

RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen
Tilskudsmodtager: Den Danske Europabevægelse
Bevilget tilskud: 1.033.333
Projektansvarliges navn: Casper Karup Hedegaard
Dato og underskrift: 10/3-2021

Aktivitet 1 Lokale Aktiviteter	Afrapportering
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<p>Europabevægelsen og dens regions- og lokalforeninger havde oprindeligt planlagt en lang række forskelligartede aktiviteter spredt ud over hele landet. Grundet COVID-19 var det nødvendigt at aflyse allerede planlagte fysiske arrangementer, omlægge enkelte arrangementer digitalt eller påbegynde planlægning af helt ny online-arrangementer.</p> <p>De gennemførte arrangementer har en stor geografisk spredning, og målgrupperne til aktiviteter er ligeledes forskellige, alt efter hvilket arrangement der er tale om. Generelt for denne aktivitet er, at målgruppens alder vurderes til at ligge mellem 35-75.</p>
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	<p><u>Regionernes aktiviteter i 2020</u></p> <p>Fyn 2 online-arrangement og 1 fysisk debatmøde, herunder to webinarer om Brexit og et arrangement om overdragelse samt et debatarrangement om Kroatiens formandskab. Fyn har samarbejdet med den danske ambassade i London, de tyske og kroatisk ambassader samt Europe Direct.</p> <p>København/Frederiksberg 1 online-arrangement om EU's sociale søjle.</p> <p>Nordsjælland: 1 fysisk debatmøde om Ukraine mellem EU og Rusland. Nordsjælland har arbejdet sammen med Forsvarsakademiet om afholdelse af arrangementet.</p> <p>Københavns omegn 1 oplæg og efterfølgende debat om EU i året 2020.</p> <p>Syd- og Sønderjylland 2 fysiske debatmøder om henholdsvis Brexit og det tyske formandskab. Syd- og Sønderjylland har arbejdet sammen med LOF og den tyske ambassade.</p> <p>Vestjylland 2 fysiske debatmøder om henholdsvis kultursamarbejde og lobbyisme samt et arrangement med Niels Fuglsang om hans første tid i EU-Parlamentet. Vestjylland har arbejdet sammen med Region Midtjyllands EU-kontor i Bruxelles.</p> <p>Bornholm 1 fysisk fejring af Europadagen med filmvisning og debat. Bornholm har arbejdet sammen med Europe Direct.</p> <p>Nordjylland 1 online-debat mellem flere medlemmer af EU-Parlamentet om aktuelle tematikker.</p>

Aktivitet 1 Lokale Aktiviteter	Afrapportering
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	Til markedsføring af aktiviteterne har regionerne hovedsageligt benyttet sig af annoncer i dagblade samt annoncering på facebook. Sekretariatet har annonceret regionernes aktiviteterne på hjemmeside, i nyhedsbreve samt på relevante sociale medie-platforme alt efter relevans.
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Deltagere i fysiske arrangementer: 477 Deltagere i online-arrangementer: 3.025
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler succesen til: 5 Vores online-aktiviteter i regionerne har været præget af en stejl læringskurve. Mange af vores frivillige har aldrig før arbejdet med webinar og livestreams før. Vi har derudover formået at lave et mere arrangement, end vi oprindeligt havde planlagt. Europabevægelsens sekretariat vil i fremtiden stå mere til rådighed med vejledning og arrangere workshops for frivillige i forhold til afvikling af online-arrangementer i regionerne. Vi vil fortsat lave fysiske og online-arrangementer i regionerne.

Aktivitet 2 folkeoplysende og debatskabende aktiviteter om EU	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	Europabevægelsen har været over hele landet med vores debatter og arrangementer. Grundet situationen omkring COVID-19 har det dog ikke altid været med fysiske arrangementer. Vi har afholdt en konference med fokus på det danske forsvarsforbehold. Vores store aktivitet omkring Folkemødet var desværre ikke mulig grundet aflysning. En aflysning der skete efter, at vi have lagt mange timer og økonomi i Folkemødet. Kampagnevideoerne samt overrækkelsesceremoni og overdragelseseventet blev afholdt digitalt, hvilket også gav eksponering efter afholdelse. Målgrupperne har været forskellige, hvilket skyldes en forskellighed i arrangementerne. Vi er nået ud til målgrupper så som borgere interesseret i menneskerettigheder, unge og ældre, erhvervsledere samt kulturinteresserede. Vores mål har været at møde borgerne i øjenhøjde.
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	To debatter i samarbejde med Dansk Industri I november arrangerende vi to debatter i et hybrid-event, hvor det blev streamet på Dansk Industris hjemmeside samt på Europabevægelsens facebookside. Der var mulighed for begrænset fysisk deltagelse i Industriens Hus. Arrangementet indledtes med en tale af Marqrethe Vestager. Herefter var der debat om EU's grønne omstilling

