

Hvor er de unge i medlemsdemokratiet?

Få et indblik i, hvordan yngre engagerer sig og deltager i medlemsdemokratiet i demokratiske virksomheder.

Tekst og indhold

Ditte Brøgger, Senior konsulent

Sarah Vestergaard Jensen, Juniorkonsulent

Anna Kingo, Juniorkonsulent

Andreas Pinstrup Jørgensen, Direktør for analyse og udvikling

Om publikationen

Denne rapport er udarbejdet af Tænketanken Demokratisk Erhverv. Tænketanken Demokratisk Erhverv har sikret, at analyserne er forsvarlige, hvad angår tænketankens uafhængighed og faglige kvalitet.

Rapporten er en videreudvikling pba. af data fra Tænketanken Demokratisk Erhvervs survey og analyse af medlemsdemokratiet i de demokratiske virksomheder fra 2022. Rapportens data baserer sig på en repræsentativ befolkningsundersøgelse med 1007 besvarelser, samt en survey blandt 346 demokratiske virksomheder fra 2021.

Om Tænketanken Demokratisk Erhverv

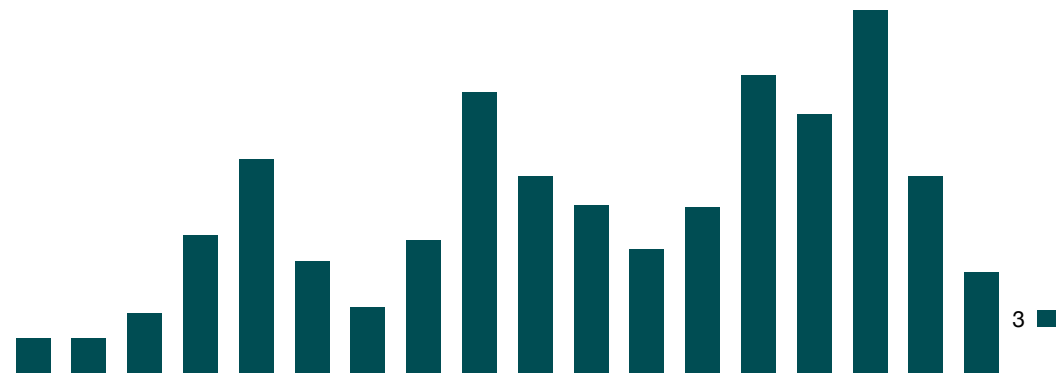
Tænketanken Demokratisk Erhverv arbejder for at fremme og forene demokratiske virksomheder, så dansk erhvervsliv understøtter et involverende demokrati og bliver løsningen på samtidens økonomiske, miljømæssige og sociale udfordringer. Det gør vi ved at producere viden, deltage i den offentlige debat og ved at skabe netværk i den erhvervsdemokratiske sektor. Demokratisk Erhverv er finansieret af medlemsorganisationer, som alle er demokratiske virksomheder. Demokratisk Erhverv er styret ud fra princippet om ét medlem, én stemme.

En del af Demokratisk Talentlab

Demokratisk TalentLAB er et storstilet udviklingsprogram, der fra 2023-2025 skal engagere flere tusinde unge i demokratiske virksomheder og andre frivillige foreninger. Denne rapport er realiseret som en del af Demokratisk TalentLAB og er finansieret af Tuborgfondet, Sportsgoodfonden, Andel, BL og Danske Vandværker.

Indhold

DEL 1: Engagement i demokratiske virksomheder	7
1.1 Medlemsengagement i demokratiske virksomheder	8
1.2 Yngres deltagelse i medlemsdemokratiet	10
DEL 2: Hvorfor er der få yngre i demokratiske virksomheder?	13
2.1 De yngres kendskab til demokratiske virksomheder	14
2.2 De yngres kendskab til deltagelsesmuligheder	16
2.3 Barrierer for yngres engagement	18
DEL 3: Hvordan engagerer de demokratiske virksomheder flere yngre?	21
3.1 Hvad efterspørger de yngre?	23
3.2 De fire medlemstyper	24
3.3 Den forbrugsorienterede og informerede medlemstype	25
Afrunding	26



Indledning

Næsten alle danskere er medejere af en eller flere demokratiske virksomheder. Som medejer kan man deltage, stille op og få demokratisk indflydelse på vigtige samfundsforhold. Men mange danskere er ikke klar over det, og kun få benytter deres ret til at være med til at bestemme. Det gælder især yngre.

Gennemsnitsalderen er høj og stigende i mange besluttende forsamlinger i demokratiske virksomheder. Desuden engagerer meget få unge sig. Det er et problem. Uden yngre i demokratiske virksomheders besluttende forsamlinger, risikerer 10 % af dansk erhvervsliv langsomt at blive tappet for nye ideer, innovation og forandringskraft.

Manglen på yngre er paradoksalt fordi "ungegenerationerne" X, Y, og Z er stærkt værdidrevne og stiller langt større krav til danske virksomheders samfundsnytte end tidligere generationer (Deloitte Gen Z and Millennial Survey 2022).

Derfor går denne analyse i dybden med yngres deltagelse i demokratiske virksomheder, og hvordan man i højere grad kan tiltrække yngre til at varetage opgaver i repræsentantskaber, råd og bestyrelser. Meget tyder nemlig på at de "nye" generationers måde at engagere sig på, og hvad de interesserer sig for, er under forandring (CFSA 2021 & Dahl-Gren 2019), (DUF 2023).

Analysen har 3 dele. Den første del viser, at der er udfordringer med at skabe engagement i demokratiske virksomheder særligt hos den yngre generation. Del 2 og 3 søger at besvare spørgsmålene: Hvorfor er så få unge engagerede? (og) Hvordan vi kan få flere?

DEL 1: Engagement i demokratiske virksomheder

DEL 2: Hvorfor er der så få unge i demokratiske virksomheders besluttende organer?

DEL 3: Hvordan engagerer de demokratiske virksomheder flere unge?

