



# Dansk ldenborg Avl



**Legendariske, nu afdøde, Uffe Korshøjgård, OLH 668 under rytter Lars Petersen i fanalen ved OL i Atlanta 1996**

Udarbejdet af: Pia Petz

Fag: Strategisk Kommunikation, efterår 2014

Projektvejleder: Eva Lykkegaard

Projekt afleveret: 2.12.2014

Antal tegn alt inkl.:

Dato for mundtlig eksamen: 9.12.2014

1.	<i>Problemstilling</i>	2
2.	<i>Teoretisk afsæt</i>	3
3.	<i>Historie</i>	4
3.1	<i>DOA's formål</i>	4
3.2	<i>DOA's gældende avlsmål</i>	5
3.3	<i>Min egen rolle i foreningen</i>	5
4.	<i>DOA's eksistensberettigelse</i>	6
4.1	<i>The Golden circle</i>	6
4.2	<i>Hestepas</i>	6
4.3	<i>Den brændende platform</i>	7
4.4	<i>SWOT analyse for DOA</i>	7
4.4.1	<i>Gennemgang af den udarbejdede SWOT analyse</i>	8
	<i>Styrker</i>	8
	<i>Svagheder</i>	8
	<i>Muligheder</i>	9
	<i>Trusler</i>	9
4.4.2	<i>Analysen viser overordnet:</i>	9
5	<i>Analyse af indsatspunkter fra SWOT analysen</i>	10
6	<i>Interessentmodellen</i>	11
6.1	<i>Interessentanalyse</i>	12
6.2	<i>Målgruppe</i>	13
6.3	<i>Modtagergruppe</i>	13
7.	<i>Dansk Oldenborg Avl's strategiske grundlag</i>	13
8.	<i>Interview med DOA's formand Søren Solgaard Nielsen</i>	14
9.	<i>Strategi for DOA</i>	15
10.	<i>Konklusion</i>	16

## 1. Problemstilling

Dansk Oldenborg Avl (i det følgende kaldt DOA) har siden grundlæggelsen i 1978 fungeret som en interesseforening for avlere og brugere af Oldenborg hesten. Foreningen har som eneste organisation i landet myndighed til at stambogsføre heste af Oldenborg afstamning i Danmark.

DOA afholder hvert år en række arrangementer for medlemmerne og deres heste:

- Hingstekåring
- Følskue
- Hoppekåring
- Ride- og køre championat
- Eliteskue

Samt en del sociale arrangementer, fortrinsvis afholdt af landets 4 aktivitetsudvalg, som er underudvalg under hovedbestyrelsen.

Foreningen har som sådan fungeret ganske godt, men dog i de senere år ikke helt formået at følge med tiden. Der har i en årrække været skiftende formænd med skiftende holdninger til Oldenborg hesten.

Det største issue for uenighed har været foreningens to forskellige avlsmål Den renstammede Oldenborger versus Den forædlede Oldenborger. Dette har haft en stærk afsmitning på foreningen og den retning foreningen har fundet. Det har i mange år været tydeligt om formanden var "renstammet" eller "forædlet". Dette har gjort at DOA i dag ikke fremstår som et stærkt, enigt og moderne avlsforbund.

Som jeg senere i rapporten har påvist ved hjælp af The golden circle, kan Oldenborg hesten ikke bestå som selvstændig race, uden at der står et avlsforbund bag. Derfor er det tvingende nødvendigt at der skabes et stærkt fællesskab til fremme af Oldenborg hesten.

For at få DOA til **igen at fremstå som et stærkt avlsforbund** må der gøres noget. DOA har brug for at tiltrække de yngre avlere samt ryttere/kuske dvs. brugerne af Oldenborg hestes

Jeg har senere i rapporten ved hjælp af en spørgeskemaundersøgelse blandt oldenborg brugere dokumenteret at de yngre Oldenborg brugere er der ude, men de har p.t. ikke lyst til at være medlem.

## 2. Teoretisk afsæt

Rammerne for opgaven bliver modellen for kommunikationsstrategi (Kjær Hansen og Jørgensen, fig. 2.1.1., s.24). Model for kommunikationsstrategi