Aktivitet 2 folkeoplysende og debatskabende aktiviteter om EU	Udfyld afrapportering herunder
	<p>samt EU og digitalisering. Begge debatter var med deltagelse af toneangivende eksperter samt medlemmer af EU-Parlamentet.</p> <p>Demonstration mod LGBT-frie zoner i Polen I august tog Europabevægelsen initiativ til at sætte EU's artikel 2 på dagsordenen gennem et samarbejde med LGBT+ Danmark og Copenhagen Pride. Demonstrationen blev streamet online, og der var taler af en polsk LGBT-aktivist, EU-Parlamentarikre Marianne Vind samt Europabevægelsens formand.</p> <p>Konference om forsvarsforbeholdet I november afholdt Europabevægelsen en konference om forsvarsforbeholdet som et hybridarrangement med ca. 40 fysiske deltagere samt flere hundrede deltagere, der fulgte med online. Konferencens program indeholdt en tale af udenrigsministeren, forsvarsordføreren fra oppositionen samt en række eksperter.</p> <p>Debat om forsvarsforbeholdet på Frederiksberg Slot Den 29. januar 2020 afholdt Europabevægelsen en forsvarsdebat på Frederiksberg Slot med paneldeltagelse af Stine Bosse, Christine Nissen (DIIS), Cecilie Felicia Stokholm Banke (DIIS), Katarina Ammitzbøll (K), Karsten Lauritzen (V) og Anne Valentina Berthelsen (SF). Arrangementet startede med et oplæg af Stine Bosse, hvorefter Christine Nissen og Cecilie Felicia Stokholm Banke holdt hver deres oplæg om forskellige aspekter indenfor DIIS' nyudgivet rapport "Europæisk forsvarssamarbejde og det danske forsvarsforbehold."</p> <p>Overdragelsesevent og overrækkelsesceremoni I 2020 kårede Europabevægelsen forfatter Suzanne Brøgger til årets Europæer for hendes bidrag til en oplysende europæisk debatkultur. Arrangementet blev afholdt i Europabevægelsens lokaler med et begrænset antal fysiske deltagere og livestream.</p> <p>Overdragelsen af formandskabet for Europarådet blev markeret med en online drøftelse om EU og Europarådets arbejde. Online-deltagere havde mulighed for at engagere sig ved at stille spørgsmål til panelet.</p> <p>Gå-hjem-møde med tidligere kommissær Kristos Stylianides I november afholdt vi et gå-hjem-møde med Stine Bosse og Kristos Stylianides i PLANbørnefondens lokaler på Nørrebro. Arrangementet fungerede som et hybridevent med både online og fysisk mulighed for deltagelse. Temaerne var hovedsagelig EU's forsvarspolitik, EU's migrationspolitik samt EU's håndtering af corona-situationen.</p> <p>To webinarer om Brexit I december var Brexit for alvor ved at være en realitet. Vi afviklede drøftelser med MEP Niels Fuglsang, MEP Niels Helveg Petersen og Dansk Industri. Det højaktuelle emne fungerede som afsæt for drøftelser af konsekvenserne for Danmark og Europa ved Storbritanniens udtræden af fællesskabet.</p> <p>Europadagen Europabevægelsen har for vane at markere Europadagen med forskellige aktiviteter. Grundet usikkerhed om åbningsgraden af samfundet produceredes der 4 kampagnevideoer om EU som substitut for fysiske arrangementer. De fire videoer havde temaerne grøn omstilling, omsorg, holdånd og ligestilling.</p>
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye	De varierende arrangementer har vi markedsført på forskellig vis. Som