Hovedkonklusioner

Denne rapport påpeger både en udfordring og et potentiale for de demokratiske virksomheder; et potentiale som kan have stor betydning for fremtidens danske demokrati og erhvervsliv. Uden yngre i demokratiske virksomheders besluttende forsamlinger, risikerer 10 % af dansk erhvervsliv langsomt at blive tappet for nye ideer, innovation og forandringskraft.

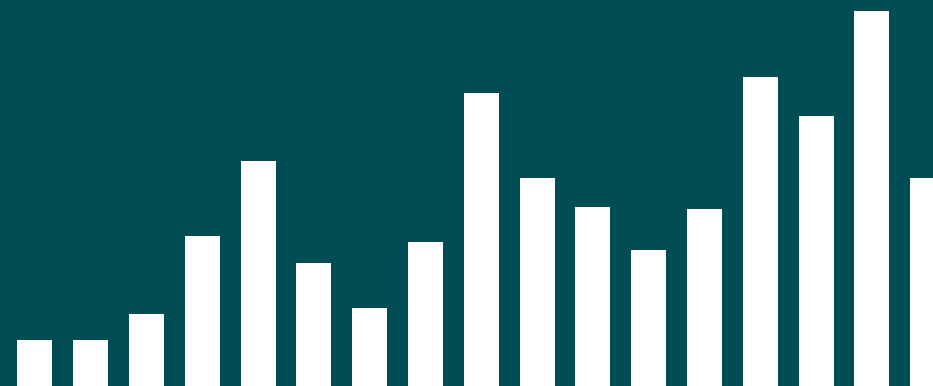
Analysen finder frem til følgende vigtige konklusioner:

- 1** Demokratiske virksomheder efterspørger medlemsengagement, men den yngre målgruppe engagerer sig i lav grad i medlemsdemokratiet.
- 2** De største barrierer for yngres engagement i medlemsdemokratiet er:
 - Viden og kendskab til medlemsdemokratiet
 - Begrænset tid
- 3** Demokratiske virksomheder prioriterer udvikling af digital kommunikation lavt, mens den yngre målgruppe efterspørger mere af det.
- 4** De yngre er drevet af stærke værdier og/eller stærke materielle incitament, mens pligt og tradition vejer mindre tungt end hos ældre generationer.



Del 1:

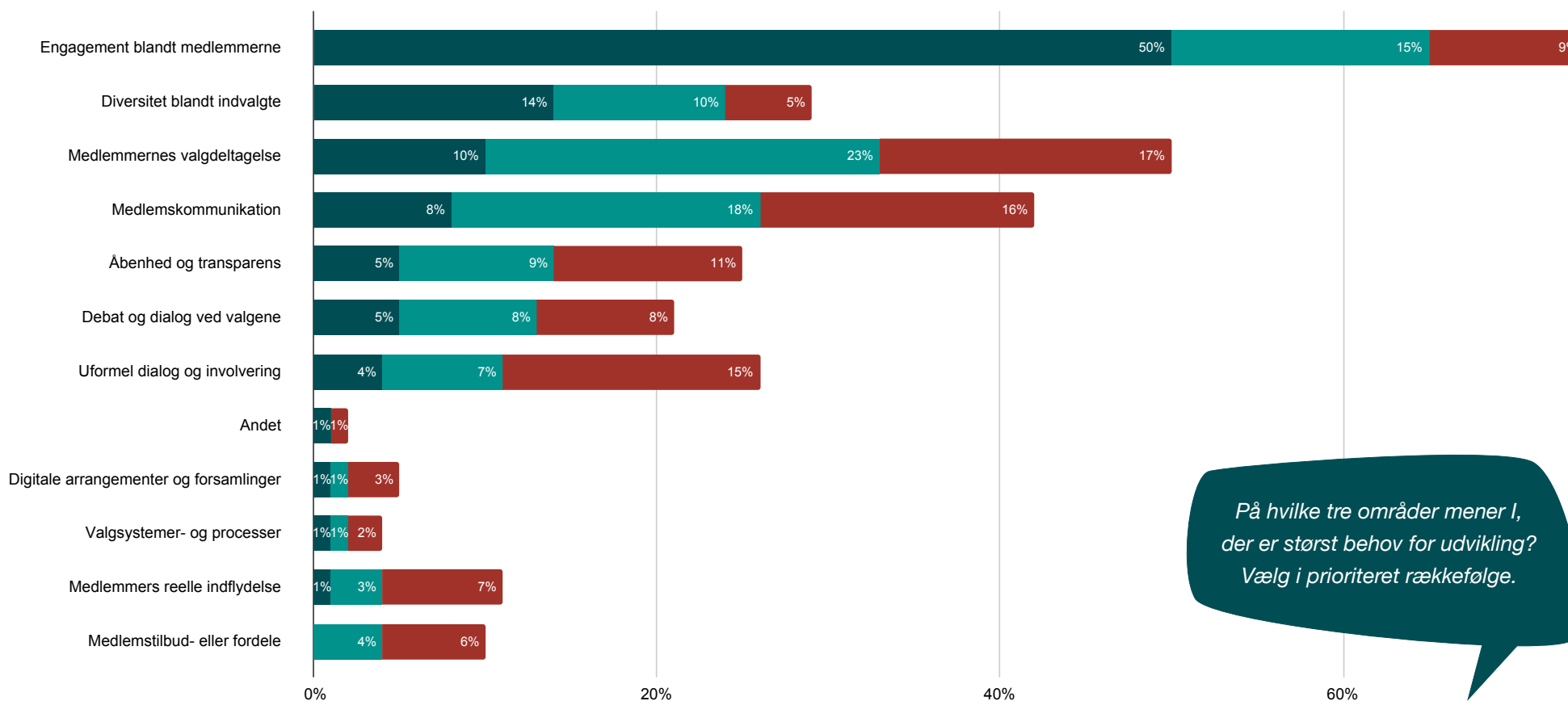
Engagement i demokratiske virksomheder



Medlemsengagement i demokratiske virksomheder

I undersøgelsen har vi undersøgt demokratiske virksomheders vurdering af, hvilke områder af medlemsdemokrati, der er størst behov for at udvikle.

