.

Antallet og kategorien af medlemmer er også centralt. Jo flere medlemmer og jo bredere repræsentation på tværs af køn, indkomst, landsdel, by og land, jagtlige interesser, mv. vi har, jo stærkere og mere slagkraftig organisation har vi.

Langt de fleste medlemmer er også medlem af en jagtforening. Sådan skal det også blive ved med at være. Men vi skal også være åbne for at rekruttere nye medlemmer, der ikke ønsker deltagelse i det lokale foreningsliv.

En væsentlig del af jagtens værdikæde er de mange samarbejdspartnere, der understøtter jagen og jægerne i Danmark. Nogle har sågar dette som deres levebrød. Disse virksomheder, organisationer og myndigheder skal vi udvikle samarbejdet med for dermed at kunne give medlemmerne flest mulige fordele.

MÅL

1.1 Vi vil øge den samlede medlems-tilfredshed år for år.

Eksempler på VIRKEMIDLER

Arbejde målrettet med medlemssegmentering for derigennem at øge vores viden om de enkelte segmenter.

Afdække behov og levere resultater, der forventes af de forskellige medlemskategorier.

Måle medlemstilfredsheden en gang årligt.

1.2 Vi vil øge antallet af medlemskaber med mindst 10 % i alt fra 2017 til og med 2021.

Arbejde med segmentering af potentielle medlemmer mht. at afklare, hvad der kan tiltrække disse som medlemmer.

Markedsføre medlemskabets indhold og fordele over for de forskellige potentielle medlemskategorier.

Gennemføre initiativer, der henvender sig til nye jægere samt andre grupperinger af jægere, vi normalt ikke når ud til.

1.3 Vi vil tilbyde aktiviteter og attraktive medlemsfordele til alle medlemssegmenter.

Understøtte og inspirere jagtforeningerne til at udvikle deres aktiviteter, så de til stadighed er attraktive for deres medlemmer. Der vil være fokus på bredden.

Indgå og udbyde centralt styrede medlemsfordele i form af f.eks. rabatordninger, adgang til faglig rådgivning, kurser, juridisk hjælp mv.

Udvikle nødvendige støtteværktøjer, der sætter de lokale jagtforeninger i stand til at indgå lokale aftaler om medlemsfordele.

1.4 Vi vil øge fællesskabet og fællesskabsfølelsen i hele organisationen.

Formidle fordelene og stoltheden ved at være medlem af DJ.

1.5 Vi vil udbygge samarbejdet med alle, der vil "jagtens sag".

Øge samarbejdet med leverandører af grej til jægeren, Grønt Råds-repræsentanter, myndigheder, nationalparker, andre organisationer, virksomheder mv.



STRATEGIOMRÅDE 2

STÆRK OG FRIVILLIG ORGANISATION



Uden en kæmpe skare af frivillige medlemmer, der alle lægger mange timer som hjælp til vores mange arrangementer, aktiviteter, kurser, organisationsarbejde mv., var vi ikke den stærke organisation, der kan tiltrække mange jægere og få indflydelse lokalt, nationalt og internationalt.

Hertil kommer de godt 50 ansatte, der via deres viden og engagement servicerer organisationen på mange niveauer.

Men på tværs af Danmarks mange lokale kulturer og personligheder skal en organisation på profes-

sional vis løbende kunne tiltrække, fastholde og udvikle de mange mennesker, der gør en indsats for jagtens sag.

Hertil kommer, at selve strukturen i organisationen indimellem skal vurderes og justeres, så samarbejdsprocesserne og rollefordelingerne er så enkle, effektive og vedkommende som muligt.

En stærk korpsånd er en forudsætning for en dygtig organisation.

MÅL

2.1 Vi vil bidrage med støtte af såvel strategisk, procesmæssig og systemmæssig karakter til jagtforeningernes udvikling af medlemsantal og værdsatte, jagtfaglige aktiviteter.

Eksempler på VIRKEMIDLER

Udbyde kurser i organisationsdrift og -udvikling samt i medlemsrekruttering.

Tilbyde individuel hjælp til foreninger, der er i "krise".

Undersøge mulighederne for at tilbyde indkøbsrabatter til foreninger.