Aktivitet 2 folkeoplysende og debatskabende aktiviteter om EU	Udfyld afrapportering herunder
formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	markedsføringskanaler har vi i udgangspunktet benyttet sociale medier, skriv i lokale- og nationale medier samt vores hjemmeside og nyhedsbreve.
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	<p>Demonstration mod LGBT-frie zoner i Polen Online deltagelse: 15.000</p> <p>Konference om forsvarsforbeholdet Fysisk deltagelse: 40 Online deltagelse: 1.000</p> <p>Debat om forsvarsforbeholdet på Frederiksberg Slot Fysisk deltagelse: 100</p> <p>Gå-hjem -møde med tidligere kommissær Kristos Stylianides Fysisk deltagelse: 12 Online deltagelse: 1.100</p> <p>Overdragelsesevent og overrækkelsesceremoni Online deltagelse: 59</p> <p>To webinarer om Brexit Online deltagelse: 60</p> <p>Europadagen Online-reach: 178.000</p>
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<p>Vi måler succesen til: 4</p> <p>Grundet Covid-19 har vores debatskabende aktiviteter i 2020 været noget anderledes end forventet. Vi har dog alligevel formået at omstrukturere vores aktiviteter, så de kunne afholdes med et stort reach.</p>

Aktivitet 3 Undervisnings-aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<p>I 2019 startede vi at fokusere på især erhvervsskole- og FGU-elever, hvor vi underviser elever i EU's institutioner og EU-forhold. Dette fokus har vi fortsat i 2020. Herudover har vi undervist en lang række af udskolingselever og gymnasieklasser med oplæg. Der har både været online oplæg samt fysiske besøg på skolerne, når COVID-19 - restriktionerne har tilladt det.</p> <p>Som en del af vores ungeindsats har vi afviklet EU-temadage, hvor der bl.a. har været onlinetilstedeværelse af EU-parlamentarikere.</p> <p>I tillæg til undervisningsgangene har vi afviklet en række online livestreams med både unge personer med arbejde i EU-systemet, eksperter og politikere. Ydermere har vi afviklet onlinedebatter/ EU-samtaler med personer med en særlig viden eller erfaring med EU og Euroaa.</p>

Aktivitet 3 Undervisnings- aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
	<p>Vores uddannelsesaktiviteter rammer forskellige målgrupper alt efter aktivitet, herunder elever på landets FGU- og erhvervsskoler, gymnasieelever og udskolingselever samt vores følgere på Facebook og Twitter i forhold online-interviewene og online- debatterne.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Besøg på erhvervsskoler og FGU-institutioner Vi besøgt fire institutioner: FGU Vesterbro, ZBC Ringsted , ZBC Ringsted EUD samt FGU Vesterbro Scenekunst.</p> <p>EU-temadage Vores temadage på uddannelsesinstitutioner har indeholdt forskellige elementer alt efter vidensniveauet på den enkelte institution. Som minimum har temadagene indeholdt en gennemgang af EU's institutioner og et konkret emne til diskussion. I flere af EU-temadage-sessionerne har der været deltagelse af medlemmer af EU-Parlamentarikere, så som Christel Schaldemose og Karen Melchior. Vi i alt haft EU-temadage med 10 hold.</p> <p>Livestream Vi har afviklet 20 livestrams på vores facebookside, hvor Stine Bosse eller Jens-Kristian Uitken har interviewet forskellige personer om aktuelle EU-temaer. Der er blandt andet drøftet forsvarssamarbejde, corona, økonomi mv. Herudover er der gennemført interviews med unge kandidater, der er påbegyndt karriere i EU-systemet. I løbet af de tyve livestream er der interviewet personer så som Kristian Jensen, Karen Melchior, Marlene Wind, Christel Schaldemose, Eva Kjer Hansen, og Morten Løkkegaard.</p> <p>Onlinedebatter / EU-samtaler I efteråret 2020 har Europabevægelsen samarbejde med tidligere TV-vært, Mikkel Fønsskov om at lave online interviews med fem personer med en særlig indgangsvinkel eller viden om EU. Deltagerne i samtalerne tæller Klaus Bondam, Per Stig Møller, Connie Hedegaard, Stine Bosse og Emmelie de Forest.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>Arrangementerne under denne aktivitet er markedsført på forskellig vis. I forhold til aktiviteterne på skolerne, har vi taget kontakt til underviserne på de enkelte skoler for at aftale besøgene.</p> <p>Online-aktiviteterne er blevet markedsført på vores facebookside, Twitter-profil, på vores hjemmeside samt i vores nyhedsbrev.</p>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Besøg på erhvervsskoler og FGU-institutioner Online og fysisk deltagelse af elever: 58</p> <p>EU-temadage Online og fysisk deltagelse af elever: 222</p>