- 1. prioritet (N=147)
- 2. prioritet (N=142)
- 3. prioritet (N=123)



På hvilke tre områder mener I, der er størst behov for udvikling?
Vælg i prioriteret rækkefølge.

Figur 1: Kilde: Survey om medlemsdemokratiet i demokratiske virksomheder 2021.

Tre ud af fire demokratiske virksomheder mener, at der er behov for at udvikle engagementet blandt medlemmerne.

Halvdelen af demokratiske virksomheder påpeger det som deres førsteprioritet, mens yderligere 24 % har valgt området som enten anden eller tredje prioritet (TDE 2022).

Medlemmers valgdeltagelse og medlemskommunikation er dernæst de områder som flest virksomheder ser udviklingspotentiale i, og har valgt som enten deres første, anden eller tredje prioritet. Derudover er diversitet blandt indvalgte også et område som mange virksomheder har som første prioritet (14 %).

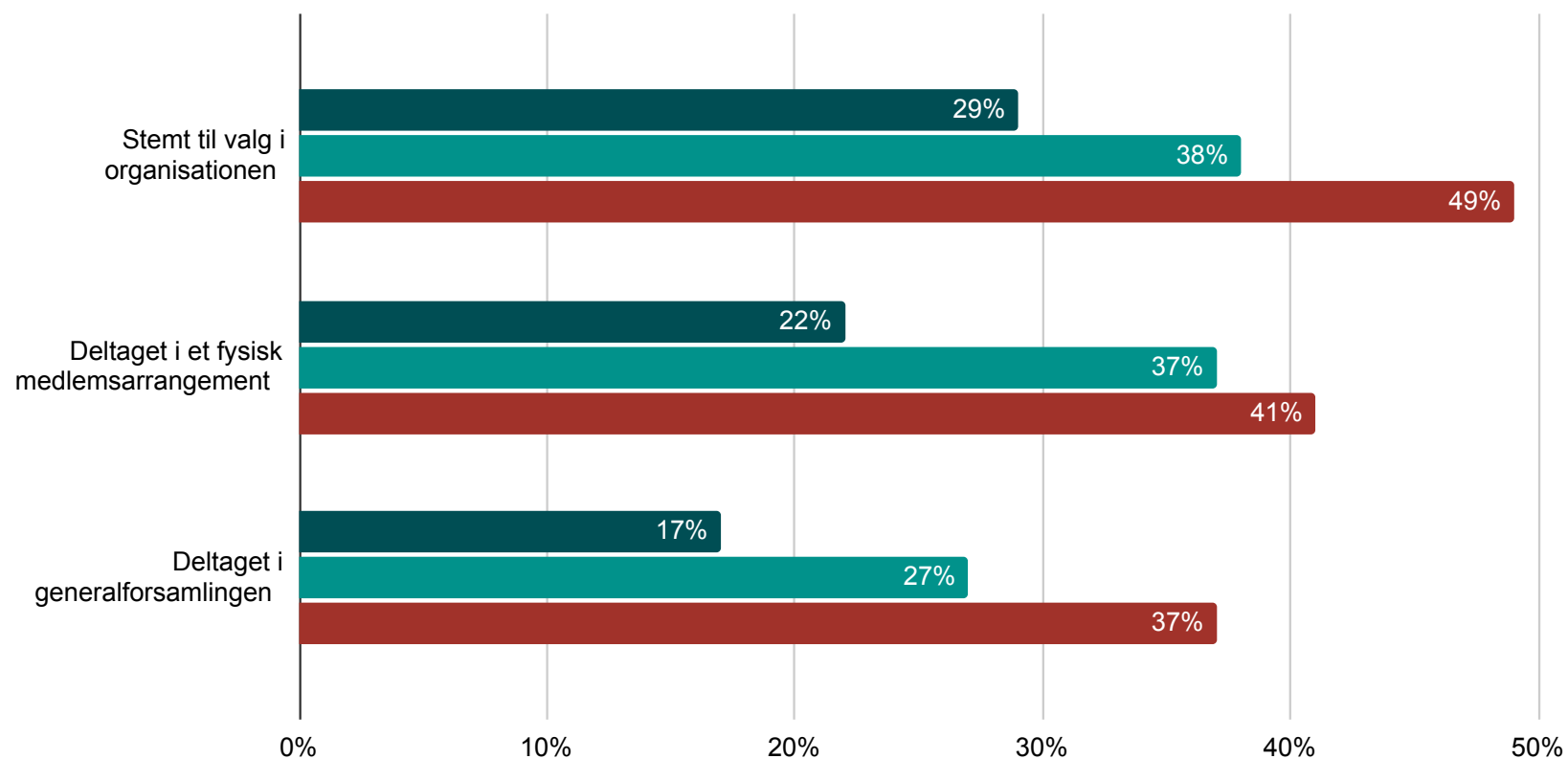
Virksomhederne prioriterer udvikling i medlemsdemokratiets struktur og system lavest. Valgsystemer og -processer prioriteres lavest sammen med digitale arrangementer og forsamlings-



”Medlemsdemokratiet mangler en mere mangfoldig sammensætning af medlemmer ifølge de demokratiske virksomheders eget udsagn.”

Yngres deltagelse i medlemsdemokratiet

Undersøgelsen baserer sig på svar på over 1000 individer og viser deltagelsen i forskellige elementer i erhvervsdemokratiet.



Figur 2: Kilde: Survey om medlemsdemokratiet i demokratiske virksomheder 2021. note: N1007

Der er tydelig forskel på, hvor meget de forskellige generationer deltager i medlemsdemokratiet.

69 % flere ældre (60+ årige) har stemt til valg i en demokratisk organisation end de 18 til 29-årige.

Hvis man møder op til et fysisk medlemsmøde i en demokratisk virksomhed, er det derudover næsten dobbelt så sandsynligt at møde en ældre over 60 år, som det er at møde en yngre under 40 år.