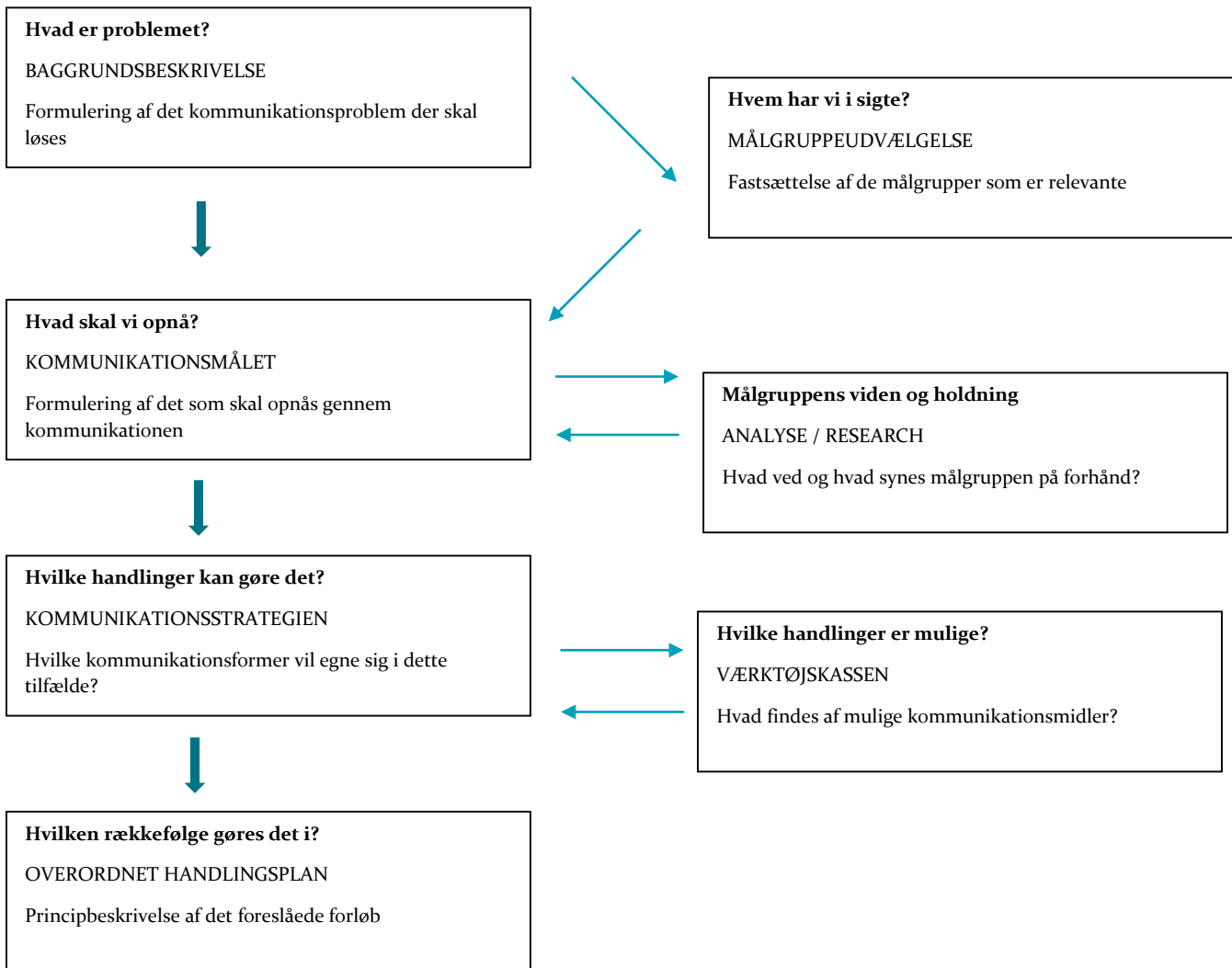


Fig. 1

### 3. Historie

DOA er et specialrace forbund til fremme af avl af danske oldenborgheste, tilknyttet Landsudvalget for heste.

I begyndelsen af 70'erne valgte brugerne oldenborghesten fra til fordel for varmblodsracerne og racen var tæt på at uddø i Danmark. En gruppe, hovedsagelig landmænd og inkarnerede avlere ønskede at bevare Oldenborghesten og grundlagde derfor i 1978 Dansk Oldenborg Avl. Dette til trods for dårlige odds og omverdens manglende tro på racen.

Med succes blev oldenborghesten avlet og forædlet op gennem 80'erne og 90'erne. Brugerne genvandt troen på racen og den blev gennem tiden mere og mere udbredt. Som alt andet stoppede denne udbredelse brat i 2008/2009 pga. finanskrisen. Det blev nu igen en luksus at have hest og dyrke ridesport, hvorfor mange valgte det fra.

Foreningen har ingen strategiplan – alene et formål samt gældende Avlsmål.

#### 3.1 DOA's formål:

Foreningens formål er på landsbasis at fremme interessen for renavl af oldenborgheste, samt forædlingsavl med fuldblod, normannerblod jvf. avlsmålet.

Endvidere skal interessen for brug af oldenborgheste til køre- og ridebrug fremmes.

#### 3.2 DOA's gældende avlsmål:

##### Renavlede oldenborgere (88 - 100 % oldenborgblod)



Stor, kraftig, racetypisk oldenborg køre- og ridehest med et særdeles arbejdsvilligt temperament. Velrejst hals. Smidig og muskuløs overlinie. Tørre og føre lemmer. Bevægelsen taktfast og med kraftig aktion bagfra.

Udarbejdet af: Pia Petz

Fag: Strategisk Kommunikation, efterår 2014

Projektvejleder: Eva Lykkegaard

### Forædlede oldenborgere (25 – 88% oldenborgblod)



En ridehest med moderne oldenborgpræg, der udelukkende er forædlet med fuldblod. Et særdeles karakterfast og arbejdsvilligt temperament. Store kropspartier. Velrejst hals. Smidig og muskuløs overlinie og bagpart. Føre og tørre lemmer. Bevægelsen taktfast med rygsving, frihed i skulder og albuer, samt undergriben, afskub og bæring bagfra.

### 3.3 Min egen rolle i foreningen

Vi har avlet Dansk Oldenborg siden 1991 hvor jeg fik min første Oldenborg hoppe Arel af Nørballe. Hun blev kåret i hovedstambogen og blev grundlaget for vores videre avl – stamhoppe. Vi har til nu avlet ca. 30 føl og har i stalden både 3. og 4. generation efter stammoderen.

Vi har opnået gode resultater med vores avl og vore heste er kendt i oldenborg kredse

Vi har været medlem af DOA siden 1991 og jeg har siden 2000 siddet i bestyrelsen for DOA aktivitetsudvalg syd.