Aktivitet 3 Undervisnings- aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
	Livestreams Online deltagelse: 74.416 Online debatter / EU-samtaler Online deltagelse: 6.787
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler succesen til: 5 Vi har haft rigtig god respons fra skolerne, der har meldt tilbage, at de fortsat ønsker et samarbejde fremadrettet. Onlineaktiviteterne er blevet set af mange tusinde personer, hvilket er medvirkende til, at vi fortsætter lignende aktiviteter fremadrettet.

Aktivitet 4 Vi Vil Europa	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<p>Med Vi Vil Europa-koncept er vores ønske at sprede EU-debatten og gøre den nem og tilgængelig for alle. Vi havde i starten af året planlagt forskellige aktiviteter, der rammer forskellige målgrupper. Vi har lavet en debatfolder, der opfordrer til debat hjemme. Dilemmaspil, der skaber debat om EU på uddannelsesinstitutionerne. Og til sidst konceptet Vores EU', hvor vi over tre dage havde planlagt at besøge tre byer på tre med tre forskellige aktiviteter i hver by. Her får vi muligheden for at møde en masse forskellige danskere i forskellige settings og forskellige stadier af livet med budskabet om, at EU er for alle.</p> <p>Målgruppen for debatfolderen er den almindelige borger, der har fået tilsendt materiale af Europabevægelsen i løbet året. Det er derfor en ny målgruppe, og vores forventning er, at vi har skabt debat om EU hos en gruppe borgere, som muligvis ikke havde engageret sig. For dilemmaspillene er de unge i fokus, da vi besøger uddannelsesinstitutioner. Vores EU er tredelt: hvor vi om formiddagen besøger et gymnasium, bruges eftermiddagen på torvet til en snak med de lokale borgere og aftenen bliver brugt enten i en forening, på en bar, et studenterhus eller andet.</p>
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	<p>Debatfolder Vi Vil Europa har i 2020 været udfordret af nedlukningen grundet COVID-19, og vi har ikke kunne besøge alle de steder, vi havde planlagt. Dette førte til, at vi måtte tænke nyt. For fortsat at kunne inspirere til samtaler og debat om EU og Europa, ændrede vi konceptet Danmark Debatterer EU til en EU-debatfolder med en række debatpunkter, der nemt kan bruges hjemme. Folderen er sent ud med alt materiale vi sendte ud fra Europabevægelsens side. Det drejer sig hovedsageligt om borgere, der har købt Europabevægelsens EU-sokker. Vi er derved nået ud til en helt ny gruppe af borgere, der ikke før har været engageret af os i EU-debatten.</p> <p>Dilemmaspil Der er blevet afholdt online dilemmaspil og hele undervisningsdage på gymnasier og folkeskoler. Her har de studerende engageret sig i en konkret case, hvor de fx skulle håndtere flygtningekrisen.</p> <p>Vores EU</p>