I forhold til deltagelse i generalforsamlinger i de demokratiske virksomheder, er alderskløften mest markant. Det er mere end dobbelt så sandsynligt, at en ældre har deltaget i en generalforsamling end en yngre. Undersøgelsen viser, at kun 17 % af de yngre har deltaget i en generalforsamling i forhold til 37 % af de ældre.

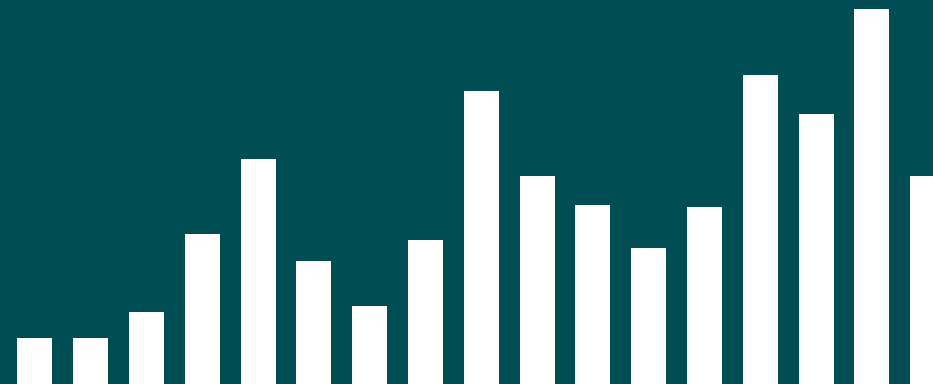


”det er næsten dobbelt så sandsynligt at møde en ældre over 60 år, end det er at møde en yngre under 40 år til et medlemsmøde”



Del 2:

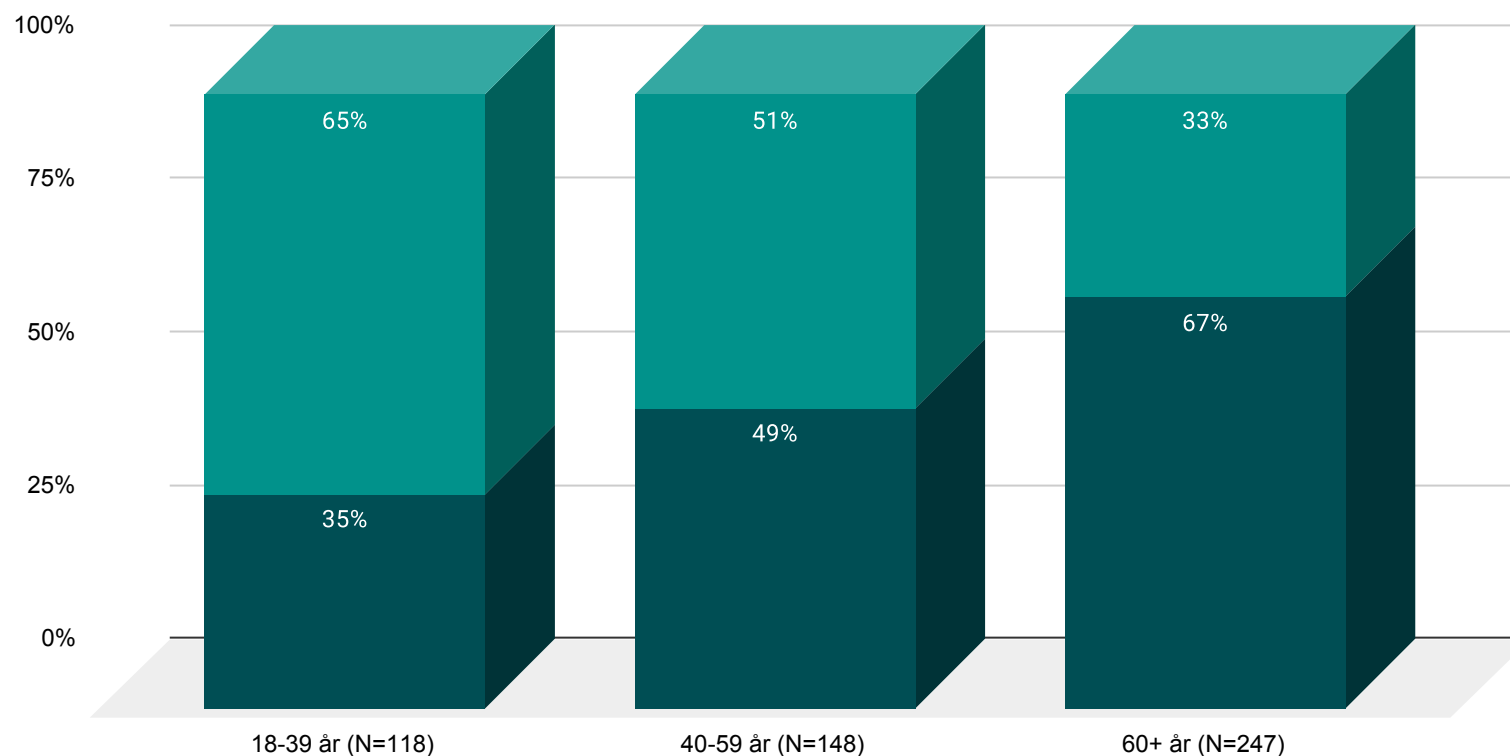
**Hvorfor er der
få yngre i
demokratiske
virksomheder?**



De yngres kendskab til demokratiske virksomheder

I undersøgelsen er forskellige aldersgrupper blevet adspurgt, om de kender til medlemskab af demokratiske virksomheder.

- Kender til medlemskab af demokratisk virksomhed
- Kender ikke til medlemskab af demokratisk virksomhed



Figur 3: Kilde: Survey om medlemsdemokratiet i demokratiske virksomheder 2021. note: N1007

En afgørende årsag til yngres begrænsede engagement skyldes viden.

