

Et rikt liv med enkle midler

Dag Terje Solvang
Generalsekretær

Den Norske Turistforening





Den Norske Turistforening



**Lad oss gjøre det lett og
billig at oppleve hva som er stort og
vakkert i vårt land**

Thomas Heftye



Tillit.
Trygghet.
Turkulturr.

Siden 1868.



Norsk tur- og delekultur



318 000 medlemmer



A group of about 15 people are standing on the very edge of a dark, rocky cliff. They are all raising their arms in celebration, some with hands clasped above their heads. The background shows a vast, hazy landscape of mountains and a valley with a winding river or road. The sky is filled with soft, white clouds. The overall mood is one of triumph and achievement.

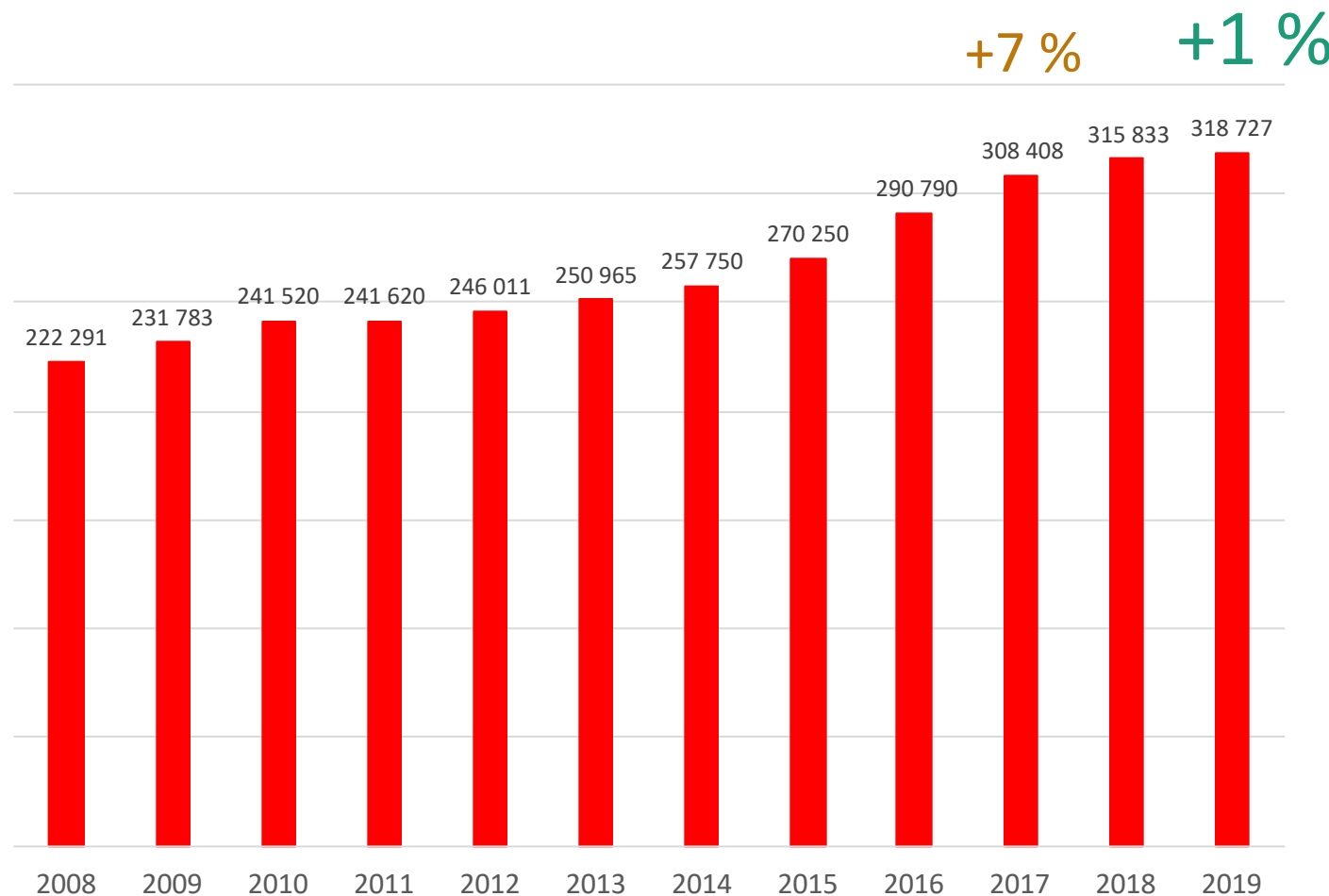
**Hvor mange tror de er
medlem i DNT?**

860 000 personer

Den Norske Turistforening

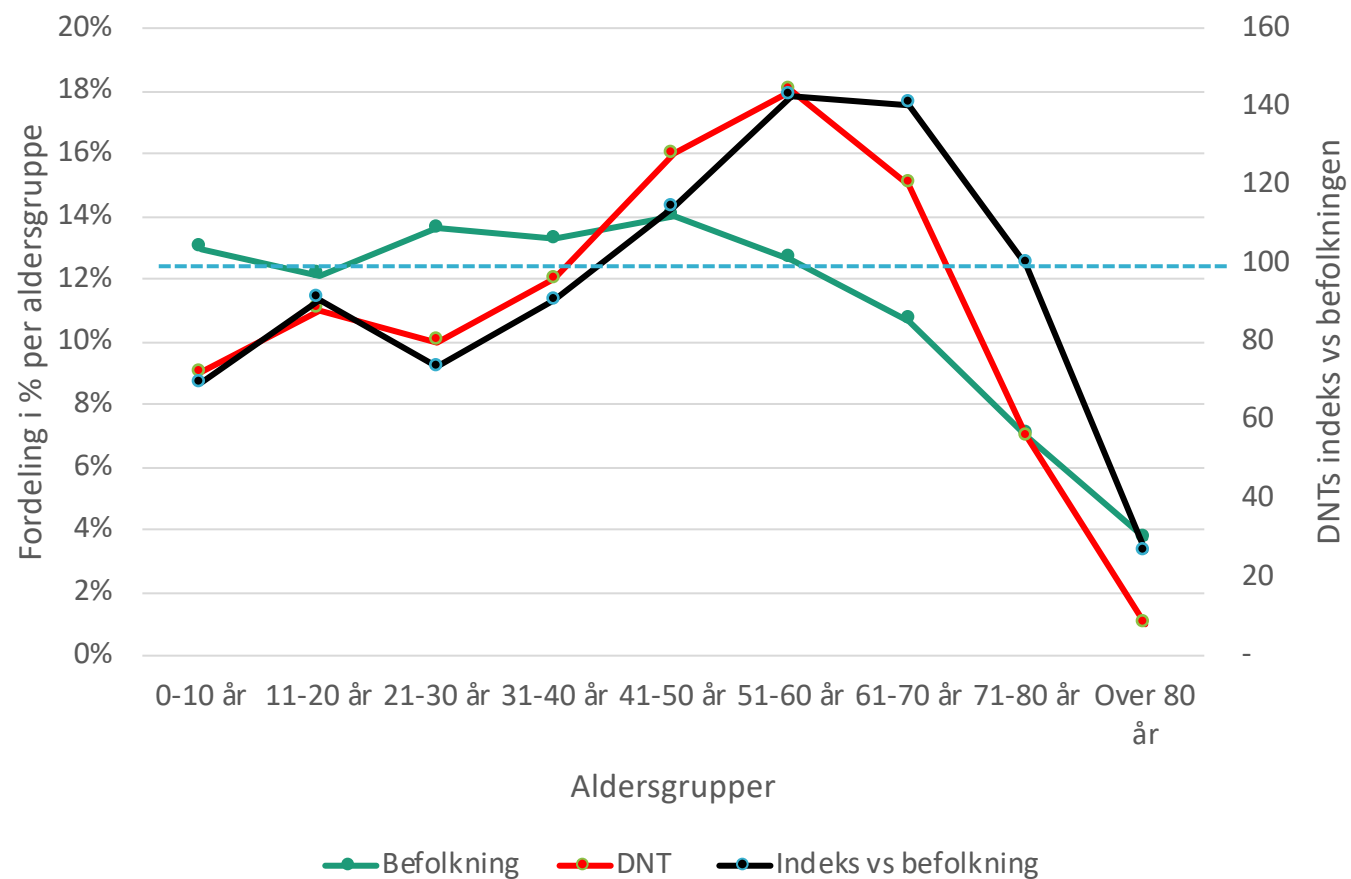


En positiv utvikling i alle år, men....



