

| |
|---|
| RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen |
| Tilskudsmodtager: Enhedslisten |
| Bevilget tilskud: 782.108 |
| Projektansvarliges navn: Mads Hadberg |
| Dato og underskrift: 10/03/2021 |

| Aktivitet 1 (titel) | Afrapportering |
|---|--|
| 1. Uddannelse, oplysning og bevægelsesarbejde | Aktiviteten er aflyst grundet corona og med revision senest i november 2020. |
| Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner | Aktiviteten er aflyst grundet corona og med revision senest i november 2020. |
| Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler | Aktiviteten er aflyst grundet corona og med revision senest i november 2020. |
| Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal) | Aktiviteten er aflyst grundet corona og med revision senest i november 2020. |
| 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: Udenfor bedømmelse |

| Aktivitet 2 (titel) | Udfyld afrapportering herunder |
|---|---|
| 2. Landsdækkende EU-kampagner | I 2020 vil vi arbejde med en landsdækkende EU-kampagne om problemerne med skattely i EU og EU's utilstrækkelige og problematiske rolle i denne sammenhæng. Formålet er at udbrede information om EU og Enhedslistens holdning på området. Kampagnen vil bestå af annoncer i flere store dagblade og sideløbende annoncer online. Vi vil desuden løbende arbejde på materiale i form af bl.a. artikler, som kan annonceres og deles på de sociale medier, samt lave en kampagnehjemmeside, hvor problemstillingen udfoldes. Målgruppen er den brede offentlighed og i hele landet. 1 kampagne om et aktuelt EU-emne herunder temahjemmeside med skriftlig materiale. Annoncering til den bredde offentlighed i 5-10 forskellige medier. |
| Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner | Vi kørte kampagne på skattely med udgangspunkt i vores hjemmeside www.enhedslisten.eu/skattely med avis- og onlineannoncering. På hjemmesiden gennemgår vi frikendte skattely og hvordan det hænger sammen med reglerne for EU-skattely. På kampagnesiden er der links til eksterne sider med information om skattely. Annoncer i aviser er en god måde at skabe debat og sprede information til en målgruppe, som vi ikke normalt er i berøring med. |

| | |
|---|---|
| Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler | Vi bragte annoncen og billederne i mange af de store medier i Danmark online såvel som tryk. Vi har kørt kampagnen i november og december. |
| Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal) | Det er svært at sætte decideret antal på, men vi har betalt for en række elementer. Første omgang kørte vi kampagne i følgende: Information (print og online), BT (tryk), Ekstrabladet (online og tryk), Politiken (online). I anden omgang Information (2 x print samt online i 5 dage), Ekstrabladet (online 500.000 visninger og tryk), Avisen Danmark (print helside), TV2 Nyhederne (online 5 dage og 350.000 visninger), Sjællandske Medier (33. lokalaviser på Sjælland), Ud og Se (456.000 pr. måned 140.000 oplag) |
| 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 Det er en stor succes at komme så langt ud til mennesker i hele landet med relativt beskedne midler. Det er en aktivitet, som vi vil gennemføre igen. |

| Aktivitet 3 (titel) | Udfyld afrapportering herunder |
|--|--|
| 3. Podcasts og materiale til sociale medier | Vi planlægger at udarbejde en selvstændig hjemmeside, som skal bruges til at formidle EU-relateret stof. Vi regner med at skrive en række EU-artikler (30-40 artikler) inden for en bred vifte af emner, som vi vil dele og annoncere på de sociale medier for at nå ud til en bred målgruppe. Dertil vil vi oprette et EU-nyhedsbrev, hvor målet er 1.000 abonnenter inden året er omme. Vi vil bl.a. annoncere for nyhedsbrevet og opfordre folk til at tilmelde sig via annoncer på sociale medier. |
| Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner | Helt konkret er aktiviteten lavet ved at oprette hjemmesiden https://enhedslisten.eu/ . Hjemmesiden er et godt værktøj at søge information om Enhedslistens politik og EU. Der findes i hovedmenuen 100 gode forslag (50 "gamle" forslag og de 50 "yderligere"), nyheder, opinion, en SoMe-aktivitetssøjle hvor Enhedslisten.eu på twitter kører. Der er også tilknyttet et nyhedsbrevsmodul. Ligeledes har vi lavet facebook siden "Øropa – Dit indblik i EU". |
| Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler | Vi har brugt interne kanaler til at promovere hjemmesiden samt brugt sociale medier som Facebook. Det er ikke ligefrem nye kanaler, men brugbare. Vi har brugt annonceringsmidlerne på at annoncere for vores nye hjemmeside. |