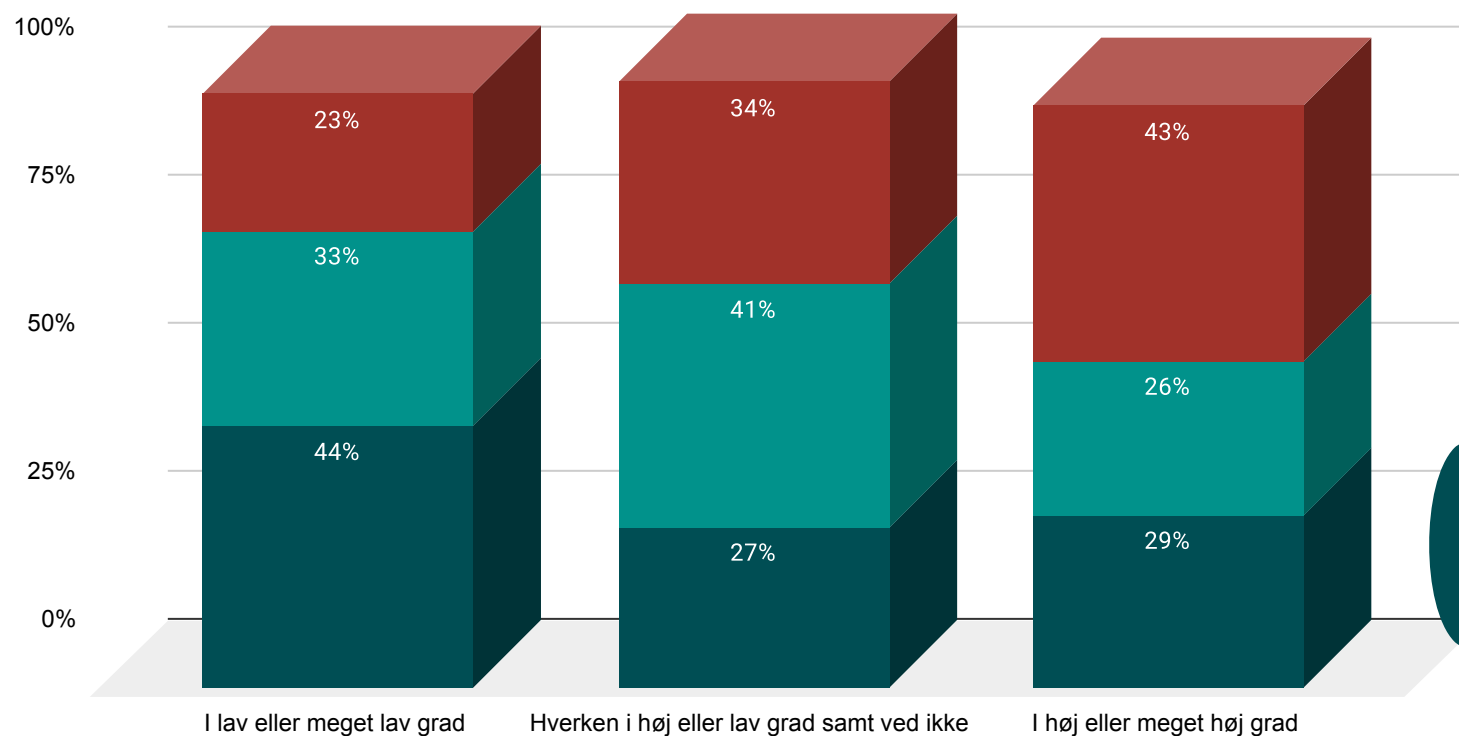
Kun 35 % af de yngre i aldersgruppen 18-39 år kender sit medlemskab i en demokratisk virksomhed, hvilket er lavere end kendskabet hos de øvrige aldersgrupper. 49 % af de 40-59 årige kender til sit medlemskab og for de 60+-årige er det 67 %.

Når færre yngre kender til sit medlemskab i erhvervsdemokratiet sammenlignet med de øvrige aldersgrupper, afspejler det sig i alderssammensætningen i repræsentantskaber, råd og bestyrelseslokaler. Kendskabsgraden har naturligt en betydning for yngres engagement, og om de deltager aktivt i de virksomheder, de er medejer af.

65 % af de unge kender ikke til deres medlemskab

De yngres kendskab til deltagelsesmuligheder

I undersøgelsen er det blevet adspurgt, i hvor høj grad medlemmerne i de demokratiske virksomheder kender til deres mulighed for at deltage i medlemsdemokratiet.



I hvor høj grad kender du til dine muligheder for at deltage i medlemsdemokratiet?

Figur 4: Kilde: Survey om medlemsdemokratiet i demokratiske virksomheder 2021. note: N1007

De yngre ved ikke, at de kan deltage aktivt i deres medlemskab.

Ser vi nærmere på yngre, som faktisk kender til deres medlemskab af en demokratisk virksomhed, er der også udfordringer. 44 % af de yngre i aldersgruppen 18-39 år har lav eller meget lav viden om deres mulighed for at deltage i erhvervsdemokratiet (som eksempelvis ved at stemme, deltage på generalforsamling eller stille op til besluttede forsamlinger). Det er cirka dobbelt så mange som i gruppen af 60+-årige. Manglende viden om deltagelsesmuligheder hos de yngre, der i forvejen kender til sit medlemskab, forstærker problemet om, at der mangler viden om, hvordan yngre bliver repræsenteret i besluttede forsamlinger.