2.2 Vi vil understøtte rekruttering, fastholdelse og udvikling af DJ's frivillige tillidsfolk - særligt med fokus på den næste generation af disse.

Udvikle uddannelses tilbud og hjælpematerialer målrettet DJ's tillidsfolk for at øge deres kompetencer og lette deres lokale arbejde.

Invitere nye tillidsfolk med til kredsmøder og repræsentantskabsmøder for at afmystificere organisationsarbejdet.

2.3 Vi vil arbejde for, at de frivillige ressourcer og kompetencer udnyttes bredt set.

Udarbejde en frivillighedspolitik; i langt højere grad gøre brug af frivillige kræfter til ad hoc-opgaver for fællesskabet.

2.4 Vi vil udarbejde en analyse af den nuværende valgte organisationsstruktur (jægerråd, kredse, hovedbestyrelse og re-præsentantskab), foreslå eventuelle forbedringer og gennemføre disse.

Sammenligne fordele og ulemper ved forskellige organisationsstrukturer i forhold til den mission, vision og den ressourcemæssige formåen, der skal respekteres.

2.5 Vi vil løbende optimere udvalgsarbejdet for så vidt angår forenkling, arbejdsprocesser, kompetencer og implementering af beslutninger.

Analysere om udvalgsstrukturen f.eks. i højere grad kan opdeles i politisk rådgivning og jagt-faglige aktiviteter.

2.6 Vi vil sikre, at DJ til stadighed har en kompetent og engageret medarbejderstab.

Have gode processer inden for rekruttering, fastholdelse, udvikling og afvikling af medarbejdere.





STRATEGIOMRÅDE 3

KENDSKAB OG KOMMUNIKATION

En organisation som DJ, der baseres på et stort antal medlemmer, jagtforeninger, jægerråd, kredse, medarbejdere, udvalg, en hovedbestyrelse og et repræsentantskab samt med samarbejdspartnere, såsom myndigheder, politikere, organisationer, leverandører, annoncører mv., har konstant et behov for at kommunikere frem og tilbage om relevant viden. Mange medlemmer er meget kommunikationsaktive, mens andre ikke er det. Men fælles er, at de alle har et stigende behov for udveksling af viden.

Kommunikationen skal derfor til stadighed være relevant for den enkelte mht. indhold, hyppighed og medie. Dette kræver en god forventningsafstemning mellem afsender og modtager, og det

kræver en løbende koordinering af viden, nyheder, budskaber osv. mellem de forskellige afsendere, uanset om disse er en af administrationens journalister eller en af de mange tillidsfolk, for hvem kommunikation også er en stor del af den frivillige indsats.

Kendskabet til det, Jægerforbundet tilbyder af ydelser, aktiviteter, viden mv., samt vores samfundsmæssige værdi er vigtige brikker i både ønskerne om at fastholde og rekruttere medlemmer og i vores muligheder for at opnå lokal- og landspolitisk indflydelse. Vores navn og logo er vores facade med alt det, der ligger bag af professionelle produkter.

MÅL

3.1 Vi vil kommunikere offensivt, effektivt og vedkommende til alle medlemmer, potentielle medlemmer og relevante målgrupper uden for "jagtens verden". Der skal satses både på de digitale og de traditionelle medier samt på det lokale og nationale stof.

Eksempler på VIRKEMIDLER

Videreudvikle kommunikationsstrategien og de deraf følgende handlingsplaner til målene i den nye strategi.

Kontinuerligt videreudvikle magasinet Jæger, hjemmeside, Facebook, Instagram, nyhedsbreve, foredrag mv.

3.2 Vi vil arbejde for at sikre den danske befolknings fortsatte accept af jagt som en naturlig del af naturforvaltningen og herunder profilere jægerens indsats som naturforvaltere.

Vores indsatser skal ske i direkte kontakt med den danske befolkning på f.eks. udstillinger og messer samt via naturformidling presseindsats mv.

3.3 Vi vil øge befolkningens og medlemmernes kendskab til Jægerforbundet, vores services og holdninger.

Fortsætte vores PR-aktiviteter i dagblade, magasiner, radio, TV mv.

