

RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen
Tilskudsmodtager: Radikale Venstre
Bevilget tilskud: 1.170.957 kr. (inklusive overførsel på 214.892 fra 2019)
Projektansvarliges navn: Lucas Baunsgaard
Dato og underskrift: 15/3 2021

Aktivitet 1 (titel)	Afreportering
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	<p>Aktivitet 1: Samtale og medskabelse om EU i Danmark og udvalgte europæiske lande</p> <p>I denne aktivitet vil vi gerne have borgerne til at dele deres oplevelser med og opfattelser af EU. Vi søger i denne aktivitet at bygge videre på de seneste års aktiviteter, hvor vi gennem forskellige aktiviteter og formater er gået i dialog og har stillet åbne spørgsmål til danskerne om deres forhold til EU. Hvad samler, skiller, bekymrer og begejstrer os – og hvilken vej skal vi fremadrettet i Europa? Hvad er borgernes bud på de største udfordringer og de vigtigste løsninger?</p> <p>A)</p> <p>Denne gang stiller vi en åben opgave, der kan fortolkes individuelt, men tager afsæt i samme åbne udgangspunkt, hvor vi spørger borgerne ind til deres syn på de udfordringer og muligheder, som det europæiske fællesskab aktuelt står over for inden for centrale områder som grøn omstilling, sikkerhed og samarbejde. Det gør vi ved at lave en videokonkurrence, hvor folk kan producere og fremsende en video med deres bud på vigtige spørgsmål. Hvordan vinder vi klimakampen i fællesskab? Hvordan skaber vi tryghed og sikkerhed på tværs af grænser? Hvordan sikrer vi sammenhold i en tid, hvor stærke kræfter søger at splitte lande og befolkninger?</p> <p>Alle kan deltage i konkurrencen, og vi vil gennem en række forskellige kanaler søge at få folk til at deltage, men vi vil tage særskilt kontakt til unge på forskellige medievidenskabelige uddannelser med henblik på at få dem til at deltage. Denne aktivitet skal understøttes af annoncering med henblik på at opnå spredning og deltagelse i videokonkurrencen.</p> <p>Aktivitetsmål</p> <p>100 indsender videoer. Udvalgte videoer deles på sociale medier og får samlet +50.000 visninger samt afføder debat.</p> <p>Vi udsendte en video med invitation til at deltage i videokonkurrencen, som fik + 5000 visninger på Facebook fra Sofie Carsten Nielsen side. Tilsvarende reklamerede vi fra Radikale Venstres Facebookside, hvor vi ligeledes fik +5000 visninger. Endeligt reklamerede vi løbende på Instagram, hvor vi fik et par tusinde visninger ligeledes.</p> <p>Det resulterede i alt i fire indsendte videoer, hvilket var meget langt fra vores målsætning. Videokonkurrence som format har vi længe gerne ville afprøve som dialoggreb, men vi må</p>