Aktivitet 4 Vi Vil Europa	Udfyld afrapportering herunder
	Som en del af vores engagement i de danske regioner, tager vi med Vores EU ud til tre forskellige byer, hvor vi arrangerer tre arrangementer på forskellige lokationer i løbet af dagen. Disse dage var alle planlagt, men grundet Corona restriktioner har vi desværre været nødsaget til at aflyse disse.
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	<p>Ved markedsføring af aktiviteten har vi med fordel kunne benytte vores samarbejdspartneres-erfaringer i Vi Vil Europa-netværket, der tæller 23 danske organisation, partier, institutioner og virksomheder. Vi har samtidig benyttet os af markedsføringskanaler så som vores hjemmeside og Sociale Medier.</p> <p>Vi ønskede at dilemmaspillene skulle bredes ud til alle dele af landet, og derfor er alle folkeskoler og gymnasier kontaktet pr. e-mail med et tilbud om, at de kunne deltage i dette gratis undervisningstilbud.</p> <p>Vores EU blev der reklameret for via hjemmesiden og sociale medier. Det er her vi har den bedste kontakt med vores medlemmer.</p> <p>Alle vores tilbud bliver der ligeledes reklameret for i vores nyhedsbreve.</p>
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	<p>Vi har i 2020 afsendt 53 foldere til samtaler i eget hjem og vurderer at være nået ud til 150 borgere.</p> <p>Vi besøgte 14 forskellige skoler online i 2020, nogle af dem flere gange med forskellige klasser. Her nåede vi ud til 495 elever.</p>
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<p>Vi måler succesen til: 4</p> <p>Hvor vi normalt når rigtig mange mennesker med Danmark Debatterer EU, var omfanget mere begrænset med en folder. Vi er også begrænset i, at den skulle sendes ud fysisk.</p> <p>Dilemmaspillene var et forsøg på at engagere skolerne i en onlineaktivitet. Skolerne og eleverne har taget utrolig godt imod det. Dog har dette format sine begrænsninger i et onlineformat og fremadrettet vil vi igen tage fysisk ud på skoler og afvikle dilemmespil.</p> <p>Vores EU, der var planlagt til afvikling i december måtte desværre aflyses grunden en ny nedlukning af Danmark i perioden, hvilket er grundet til, at vi sænker vurderingen af aktivitet til 4 og ikke 5, som den ellers ville have været.</p>

Aktivitet 5 Nyheder, debat og vidensartikler	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	Debatindlæg er en måde at nå målgrupper med debat og viden, der ikke prioriterer at deltage i fysiske arrangementer. Vi har derfor løbende debatindlæg, kronikker m.v. for at skabe folkelig debat om EU. Udover, at vi selv har udarbejdet indlæg til dagblade og på vores egne SoMe kanaler har et netværk af debattører bidraget med blog-indlæg på vores hjemmeside.

Aktivitet 5 Nyheder, debat og vidensartikler	Udfyld afrapportering herunder
	<p>Som en del af vores indsats for at bidrage med nyheder, debat og viden om EU har vi produceret en lang række mindre videoindslag fra medlemmer af EU-parlamentet om deres politiske virke og livet som politiker.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>EU-bloggen Europabevægelsen har lagt 20 blogindlæg på vores hjemmeside. Vi har fået indspark fra tidligere Europa-Parlamentarikere, repræsentanter fra NGO'er, ungdomspolitikere og virksomhedsrepræsentanter.</p> <p>Indlæggene har været frit tilgængelige på www.europabevaegelsen.dk og er blevet promoveret via sociale medier.</p> <p>Debatindlæg og kronikker i landsdækkende aviser Europabevægelsen har været repræsenteret i alle de store dagblade, herunder Politiken, Berlingske, Jyllands-Posten, Information og ganske ofte i mediet Altinget og regionale dagblade med 65 indlæg.</p> <p>Europabevægelsen prioriterer allermost at få publiceret indlæg i medier, hvor der er stor rækkevidde, ligesom vi også prioriterer det meget højt at nå ud i hele landet med debat om EU.</p> <p>Almindelig opreklamering på Facebook og Twitter for alle vores typer af oplysende og debatskabende arrangementer.</p> <p>Video-indlæg på vores vlog, 'Livet i EU' Europabevægelsen har via de danske Europa-parlamentarikerne produceret mere end 32 videoer. I videoerne har Europa-Parlamentarikerne forklaret, hvordan deres arbejdsdag forløber, hvilke sager de er engageret i, og hvordan beslutningsprocessen i EU fungerer.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>Debatindlæggene er publiceret i danske dagblade.</p> <p>Til blogindlæggene har vi taget vores hjemmeside i brug.</p> <p>Videoerne "Livet i EU" publiceres på vores hjemmeside.</p> <p>Alt vores materiale bliver kontinuerligt promoveret via sociale medier og vores nyhedsbrev, der sendes ud til 2.500 modtagere.</p>
<p>Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Europabevægelsens debatindlæg publiceres både i dagblade og på mediernes website. Det er vanskeligt at estimere det totale antal læsninger, da mediehusene i reglen ikke publicerer læsertal, men læsertallet når nemt op flere hundrede tusinder læsere.</p> <p>Alt vores indhold bliver altid distribueret videre via vores sociale medier.</p> <p>Europabevægelsen har 8.800 følgere på Facebook og på Twitter 5.400 følgere.</p>
<p>På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage</p>	<p>Vi måler succesen til: 5</p>

