

RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen

Tilskudsmodtager	<i>Socialdemokratiet</i>
Bevilget tilskud	<p>I alt 2.477.481,90 kr.</p> <p><i>Ordinært tilskud..... 1.872.936,00 kr.</i> <i>Overført fra 2021 414.556,50 kr.</i> <i>Overført fra 2022..... 63.316,40 kr.</i> <i>DD tilskud fordelt126.673,00 kr.</i></p>
Projektansvarliges navn	Lasse Ryberg
Dato og underskrift	

Aktivitet 1 Lokale aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	<p>En del af midlerne blev benyttet til at skabe EU-oplysende aktiviteter i hele landet. Der var to kategorier, som bidrog til den lokale EU-oplysning.</p> <p>1) En pulje som vores lokale foreninger og kredse kunne søge til at lave lokale EU-oplysende aktiviteter og arrangementer. Det skulle være målrettet lokale borgere og medlemmer, der var interesseret i EU.</p> <p>2) Regionale debatarrangementer. Her var fokus på at få en større EU-debat i hver region, som skulle skabe en geografisk fordeling af midlerne.</p>

<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>1) Puljen kunne søges af alle led i organisationen og blev administreret af partikontoret. Der har været et ansøgningsskema, som skulle udfyldes for at sikre, at alle arrangementer levede op til kravene om at være oplysende og åbne. Arrangementerne blev afholdt lokalt, og det var de ansvarlige for arrangementet, som stod for arrangementets promovering.</p> <p>Der blev i alt afholdt ni arrangementer i hele landet. De blev holdt i hhv. Esbjerg, Ribe, Viborg, Skanderborg, Rødovre, Faxe, Hillerød, Billund og Mariager. Arrangementerne divagerede meget i størrelse, alt efter hvor stor en opgave, de lokale kunne løfte.</p> <p>Arrangementernes temaer og deltagere var:</p> <p>Esbjerg – 50 år i EU med Christel Schaldemose og historiker Jørgen Dickmann-Rasmussen.</p> <p>Ribe – Klassisk paneldebat med Christel Schaldemose, Asger Christensen og Henrik Dahl.</p> <p>Viborg – EU's naturgenopretningspakke med Niels Fuglsang, Professor Jørgen E. Olesen fra Institut for Agroøkologi ved Aarhus Universitet Foulum og økologisk græsmælksbonde Torsten Wetche fra Farsø.</p> <p>Skanderborg – EU's naturgenopretningspakke og klimavenlige byer med Niels Fuglsang og borgmester Frans Fischer.</p> <p>Rødovre – Hvordan EU påvirker borgernes hverdag med Christel Schaldemose og Erhvervsminister Morten Bødskov.</p> <p>Faxe – Arbejdsmarkedspolitik og mindsteløn på EU-plan med Marianne Vind og Daniels Dines Rasmussen (formand for 3F Midt- og Østsjælland).</p> <p>Hillerød – Naturgenopretning og biodiversitet med Niels Fuglsang, borgmester Kirsten Jensen og formand for Hillerøds Natur-, miljø- og klimaudvalg, Louise Colding.</p> <p>Billund – Klassisk paneldebat med Christel Schaldemose, Asger Christensen og Stine Bosse.</p> <p>Mariager – EU-oplæg fra og debat mellem Asser Mortensen og Jens Rohde.</p> <p>2) For at sikre aktivitet i hele landet havde vi prioriteret midler til at afholde større debatter i alle regioner. Dog var der så travlt i efteråret, at to regioner desværre ikke havde tid til at afholde dem.</p> <p>Derfor blev der planlagt arrangementer i Region Syddanmark, Midtjylland og Nordjylland. I Syddanmark blev arrangementet "Juleønsker til EU" desværre aflyst, da der kun var fem deltagere tilmeldt.</p> <p>Midtjylland afholdt et arrangement om, hvordan vi sikre, at EU er klar til nutidens udfordringer (krig i Ukraine, klimakrise osv.) med Niels Fuglsang, Peter Bugge og Rasmus Brun Pedersen fra Aarhus Universitet.</p> <p>Nordjylland afholdt et arrangement om EU's sikkerhedspolitik og PESCO-samarbejdet. Til at diskutere disse emner var Asser Mortensen, Bo Jensen (historiker), Jakob Søgård Larsen (oberstløjtnant) og Søren Dosenrode (professor ved Aalborg Universitet).</p>
--	---