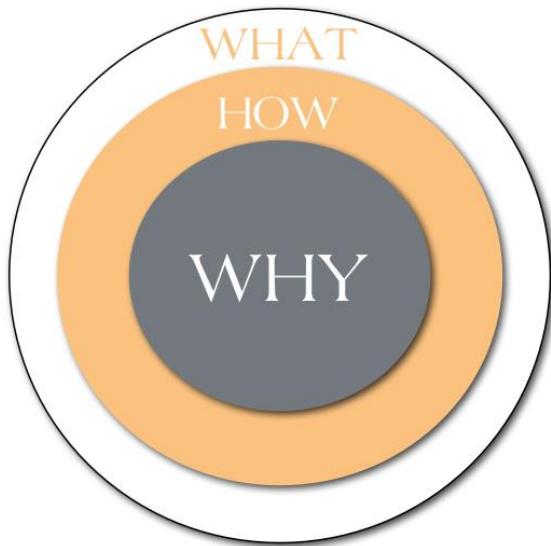
Jeg er passioneret hestemenneske og er således både avler, rytter og kusk.

Jeg brænder for Oldenborg avlen, og har gennem mine mange år i foreningen været vidende til foreningens mange op- og nedture. Skiftende formænd har forvaltet foreningen med mere eller mindre held. Dette er grunden til mit valg af denne eksamens case.

## 4. DOA's eksistensberettigelse

### 4.1 The Golden circle (præs. Af Eva Lykkegaard, Strategisk kommunikation, dag 2)

For at forstå nødvendigheden af et DOA har jeg herunder set på foreningens eksistensberettigelse, foreningens why:



**WHY** -For at en Dansk Oldenborg hest kan registreres som DOA hos Videncenter for heste, skal der stå en forening bag. Dvs. hesten kan være nok så meget oldenborg, men afstamning mange led tilbage, men uden et Oldenborg avlsforbund, kan den ikke registreres med et renracet pas.

**HOW** - Ved igen at tiltrække Oldenborg brugere til foreningen.

**What** - Modernisering af foreningen så den fremstår som et stærkt og tillidsvækkende forbund.

Fig. 2

### 4.2 Hestepas

**Hestepas er lovpligtig for alle heste i EU og udstedes som følger:**

- Rød/bordeaux:** Heste i hovedafsnit i alle EU anerkendte avlsforbund
- Blå:** Heste i alle EU godkendte avlsforbund, eller krydsninger mellem forskellige forbund, hvor som minimum hingsten er godkendt af et EU anerkendt avlsforbund
- Sort:** Renracede heste i EU anerkendt avlsforbund, hvor hingsten ikke er avlsgodkendt
- Lysegrøn:** Alle andre heste



### 4.3 Den brændende platform:

Foreningen er i en negativ spiral. Der er efter min opfattelse flere ting der gør at DOA står på en brændende platform.

- Medlemsantal falder fra 800 medlemmer til 280 medlemmer på ca. 5-7 år
- Medlemmernes gennemsnitsalder stiger, meget få unge medlemmer
- Faldende priser på avlede og salgsklare individer.
- Foreningen er pt. ikke attraktiv for brugere af Oldenborg hesten. Der er ikke noget incitament til at melde sig ind.

I mine overvejelser om DOA's fremtid har jeg ud fra egen erfaring med foreningen set på hvordan en SWOT analyse (Strategisk kommunikation for praktikere, Jens Otto Kjær Hansen og Hanne Birgitte Jørgensen, side 172/173) for Dansk Oldenborg Avl kan se ud:

### 4.4 SWOT analyse for DOA (Strategisk kommunikation for praktikere side 172/173)

<b>Styrker (interne – kan påvirkes)</b>	<b>Svagthed (interne)</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Godt og holdbart produkt</li><li>• Racen er alsidig og til alle slags ryttere, konkurrencesport, fritid og hygge</li><li>• Mange ildsjæle i foreningen</li><li>• Medlemmerne sidder inde med en meget stor viden, og heste og om Oldenborg heste i særdeleshed</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Store dele af heste /rideverdenen finder foreningen ikke attraktiv</li><li>• Høj gennemsnitsalder blandt medlemmer</li><li>• Oldenborgbrugerens manglende lyst til at være medlem</li><li>• Manglende troværdighed, lukkethed</li><li>• Manglende lyst fra foreningens medlemmer til at byde nye medlemmer velkommen</li><li>• Adfærd, holdninger og opbygning overleveret fra bestyrelse til bestyrelse gennem tiden</li></ul>



Muligheder (eksterne- kan tages højde for	Trusler (eksterne)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Massiv markedsføring af racen og foreningens arbejde</li><li>• Tiltag der tiltrækker det yngre publikum</li><li>• Højne foreningens troværdighed gennem åbenhed og velkomst til nye medlemmer</li><li>• Invitere til dialog om ønsker og muligheder</li><li>• Udnytte racens popularitet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mange gode heste på markedet fra andre avlsforbund</li><li>• Faldende priser på heste generelt</li><li>• Gældende lovgivning / krav og ændring af samme</li><li>• Økonomisk krise – heste er luksus som vælges fra</li></ul>

Fig. 3

#### 4.4.1 Gennemgang af den udarbejdede SWOT analyse

##### Styrker

Oldenborg hesten er et godt og holdbart produkt som har vist sig mere holdbar (længere levealder, større holdbarhed i led og knogler, større robusthed mht. foder, opstaldningsmåde og almindelig omgang) end andre sammenlignelige racer.

Racens alsidighed gør den populær hos amatørrytteren (ca. 80% af rytterne i DK) og i nogle tilfælde også hos den professionelle rytter (ca. 10% af rytterne i DK).

DOA har mange ildsjæle. Mange ældre "hestemennesker" der har en stor viden om hestenes velfærd, brugsegenskaber, gennemavlede hoppe- og hingstestammer.

