

# MAJKEN T. NIELSEN

## KANDIDAT TIL HOVED-BESTYRELSEN I DGI

### MÆRKESAGER

#### **DGI skal være mere attraktiv for frivillige**

Vi skal arbejde videre med DGI's fortælling, så det bliver tydeligere, hvorfor det er attraktivt at være frivillig i DGI, og vi skal kunne tiltrække et bredt felt af frivillige.

*Unge som gamle, alle vil gerne være frivillige – og vi har brug for alle, uanset om de har 2 timer om året eller 25 timer om ugen. Vi skal arbejde med fortællingen om, hvad de som frivillige kan være med til at skabe. At de kan bidrage med, at flere børn kommer til idræt (eks. buddy-ordninger), at alle kan komme med til kamp (kørselsordninger, holdledere), at der er sociale arrangementer i foreningerne (aktivitetsudvalg) etc.*

DGI skal kunne bestå af bestyrelsesmedlemmer med kvalifikationer, der matcher vores samarbejdspartnere og strategiske mål.

*Den politiske ledelse skal styrkes – både via kompetenceudvikling og via proaktiv rekruttering således at bestyrelser samlet set dækker de væsentligste kompetenceområder.*

#### **DGI skal understøtte foreningernes udvikling**

DGI skal udvikle løsninger, der hjælper foreningerne til at tiltrække flere aktive. Vi skal bidrage til at mindske silotankegangen i breddeidrætten, og vi skal arbejde for at dette bliver understøttet af tilskudsstrukturen.

DGI skal understøtte en udvikling af de rammer, der skal til for at foreningerne kan have tidssvarende tilbud. Blandt andet skal vi aktuelt arbejde med at understøtte mere fleksible tilbud.

*DGI skal sørge for at foreningerne får et skub i den rigtige retning. Der skal skabes mere alsidighed i idræt, især for børn og unge. Det kræver samarbejde mellem skoler og foreninger, foreninger imellem, forvaltninger imellem og mennesker imellem.*

Vi skal være mere agile, så vi hurtigere kan komme med på nye trends.

*Vi skal arbejde strategisk, både hvad angår faciliteter, nye idrætter og kommunikativt. DGI er kun attraktivt, hvis vi har foreninger med medlemstilslutning. Det kræver, at vi som bestyrelse har fingeren på pulsen og et solidt netværk, når samfundsudfordringerne skal løses.*

#### **Økonomi må ikke være en hindring for børns idrætsdeltagelse**

I dialog med kommuner og foreninger skal DGI hjælpe til, at der findes nye løsninger på, at økonomi ikke må være en hindring for børns idrætsdeltagelse.

*Løsningerne er mange, men i vores samarbejder med kommunerne skal vi fokusere på eksempelvis muligheder for ordninger med fritidspas.*

#### **Bedre ressourcestyring**

Ethvert valg betyder også fravalg. Derfor er det vigtigt, at vi ser på, hvordan vi styrer DGI's ressourcer - både de økonomiske og de personalemæssige.

Initiativer skal igangsættes på baggrund af strategiske og politiske overvejelser samt analyser.

*Vi skal træffe politiske valg baseret på analyser og faglige overvejelser – men uden at det går ud over vores agilitet.*

## OM MIG



Foreningslivet har været en del af min DNA fra jeg som lille pige startede til gymnastik i den lokale gymnastiksal i HjerTEbjerg på Møn. Senere havde jeg en mission om at prøve alle de sportsgrene, jeg kunne på Østmøn. Så jeg prøvede både rytmisk gymnastik, springgymnastik, badminton, håndbold (udendørs) og fodbold. Senere blev jeg en aktiv del af foreningslivet i Smørum, hvor jeg var formand for den lokale badmintonforening i 4 år. Her er mine 3 voksne børn også aktive som spillere, trænere og frivillige.

I de sidste godt 2 år har jeg været næstformand i DGI Midt- og Vestsjælland. Her er jeg blandt andet ansvarlig for økonomien og har stået for en omlægning af rapporteringen, så bestyrelsen i dag har et langt klarere blik for ressourceanvendelsen. Som en del af formandskabet har jeg været med til at drive den forandringsledelse som gør, at vi i dag er langt mere bevidste om, hvilke politiske valg vi vælger – samt hvilke fravalg vi dermed også træffer.

På landsplan var jeg i 2018 med i det udvalg, der satte rammer for processen frem mod formandsvalget. Pt er jeg med i arbejdsgruppen vedr. kompetenceudvikling og rekruttering af idrætspolitiske ledere mv.

Jeg har arbejdet mere end 20 år i marketingsafdelinger, så derfor er det helt naturligt for mig at tage udgangspunkt i brugernes og medlemmernes behov. Jeg har arbejdet på alle niveauer i virksomheder og organisationer, og kan være aktiv på både operationelt og strategisk niveau. En af mine styrker er, at jeg er god til at gå i helikopter-perspektivet og se problemstillinger fra flere vinkler – altid med udgangspunkt i medlemmet. Udover marketing har jeg arbejdet med projektledelse, events og økonomistyring. Disse kompetencer vil jeg gerne bringe i spil i hovedbestyrelsen.