Aktivitet 1 (titel)	Afrapportering
	<p>konstatere, at formatet har en række iboende udfordringer, hvorfor vi ikke viderefører dette.</p> <p>B)</p> <p>I vores forsøg på at starte samtaler borgere i mellem om forskellige EU-forhold ville vi stille åbne spørgsmål til danskerne om deres forhold til EU herunder dets beslutningsprocesser, det politiske system og ikke mindst den førte politik ved at lave en engagerende annonceserie, der skulle udrulles i hele landet med henblik på at opnå stor geografisk spredning. I annonceserien inviteres borgere sideløbende til debat og dialog via forskellige digitale kanaler på b.la. vores hjemmeside.</p> <p>Rent timingsmæssigt ville vi sammenkoble annonceserien med det amerikanske præsidentvalg. Dette skete ud fra en antagelse om, at opmærksomheden omkring både EU og internationale forhold ville være forhøjet frem mod præsidentvalget, hvorfor netop dialog om vores fælles europæiske politiske aspekter ville være præsent.</p> <p>Konkret for resten af 2020 ville vi lave fire-fem annoncer suppleret med indhold på SoMe, der skal skabe bredt engagement med geografisk spredning og oplysningseffekt i offentligheden om EU i hele Danmark.</p> <p>Aktivitetsmål</p> <p>Vi vil nå ud til hundrede tusindvis af danskere med vores annonceserie, ligesom vi vil gå i dialog og skabe debat med danskere digitalt via sociale medier.</p> <p>Annonceserierne blev bragt i landets største dagblade (Berlingske, Politiken, Information og Jyllands Posten), hvorfor vi fik en geografisk bred spredning over hele landet med mange hundrede tusinde daglige læsere. Tilsvarende delte vi indhold på både Facebook og Instagram fra både Radikale Venstres profiler, Sofie Carsten Nielsens profiler og opfordrede vores politikere til at gøre det samme. Overordnet set er vi kommet ud til rigtig mange danskere, som normalt ikke vil se vores indhold, og tilsvarende leveret endnu mere information om Radikale Venstres forhold til EU og ikke mindst EU-oplysning til de mennesker, der følger os. Tilsvarende var der heftig debat under de mange opslag omkring EU og ikke mindst EU's førte politik.</p> <p>Kommentar</p> <p>Bemærk venligst, at vi grundet corona måtte ændre i vores oprindelige plan, hvor der indgik en aktivitet vi kaldte "Who are eU?". Konceptet gik ud på, at vi folk fra to forskellige byer (en i Danmark, en i et EU-land) samtidig skulle kunne interagere i realtid med hinanden via to opstillede skærme med indbyggede kameraer, der sendte live.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Gennemførelse for A)</p> <p>Vi søsatte konkurrenecen i december 2020, hvor vi annoncerede bredt på Facebook og Instagram med henblik på at engagere særligt unge mennesker. Tilsvarende kontaktede vi op mod 100 forskellige uddannelsesinstitutioner, organisationer mv. og fik dem til at dele vores videokonkurrence.</p> <p>I starten af 2021 annoncerede vi vindervideoen, som kan ses her: https://www.youtube.com/watch?v=3xXsAwX-EIQ&feature=youtu.be&ab_channel=SofieRisagerVilladsen</p> <p>Se mere om konkurrencen og invitation til at deltage her: https://fremad.radikale.dk/nyheder/eu-for-dig/</p>

Aktivitet 1 (titel)	Afrapportering
	<p>https://www.facebook.com/148900938515423/videos/659857884706696</p> <p>Gennemførelse for B)</p> <p>I forbindelse med det med det amerikanske præsident søsatte vi vores kampagnestød. Den bestod af en række indrykkede annoncer i landets største dagsblade, ligesom vi lavede et koordineret stød på både Facebook og Instagram, hvor vores politikere blev opfordret til at dele indholdet med ønsket om at få en så stor spredningseffekt som muligt. Derudover benyttede vi også vores egne kanaler (hjemmeside og nyhedsbrev) til at løfte vores budskaber endnu længere ud.</p> <p>Tilsvarende indrykkede vi i slutning af december 2020 en annonceserie, hvor påbegyndelsen af vaccination på tværs af EU fungerede som afsæt. Formålet var at bygge videre på den allerede etablerede platform <i>Vi Er Europa</i>, hvor vi i tråd med efterårets kampagnestød både informere om EU, men også brugte anledningen til at kippe med EU-flaget. Annonceserien blev indrykket i landets største dagblade, ligesom vi delte indhold fra både Facebook og Instagram.</p> <p>Folk kunne løbende læse mere omkring EU og Radikale Venstres arbejde for samme her: https://fremad.radikale.dk/nyheder/hvorfor-eu/</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler</p>	<p>A)</p> <p>Aktiviteten med videokonkurrencen markedsført gennem annoncering på SoMe, nyhedsbreve og gennem løbende opslag på sociale medier (primært Facebook, Twitter og Instagram), som opfordrede til refleksion og deltagelse i konkurrencen. Vi søgte aktivt at invitere til samtale og debat omkring EU i Danmark ved engagerende spørgsmål via stories på Facebook og Instagram.</p> <p>Derudover rundsendte vi invitationen om at deltage i videokonkurrencen til over 100 forskellige uddannelsesinstitutioner herunder efter- og højskoler, filmskoler, gymnasier og en række organisationer, som vi vurderede ville have interesse i at deltage.</p> <p>B)</p> <p>Annonceserierne blev bragt i landets største medie, og vi reklamerede yderligere for indsatsen via nyhedsbreve og på sociale medier. Vi bedte folk om debattere EU i Danmark med os ved at lave engagerende indhold, ligesom vi spurgte om folks meninger om EU i Danmark via nyhedsbreve.</p>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>A)</p> <p>Via vores forskellige kanaler og ved vores aktive invitation anslås det, at vi er nået ud til knap 15.000 mennesker, der er blevet inviteret til at deltage i vores videokonkurrence.</p> <p>B)</p> <p>For annonceserien gælder, at vi via egne kanaler på sociale medier og annoncering (bragt i de største landsdækkende medier) anslås til at være i størrelsesordenen af flere hundrede tusind danskere.</p>
<p>På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage</p>	<p>Vi måler succes til:</p> <p>A)</p> <p>* Videokonkurrence: 2</p>