Aktivitet 1 Lokale aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler</p>	<p>1) Markedsføringen af de lokale aktiviteter har de lokale selv stået for. Mange steder er der blevet brugt lokalavisen til annonceringen, men også Facebook er blevet benyttet.</p> <p>2) Syddanmark annoncerede i lokalavisen, Midtjylland annoncerede på Facebook, og Nordjylland inviterede via netværk.</p>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>1) Der har været stor forskel på størrelsen af de lokale arrangementer. Nedenstående ses en opgørelse af deltagere i hver by:</p> <p>Esbjerg – 70 deltagere Ribe – 20 deltagere Viborg – 80 deltagere Skanderborg – 55 deltagere Rødovre - 50 deltagere Faxe – 60 deltagere Hillerød - 33 deltagere Billund – 16 deltagere Mariager – 46 deltagere</p> <p>2) Syddanmark endte med at aflyse, Midtjylland har ikke oplyst antal deltagere, og Nordjylland havde 27 deltagere.</p>
<p>Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet":</p> <p>Københavns Storkreds Københavns Omegns Storkreds Nordsjællands Storkreds Bornholms Storkreds Sjællands Storkreds Fyns Storkreds Sydjylland Storkreds Østjyllands Storkreds Vestjyllands Storkreds Nordjyllands Storkreds Hele landet</p>	<p>1) I hele landet.</p> <p>2) I Østjylland storkreds og Nordjyllands storkreds.</p>

Aktivitet 1 Lokale aktiviteter	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 resultaternes succes til at være som følgende:</p> <p>1) Puljen har haft stor succes med at få geografisk spredning på vores arrangementer, og vi fik lavet arrangementer, som også er meget forskellige, selvom især natur/miljø dagsordenen og den klassiske paneldebat klart har været yndlingsaktiviteter. Vi vil gerne gentage succesen, da vi mener, at det skaber god værdi i hele landet. Vi vurderer denne aktivitet til 5 på skalaen.</p> <p>2) Vi vurderer ikke, at denne aktivitet har været en større succes, da flere regioner ikke fik afholdt arrangementer. De regioner, som ønsker at afholde EU-arrangementer, mener vi stadig skal have muligheden for det. Derfor vil vi også give dem muligheden for at søge den pulje, som andre lokale led kan søge. Vi vurderer denne aktivitet til 3 på skalaen.</p>

Aktivitet 2 Nationale aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
<p>Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen</p>	<p>Midlerne er blevet brugt til at lave landsdækkende EU-oplysning. Der er blevet produceret en podcast og afholdt en stor konference.</p> <p>1) Europa Under Overfladen podcasten fortsatte, hvor der stadig var fokus på at producere afsnit omkring forskellige aktuelle EU-politiske emner. Målgruppen var alle med en politisk interesse.</p> <p>2) En konference uden for København. Konferencen handlede om EU og hvordan de lovgiver i forhold til det digitale område. Den blev afholdt i Odense. Målgruppen var bred, men især fokuseret geografisk på Fyn.</p>

<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>1) Europa Under Overfladen fortsatte i år. Vi har udgivet syv afsnit. De kan alle findes her: https://plinkhq.com/i/1556853078?to=page</p> <p>Podcasten har en bred målgruppe, da den er online og lettilgængelig.</p> <p><u>50 år med EU – Op og nedture</u></p> <p>For at markere 50-års jubilæet for Danmarks medlemskab af EU, var de to tidligere udenrigsministre, Mogens Lykketoft (S) og Per Stig Møller (K), i studiet sammen med den tidligere topdiplomat, Friis Arne Petersen, for at fortælle om nogle af alle de op- og nedture, der har været i samarbejdet med EU de sidste 50 år.</p> <p><u>Kunstig intelligens i Europa – Går udviklingen af AI for stærkt?</u></p> <p>I dette afsnit diskuterede medlem af Europa-Parlamentet, Christel Schaldemose, og professor i kunstig intelligens på DTU, Thomas Bolander, hvordan EU skal og kan sætte nogle rammer for at sikre, at udviklingen af kunstig intelligens ikke går for stærkt.</p> <p><u>Krig i Europa – hvad nu?</u></p> <p>Siden afslutningen på Anden Verdenskrig, har europæiske lande set samhandel og globalisering som den fredelige løsning på mange af Europas problemer. I kølvandet på krigen i Ukraine har man dog mærket konsekvenserne af dette, ved blandt andet afhængigheden af Russisk energi. I dette afsnit kan man høre Niels Fuglsang, medlem af Europa-Parlamentet, og Mikkel Vedby Rasmussen, Dekan for Københavns Universitet og grundlægger af Dansk Institut for militære studier, diskutere hvordan Europa stiller sig bedst i forhold til verdens andre stormagter.</p> <p><u>Hvor langt skal EU strække sig for at udvide?</u></p> <p>Arbejdet for at optage nye medlemslande i EU er i fuld gang. Men er EU overhovedet gearet til at kunne optage nye lande lige nu, og vil det komme til at føre til yderligere problemer med social dumping, problemer med retsstats- og demokratiprincipper? Dette diskuterede Marianne Vind, medlem af Europa-Parlamentet, sammen med chefanalytiker i Tænketanken Europa, Anders Overvad.</p> <p><u>Lille land – stort ansvar?</u></p> <p>Danmark ser sig selv som et af de førende foregangslande inden for klimapolitikken og den grønne omstilling, derfor har Danmark også en ambitiøs klimapolitik. Men giver det mening at bruge så mange ressourcer, når Danmark kun står for ca. 0,1 procent af verdens CO2-udledning? Og hvordan hænger dette sammen med Danmarks position i EU? I studiet til</p>
--	---