Aktivitet 5 Nyheder, debat og vidensartikler	Udfyld afrapportering herunder
aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vores materiale, særligt debatindlæg, er nået ganske langt ud. Men Europabevægelsen vil lægge sig yderligere i selen for særligt at få materiale der oplyser om og debatterer EU på de allerstørste platforme jævnlige. Herunder Politiken, Berlingske og Avisen Danmark, ligesom vi vil forsøge på mere systematisk vis at få vores debatindlæg til at havne i regionale aviser.

Aktivitet 6 Demokratisk deltagelse	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<p>Vi har medvirket til at styrke EU-debatten og EU-oplysningen ved at samarbejde med forskellige organisationer og partnere med henblik på at etablere et demokratinetværk. Gennem brug af vores netværk af organisationer og politikere har vi arbejdet sammen om et nyopstartet folkemøde i Mariager med EU som omdrejningspunkt for at sparke projektet i gang. Projektet vedrørende det europæiske folkemøde kommer til at ramme helt nye målgrupper, der bliver inddraget i debat og oplysning om EU på samme måde, som Folkemødet på Bornholm har formået at engagere borger omkring politik og folkeoplysning.</p> <p>Viden om, hvordan EU-systemet virker og hvordan man begår sig i det er et fokuspunkt for Europabevægelsen. Vi har derfor taget initiativ til at samle viden om ansættelse og karrieremuligheder i EU, der skal fungere som et en fælles informationskanal for unge, der ønsker at gøre karriere i EU, og derved giver unge danskere en mulighed for at udøve direkte indflydelse på det europæiske demokrati.</p> <p>Som en del af øge den demokratiske deltagelse har Europabevægelsen udarbejdet en række oplysningsvideo, der frembringer forskellige budskaber med blandt andet taler fra EU-parlamentet.</p>
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	<p>Udvikling af demokratinetværk</p> <p>Som en del af et projekt om at etablere et demokratinetværk har vi påbegyndt dialog med de fleste af EU-parlamentets medlemmer. Herudover har vi været i kontakt med en lang række danske og europæiske organisationer, der har tilkendegivet deres interesse i at indgå i projektet vedrørende et europæisk folkemøde i Mariager. Arbejdet er sket i samarbejde med en projektgruppe oprettet af Mariagerfjord Kommune. Projektgruppen er senere overgået til at blive en forening under navnet Festival of Europe.</p> <p>Oplysningshjemmeside</p> <p>For at engagere flere unge i at påbegynde en karriere i EU-system og på den måde udøve demokratisk indflydelse, har vi oprettet en hjemmeside, jobieu.dk / jobibruxelles.dk, der samler information om, hvordan man påbegynder et praktikophold eller en karriere i EU. Vi har arbejdet sammen med DJØF i dette projekt. Sammen med DJØF har vi desuden bidraget løbende til planlægning af konferencer, der henvender sig til unge, der ønsker en karriere i EU.</p> <p>Oplysningsvideoer</p> <p>Som et led i at styrke oplysningen om, hvad der foregår i Danmark og i Bruxelles på EU-dagsorden, har vi udarbejdet 12 oplysningsvideoer, der er lagt op på vores SoMe-kanaler. Videoerne har forskellige temaer, og personerne der er brugt i videoerne tæller: Guy Verhofstadt og Viktor Orban Esteban Gonzales, Nigel Farage, Garcia Perez Frans</p>