| | |
|--|--|
| <p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p> | <p>Vi havde en ambition om 30-40 artikler, men vi har lavet over 100 artikler. Desværre har det ikke været muligt endnu at trække tal ud på rækkevidden af hjemmesiden, men vi ved at der følges med og artikler deles på sociale medier som Facebook og Twitter. Vi har f.eks. følgende data om spredningen af nedenstående artikler via Facebook:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● "EU bruger millioner på reklamekampagner, der skal få os til at spise mere kød" (97.900 views) ● "EU-frås for milliarder: De 10 mest gakkede ting EU bruger penge på" (19.900 views) ● "Dansk politi søger i Europols databaser som aldrig før" (42.036 views) ● "EU's bølgebande ser ud til igen at blive forgyldt trods fortsatte angreb på retsstaten" (20.018) ● "EU fjerner Cayman Islands fra skattelyliste: -Det er helt uforståeligt" (92.400 views) ● "Statskassen tømmes: Skattely i EU koster Danmark mindst 5 milliarder om året" (68.600 views) ● EU er skyld i slukkede baglygter (522.000 views) ● "EU-toppens fede fidus: Lukrativ pension fra 60 år" (10.200 + 27.100 views) ● "Retsstaten tabte, da EU-budgettet faldt på plads" (45.900 views) ● "EU's landbrugsstøtte går til de rigeste – og adlen" (47.900 views) |
| <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 succesen til: 4</p> <p>Hjemmesiden er yderst brugbar til at sprede debat og information om EU-stof. Hjemmesiden er kommet mere end godt i gang, og er en vigtig kilde til inspiration for alle. Hjemmesiden vil fortsætte, og vi vil arbejde på at finde en model for at indhente data for besøgende.</p> |

| <p>Aktivitet 4 (titel)</p> | <p>Udfyld afrapportering herunder</p> |
|---|---|
| <p>4. Publikationer og andet materiale</p> | <p>Enhedslisten vil løbende arbejde med skriftligt materiale vedrørende EU, som kan uddeles til vores medlemmer og den bredere offentlighed. Vi vil blandt andet fortsat anvende vores medlemsblad Rød+Grøn, som udkommer 6 gange om året i ca. 10.000 eksemplarer og bl.a. sendes til alle biblioteker. Derudover planlægger vi at lave en opfølgning på vores populære publikation "50 gode forslag, som EU forhindrer med udgivelse i efteråret. Godt 9.200 medlemmer skal modtage den, den skal være offentligt tilgængeligt på hjemmeside samt deles på online platform.</p> |

| | |
|--|---|
| <p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p> | <p>Vi har bragt EU-artikler i vores medlemsblad "Rød + Grøn". Februar-udgaven var med fokus på EU-kommissionens forkvinde Ursula von der Leyens udspil og "Konference om Europas Fremtid", samt EU og Storbritanniens forestående handelsaftale. I juni kørte vi tema om EU's budget, klima samt militær oprustning. I oktober var fokus på klimakamp, arbejdstageres kamp og ikke mindst oprøret i Hviderusland hvor EU har spillet en aktiv rolle. Samtidig spillede debatten i det EU-finansierede venstreparti, European Left, en afgørende rolle hvor der var stor debat mellem en lille gruppe, der forsvarede styret i Hviderusland, og et flertal med Enhedslisten i spidsen, der var imod undertrykkelsen. I december fokuserede vi på autoritære og antidemokratiske kræfter, hvor Københavnkriterier var i fokus. Alle artikler ligger tilgængeligt på nettet www.rg.enhedslisten.dk/</p> <p>Vi har dernæst lavet en opfølger på vores rapport "50 gode forslag, som vi ikke må gennemføre for EU". Den nye rapport hedder "50 yderligere forslag, som vi ikke må gennemføre for EU".</p> <p>Rapporten er tilgængelig på nettet her: https://enhedslisten.eu/wp-content/uploads/2021/02/EU_50_yderligere_gode_forslag_Web.pdf</p> <p>Rapporten er en omfattende sag, der opstiller 50 forslag som sikrer bedre klima og miljø, forhindrer social dumping eller regler, der beskytter sundheden, fødevarer sikkerheden og dyrevelfærden. Forslagene er store som små. Rapporten er 36 sider som skal bidrage til debat og information om de ovenstående temaer.</p> |
| <p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p> | <p>Bladet udkommer trykt eller elektronisk til alle medlemmer. Vi lægger også bladet på vores hjemmeside, og som noget nyt lægges artiklerne også separat på nettet: www.rg.enhedslisten.dk</p> <p>Derudover er der interne fora på sociale medier hvor artiklerne spredes igennem.</p> |
| <p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p> | <p>Medlemsbladet udkommer til alle medlemmer, hvor af langt størstedelen (omkring de 9.000) har det på skrift.</p> <p>Rapporten er printet i 2.000 eksemplarer, men ligger også tilgængelig øverst på hjemmesiden. Det vigtige er, at rapporten er en publikation vi har tænkt os bruge fremover, og har en lang holdbarhedsdato. Vi regner med de rapporter kommer ud, og vi har planlagt at sende dem ud i forbindelse.</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: 5</p> <p>Vi er glade for at diskutere og informere om de store diskussioner i EU for vores medlemmer. Det er noget, som fylder en del og vi ønsker at gentage succes. Vi stræber efter at rundsende 50 yderligere forslag til Enhedslistens medlemmer i 2021.</p> |