


RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen
Tilskudsmodtager: Nye Borgerlige
Bevilget tilskud: 344.851
Projektansvarliges navn: Anders Toft Hansen
Dato og underskrift: 7/3-22 

Aktivitet 1 EUafstemning.dk	Afrapportering
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Aktiviteten gik ud på at oprette en hjemmeside med ovennævnte domænenavn. Af hensyn til at understøtte EU-oplysningen i øvrige aktiviteter og fremadrettet har vi udviklet denne hjemmeside til vores EU-oplysning med udgangspunkt i temaet "Alternativer til medlemskab af EU". EU-oplysningen vil bestå i analyser af EU's lovgivning, institutioner, arbejdsgange og dermed deres betydning for Danmark, på godt og ondt, og dermed også hvad man ved at udvikle et EU-alternativ må sikre sig indblik i. Hjemmesiden skal være en viden- og ressourceside, hvortil vi vil udarbejde indlæg, der behandler relevante emner, hvor der lægges vægt på analyse og empiri. Denne viden vil dermed være tilgængelig for alle.
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Euaftstemning.dk er blevet en viden- og ressourceside på et højt og objektivt fagligt niveau, hvortil vi har arbejdet med at udvikle og videreformidle indlæg, blogs, virtuelle forsamlingshuse, podcasts og videopodcasts. Alt sammen nye initiativer, hvor meningsdannere, debattører, politikere og medarbejdere i sekretariatet behandler relevante og aktuelle EU- emner med vægt på analyse og empiri. Denne viden er gjort fri og offentligt tilgængelig for alle med interesse for dansk og international politik, på tværs af landet. Denne aktivitet har understøttet EU-oplysningen i Danmark på tværs af målgrupper og geografi. Ikke mindst internt i partiet har vi nået bredt ud til partimedlemmerne. Aktiviteten har opfyldt forventningerne til at understøtte de øvrige aktiviteter om EU - oplysning fra partiet.
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	Aktiviteten har været markedsført på partiets interne platforme og italesat på sekretariatet medarbejdere og politikeres forskellige online sociale digitale platforme.
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Vi oplever at hjemmesiden er besøgt det forventede antal gange, som vi estimerer til +1000 gange.
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: 3 Hjemmesiden er stadig aktuelt – og vil i relevante tilfælde løbende blive opdateret med nyheder, kommentarer og indlæg efter behov og strategiplanerne i relation til valgkampe og mellem valghandlinger.

Aktivitet 1 EUafstemning.dk	Afrapportering
	Der arbejdes aktuelt med en evaluering af aktiviteten. Effekten måles bagudrettet og fremadrettet. Evalueringen skal sikre en optimal benyttelse af aktiviteten i et koordineret samspil med øvrige EU - kampagner.

Aktivitet 2 Det Virtuelle Forsamlingshus	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Det Virtuelle Forsamlingshus bestod i at konceptudvikle og afvikle EU relaterede borgermøder. Læren af Corona er, at vi fremover i et videre omfang skal indtænke digitale løsninger i afviklingen af debatter, borger- og medlemsmøder mv. Derfor ville vi konceptudvikle Det Virtuelle Forsamlingshus til vores almindelige oplysning om EU, således at vi bliver i stand til at gennemføre EU-oplysning, der kan dække både hele landet og udvalgte geografiske områder. Dette vil gøre os i stand til at afvikle debatter og møder, der sikrer den demokratiske og tværpolitiske samtale på tværs af målgrupper og geografi.
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Det Virtuelle Forsamlingshus havde som formål og mål at give EU interesserede borgere muligheden for at blive oplyst om EU forhold uden at skulle tænke på tid og transport. Aktiviteten blev gennemført med <i>Speakerbee</i> som partnere. I <i>Speakerbees</i> flotte TV - studier afvikledes en større videoproduktion med Peter Seier Christensen som vært og med gæsteoptræden af journalist, EU - ekspert, TV - vært og forfatter Christian Foldager.
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	Aktiviteten blev markedsført på partiets egne digitale platforme samt på <i>Speakerbees</i> nyhedsopslag og generelle markedsføringskanaler.
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Det estimeres at +3000 borgere nød godt af kombinationen at kunne "mødes" med og debattere med meningsdanner og folketingspolitikere, i en folkelig og samtidigt professionel tv – produktion.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage	Vi måler succes til: 4 Med de pæne seertal og meget positive tilkendegivelser fra borgerne er aktiviteten bestemt et værktøj, der vil indgå i partiets overvejelser om EU oplysning til borgerne. Det gjorde partiet i stand til såvel bredt og dybt at afvikle EU relevante

Aktivitet 2 Det Virtuelle Forsamlingshus	Udfyld afrapportering herunder
aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	debatter og møder. Måltallene forud blev nået og partiet medtænker også fremover at sikre den demokratiske og tværpolitiske EU - samtale på tværs af demografi og geografi i Danmark i "Det Virtuelle Forsamlingshus".