3.4 Vi vil lancere en ny webshop med produkter målrettet både tillidskorpset og det menige medlem.

Udvikle det rigtige setup med det rigtige design, den rigtige IT-plattform og den bedste logistikunderleverandør til at drive shoppen.

Sikre et opdateret og tidssvarende sortiment.



STRATEGIOMRÅDE 4

BÆREDYGTIG JAGT OG NATUR



Den jagtfaglige kerne i Jægerforbundet er stor. Den indeholder viden og rådgivning om bl.a. trækvildt, hjortevildt og markvildt, vildtets mange levesteder: agerjord, skov, havet og søerne, jagthunde, jagtvåben, skydning, jagthornsblæsning og selvfølkelig jagt.

Jægernes kompetencer skal løbende vedligeholdes og udvikles, i takt med at nye krav kommer til, teknologien stiller nye muligheder til rådighed og dele af det traditionelle jægerhåndværk nogle gange ikke længere automatisk går i arv fra den erfarne jæger til den nye. Derfor tilbydes der kurser og uddannelser af kortere eller længere varighed enten i lokalt regi eller i Jagtens Hus.

De nye jægere og samfundet stiller også nye krav til de erfarne jægere, jagtens udøvelse og de mange aktiviteter, vi udøver. Disse krav skal vi løbende kunne honorere for at bevare befolkningens høje accept af jægerne som kompetente og troværdige forvaltere af vildt og natur.

Vi skal om ikke være foran de 97 % af den danske befolkning, som ikke er jægere, så i hvert fald hele tiden leve op til deres forventninger til os. Kun derved kan vi og de næste generationer fortsat få lov til at nyde vores fantastiske fritidsinteresse.

MÅL

4.1 Vi vil styrke og videreudvikle breddeuddannelsen på hundens præmisser og videreudbygge samarbejdet med specialklubberne.

Eksempler på VIRKEMIDLER

Udvikle prøver og lokale uddannelses tilbud, tilbyde foredrag og efteruddannelse af kredsundervisere.

4.2 Vi vil arbejde for, at al jagttegnsundervisning sker i regi af eller i samarbejde med Jægerforbundet.

Løbende modernisere og udbygge DJ's undervisningsmateriale til kursister og undervisere.

Sikre rammer for efteruddannelse af og erfaringsudveksling mellem jagtegnkursuslærere.

4.3 Vi vil gennem deltagelse i nationale og internationale fora arbejde for den mest hensigtsmæssige vildtforvaltning og lovgivning for flest mulige danske jægere.

Deltagelse i Vildtforvaltningsrådet, FACE, NJS m.fl.

Udøve lobbyisme over for relevante politikere, myndigheder og andre organisationer.

4.4 Vi vil understøtte, at jagtforeningerne kan øge antallet af lokale kurser og jagtfaglige aktiviteter.

Udarbejdelse af og eksekvere strategi for skydebaneindsatsen, der skal øge den samlede skydebanekapacitet i Danmark.

Styrke markedsføring af jagtforeningernes muligheder for lokal uddannelse.

Udarbejde og gennemføre strategi for, at vi i endnu højere grad når bredden af jægere, der ønsker at deltage i de jagtfaglige aktiviteter.

4.5 Vi vil arbejde for, at jagt anerkendes som en del af forvaltningen på alle relevante offentlige arealer.

Medvirke til, at der udbydes uddannelser til miljø-, plan- og naturmedarbejdere i det offentlige.

Medvirke til, at der gennemføres nyjægerjagter og publikumsjagter på offentlige arealer som led i uddannelse af jægere og formidling til befolkningen.

4.6 Vi vil arbejde for, at natur- og vildtplejetiltag integreres i land- og skovbrug på et bæredygtigt grundlag. Erhvervenes uddannelser skal også inkludere undervisning herom.

Udvikle og udbyde uddannelses tilbud i natur- og vildtpleje til jordbrugets interessenter.

Udarbejde informationsmateriale om natur- og vildtpleje til relevante medier.

Påvirke politikere og myndigheder, så vi sikrer, at jordbrugets rammevilkår giver mulighed for at integrere natur- og vildtpleje.

4.7 Vi vil medvirke til at højne jægerens videngrundlag om hensigtsmæssig vildtforvaltning gennem aktiv deltagelse i forskningsprojekter og ved at udbrede DJ's rådgivning.