Aktivitet 1 (titel)	Afrapportering
aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<p>Vi oplevede at adgangsbarrieren for at deltage i videokonkurrence var høj, da det i praksis viste sig at være en stor opgave for vores følgere at deltage i konkurrencen. De har måske været afskrækkede af at skulle lave en film. Derudover har perioden for vores videokonkurrence udfordret af, at mange elever i denne periode skulle hjemsendes, hvorfor de forskellige uddannelsesinstitutioner var pressede af dette og havde svært ved at overskue at distribuere konkurrencen.</p> <p>B)</p> <p>* Annonceserier: 4.</p> <p>Denne aktivitet fungerede godt i sit indhold, som brød med de gængse måder at fremstille og debattere EU-spørgsmål på. Særligt var anledningen omkring det amerikanske præsidentvalg med til at øge fokuset på internationale forhold, hvorfor folk virkede ekstraordinært motiverede for at diskutere internationalt samarbejde herunder EU i Danmark. Derudover fungerede det godt at spørge vores følgere, hvordan de oplever EU i Danmark, som hvordan de oplever samspillet og EU's arbejde i de forskellige institutioner. Tilsvarende oplevede vi, at folk omkring nytår var særligt motiverede for at debattere EU i Danmark omkring slutningen af året, da vaccinationerne på tværs af EU gik i gang.</p>

Aktivitet 2 (titel)	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	<p>Aktivitet 2: Debatturé om EU-spørgsmål, der kommer rundt til hele landet</p> <p>En anden aktivitet, vi søger at sætte i 2020, er et forum for europæiske politiske ledere i EU. Ideen er at lave en række Facebook-live møder, hvor ledere fra centrale europæiske partier i EU vil diskutere aktuelle udfordringer og forhold, der påvirker borgere på tværs af EU-lande. Under disse videomøder kan folk stille spørgsmål og debattere med de deltagende politikere.</p> <p>Facebook-møderne skal fungere som optakt til en konference i Danmark, hvor borgere fra hele landet vil blive inviteret med, når de europæiske ledere diskuterer de største udfordringer og muligheder, som EU står over for i dag. Ligesom det er tilfældet med Facebook-live, så vil borgere fra andre EU-lande kunne følge med på Facebook, når konferencen afholdes.</p> <p>Gennem de løbende muligheder for debat, både online og til det fysiske møde, er det håbet, at EU-borgere på tværs af lande kan få inspiration og ideer til, hvad vi skal have mere af, hvilke idéer i andre europæiske lande vi kan lære af, og endelig hvad andre lande i EU kan lære fra Danmark.</p> <p>Konkret vil vi opsætte fire møder online mellem de europæiske ledere, hvor folk kan følge med på Facebook forud for konferencen, der afholdes i efteråret 2020.</p> <p>Aktivitetsmål</p> <p>Flere tusinder følger med på Facebook løbende. Hundredvis deltager ved konference i efteråret 2020.</p> <p>Vi afholdte som indløb til udsendelsen af det liberale manifest en Facebook-Live session med Margrethe Vestager, hvor Morten Østergaard diskuterede EU i Danmark og Danmarks rolle i samme, og hvor folk løbende kunne stille spørgsmål. Denne session blev set i omegnen af 11.500 i alt.</p> <p>Efterfølgende delte selve det liberale manifest med de fire partier som afsendere på Facebook</p>