##### Svagheder

Som inden for al anden sport ser bredderytteren op til eliterytteren og følger deres eksempel. De fleste af landets eliteryttere rider på Dansk Varmblods heste. Dansk Varmblod er opstået ved individavl, hvor man har taget de bedste brugsdyr og avlet på dem på tværs af racer. Derved er fremkommet en hest med store rideegenskaber, gang- og præstationsformåen. Der er samtidig sket det at rigtig mange af disse heste er overtændte, vanskelige af sind og svære at styre og kontrollere. Dette gør at de i rigtig mange tilfælde er ikke ridelige for amatørryttere, som dog alligevel køber dem fordi det er disse heste eliten rider på. Samtidig har vi i DK store Dansk Varmblods Stutterier, hvor økonomien ikke er et issue. Derfra udgår næste alle vore eliteryttere.

Der er mange "ældre" medlemmer af DOA og få yngre. Der er mere avl end der er sport, hvilket gør at de yngre brugere ikke har lyst til at være medlem, til trods for at de rider/kører oldenborg heste.

Udarbejdet af: Pia Petz

Fag: Strategisk Kommunikation, efterår 2014

Projektvejleder: Eva Lykkegaard

Samtidig virker foreningen, for udefrakommende, lukket, sig selv nok og ikke særlig ivrige efter at byde nye medlemmer velkommen, endsige give en hjælpende hånd ved nye medlemmers første arrangement, så som kåring, følskue eller championat.

Der skal fornyelse til.

### Muligheder

Der kan gøres en del mere for at markedsføre racen, som brugshest.

For at tiltrække det yngre publikum skal foreningen drejes mod brugen af Oldenborg hesten, i stedet for som før kun avl og eksteriørbedømmelser.

Dele landet ind i flere aktivitetsudvalg (pt. 4) og lade aktivitetsudvalgene afholde stævner, erfagrupper, Oldenborg dage etc.

### Trusler

Der er rigtig mange gode heste på markedet fra forskellige avlsforbund. Det er vigtigt at DOA slår fast hvorfor det er Oldenborg hesten brugeren skal vælge som sin næste hest.

I kølevandet af den økonomiske krise er det igen blevet en luksus for mange mennesker at have hest. En luksus som i nogle tilfælde vælges fra. Dette bevirker også at der er mange billige heste på markedet, fordi ejeren ønsker at sælge her og nu. Dette får selvfølgelig prisen på alle andre heste til at falde også. Derved er det ikke mere rentabelt at avle.

I disse år hvor dyrevelfærden er et stort emne, er hestene selvfølgelig heller ikke gået ram forbi. Der er de sidste 5-6 år kommet et væld af love og regler på hesteområdet. Den største er Lov om hold af heste. Heri foreskrives: størrelse på hestebokse, lysindfald, gangbredde etc. i alle hestestalde. Mange stalde kan slet ikke overholde disse krav, som skal være implementeret senest 2020. Dette bevirker at en del har opgivet at holde hest .

#### 4.4.2 Analysen viser overordnet:

En forening med nogle svagheder der i det lange løb vil kunne være ødelæggende

Som jeg ser det er der følgende indsatspunkter:

- DOA skal gå forrest i arbejdet med at gøre foreningen mere attraktiv og åben for nye medlemmer. Det skal sikres at nye medlemmer føler sig velkomne og taget hånd om.
- Gennemsnitsalderen blandt medlemmer er høj, her skal tænkes tiltag til at fange interessen hos de yngre oldenborg brugere.
- Ved omtale og PR få Oldenborg hesten til at fremstå som hesten til alle.

- Landets aktivitetsudvalg deles op i mindre "erfa-grupper" for at sikre at så mange som muligt deltager i de planlagte aktiviteter.

## 5. Analyse af indsatspunkter fra SWOT-analysen

Jeg har valgt at undersøge målgruppens tilknytning til DOA via en spørgeskemaundersøgelse på Facebook gruppen "For os der elsker Oldenburg heste". Her er ca. 1.000 medlemmer. Da DOA pt. har 280 medlemmer må der være en del af gruppen "potentielt nye medlemmer" i denne facebookgruppe.

Besvarelserne underbygger i høj grad mine tidligere betragtninger om DOA.

Der er 100 respondenter. Det vil sige at ca. 10% af gruppens medlemmer har svaret.

Den typiske respondent:

- Kvinde
  - Mellem 30 og 50 – dog er der også en del lige under 30 og lige over 50
  - Har i gennemsnit 2,06 hest registreret i DOA
  - Rytter /kusk og for 30% vedkommende også avler
  - Er medlem af DOA
- 
- 44% af respondenterne er p.t. medlem af DOA.
  - Lidt mere end 20% af respondenterne har været medlem af foreningen men er p.t. udmeldt.

For at kortlægge årsag til udmelding / ikke medlemskab stillede jeg følgende spørgsmål:

1. Hvis du tidligere har været medlem af DOA, men er udmeldt, hvad var så grunden til at du meldte dig ud?
2. Hvad skulle der til for at du kunne få lyst til at melde dig ind i foreningen igen?
3. Hvilke tiltag skal der til i DOA for at foreningen lever op til sit erklærede formål

Jeg har samlet svarene på disse tre spørgsmål under et, da en stor procentdel af svarene går igen. Jeg har valgt at samle besvarelserne i 3 hovedgrupper:

- **Økonomi** – 35% af respondenterne angiver økonomi som årsag / væsentlige årsag til udmelding, manglende medlemskab er også en afgørende faktor for foreningens fremtid. Medlemsskabet og deltagelse i foreningens arrangementer, er simpelthen for dyrt.