Aktivitet 3 Videopodcast	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Vi ville udvikle og etablere en video-podcast om EU. Som nævnt i aktivitet 2 skal vi som følge af læren om Corona i et videre omfang indtænke digitale løsninger i forhold til EU-oplysning. En velegnet kanal hertil er en video-podcast, hvor EU-oplysning kan fremtræde i mange former, herunder ved interviews, debatter og formidling af temaer/viden. Deltagerne i video-podcasten var meningsdannere/debattører og politikere samt en medarbejder fra vores sekretariat, der vil opbygge viden om EU og dermed vil kunne formidle denne via video-podcasten. Video-podcasten er uploadet på vores hjemmeside med EU-oplysning, og video-podcasten vil dermed være tilgængelig for alle på tværs af landet. Video-podcasten vil dermed understøtte udbredelsen af EU-oplysning på tværs af målgrupper og geografi
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Med Podcast vært, Rasmus Ulstrup Larsen, som engageret interviewer blev det til hele 4 professionelle produktioner i samarbejde med eksterne partnere. Deltagerne/samarbejdspartnerne var: Konsulent i Dansk Industri og tidligere kandidat til Europa-parlamentsvalget for Det Konservative Folkeparti Kuzma Pavlov, forfatter og debattør Kasper Støvring, Ph.D. i statskundskab og Seniorrådgiver i EjendomDanmark Morten Jarlbæk Pedersen og historieprofessor Bent Jensen.
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	Aktiviteten blev markedsført såvel på partiets interne digitale platforme som i nyhedsbreve.
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Der estimeres at programmerne har nået +1100 borgere.
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 Podcasts er bestemt i partiets fremtidige værktøjskasse i forhold til EU- oplysning. Vi nåede ud til langt flere end forventet, hvilket skyldes en professionel planlægning og eksekvering. Podcast platforme er en velegnet informations- og kommunikations debatkanal. Også efter pandemien. Læren af Covid19 er, at vi i Danmark fremover i

Aktivitet 3 Videopodcast	Udfyld afrapportering herunder
	et videre omfang skal indtænke digitale løsninger. Digitale løsninger også til at danne nye EU debatskabende fællesskaber, der kan danne rammen om EU - debatter, borger- og medlemsmøder mv.

Aktivitet 4 Informationskampagne	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Annoncering på sociale medier og skrevne medier (aviser og net - medier). Annoncerne skulle indeholde debatskabende EU-oplysning i form af vigtige og relevante fakta om EU.
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Aktiviteten blev gennemført som fortrinsvis kortsekvens kampagner leveret på partiets egne digitale platforme forud for afviklingen af øvrige aktiviteter desangående EU - oplysning. I praksis blev der udarbejdet kortere informationskampagne i relation til vores arrangementer. Vi var tillige under planlægning/forberedelse af en informationskampagne med endnu mere EU oplysning, men vi nåede af tidsmæssige årsager ikke at eksekvere herpå.
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	Der blev professionelt eksekveret og forsøgt med nye formidlingsformer, fortrinsvis på digitale platforme internt og på sociale medier i et afgrænset format.
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Med et ca. reach på mellem 3000 – 5000 borgere er målet med at komme bredt ud med EU oplysning via denne aktivitet, opfyldt.
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: 3 Partiet overvejer aktuelt at anvende lignende værktøjer til den brede EU - oplysning. Partiets skal optimere den fremtidige fokusering på bestemte målgruppe. Herunder medtænkes og strategisk overvejes iværksat en nærmere målgruppeanalyse i en eventuel fremtidig informationskampagne. Således indgår det bestemt i aktuelle partimæssige overvejelser at anvende nytænkende informationskampagner i relation til partiets EU - oplysning i en nærmere defineret skala, dog endnu ikke fastlagt.

Aktivitet 5 (titel)	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	

Aktivitet 5 (titel)	Udfyld afrapportering herunder
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler successen til:

Aktivitet 6 (titel)	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler successen til:

