

Strategisk Indsatsområde – Forslag til generalforsamling 2010

På generalforsamlingen i 2009 blev det besluttet at arbejde med strategiske indsatsområder. Alle forslag til strategiske indsatsområder behandles i bestyrelsen forud for generalforsamlingen. Generalforsamlingen drøfter og vedtager 1 – maks. 2 strategiske indsatsområder på baggrund af oplysningerne i dette skema.

For at sikre den bedst mulige behandling vil bestyrelsen meget gerne bede om, at skemaet nedenfor udfyldes og indsendes hurtigst muligt, så alle nødvendige oplysninger er tilgængelige fra start.

Strategiske indsatsområder - definition:

1. *Strategiske indsatsområder er generalforsamlingens beslutning om hvilke emner, der skal prioriteres højt i foreningens arbejde de næste 1-2 år.*
2. *Strategiske indsatsområder kan være indenfor alle foreningens interesseområder.*
3. *Strategiske indsatsområder er veldefinerede problemstillinger/sagsområder, som skal skabe debat, være engagerende og vedkommende og have en sammenhæng med foreningens værdigrundlag.*
4. *Bestyrelsen er forpligtiget til, at de valgte strategiske indsatsområder bliver undersøgt, debatteret og udviklet.*
5. *Hvor arbejdet med et indsatsområde viser et behov for en længerevarende og mere strategisk behandling, vil det indgå i bestyrelsens videre strategiarbejde.*
6. *Strategiske indsatsområder skal drøftes og besluttet på generalforsamlingen på baggrund af oplysningerne i dette skema og skal være indleveret senest 6 uger før generalforsamlingen for at kunne behandles.*

Nedenstående bedes omhyggeligt udfyldt og med tydelig og letlæselig skrift:

Forslagets titel:

Aktuelle og om nødvendigt, aggressive medie-PR-aktiviteter

Beskrivelse af forslaget:	Målsætningen er helt klar: Kom ud af hulen, bliv voksen, Få, kæmp for og kræve politisk indflydelse
----------------------------------	--

Økologisk Forening skal deltage på enhver måde i ethvert medie i enhver omtale af ethvert væsentligt emne om økologiens positive indvirkning på menneske og natur, samt ikke mindst gå direkte til angreb på negativ påvirkning som f.eks. GMO, antibiotika og pesticider – og landmænd der ydermere overtræder loven.

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. Få flest mulige danskere ”i tale” ved enhver lejlighed og i ethvert medie, for derefter og dermed at ”overtale” forbrugere/vælgere til at bakke op om vort værdigrundlag.2. Støtte op bag ethvert, for økologien positivt, indlæg, læserbrev eller anden PR-omtale3. Via pressemeddelelser at få størst mulig medieomtale4. Gå til angreb på enhver politiker der, normalt grundet egen stemmeoptimering, søger at lovgive om ikke direkte imod, så udenom den økologisk landbrugsdrift.5. Gå til angreb på især fødevarerministeren hver gang hun som landbrugsminister alene arbejder for en ren kvantitativ max-profitskabende produktionsforøgelse i landbruget på bekostning af de højkvalitative økologiske produktionsmetoder.6. Kræve at fødevarerministeren fremlægger kontante forslag i folketinget i stedet for de evige bemærkninger om hvor godt det er, og at hun tror, hun mener, hun er sikker på det vil gå fremad for økologien - når bare hun sætter ind med mere oplysning så..... |
|---|

Det kræver konstant mediepåvirkning af forbrugeren/vælgeren hvis vi skal få flertallet til at bakke op om økologien, og ikke mindst kræver det at Økologisk Forening erkender, at i et fremadstormende informationssamfund hvor penge er magten, ja der vil modstanden også være så kontant, at man ikke længere kan sidde tilbagelænet og tro andre kommer til en – fordi man nu er ”den gode”. Tværtimod, man kan blive siddende og efterhånden forsvinde ud i glemselen, hvis ikke man i stedet går til kamp for sin sag.

Relation til foreningens værdigrundlag:

Selvom foreningens værdigrundlag er nok så godt, og det er det, er det nærmest uden betydning, hvis ikke den gruppe, der foran alle andre betyder mest for økologiens fremtid, forbrugeren, får alle nødvendige oplysninger, igen og igen og igen, og ikke mindst at han kan finde opbakning til sine økologiske tiltag – i Den Økologiske Landsforening.

Baggrund for forslaget:

Vi er mange der har ”råbt og skreget” bl.a. i læserbreve, når landbruget ødelægger vor natur og ikke mindst vort eget helbred. Vi er også mange der ofte har undret os over den totale mangel på opbakning fra der hvor støtten netop burde kunne forventes, ja, den Økologiske Landsforening.

I skal ikke kun bakke os andre op – I skal gå foran.

DERFOR kære Økologiske Forening Vågn nu op. De fleste forbrugere kender jer overhovedet ikke – og derfor naturligvis heller ikke hvad I står for.

**Det er OGSÅ jeres ansvar at forbrugere bliver mindet om økologien – hver dag!
Det er det der er med til at give nye økologiske forbrugere/kunder.**

NB.: Som det naturligvis ses på den i øvrigt fantastiske hjemmeside, er der i løbet af året udsent nogle pressemeddelelser, men disse må konstateres kun i yderst ringe grad er kommet ud til forbrugeren. Forbrugeren, den vigtigste brik i økologien. Om dette skyldes man ubevidst har målrettet meddelelserne mod forkerte grupper eller ikke kommer i de rigtige medier (TV, lokalradioerne og de aviser og dagblade forbrugere/vælgerne, ikke mindst de unge familier, nu engang læser/bruger, og hvad med Facebook?) eller måske meget værre – emnerne ikke drejer sig om det der betyder noget for **mig, mig forbrugeren, mig og min familie – her og nu.**

Evt. supplerende materiale vedhæftet:

Her vedhæftet blot tre ud af mange læserbreve hvor foreningens indspark kunne/burde have givet mange forbrugere en bedre opfattelse af betydningen af forskellen mellem den økologiske produktion kontra den traditionelle landbrugsproduktion
Men hvis foreningen mener ikke at ville blandes ind i netop ”den slags sager” fordi det ikke lige er vores bord, eller for ikke at træde nogen over tærne, ja, så vil jeg sige : det er muligt men det er jeres forbrugeres, altså jeres forhåbentligt kommende kunders største problem, at få mere viden og oplysning om hvordan de bevarer egen sundhed.

Forslagsstiller:

Navn: **Arne Ohlsen**

Adresse: **Heimdalsvej 30**

Postnr. og by: **6100 Haderslev**

Tlf: **7353 3333** e-mail: **ao@waow.dk**

Dato og underskrift: **19. januar 2010**



Alle medlemmer kan skriftligt stille forslag om strategiske indsatsområder senest 6 uger før generalforsamlingen, hvilket i 2010 betyder, at forslagene senest den 22. januar 2010 skal være indgivet til sekretariatet (meget gerne før) att: Christina Udby Hansen.