- **Kammerateri** – over 40% af respondenterne angiver hvad der af mange beskrives som kammerateri/lukkethed som årsag til at de ikke har lyst til at være i foreningen. Foreningen er lukket, hytter sine egne (bestyrelsen og dens heste). Der er ikke plads til bredden, man føler sig ikke velkommen som nyt medlem af foreningen, føler sig set skævt til og ikke mødt.
- **Arrangementer** – mere end 50% af respondenterne ønsker sig flere kurser/arrangementer. Mangler viden og at der deles ud af den store viden der er. Der efterspørges også mere sport. Flere stævner og i det hele taget mere fokus på Oldenborg hesten i sporten og ikke kun i avlen.

For at belyse værdien af respondenternes udsagn er herunder udarbejdet en interessentanalyse. I denne analyse ses det tydeligt at der er få interessentgrupper i DOA, og at disse grupper har stor vægt med hensyn til foreningens videre virke.

## 6. Interessentmodellen (Strategisk kommunikation for praktikere side 33)

DOA's interessenter - de vigtigste med en bredere pil.

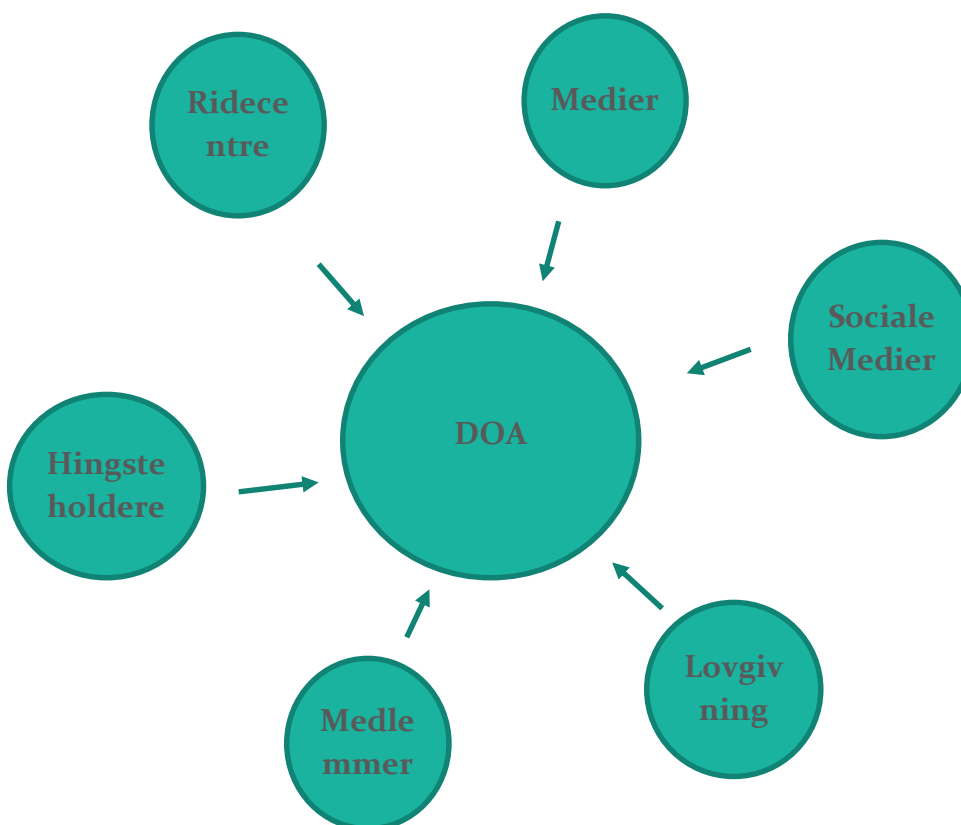


Fig. 4

## 6.1 Interessentanalyse (Strategisk kommunikation for praktikere side

Ovenstående interessentmodel viser at der er ganske få interessentgrupper der har indflydelse på DOA.

De der har magten til at få foreningen i gang er nedenstående grupperinger:

- De sociale medier (især facebook)
- Medlemmer
- Hingsteholdere (også medlemmer)
- Potentielt nye medlemmer

Interessent	Betydning	Årsag
Medier	Lille	Der er så godt som aldrig DOA omtale
Sociale medier Grupper på Facebook, hjemmesider, salgssider etc	Meget stor	Er en stadig større del af hverdagen. Her er diskussionsgrupper, interessegrupper, salgssider, avlernes hjemmesider og DOA's hjemmeside
Lovgivning Lov om hestehold Forbud mod brændemærkning Lov om at alle heste skal have pas	Meget stor	Den gældende lovgivning skal overholdes for at foreningen kan være registreret under Videncenter for heste. Her registres alle danske heste, og der udstedes pas.  I 2010/2011 trådte en ny lov om hold af heste i kraft. Denne lov udstikker bl.a. mindstemål for boksstørrelse i forhold til hestens størrelse, regler for udegående heste, regler for kørsel med heste  I 2010 blev udstedt et forbud mod brændemærkning af heste. Dette forbud har fået stor indflydelse, da man nu ikke umiddelbart kan se hestens "identitet" med det blotte øje.  I stedet for brændemærkning indtrådte en tvungen chipmærkning af alle heste.
Medlemmer	Meget stor	Medlemmerne er selvfølgelig kernen i DOA. Uden medlemmer ingen forening
Hingsteholdere	Meget stor	Det er nødvendigt for foreningens eksistens at der er medlemmer som påtager sig den store opgave at avle hingstene, stille dem til kåring og herefter være hingsteholdere. Dvs. det er hertil man sender hopperne til bedækning.
Potentielle nye medlemmer	Meget stor	For at sikre foreningens fortsatte beståen skal der hele tiden være en vis tilgang af nye medlemmer. Der skal gøres en indsats for at få fat i brugerne af Oldenborghesten, der endnu ikke er medlem af DOA

