

Medlemskampagne

Vi kommer til at bruge de oplysninger tilgængelige fra vores medlemsundersøgelse fra i 2022 samt erfaring fra det seneste år social media arbejde på Foreningen NORDENS platforme.

Vi kan se at medlemmerne er glade for at være medlemmer i Foreningen NORDEN og at de går op i nordisk samarbejde og samhørighed samt at de tænker meget om klima og miljø, samt nordisk kunst, sprog og politik.

Vi kommer til at bruge nogle kerneområder, eller hjertesager, for at vække interesse hos vores målgruppe som kunne have interesse for at blive medlem i Foreningen NORDEN. De hjertesager vi arbejder med i øjeblikket er:

- Uddannelse i Norden – Uddannelse er fundamentet for stærkt region i Norden
- Nordisk transportplan – nye højhastighedstog mellem hovedstæderne i Skandinavien
- Nordisk integration – fælles beslutninger i Norden og direkte valg til Nordisk Råd
- Fælles nordisk beredskab
- Et stærkt rigsfællesskab – fokus på Arktis

Efterfølgende vil Maria komme ind på følgende punkter:

- Hvad skal der til (redskaber, struktur, platforme) for at få lavet en succesfuld kampagne og hvordan ville den se ud
- Hvorfor er det vigtigt at tænke hele året som en del af kampagnen
- Hvor står vi nu, hvor vil vi hen, og hvad mangler vi for at komme dertil.