Aktivitet 2 (titel)	Udfyld afrapportering herunder
	<p>og følgende op med en artikel på Altinget med henblik på at nå endnu bredere ud. Tilsvarende gjorde de respektive partier det i samme i deres lande under #WeAre Europe, hvilket resulterede i en koordineret indsats, hvor vi i fællesskab fik kippet med EU-flaget for en EU-orienteret, klimabevidst og solidarisk fremtid for EU på tværs af landegrænser.</p> <p>Grundet Corona var det desværre ikke muligt at samle de fire partiledere i København, som det ellers var tiltænkt.</p> <p>Kommentar</p> <p>Bemærk venligst, at vi prioriterede at afvikle online-formater, da vi desværre måtte erkende, at vi ikke kunne samle mennesker til konferencer mv. grundet corona.</p> <p>Derudover besluttede vi ikke at gennemføre <i>fremtidskaravanen og europaparlamentarikerne rundt i landet</i>, hvilket fremgår af vores reviderede årsplan, grundet corona-situationen.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Vi samarbejdede med kommissær Margrethe Vestager og Lykke Friis om at debattere EU i Danmark, hvor folk kunne stille forskellige spørgsmål om EU i Danmark.</p> <p>Gennemførelse</p> <p>I løbet af foråret igangsatte vi en proces på tværs af fire lande (Danmark, Sverige, Østrig og Holland). Formålet var en række møder, hvor de forskellige liberale ledere skulle lære hinanden bedre at kende med henblik på at udforme et liberalt løfte med liberal politik, som de forpligtede sig på at efterleve i deres respektive lande.</p> <p>Afsættet stod i tæt kontrast til de sparsommelige fire (The frugal four). Offentliggørelsen af det liberale løfte var koordineret på tværs af de fire lande, så folk på tværs af landegrænser blev introduceret til løftet på samme tid med henblik på den størst mulige spredningseffekt. Ligeledes benyttede vi vores egne kanaler til at komme så langt ud med løftet som muligt.</p> <p>Se eksempelvis her: https://radikalt.radikale.dk/content/vi-er-europa https://www.alinget.dk/artikel/morten-oestergaard-i-europa-manifest-corona-viser-at-det-er-europa-eller-kaos?fbclid=IwAR1cm8M2z1ZKWuIGy1-eg8cgjFYi9o6xxRrPvdMxDPM-DHFgMyMNqd9dFk</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler</p>	<p>Vi annoncerede løbende på sociale medier med henblik på at få folk til at deltage, interagere, stille spørgsmål mv. Tilsvarende fik det liberale manifest medieomtale via Altinget, hvor folk ligeledes kommenterede og debatterede spørgsmål om EU i Danmark.</p>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>For det liberale manifest gælder, at vi via egne kanaler på sociale medier og medieomtale i Altinget. Det anslås til at være i størrelsesordenen ca. 50.000 virtuelt og potentielt flere hundrede tusinder via omtalen i Altinget.</p>
<p>På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage</p>	<p>Vi måler succesen til: 4</p>

Aktivitet 2 (titel)	Udfyld afrapportering herunder
aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi fik skabt debat om EU's rolle ift. klimakrisen, flygtningekriser, uddannelsesdagsordener, internationalt samarbejde mv. Aktiviteten skabte god debat gennem inddragelse af følgere på SoMe, og vi kunne derfor godt finde på at gentage aktiviteten.

Aktivitet 3 (titel)	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	<p>Aktivitet 3: EU-events i forbindelse med støtte arrangementer</p> <p>Radikale Venstre vil i lighed med tidligere år afholde EU-events i forbindelse med Folkemødet på Bornholm i 2020. Deltagelse i alle disse EU-events vil være åben for offentligheden. Det nærmere indhold fastsættes med baggrund i den aktuelle dagsorden.</p> <p>De planlagte EU-events annonceres bl.a. på Facebook og LinkedIn.</p> <p>Samarbejdspartnere vil være de personer, organisationer eller bevægelser, som vi inviterer til disse EU-events.</p> <p>Det er som altid kun de EU-relaterede events, som traditionelt udgør ca. 20 pct. af Radikales omfangsrige aktiviteter på folkemødet, hvortil Europa-nævnsmidlerne anvendes.</p> <p>Gennemførelse</p> <p><u>Bemærk</u>, at Folkemødet blev aflyst i 2020, hvorfor denne aktivitet ikke blev gennemført.</p>
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Som forberedelse kontaktede Radikale Venstres sekretariat aktive medlemmer i baglandet med opfordring om forslag til events i det radikale telt på Folkemødet, herunder EU-relaterede events. Dog blev folkemødet som bekendt aflyst, hvorfor vi aldrig nåede at udføre dette.
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler	Vi havde planlagt at omtale aktiviteter i Folkemødets Folkemødeavis, Folkemødets app, på Radikale Venstres hjemmeside og på Radikale Venstres Facebook-side. Dertil kom at folketingsmedlemmer, radikale medlemmer og oplægsholdere på egne Facebook-sider og andre sociale medie kanaler skulle have delt opslag og undervejs postede om debatterne. Dette var som bekendt ikke muligt grundet corona.
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Grundet aflysning ikke nogen.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Grundet aflysning vurderes dette ikke.