6 % medlemsvekst ble vedtatt på landsmøtet 2018

Over- og underrepresentasjon per alderssegment sett mot befolkningen



Vi har en sterk overrepresentasjon i aldersgruppen 51-70 år.

Underrepresentasjon i de yngre aldersgruppene, særlig i aldersgruppen 21-30 år.

*Befolkning og DNT i %: venstre akse

*Indeks (over-/underrepresentasjon): høyre akse

Fra Gentlemansklubb



DSS 2778

Til folkebevegelse



INKLUDERING TIL TOPPS

Flyktninger, andre innvandrere og frivillige i DNT gikk til Galdhøpiggen sommeren 2018.

Hele turfølget på 35 deltakere nådde toppen.

Foto: Arash Nejad

Den Norske Turistforening



150

Lykkes vi å flere ut i naturen, får vi også flere medlemmer





DNT ung

13-26 år

+ 49% medlemsvekst 2009-2019



Frivillighet

853 000 dugnadstimer!



Den Norske Turistforening



DNT har mange ulike brukergrupper



Heidi Tobarnsmamma
Tidligere medlem



Arne Einstøing
Livstidsmedlem



Vilma Villmark
Elsker friluftsliv



Preben Fuglehund
Fritidsjakter



Selma Veganer
Yoga, design og blogging



Håkon Fingernem
Medlem og frivillig

Kommunikasjon i DNT

- Relasjonsbyggende
- Turfolket i sentrum, ikke egne produkter
- Bygge langsiktige forhold med det norske folk og egne medlemmer

Målgrupper

Primærmålgruppe:

Friluftslivinteresserte, ønsker en aktiv livsstil med spennende naturopplevelser. Etisk og klimabevisst. Relativt god inntekt.

Medievaner:

- Mobil, «alltid på», personlig feedback, oppdatert.
- Aktiv i sosiale medier



Silje, 28 år




Har jobb, leier/eier leilighet i et tettsted.

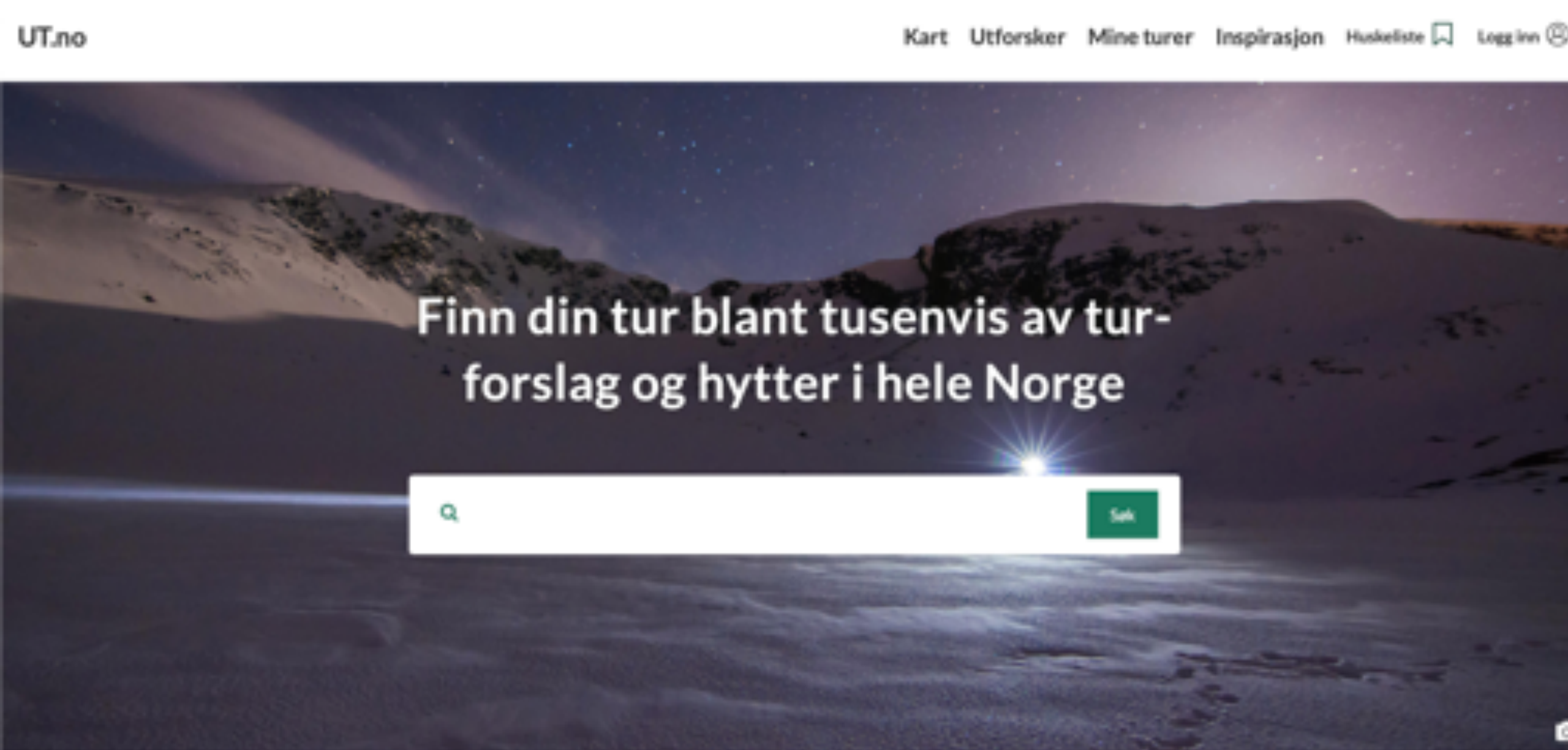
Liker å være aktiv på fritiden.

Løp 10 for Grete i år og går jevnlig med jentene på gruppetimer på Sats.

Har lyst til å dra på eventyr, men er ikke helt i gang. Var med på gratis DNT-foredrag om psykisk helse i nærmarka. Har god kjennskap til DNT, hovedsakelig gjennom SoMe.

A hiker with a red backpack sits on a rocky outcrop, looking out over a vast mountain range under a clear blue sky. The foreground shows green grass and rocks, while the background features several jagged mountain peaks.

UT.no
Norges største friluftslivportal



Finn din tur blant tusenvis av tur-
forslag og hytter i hele Norge



Søk

Inspirasjon



Strategien til UT.no – kort fortalt

- Turforslag, tips og triks, turmat
- Hjelp til planlegging
- Senke terskelen for å komme seg ut
- Kommunisere et bredt spekter av muligheter
- Visuell kommunikasjon
- Bærekraftig friluftsliv

Inspirere



Få folk ut på tur

- Turmål og turforslag
- Vær- og føremeldinger
- Sikkerhet, ferdselsrestriksjoner og verneområder
- Kanalisere ferdsel til ønskelige steder i naturen

Informere

Kanalmix (og match)

fjell **OG** vidde



Årshjul medlemskommunikasjon 2020 – 2023

Rekruttering

Et *tilleggskonsept* som strekker seg over alle målgrupper og alle medlemsgrupper.

Det går på tvers av de årlige kommunikasjonskonseptene – og står støtt alene.

Rekruttering – always on.

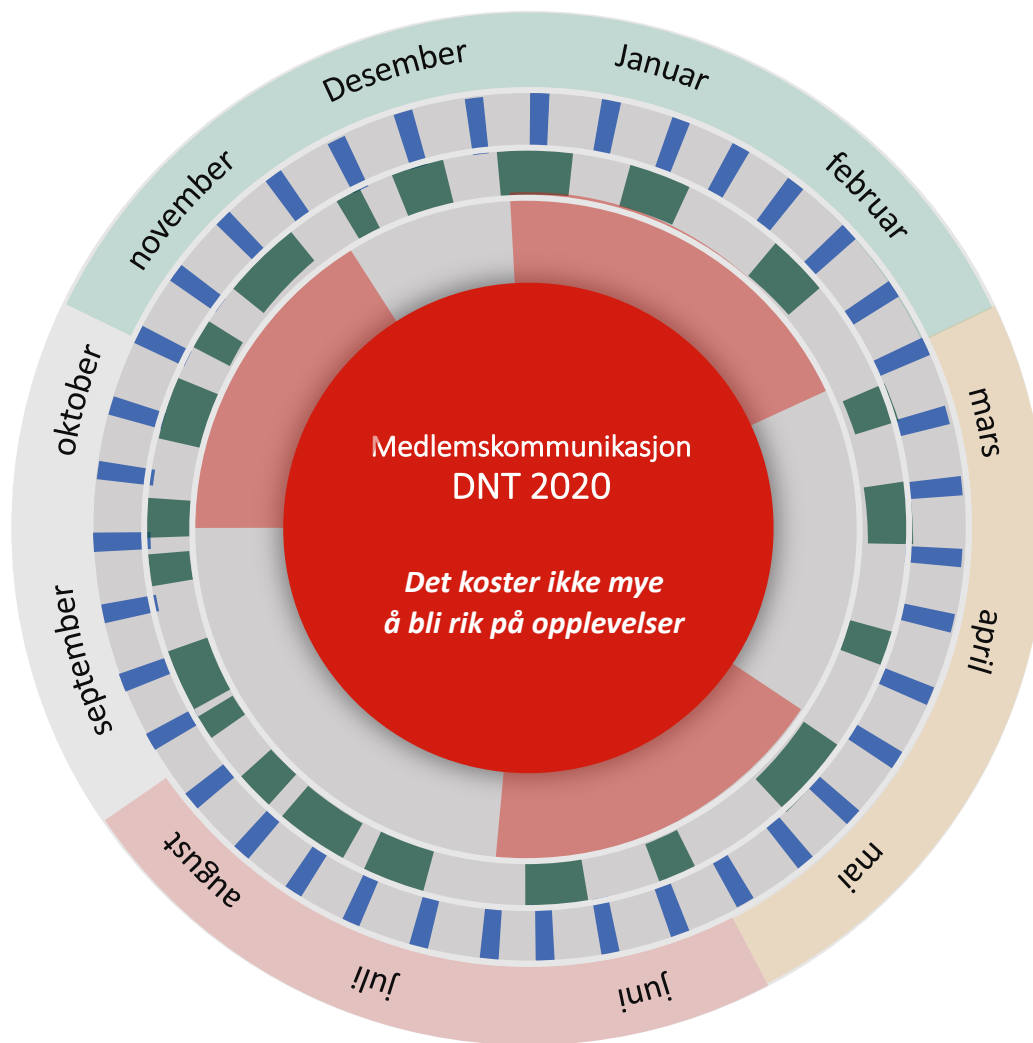
Lojalitet

Det skal være attraktivt å være medlem hos oss!

Vi må fremme alle medlemsfordelene og vise til eksklusivitet for medlemmer.

Fakturering/årskrav

Skape bevissthet rundt fornying av medlemskap og fordeler ved tidlig fornying.



Fornyning av medlemskap

Fra høstferie til jul, januar til mars samt i forkant av sommeråpning

Eks. på årlig kampanje: I samarbeid med Devold, lage medlemslue som alle medlemmer kan kjøpe billig – Forhåndsbestilles ved tidlig fornying nov- des. Gjelder for de som fornyer i periode nov-mars

Rekruttering

- Kommunikasjon skal treffe i krysningen mellom DNT og målgruppens hverdag.
- Tydelig rekruttering gjennom nyhetsbrev til ikke-medlemmer.
- Legge tilrette for lokal bruk av rekrutteringskampanjen.
- Segmentering og spissing av budskap
- Kontinuerlig prosess gjennom hele året
- Tydelige SoMe-kampanjer med call to action
- Rekrutteringsbudskap i forbindelse med arrangementer

Lojalitet: Kommunikasjon mot medlemmer (datafangst)

- Inspirere *før tur, under tur og etter tur* – til neste tur
- Fysisk synlighet i form av mer tydelig merking av avsender både «ute i felt» og digitalt
- Tydlig, målrettet og segmentert kommunikasjon av medlemsfordeler



Spor etter folk som har vandret før oss viser
hvordan bruk av naturen har endret seg.

Også stien i seg selv kan fortelle en historie.





FREMTIDENS REISELIV/ FREMTIDENS NATUROPPLEVELSER



BÆREKRAFT 2030









TAKK FOR MEG - GOD TUR!

Den Norske Turistforening