## 6.2 Målgruppe

Målgruppen defineres som den del af interessenterne vi gerne vil i kontakt med. Her er det:

- Medlemmer
- Hingsteholdere (som jo også er medlemmer – med en særlig status)
- Potentielle nye medlemmer

## 6.3 Modtagergruppe

Det ville give mening at udnævne en modtagergruppe bestående af:

- Medlemmer
- Hingsteholdere

som kan fungere som foreningens ambassadører og sprede budskabet ud til den store målgruppe af potentielle nye medlemmer. Alle medlemmer af DOA vil naturligt have adskillige personer i deres hverdag/omgangskreds, som er bruger af Oldenborg hesten, men ikke medlem af DOA. Dette potentiale kunne udnyttes.

## 7. Dansk Oldenborg Avl's strategiske fundament: (præs. Af Eva Lykkegård, Strategisk kommunikation, dag 1)

### 2. Hvad vil vi opnå?

**B** Vision - ledestjerne

### 3. Hvad kræver det at komme fra A til B

Strategi

Fig. 5

**A** Mission

## 1. Eksistensberettigelse. Hvorfor findes DOA

**A - missionen** (DOA's formål). Jeg har i opgaven valgt også at betragte foreningens formål som foreningens Mission

### DOA's formål.

På landsbasis at fremme interessen for renavl af oldenborgheste, samt forædlingsavl med fuldblod, normanerblod jvf. avlsmålet.

Endvidere skal interessen for brug af oldenborgheste til køre- og ridebrug fremmes.

**B – visionen / ledestjernen** – En forening der samler alle med interesse for Oldenborg hesten, og går forrest i arbejdet med at fremme interessen.

## 8. Interview med DOA's formand Søren Solgård Nielsen:

I min bestræbelse på at komme nærmere på DOA's strategi for fremtiden kontaktede jeg formanden for DOA for at få et personligt interview.

### Hvordan ser du fremtiden for DOA?

*Ved generalforsamlingen i 2014 blev de fleste medlemmer i bestyrelsen nyvalgt, dog med undtagelse af Søren Solgård, som herefter blev valgt til ny formand for foreningen. I denne nye bestyrelse er der nu også repræsentanter for brugere af Oldenborg hesten.*

*Dette har bevirket at DOA nu er på vej i den rigtige retning. Det tager tid og da alt er frivilligt, ulønnet arbejdskraft er det små skridt af gangen, dog i retning af at gøre DOA til et stærkt, moderne og tillidsvækkende forbund.*

*Der er mange nyt tiltag. Bl.a. har man netop vedtaget at betingelsen for at en hingst kan færdigkøres er at den skal vises under rytter eller for vogn ved den endelige kåring.*

*En hingst stiller første gang til kåring som 2½ års. Her er det udelukkende muligt for hingsten at opnå 1 års bedækningstilladelse. Indenfor det år skal hingsten gå en 30 dages materialprøve, hvor den testes på følgende egenskaber:*

- *Ridelighed / køreegnethed*

Udarbejdet af: Pia Petz

Fag: Strategisk Kommunikation, efterår 2014

Projektvejleder: Eva Lykkegaard

- *Springkapacitet*
- *Adfærd ved omgang og håndtering*

*Når materialprøven er bestået, kan hingsten ved den efterfølgende hingstekåring stille til endelig kåring. Her skal hingsten, som et nyt tiltag, vises valgfrit for vogn eller under rytter. Tidligere har hingstene udelukkende været vist for hånd samt løse i ridehus.*

*Efter års stagnering i foreningen og frafald af medlemmer, ser det nu ud til at vi er på vej i den rigtige retning igen.*

### **Hvor er DOA om 10 år?**

*Da DOA blev grundlagt bestod foreningen af 90% avlere og 10% brugere. Hvis vi ser bort fra den "avler" der laver et føl eller to til sig selv, er disse tal nu 10% avlere og 90% brugere. Dette gør naturligvis at DOA er nød til at ændre sig – følge med tiden.*

*Han slutter med at udtale: Dansk Oldenborg Avl eksisterer også om 25 år, det er min faste overbevisning.*

**Som det kan udledes af interviewet med formanden at han er på linje med respondenterne fra spørgeskemaundersøgelsen.**

**Tilbage står spørgsmålet.**

**Hvordan får man DOA til igen at fremstå som et moderne, stærkt og tillidsvækkende forbund.**

## **9. Strategi for DOA**

For at komme fra A til B i det strategiske fundament for DOA (strategien) er det nødvendigt at ændringerne sker både internt og eksternt.

### **Internt:**

- Åbnes for nye tiltag
- Sikres at nye medlemmer føler sig velkomne



- Ses grundigt på foreningens økonomi, samt anvendelse af medlemmernes kontingent. Var det muligt at gøre medlems kontingent billigere – vi ser jo i spørgeskemaundersøgelsen at 35% af respondenterne finder medlemskab af foreningen for dyrt.
- Mere sport ind i foreningen
- Vidensdeling
- Fejre de gode resultater

#### **Eksternt:**

- DOA skal ved større åbenhed, sikre en langt større PR af oldenborg hesten.
- Ved høj selektering af hopper/hingste materialet – sikres fremgang i avlen – herved er det muligt at få sætte prisen højere for det enkelte individ i salgsøjemed.
- Sikre at foreningens medlemmer er gode ambassadører for oldenborg hesten.
- Fortælle de gode historier på hjemmeside, facebook samt i medlemsbladet
- Fejre de gode resultater, også udadtil.