Aktivitet 6 Demokratisk deltagelse	Udfyld afrapportering herunder
	Timmermanns, Ursula von der Leyen, Mairead McGuinness, Stine Bosse Jan E. Jørgensen, Martin Lidegaard og Asger Christensen.
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	<p>Udvikling af demokratinetværk Vi har udbredt viden om etableringen af demokratinetværket ved at henvende os direkte til de potentielle deltagere.</p> <p>Oplysningshjemmeside Hjemmesiden kan findes ved at søge på google, når der søges efter praktikpladser og job i Bruxelles eller EU. Herudover er vores netværk 'Vi Vil Europa' orienteret om tiltager. Det er vores plan, at vi fremadrettet opdaterer hjemmesiden, og at vi vil oprette en job- og praktikbank på siden i samarbejde med EU-institutionerne, EU-kontorerne samt flere brancheorganisationer.</p> <p>Oplysningsvideoer Vores oplysningsvideoer er udgivet på Facebook og Twitter. Herunder er de fleste af videoerne markedsført i Europabevægelsens nyhedsbrev.</p>
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	<p>Demokratinetværk Kontakt til flere hundrede politikere og organisationer i Danmark og Europa.</p> <p>Oplysningshjemmeside Eftersom hjemmesiden først blev lanceret i slutningen af 2020, er det ikke muligt at komme med et eksakt tal på hvor mange, der har benyttet sig af siden. Vores mål er at der på sigt skal være 2.000 besøgende på siden om året.</p> <p>Oplysningsvideoer Online reach: 126.827</p>
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<p>Vi måler succes til: 5</p> <p>Vi er nået i mål med aktiviteten, og har endda produceret flere videoer end vi først havde planlagt. Målet i forhold til demokratinetværket er opfyldt, og vores arbejde at medvirke til, at der etableres et stort europæisk folkemøde i Mariager fra 2022 og frem, hvor der bliver debatteret EU i storstil.</p>

Aktivitet 7 Hjemmeside til støtte for lokale aktiviteter og sociale medier	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<p>Hjemmesiden er en vigtig grundsten i foreningens kommunikation for at kunne nå ud til hver en afkrog af Danmark.</p> <p>Her finder man både de lokale og nationale aktiviteter oplyst. Sammen med vores kanaler og sociale medier er der mulighed for oplysning og debat til hele landet i forhold</p>

Aktivitet 7 Hjemmeside til støtte for lokale aktiviteter og sociale medier	Udfyld afrapportering herunder
	<p>til artikler, debatindlæg, viden, reportager. Indholdet er produceret af både sekretariatet og aktive frivillige landet over. Hver region har sin egen side - ligesom flere regionsforeninger har deres egne lokalt tilpassede Facebooksider. På den måde når vi ud til meget lokalt geografisk afgrænsede målgrupper.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Hjemmesiden er løbende opdateret med Europabevægelsens aktiviteter og nyheder. Det gælder både aktiviteter iværksat af sekretariatet og vores regions- og lokalforeninger.</p> <p>Facebooksiden er i tiltagende grad vores officielle ansigt ud til, og vi har derfor brugt tid og energi på at engagere vores mange følgere i debat om EU. Dertil har vi løbende produceret opslag, hvor vi frembringer viden om europæiske forhold. Det samme gør sig gældende i forhold til vores Twitterprofil. Fra vores Twitterprofil retweeter vi desuden jævnligt indhold fra EU-parlamentarikere, EU-parlenter, danske eksperter og samfundsdebattører.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>Europabevægelsens hjemmeside er informationscentral for de fleste af vores aktiviteter. Det gælder både regionernes arrangementer, arrangementer afviklet af sekretariatet, nyheds- og blogindlæg samt andre tiltag. Mange af disse aktiviteter eksponeres på vores sociale medier, hvorfra brugerne ledes ind på enten aktivitetskalendere på hjemmeside, nyhedsundersiden eller ind på hovedsiden.</p>
<p>Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Hjemmeside 32.611 unikke brugere har besøgt vores hjemmeside i løbet af 2020. Samlede antal besøgende er mærkbart højere end vi havde beregnet i den godkendte aktivitetsplan med gennemsnitligt 5.644 besøgende hver måned.</p> <p>Facebook Ved udgangen af 2020 er der 8.848 følgere på vores side. Visningerne løber op i flere hundrede tusinder.</p> <p>Twitter 5.467 følgere med et samlet reach på 2.224.000 for visninger for tweets og profilside.</p>
<p>På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?</p>	<p>Vi måler succes til: 4</p> <p>Både hjemmesiden, twitter og facebook er noget langt ud i samfundet. Vores mål om at have 9.000 følgere på Facebook og 5.500 følgere på Twitter er ikke opnået helt, men vi er næsten i mål. Derfor er succesen vurderet til 4 og ikke 5.</p> <p>Vi forsætter det høje aktivitetsniveau fremadrettet.</p>

