

RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen	
Tilskudsmodtager:	Fagbevaegelsen mod Unionen
Bevilget tilskud:	279.187 kr.
Projektansvarliges navn:	Ole Jensen
Dato og underskrift:	

<b>1. WEB-kommunikation</b>	<b>Afrapportering</b>
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<i>For at understøtte den lokale debat, sikre arbejdsudvalget en løbende digital kommunikation med den brede offentlighed, de lokale netværk og de forskellige ressourcepersoner. Lokalt har netværksgrupperne haft lokale samarbejdspartnere. Grundet Corona-krisen har WEB-arbejdet fyldt langt mere periodevis i 2020.</i>
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	<i>I ansøgningsperioden er vores web-kommunikation delt op i 3 dele, mfilgrupperne og dermed kommunikationen er forskellig for hver del" Dels er der en offentlig hjemmeside, derudover en tilsvarende pfi Facebook/ Ttwitter, samt vores intranet for netværksmedlemmerne.</i>
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	<i>Vores faste freelancejournalister stfir for de løbende nyheder, interview m.m. Derudover udarbejder forskellige ressourcepersoner debat og oplysningsmaterialer.</i>
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	<i>Der har været mellem 9.000 til 13.000 brugere af vores hjemmeside, samt 3.-4.000 pfi Twitter.</i>
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<i>Vi måler succesen til: 5  På trods af de mange omlægninger grundet Coronakrisen har aktiviteterne været succesfulde. Hvilket har kunnet mærkes på de opfølgende spørgsmål og aktiviteter i øvrigt.</i>

<b>2. Lokal netværksdebat</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<i>Der er i de enkelte regioner, selvstændige FMU netværk. De opgaver de bl.a. arbejder med, er at følge den lokal debat, være opsøgende og deltagende, finde relevante EU-emner som ønskes debatteret, undersøgt m.v.</i>
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder	<i>Der har været arbejdet meget forskelligt i de enkelte netværk, alt efter de lokale forhold og interesser, kontakter til lokale fagforeninger, foreninger i øvrigt samt uddannelsesinstitutioner m.v. Arbejdsudvalget sikre løbende nyheder og orientering om aktuelle EU-debatter/emner.</i>



<b>2. Lokal netværksdebat</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
hvem har været samarbejdspartner	<i>Coronakrisen betød at der i løbet af firet blev skabt tryghed ved de nye web-baserede kommunikationsformer - men det lykkedes.</i>
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	<i>Normalt har netværkene været de lokale rum, hvor der skabes et engagement og interesse, tilpasset de lokale forhold. Hvor ofte nye personer mødes. Men i 2020 har de fleste netværk stille og roligt bevæget sig over i den digitale verden , og opnfiet dels lokale debatter og fange nye interesserede.</i>
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	<i>Mere end 1.500 fra de 5 regioner, over de forskellige arrangementer i hele firet.</i>
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<i>Vi mfilier successen til: 5  Det har været engagerende og udfordrende for de lokale netværk, men der har været afholdt mange gode debatmøder .</i>

<b>3. EU-temadebatter</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	Der er planlagt og forberedt ialt 9 åbne debatmøder arrangeret af de lokale netværk. Emner har været f. eks. aktuelle temaer som De danske konsekvenser af Brexit, EU udspil om minimumsløn m.v. De lokale netværk har ved temadebatterne, hvis det er muligt, skabe et samarbejde med lokale fagforeninger og organisat ioner m.v.
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	Det er de lokale FMU netværk som har stået for mødeaktiv itet er og forberedelse. Bl.a. for at sikre en lokal debat ud fra de forhold og ønsker der er lokalt. FMU's arbejdsudvalg understøtter løbende de lokale netværks debataktiviteter, med lokalt ønske temaoplæg og ressourcepersoner.  4 møder var planlagt fysisk, hvor 2 blev aflyst, medens de resterende 5 blev afholdt som webinarer. Især webinarer har det været let at få skabt samarbejde med andre grupper om.
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye form idlingsform er og/ eller kommunikationskanaler	De fysiske møder blev annonceret gennem lokale facebookannoncering. Hvilket og gjorde sig gældende hvad angik de resterende web inarer
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Over 800 deltagere ved de 7 gennemførte arrangementer. Det har været lettere at få deltagere ved Webinarer end ved de traditionelle fysiske møder.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I	Vi måler successen til: 5

<b>3. EU-temadebatter</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	

<b>4. Markedsbod</b>	<b>Udfyld afraoortering herunder</b>
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<i>Mfllet har været at byde os til og deltage i forskellige mødeaktiviteter lokalt, bl.a. falkemøder, konferencer, kongresser m.v. Vores markedsbod flyttes rundt og deltager med materiale, videooplæg m.v. Vi har, udover folk fra de lokale netværk, en række ressourcepersoner som vi har trukket p§ til at sikre bodens bemanning rundt om i landet.</i>
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	<i>Gennem de lokale netværk, aftales det, hvor boden kan komme op. Coronakrisen betød, at 5 steder blev arrangementet aflyst, ofte i sidste øjeblik, men de resterende blev afholdt fordi forsamlingsforbuddet tillod det i en række mflneder.</i>
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	<i>Som nævnt gennem de lokale netværk. Hvad angflr markedsføring, er det ikke nødvendigt, da der ved sfdanne arrangementer er en masse deltagere som vi kan nfl kontakt til.</i>
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	<i>Ansiflet 600 personer</i>
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<i>Vi mfller succesen til: 4 - grundet aflysninger</i>

<b>5. Nyhedsbrev</b>	<b>Udfyld afraoortering herunder</b>
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<i>Vi har fortsat udgivelsen af vores digitale nyhedsbrev. Nyhedsbrevet har gennem årene opnået et stadig større antal frivillige "abonnenter". Målgruppen er folk der frivilligt ønsker denne løbende orientering.</i>
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	<i>Nyhedsbrevet annonceres på hjemmesiden, men formidles også igennem de lokale netværk, og gennem anbefalinger fra abonnenter. FMU står alene for udgivelsen.</i>
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	<i>Sker primært gennem hjemmesiden, men også Facebook annoncering. Samt gennem anbefalinger fra de nuværende abonnenter.</i>
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet	<i>Der er i 2020 udkommet 15 nyhedsbreve. Og modtagerkredsen var i 2020 omkring 325. Ændres løbende.</i>

<b>5. Nyhedsbrev</b>	<b>Udfyld afraoortering herunder</b>
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: 5

<b>6. Indflydelse på EU</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	Målet ved vores mødeaktivitet var at rejses en debat om Danmarks strategi for fremtidens EU-samarbejde efter Brexit.  Målgruppen er her de forskellige grupper som nås gennem de lokale netværksgrupper.
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	Grundet Coronakrisen har det været en møderække der har præget af aflysninger. 8 planlagte men kun 5 gennemført Men det lykkedes at afholde en række fysiske møder, men eller web-møder. Herunder var der et samarbejde om den møderække der blev afholdt i sammen med folkebevægelsen mod EU.
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	Primært gennem lokal Facebook annoncering .
Hvor mange delt agere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	350 deltagere
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: 5 - på trods af aflysninger.