Aktivitet 2 Nationale aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
	<p>dette afsnit var Jarl Krausing, Vicedirektør og international chef i tænketanken CONCITO, og Lars Eng Berg-Pedersen, forskningsleder og seniorforsker hos DIIS.</p> <p><u>Hvorfor taber de europæiske socialdemokrater?</u></p> <p>I dette afsnit tog Folketingsmedlem Frederik Vad, temperaturen på de europæiske socialdemokratier og kom med sine bud på, hvorfor de har det så svært i mange europæiske lande i øjeblikket. Dette blev kun eksemplificeret ved, at det kommende EP-valg tegner sig til at blive en massakre for den socialdemokratiske gruppe i Europa-Parlamentet S&D.</p> <p><u>Nytårsspecial 2023: Årets succeser og skuffelser</u></p> <p>Året 2023 rinder ud og et nyt begivenhedsrigt år er begyndt. I dette afsnit tog de tre danske socialdemokratiske medlemmer af Europa-Parlamentet et kig tilbage på det gamle år, som er gået, for at diskutere de største succeser og skuffelser. Samtidig kiggede de ind i krystalkuglen for 2024 og fortalte om deres håb og forventninger til det kommende år.</p> <p>2) Vi havde fået midler til at afholde en konference uden for København. Vi afholdt en stor konference i Odense ved navn "Europa vs. Tech-giganterne", og der var tre mindre debatter, samt et indslag fra Erhvervsministeren.</p> <p>Første debat havde fokus på, hvordan vi tøjler Tech-giganterne i EU – her deltog Christel Schaldemose, Kristian Riber (politisk chef i Google Danmark) og Vincent Hendricks.</p> <p>Anden debat handlede om AI, og hvordan det kommer til at påvirke vores arbejdsmarked i fremtiden – her deltog Flemming Grønsund (Fagbevægelsens Hovedorganisation), Andreas Holbak Espersen (Dansk Industri) og Mia Amalie Holstein (Rockwool Fonden).</p> <p>Sidste debat, som mere var en samtale mellem Christel Schaldemose og Grit Munk (IDA), omhandlede hvordan man sikrer, at EU kommer i den digitale førertrøje.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler</p>	<p>1) Pio stod selv for annonceringen af podcasten, og det har de gjort på sociale medier og deres egen site. Derudover har de lavet artikler, som ledte op til podcast-afsnittene. Sidstnævnte fungerede rigtig godt.</p> <p>2) Der blev især brugt Facebook til annoncering, hvor der var fokus på Fyn og de nærliggende kommuner. Derudover lavede Christel Schaldemose og Morten Bødskov en Facebook-begivenhed sammen – det blev der dog ikke kastet midler i.</p>

Aktivitet 2 Nationale aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>1) Podcasten har haft 1372 afspilninger.</p> <p>2) Der var 120 tilmeldte til konferencen, dog var der på dagen kun omkring 85, der deltog.</p>
<p>Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet":</p> <p>Københavns Storkreds Københavns Omegns Storkreds Nordsjællands Storkreds Bornholms Storkreds Sjællands Storkreds Fyns Storkreds Sydjyllands Storkreds Østjyllands Storkreds Vestjyllands Storkreds Nordjyllands Storkreds Hele landet</p>	<p>1) Podcasten foregik digitalt, så den spændte sig over hele landet.</p> <p>2) I Region Syddanmark.</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 resultaternes succes til at være som følgende:</p> <p>1) Podcasten er generelt en aktivitet, vi godt kan lide. Dog er der plads til forbedringer, og vi vil gerne arbejde videre på konceptet, så det når ud til flere. Vi vurderer denne aktivitet til 3 på skalaen.</p> <p>2) Konferencen var indholdsmæssigt en rigtig stor succes – dog var det svært at få deltagere til det, og dette vurderes til at være grundet placeringen. Det er altid nemmere at få deltagere i København. Vi vil dog gerne holde fast i en konference uden for København, for at imødekomme en geografisk fordeling af vores aktiviteter. Vi vurderer denne aktivitet til 5 på skalaen.</p>

Aktivitet 3 (angiv titel på aktiviteten efter aktivitetsnummeret)	Udfyld afrapportering herunder
<p>Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen</p>	<p>En del af midlerne blev benyttet til at lave både digitale og fysiske EU-oplysende kampagne. Begge med et borgernært fokus, men samtidig også med plads til andre forskellige fokusområder.</p> <p>1) Aktiviteten var en digital kampagne og annonceplads med fokus på, hvordan EU-lovgivningen påvirker danskernes hverdag.</p> <p>2) Aktiviteten var fysisk kampagnemateriale, som skulle starte en dialog om, hvad EU har gjort og fremadrettet skal gøre inden for centrale emner som demokrati, klima, digitalisering, social dumping og sikkerhed.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>1) Vores digitale kampagne havde fokus på tre område, hvor EU påvirker danskernes hverdag: Miljø og folkesundhed, teknologi og arbejdsmiljø. Vi samarbejder med PL&Partners, og vi fik lavet tre små explainer videoer og en instant experience hvor det meste var samlet. Alt sammen kørte efter en social medieplan, hvis hovedfokus var, at hvis du havde vist interesse for en video, blev du også vist de andre videoer.</p> <p>Videoerne kan ses her:</p> <p>https://www.facebook.com/ads/library/?id=1062167568257016</p> <p>https://www.facebook.com/ads/library/?id=899946188373957</p> <p>https://www.facebook.com/ads/library/?id=719265676805007</p> <p>Annoncerne kørte i flere omgange, så de statistikker, datoer og beløb, som vises i overstående links, er ikke retvisende – det er blot eksempler på annoncerne.</p> <p>2) Vi lavede to forskellige kampagnematerialer, som var tiltænkt at skulle benyttes sammen. Vores formål med den fysiske kampagne var at sikre en dialog om EU. Vi udviklede et lykkehjul med spørgsmål til EU, da dette er en nem samtalestarter. Dertil udviklede vi en flyer, hvor der faktisk stod, hvad EU har gjort i denne mandatperiode på de forskellige emner, som lykkehjulet spurgte indtil.</p> <p>Et eksempel: Et af spørgsmålene på lykkehjulet er: "Hvad synes du, EU bør gøre, for borgernes sikkerhed på internettet". Dertil var der en taleboble på flyeren, der forklarede at beskyttelse af børn og mindreårige på de sociale medier samt cybersikkerhed begge har været noget, man har rykket på i EU.</p> <p>Udover det digitale var der spørgsmål om EU generelt, social dumping, klima, EU's uafhængighed af fremmede magter, samt EU's rolle i verden.</p>

Aktivitet 3 (angiv titel på aktiviteten efter aktivitetsnummeret)	Udfyld afrapportering herunder
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler</p>	<p>1) Videoerne blev annonceret via Meta, så de blev vist bredt på både Instagram og Facebook.</p> <p>2) Vi sikrede os, at alle partiets kredsforeninger blev kontaktet og fik muligheden for at bestille materialet. Derefter var det foreningernes eget ansvar at gå på gadekampagner, torvedage og osv. med det givende materiale. Nogle gange promoveres det lokalt ved, at de går på kampagne og andre gange stiller de sig et sted, hvor de ved, at der er mennesker.</p>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>1) Vores digitale kampagne er nået ud til 316.593 individer, og de er hver blevet eksponeret for kampagnen 3,81 gange. Dvs. at de fleste er blevet eksponeret for alle tre videoer, eller minimum to videoer og vores instant experience.</p> <p>2) Der blev produceret 60 lykkehjul og 55.000 flyers. Det kan derfor forventes, at vi i hvert fald har været til stede i 60 forskellige byer hen over efteråret og i december måned.</p>
<p>Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet": Københavns Storkreds Københavns Omegns Storkreds Nordsjællands Storkreds Bornholms Storkreds Sjællands Storkreds Fyns Storkreds Sydjylland Storkreds Østjylland Storkreds Vestjylland Storkreds Nordjylland Storkreds Hele landet</p>	<p>1) Digitalt – og dermed i hele landet.</p> <p>2) I hele landet – alle kredse fik muligheden for at bestille et lykkehjul og flyers. På storkredsniveau fordeler det sig således:</p> <p>Københavns Storkreds – 8 lykkehjul + flyers. Københavns Omegns Storkreds – 7 lykkehjul + flyers. Nordsjællands Storkreds – 4 lykkehjul + flyers. Bornholms Storkreds – 1 lykkehjul + flyers. Sjællands Storkreds – 9 lykkehjul + flyers. Fyns Storkreds – 6 lykkehjul + flyers. Sydjylland Storkreds – 8 lykkehjul + flyers. Østjylland Storkreds – 7 lykkehjul + flyers. Vestjylland Storkreds – 3 lykkehjul + flyers. Nordjylland Storkreds – 7 lykkehjul + flyers.</p>