Aktivitet 4 (titel)	Udfyld afrapportering herunder
<p>Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen</p>	<p>Aktivitet 4: Interne debat- og oplysningsaktiviteter i Radikale Venstre</p> <p>Oplysningsaktiviteter om EU-spørgsmål i regi af medlemsarrangementer, der også vil være åbne for offentligheden, men hvor deltagere givetvis overvejende vil være partimedlemmer.</p> <p>Formen for disse oplysningsaktiviteter vil typisk være møder eller workshops, hvor der fokuseres på udvalgte temaer i EU-samarbejdet og dagsaktuelle EU-spørgsmål.</p> <p>Arrangører af disse oplysningsaktiviteter vil være radikale lokalforeninger og dialogforum for Europapolitik. Det konkrete emnevalg for de enkelte møder og workshops fastsættes af de arrangerende radikale lokalforeninger og dialogforum for Europapolitik.</p> <p>En af oplysningsaktiviteterne vil finde sted den 18. april i Nyborg. Dato, tid og sted for øvrige møder og workshops i denne aktivitet 4 fastlægges lokalt og de lokale beslutninger herom træffes primært i de to første måneder af 2020.</p> <p>Kommentar:</p> <p>En lang række af vores interne medlemsarrangementer var ikke mulige at afholde grundet corona. I stedet for søgte vi at holde en række virtuelle arrangementer, hvor folk kunne debattere EU i Danmark.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Gennemførelse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vores traditionsrige nytårsstævne i 2020 samlede omkring 450 mennesker, hvor der workshops der fokuserede på EU i Danmark og dets tilknytning til EU med afsæt i Brexit under titlen "Brexit – en konsekvens af manglende demokratisk dannelse?" • Grundet Corona-situationen var det i løbet af foråret ikke muligt at afholde aktiviteterne fysisk som ønsket. Dog forsøgte vi os med en række Facebook-lives, der fokuserede på EU. Eksempelvis d. 7. april 2020 med Margrethe Vestager. Her kunne forskellige brugere stille spørgsmål til EU, Danmark i EU og andre forhold, der knytter sig mere generelt til Danmark i EU. • Tilsvarende afholdte vi d. 15. april ligeledes Facebook Live med Lykke Friis, hvor borgere på samme måde kan få inspiration, stille spørgsmål og få svar om Danmark i EU.
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler</p>	<p>1) Nytårsstævnet blev annonceret via vores digitale medlemsblad Radikalt, på Radikale Venstres hjemmeside og på Radikale Venstres Facebook-side samt twitter-konto. Dertil kommer at folketingsmedlemmer, radikale medlemmer og oplægsholdere på egne Facebook-sider og andre sociale medie kanaler på forhånd delte de pågældende opslag og undervejs postede om debatterne.</p> <p>2) Vi annoncerede for diverse Facebook-lives på sociale medier med henblik på at få så mange deltagere som muligt.</p>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>1) Vores traditionsrige nytårsstævne samlede i 2020 omkring 450 deltagere over den første weekend i januar.</p> <p>2) I gennemsnit 50 mennesker til hver af de politiske værksteder.</p> <p>3) + 20.000 mennesker har set vores Facebook-lives.</p>

Aktivitet 4 (titel)	Udfyld afrapportering herunder
<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:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 4. Deltagerantallet lå på højde med det forgange år, hvor vi satte deltager-rekord. 2) 4. Vi havde et endog rigtigt højt seertal ift. vores Facebook-live sessioner, ligesom vi oplevede gode og engagerede spørgsmål undervejs. 3) 3. De politiske værksteder er en god måde at blive klogere på europapolitik. Derfor kan deltagerantallet sagtens være højere. Deltagelsen – også fra folk der ikke er medlem af partiet - kunne givetvis være højere, hvis der var gjort endnu mere for at udbrede kendskabet til værkstederne. <p>Konklusionen er, at vi fremover vil arbejde langt mere aktivt med at lave interne debatarrangementer og konkret for 2021 og frem vil tage afsæt i EU-kommissionens <i>Conference of the future of Europe</i>.</p>