## 10. Konklusion

Hovedbestyrelsen for DOA udarbejder i samarbejde med foreningens 4 aktivitetsudvalg et strategioplæg med en konkret handleplan. Denne strategi forelægges foreningens medlemmer ved førstkommende generalforsamling i DOA i Februar 2015.

Udarbejdet af: Pia Petz

Fag: Strategisk Kommunikation, efterår 2014

Projektvejleder: Eva Lykkegaard

## Litteraturliste

### Bøger

**Dansk Oldenborg i 25 år.** Årsskrift udgivet i anledning af DOA's 25 års jubilæum i 2003.

Af: Sørensen, Karsten Aa., Skanderborg

**Kjær Hansen, Jens Otto; Jørgensen Hanne: Strategisk kommunikation for praktikere, I andres brød 2.0.** Håndbog om informationsjournalistik, virksomhedskommunikation og public relations. Forlaget Ajour, 2. udgave, 2. oplag 2012

### Præsentationer:

**Lykkegaard, Eva: Præsentationer fra kurset Strategisk Kommunikation, efterår 2014, tillige med anvendte eksempler, cases etc.**

### Anvendte Links:

Dansk Oldenborg Avl's hjemmeside:

<http://www.danskoldenborgavl.dk/>

Videncenter for heste, hjemmeside:

<http://www.vfl.dk/Afdelinger/Heste/Heste.htm?WBCMODE=fyuxrhcggi#.VH3eJv15NSo>

Facebook gruppen: For os der elsker Oldenborg heste

<https://www.facebook.com/groups/113946392082282/?fref=nf>

### Figurliste:

Fig. 1	Model for kommunikationsstrategi	side 2
Fig. 2	The Golden Circle	side 6
Fig. 3	SWOT analyse	side 7/8
Fig. 4	Interessentmodellen	side 12
Fig. 5	Strategisk fundament	side 13

## Strategioplæg og handleplan For Dansk Oldenborg Avl

Formålet med dette strategioplæg er:

- Øge kendskabet til og anerkendelsen af DOA som forbund.
- Øge antallet af medlemmer (langsigtet mål) (forretningsmæssigt mål)

Som ses i nedenstående ikke prioriterede liste, pegede gruppen på en række indsatspunkter:

<b>Reklame og PR for Oldenborg hesten</b>	Målrettet reklame for Oldenborg hesten. Tænke forskellige medier ind i planen. Dagspresse, lokalpresse, lokal TV/radio. Sørge for dækning af begivenheder, så som kåringer, championater og stævner. Artikler i fagrelevante tidsskrifter Artikler, læserbreve og brugeroplæg på DOA's hjemmeside
<b>DOA's hjemmeside</b>	Oprettelse af brugerforum, sørge for tryghed til at udtale sig. Engagere en række "garvede Oldenborg mennesker" til at svare på spørgsmål og debatindlæg. Medlemmer og gæster skal opleve at hjemmesiden er seriøs. At debatoplæg tages alvorligt og at de får svar på deres spørgsmål / oplæg.
<b>Nuværende 4 aktivitetsudvalg deles op i flere mindre enheder</b>	De nuværende 4 aktivitetsudvalg dækker hver især over et meget stort fysisk område. Dette gør det meget svært at samle deltagere til arrangementer.

	<p>F.eks. dækker aktivitetsudvalg syd over et område fra den dansk/tyske grænse i syd til lige nord for Horsens.</p> <p>Det gør det meget svært at give medlemmerne et tilhørsforhold. Samtidig er det umuligt at afholde aftenarrangementer, da det vil indebære meget kørsel for det enkelte medlem.</p> <p>Ved dannelse af mindre erfa grupper under aktivitetsudvalgene, kunne der afholdes lokale arrangementer, så som:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Avlerdag</li> <li>• Hingstedag</li> <li>• Arrangementer med dyrlæge / smed</li> <li>• Små stævner</li> <li>• Interessearrangementer, vidensdeling</li> </ul> <p>Fast medlem er Erfa gruppen skal altid være et medlem af bestyrelsen for aktivitetsudvalget for området. Derved sikres også en vis styring af Erfa gruppen og de aktiviteter der afholdes her.</p>
<b>Langt større vidensdeling</b>	Opfordre garvede avlere til at dele ud af deres viden.
<b>Afholde flere arrangementer som også taler til bredden – ikke kun toppen</b>	Her skal aktivitetsudvalgene være styrende, med erfa grupperne som udførende. Derved sikres det lokale islæt (man kender hinanden).
<b>Mere sport i DOA</b>	Her er tale om nytænkning i hovedbestyrelsen. Sporten skal sidestilles med avlen og hermed vægte langt mere end i dag.
<b>Hvad ønsker medlemmerne, af forbundet, og hvordan forenes det med avlsmål, og mission.</b>	Brugerne føler sig overset, og ikke mødt i foreningen.
<b>Udarbejdelse af en klar og konkret strategi for DOA's fremtid</b>	Hovedbestyrelsen skal udstikke fremtidens strategi så den er klar og tydelig for enhver. Det tilstræbes at alle i bestyrelse og aktivitetsudvalg er tro mod denne strategi.
<b>Få flere oldenburg brugere til at være medlem af DOA</b>	Få brugerne af oldenburg hestene til at mene "det forbund må jeg være medlem af"
<b>Invitere til dialog og vidensdeling</b>	Invitere til langt flere medlemsmøder. For at få så mange medlemmer som muligt i tale bør disse medlemsmøder foregå lokalt, med