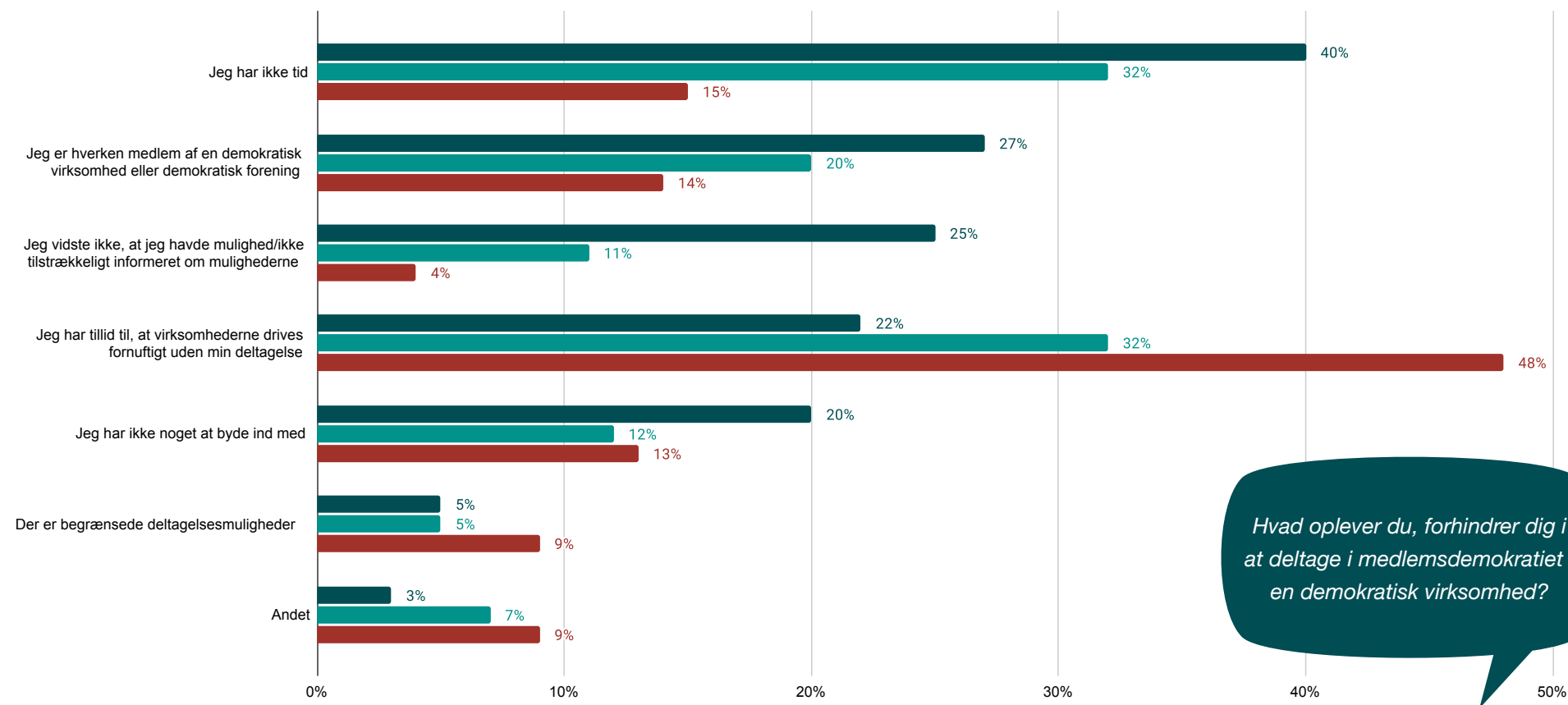
44%

af de unge i aldersgruppen
18-39 år har lav eller meget
lav viden om deres mulighed
for at deltage i erhvervs-
demokratiet

Barrierer for yngres engagement



Undersøgelsen peger på, at der er en række forhindringer for deltagelse i medlemsdemokratiet. Undersøgelsen viser også, at der er stor forskel på, hvad forskellige generationer ser som forhindringer.



Figur 5: Kilde: Survey om medlemsdemokratiet i demokratiske virksomheder 2021. note: N1007

Tid og kendskab er en barriere for yngres deltagelse

En afgørende forhindring for yngres deltagelse er tid. 40 % af yngre mellem 18 og 39 år oplever ikke at have tid til medlemsdemokratiet.

Derudover svarer 27 %, at de ikke er medlem af en demokratisk virksomhed eller forening, hvilket kan være en indikator på manglende viden på området. Stort set alle danskere er nemlig medejere af en demokratisk virksomhed inden for enten bank, pension, forsikring, andels- og lejeboliger, forsyning og detailhandel.

Yngre mangler tillid til virksomhederne, men oplever ikke at have noget at byde ind med

Blot 22 % af de yngre under 39 år svarer, at de har tillid til at virksomheden drives fornuftigt uden deres deltagelse, hvilket er halvt så mange som de 60+. Dette kan hænge sammen med, at yngre i dag har store krav til organisationers sociale ansvarlighed.

Samtidig mener 20 % af de yngre under 40 år, at de ikke har noget at byde ind med. Det er næsten dobbelt så mange som de resterende aldersgrupper.



TÆNKETANKEN

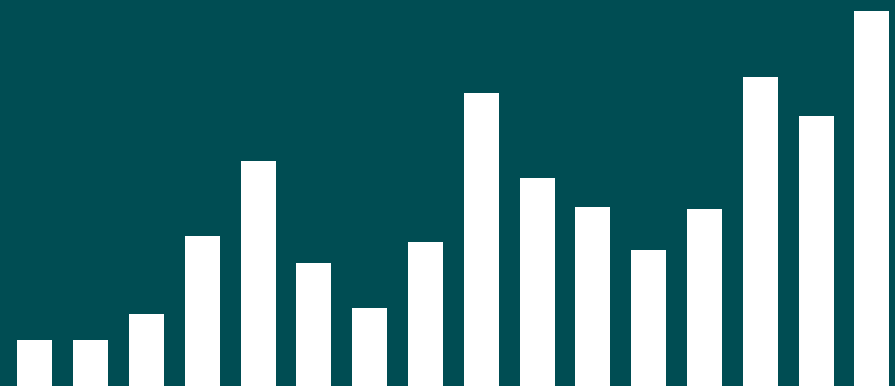
Demokratisk Erhverv

Kan andelsdemokratiet løse landbrugets udfordringer?



Del 3:

**Hvordan engagerer
de demokratiske
virksomheder flere
yngre?**





Involvering af yngre kræver:

1

De yngre er ikke vokset op med andelsbevægelsen sammenlignet med ældre aldersgrupper. Kendskab til erhvervsdemokratiet og information om hvordan man bruger sit medlemskab aktivt skal prioriteres højt.