Gennemføre trækvildtprojekt med fokus på levestedsforvaltning. Værdiansættelse af jægerens indsats for naturforvaltning skal indgå.

Præge videnindsamling, der understøtter det faglige grundlag for bæredygtig jagt og vildtforvaltning, ved, at DJ er den indlysende sparringspartner i forbindelse med vildtforskningsprojekter.

Identificere forskningsprojekter og tilhørende finansiering, der medvirker til mest mulig jagt og natur.

Omsætte og ekstrahere viden og forskningsresultater, som kan anvendes i praktisk vildtforvaltning.

4.8 Vi vil øge såvel udbredelsen som anvendelsen af flest mulige arter af dansk vildt i de danske køkkener.

Påvirke politikere og myndigheder, så vi kan sikre, at jægerne får bedre og forenklede muligheder for at afsætte vildt.

Gennem projekt NaturligVis får vi jægerne, jagten og vildtet eksponeret i folkeskolen.

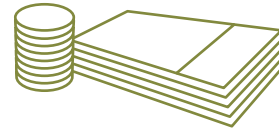
4.9 Vi vil minimere spildet gennem hele jagtens værdikæde.

Påvirke politikere og myndigheder, så vi sikrer, at slagteaffald fra jagt kan indgå i naturens økosystem og medvirke til øget biodiversitet.

Udarbejde og eksekvere en strategi for bedre udnyttelse af skind, pels, knogler mv. fra vildt.



FINANSIERING



Danmarks Jægerforbund finansieres gennem en række forskellige kilder.

Medlemskontingenter er naturligvis den vigtigste indtægtskilde, men udgør under 60 % af de samlede indtægter. Den resterende del stammer fra projekttilskud fra forskellige sider - primært

ministerier/styrelser og private fonde samt salg af annoncer, diverse varer, rådgivning og uddannelser.

For at kunne indfri de mange forventninger, der er til videnskabelse og -formidling, politisk indflydelse og uddannelse af medlemmerne, er det afgørende, at vi evner at skabe den nødvendige indtægt.

MÅL

5.1 Vi vil sikre et årligt resultat for Danmarks Jægerforbund (koncernbetragtning) på mindst 1 mio. kr.

5.2 Vi vil arbejde for en så stor ekstern finansiering som muligt.

5.3 Vi vil årligt sikre mindst 200 personlige/foreningsdonationer a 200 kr.

Eksempler på VIRKEMIDLER

Tæt månedlig opfølgning og om nødvendigt omprioritering af midler og ekstraordinære besparelser.

Omkostningstilbageholdenhed.

Forsigtig placering af frie midler.

Vækst i antal medlemskaber.

Konstant stort kendskab til fonde og andre bevilgende instanser.

Udarbejde et simpelt og attraktivt koncept til at sikre denne nødvendige indtægt.

VIRKELIGGØRELSE

Målene for Jægerforbundets arbejde og udvikling de næste fire år er nu lagt fast. Dermed begynder arbejdet med at realisere alle de aktiviteter, der skal føre ambitionerne ud i livet.

Arbejdet med at virkeliggøre ambitionerne vil ske gennem en blanding af arbejdsmetoder. Projektarbejde vil være en stor del af dette. Lobbyindsats over for relevante eksterne myndigheder, politikere, organisationer mv. vil også være en væsentlig metode.