	aktivitetsudvalgene som arrangør, og med deltagelse fra hovedbestyrelsen.
<b>Gennemgang af avlsmål og sigte. Hvad skal oldenborg hesten kunne præstere i fremtiden, hvad ønsker foreningen og hvordan kommer vi der til</b>	I dialog med medlemmerne opfordres DOA's hovedbestyrelse til at fastslå avlsmål, sigte og hvordan kommer vi dertil.
<b>Indlemme ildsjæle i erfa grupper og gøre brug af deres viden og erfaring</b>	Tilstræbe at der i alle Erfa grupper er deltagelse af garvede avlere / brugere som er villige til at dele ud af erfaring/viden
<b>Fejre de gode resultater.</b>	Foreningen udnævner og præminere hver år: <ul style="list-style-type: none"><li>• Årets avler</li><li>• Årets dressurytter</li><li>• Årets springrytter</li><li>• Årets kusk</li><li>• Årets talent</li><li>• etc</li></ul>

Jeg har valgt at koncentrere mig om indsatspunktet:

<b>Få flere oldenborg brugere til at være medlem af DOA</b>	Få brugerne af oldenborg hestene til at mene "det forbund må jeg være medlem af"
---	--

Dette punkt kan selvfølgelig på ingen måde stå alene, men er et godt sted at starte. Når aktiviteterne er sat i værk, er der tid til at koncentrere sig om de øvrige indsatspunkter som prioriteret herunder:

- Overordnet strategi for DOA –hvad ønsker vi – og hvordan kommer vi dertil
- Gennemgang af avlsmål og sigte – hvad skal den moderne oldenburg hest kunne præstere
- PR for DOA og oldenburg hesten
- Opdeling af aktivitetsudvalgene i underudvalg/erfa grupper
- DOA's hjemmeside
- Mere sport i DOA
- Afholde flere lokale arrangementer
- Lytte til medlemmerne
- Dialog og vidensdeling
- Fejre de gode resultater

Flere af indsatspunkterne vil naturligt være på samme tidspunkt og/eller overlape hinanden.

Definitionen for en kommunikationsstrategi er:

En god kommunikationsstrategi skal bringe jer fra ét sted til et andet og fastlægge baggrund , den overordnede metode og målet. Først derefter skal der udarbejdes en konkret plan for arbejdet. En god kommunikationsstrategi skal kunne klare spørgsmålet:

***Hvorfor skulle det nu lige virke ?***

Kommunikationsstrategien er en konkret indsats. I dette tilfælde:

***Hvordan får man DOA til igen at fremstå som et moderne, stærkt og tillidsvækkende forbund.***

## En overordnet kommunikationsstrategi for DOA kunne se ud som følger:



Kommunikationsstrategien skal sikre forbundet et image, der er forankret i dens idegrundlag, vision og mission.

DOA's mission (formål) er: På landsbasis at fremme interessen for renavl af oldenborgheste, samt forædlingsavl med fuldblod og normannerblod.

Værdigrundlaget er DOA's gældende avlsmål:

1. Renavlede oldenborgere (88-100% oldenborgblod)
2. Forædlede oldenborgere (25-88% oldenborgblod)

DOA's vision er: Et forbund der samler alle med interesse for oldenborg hesten, og går forrest i arbejdet med at fremme interessen yderligere

DOA's strategi bør rettes mod brugere af oldenborg hesten. Disse brugere har ingen interesse i DOA som den er i dag. At vække deres interesse bør være målet med DOA's kommende strategi.

Det strategiske mål er at få ovennævnte interessenter til at blive opmærksomme på DOA's eksistens og den værdi DOA har.

Kommunikationsstrategien fastlægger, hvilke kommunikationsformer og midler der skal bruges for at understøtte DOA's handlingsplaner.

## Handlingsplan

### Mål for Handlingsplanen:

Udarbejdelse af en strategi for hvordan man får flere oldenborg brugere til at være medlem af DOA.  
Vi anser denne strategi for at være den vigtigste for udarbejdelse

### Kriterier for om målet er opnået:

75-100 nye medlemmer inden udgangen af

Aktivitet	Resurser	Deadline
Hvad vi l gøre for at opnå målet	Tid og omkostninger	
<b>Udbrede kendskabet til DOA. Dette via:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Hjemmeside: <a href="http://www.doa.dk">www.doa.dk</a></li><li>Reklamefoldere sendes til alle ride-klubber, etc.</li><li>Annoncer i Hestetidsskrifter</li><li>Artikel om strategi og handlingsplan i DOA's eget blad: Oldenborg nyt.</li><li>Mund til mund: Opfordre nuværende medlemmer til at være ambassadører. Evt. med en belønning ved x antal nye medlemmer.</li></ul>	Hjemmeside, foldere, annoncer og artikler skal iværksættes i løbet af 1. halvår af 2015.  En opfordring til mund til mund ambassadører kunne gives på DOA's generalforsamling i februar 2015	Milestone er 31.12.2015 – hvorefter strategien tages op til overvejelse og evt. fornyelse



Udarbejdet af: Pia Petz

Fag: Strategisk Kommunikation, efterår 2014

Projektvejleder: Eva Lykkegaard

## **AIDA**

Attention – Interest – Desire – action

Faser en modtager skal igennem for at ende med at foretage en adfærdsændring

Smarte mål

Specifikke Målbare Accepterede Tidsafgrænsede