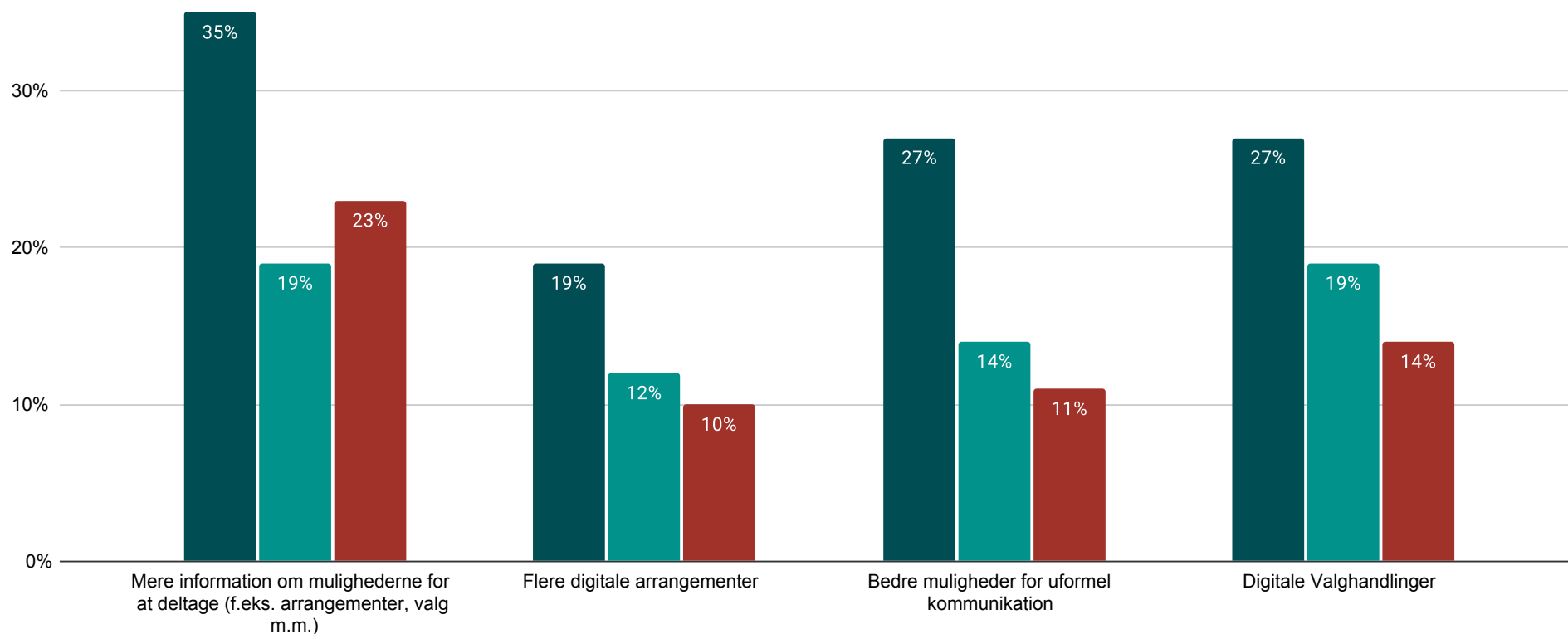
2

De demokratiske virksomheder skal fange de yngre, hvor de er. Det kræver mere digital kommunikation herunder digitale valghandlinger og digitale arrangementer.

3

De yngre går op i mærkesager og personlige interesser. Kommunikation og medlemstilbud til yngre bør i høj grad tale til disse værdier.

Hvad efterspørger de yngre?



Figur 6: Kilde: Survey om medlemsdemokratiet i demokratiske virksomheder 2021. note: N1007

Hvad kan den demokratiske virksomhed gøre for at få dig til at deltage i medlemsdemokratiet?

Fraværet af digital kommunikation kan ekskludere en generation, der i stigende grad navigerer og lever i en digital virkelighed. Aldersgruppen 18-39 år svarer, at medlemsdemokratiet med fordel kan blive mere digitalt og mere uformelt for at tiltrække dem. Det virker ikke overraskende, da meget af medlemsdemokratiet er baseret på formel struktur defineret af vedtægter, faste møder og klart definerede forskrifter. Samtidigt er fysisk fremmøde til fx generalforsamling og bestyrelsesmøder den typiske deltagelsesform i mange demokratiske virksomheders medlemsdemokrati.

Cirka dobbelt så mange af de yngre sammenlignet med den ældre aldersgruppe ønsker henholdsvis flere digitale arrangementer bedre muligheder for uformel kommunikation og digitale valg handlinger. Dette er interessant, da DEL 1 viste, at digitale arrangementer er et af de lavest prioriterede udviklingsområder hos de demokratiske virksomheder.

De fire medlemstyper

Demokratiske virksomheder kan med fordel engagere yngre med udgangspunkt i deres medlemstype. Medlemmer er forskellige, og det kan være svært som virksomhed at afkode, hvilke inddragelsesaktiviteter, der appellerer til hvilke medlemstyper. Virksomheden bliver bedre rustet til at inddrage medlemmerne, hvis den får et kendskab til, hvilke engagementsmønstre, der appellerer til de enkelte typer af medlemmer. Der findes groft sagt fire medlemstyper i det erhvervsdemokratiske Danmark: Den tillidsbaserede, Den selskabelige, Den informerede og Den forbrugsorienterede.