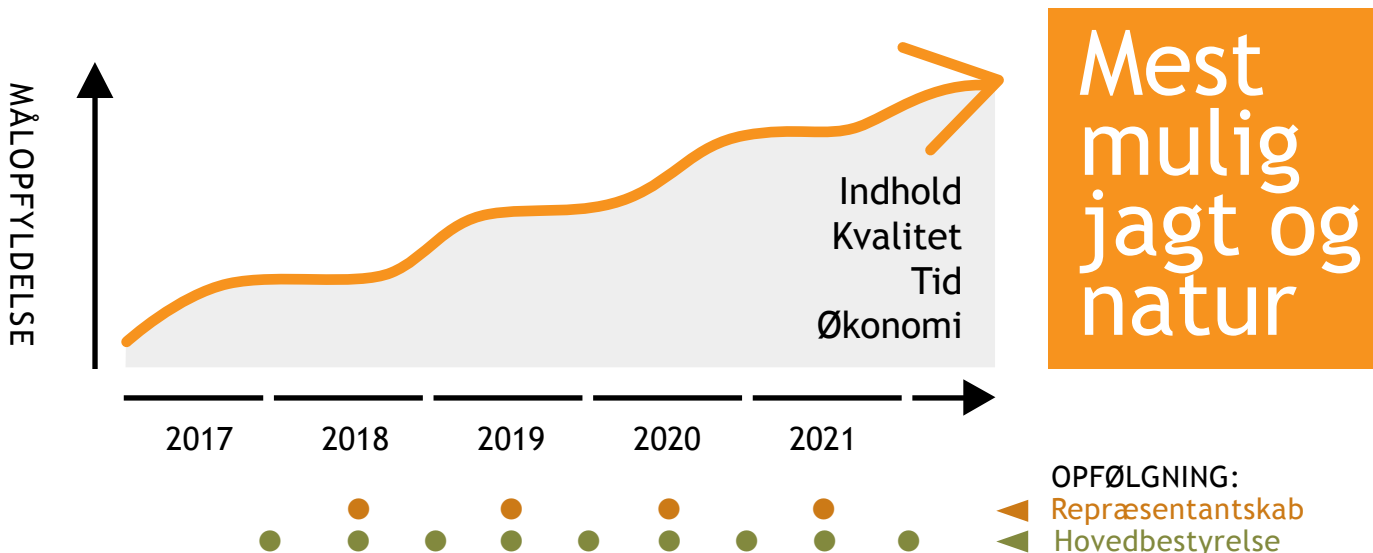
Den bedste måde at udbrede den opnåede viden og dermed få den til at virke blandt medlemmer og jagtforeninger vil være en blanding af lokale og centrale uddannelsesaktiviteter samt kommunikation gennem vores forskellige medier, herunder magasinet Jæger, Jægerforbundets hjemmeside,

sociale medier samt de mange lokale blade og hjemmesider.

Det vil selvsagt være en blanding af tillidsfolk og ansatte, der skal gennemføre de mange aktiviteter, for at vi kan nå i mål. Hvem, der gør hvad, og hvornår, og i hvilken sammenhæng dette vil finde sted, afhænger helt af aktiviteten.

Som det ses på nedenstående figur, vil de strategiske tiltag løbende blive fulgt op og afrapporteret til såvel repræsentantskabet som hovedbestyrelsen.

Held og lykke - og god arbejdslyst til alle, der nu går i gang med næste store etape i udviklingen af Danmarks Jægerforbund.





April 2017. Alle rettigheder forbeholdes.

DANMARKS JÆGERFORBUND

Molsvej 34
8410 Rønde
Tlf. 88 88 75 00
post@jaegerne.dk



Facebook:
www.facebook.com/jaegerforbundet



Twitter:
@jaegerne



LinkedIn:
www.linkedin.com/company/danmarks-j-gerforbund



Instagram:
#jaegerne



Youtube:
www.youtube.com (søg Jægerforbundet)



Medlem af Danmarks Jægerforbund

Danmarks Jægerforbund er en af landets største grønne organisationer. Vi varetager danske jægers interesse ved at kæmpe for mest mulig jagt og natur.

Jægerforbundet er en demokratisk organisation, og medlemmernes stemme er vigtig i vores arbejde. Som medlem har du indflydelse på Jægerforbundets arbejde.

Som medlem får du løbende indsigt i ny viden om jagt, vildt og natur. Du modtager medlemsmagasinet, Jæger 11 gange om året, du har adgang til Jægerforbundets hjemmeside, hvor vi løbende fortæller om nyt fra jagtens verden, og du kan følge os på sociale medier.

Som medlem bliver du en del af et stærkt interessefællesskab. Med over 850 lokale jagtforeninger landet over, er Jægerforbundet stedet, hvor du kan dele dine interesser med ligesindede, uanset om du er erfaren jæger eller netop har bestået jagtprøven.

Læs mere om Danmarks Jægerforbund på www.jaegerforbundet.dk