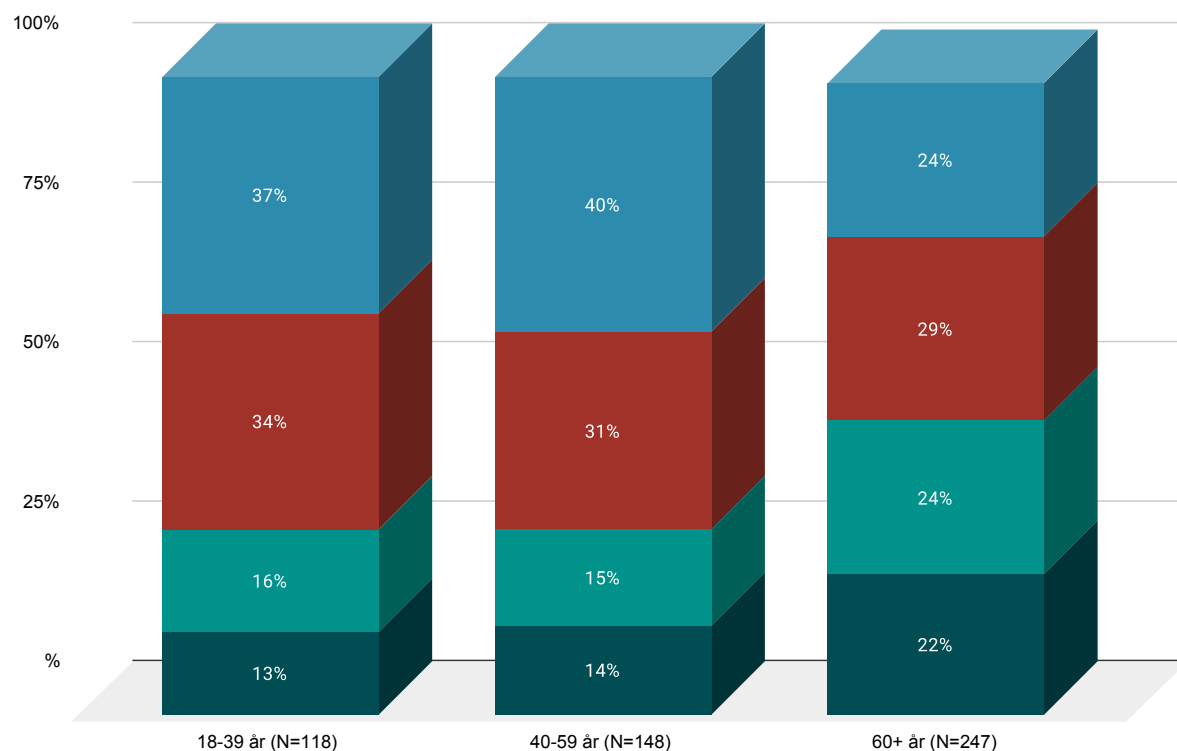
Første prioritet for motivation til deltagelse	Medlemstype
"At du som aktivt medlem er godt klædt på til at deltage i organisationens valg handlinger"	 Den tillidsbaserede
"At du som aktivt medlem kan deltage i et hyggeligt fællesskab med de andre aktive medlemmer."	 Den selskabelige
"At du som aktivt medlem kan arbejde for, at dine mærkesager kommer på organisationens dagsorden."	 Den informerede
"At du som aktivt medlem kan arbejde for personlige interesser, rettigheder og fordele."	 Den forbrugsorienterede

Kilde: TDE 2019: Kend dit medlemsdemokrati.

Den forbrugsorienterede og informerede medlemstype

Baseret på de udviklede fire medlemstyper, viser undersøgelsen, at der er en mindre generationsforskel på, hvilke typer de adspurgte er.

- Den tillidsbaserede
- Den selskabelige
- Den informerede
- Den forbrugsorienterede



De yngre er de informerede og forbrugsorienterede medlemstyper. 37 % af de yngre under 40 år kan karakteriseres som den forbrugsorienterede type, der er kendetegnet ved at prioritere muligheden for at arbejde for personlige interesser, rettigheder og fordele i medlemsdemokratiet. Dette er markant højere end de 60+-årige (24 %) men en smule lavere end de 40-59 årige (40 %). 34 % af de yngre under 40 år svarer som den informerede type, der prioriterer muligheden for at arbejde for at egne mærkesager. Dette er nogenlunde på niveau med de andre aldersgrupper.

Der er med andre ord behov for deltagelsesformer, der tilgodeser det forbrugsorienterede og det informerede medlem, hvis man ønsker at nå de yngre generationer.

Figur 7: Kilde: Survey om medlemsdemokratiet i demokratiske virksomheder 2021. note: N1007

Afrunding

Analysen viser, at den største forhindring for yngres deltagelse i erhvervsdemokratiet er mangel på kendskab og viden til sit medlemskab i en demokratisk virksomhed. De yngre ved ikke, at de har mulighed for at blive valgt i repræsentantskaber, råd og bestyrelseslokaler og få indflydelse på virksomhedens drift. Dette afspejler sig i alderssammensætningen og yngres medlemsengagement.

Demokratiske virksomheder kan med fordel kommunikere mere aktivt til den yngre målgruppe for at informere dem om deltagelsesmulighederne og hvad de yngre kan byde ind med. Kommunikationen kan tale til de yngres medlemstyper og fokusere på, at yngre i et aktivt medlemskab kan arbejde for sine egne mærkesager og personlige fordele.

Litteratur

CFSA (2021). Det Frivillige Sociale Engagement i Danmark. Frivilligrapport 2019-2021. Odense: Center for Frivilligt Socialt Arbejde. [https://frivillighed.dk/sites/frivillighed.dk/files/media/document/Frivilligrapport 2019-2021_0.pdf](https://frivillighed.dk/sites/frivillighed.dk/files/media/document/Frivilligrapport%202019-2021_0.pdf).

Dansk Ungdoms Fællesråd (2022): "Demokratianalysen 2022". København.
Se: Analyse: Demokratianalysen - Dansk Ungdoms Fællesråd (duf.dk)

Tænk tanken Demokratisk Erhverv (2019): "Danmarks demokratiske virksomheder". København.
Se: https://demokratiskerhverv.dk/wp-content/uploads/2021/03/Kortlaegning_Danmarks-Demokratiske-Virksomheder.pdf

Tænk tanken Demokratisk Erhverv (2022): "Kom tæt på medlemsdemokratiet i Demokratiske Virksomheder 2022". København. Se: https://demokratiskerhverv.dk/wp-content/uploads/2022/05/Medlemsdemokrati_09052022_done_opslag.pdf

Tænk tanken Demokratisk Erhverv (2023): "Om Danmarks demokratiske virksomheder". København,
Se: <https://demokratiskerhverv.dk/danmarks-demokratiske-virksomheder/>