Aktivitet 3 (angiv titel på aktiviteten efter aktivitetsnummeret)	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 resultaternes succes til at være som følgende:</p> <p>1) Vores digitale kampagne var en stor succes. Den nåede bredt ud og havde godt oplysende materiale. Data viser, at de, som har set vores videoer, har gennemsnitligt set flere af vores videoer end andre digitale kampagner, som Socialdemokratiet har lavet i 2023. Vi vil fortsætte denne aktivitet og overveje, om vi skal have et større digitalt fokus. Vi vurderer denne aktivitet til 5 på skalaen.</p> <p>2) Vi fik rigtig god feedback fra vores medlemmer, der var på kampagne med lykkehjulene og flyererne. Der blev sagt, at det er nemmere at tiltrække folk til samtalen med et lykkehjul, og at det er nemt at starte en samtale, når man lander på et spørgsmål. Nogle kredse mente, at det var det bedste kampagnemateriale, vi havde tilbudt i mange år. Vi tror også på, at det har startet rigtig mange gode samtaler om EU og EU relateret emner. Vi vurderer denne aktivitet til 5 på skalaen.</p>

Aktivitet 4 EU-uddannelse	Udfyld afrapportering herunder
<p>Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen</p>	<p>Vi havde søgt om midler til at uddanne vores medlemmer i at tale om EU og derved sprede viden om EU gennem gadekampagner, arrangementer og andre aktiviteter.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Der blev afholdt to workshops for vores medlemmer, hvor Mette Frobenius underviste vores medlemmer om EU. Herunder hvad der er op og ned i debatten, og hvordan man går til kompliceret EU-politik. og gør det let forståeligt for modtageren.</p> <p>Vi afholdt begge workshop på Christiansborg, dog på forskellige dage; søndag og mandag, for at tiltrække to forskellige målgrupper inden for vores medlemsskare.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>Da det var et medlemsarrangement, blev invitationen sendt ud pr. mail.</p>
<p>Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Der deltog 50 medlemmer i alt, fordelt cirka ligeligt på de to dage.</p>

Aktivitet 4 EU-uddannelse	Udfyld afrapportering herunder
Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet": Københavns Storkreds Københavns Omegns Storkreds Nordsjællands Storkreds Bornholms Storkreds Sjællands Storkreds Fyns Storkreds Sydjyllands Storkreds Østjyllands Storkreds Vestjyllands Storkreds Nordjyllands Storkreds Hele landet	I Københavns storkreds.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler resultaternes succes til at være som følgende: Grundet tidspres, fik vi kun mulighed for at afholde arrangementet i København. Det kunne have gjort det bedre, hvis man også havde holdt det i andre dele af landet. Selve workshoppen var en stor succes, og folk gav udtryk for, at det var spændende. Vi vurderer denne aktivitet til 4 på skalaen.

Aktivitet 5 (angiv titel på aktiviteten efter aktivitetsnummeret)	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Som en del af EU-oplysningsarbejdet blev der udarbejdet en analyse af udviklingen i danskernes EU-holdninger. Formålet var 1) at indsamle viden om danskernes holdning til europa-politiske emner, og 2) at blive klogere på, om danskernes viden på EU-området var hhv. stærk og mindre stærk. Derudfra var det tanken at målrette, hvilke områder og emner oplysningsindsatsen bør rette sig imod.
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Analysen blev udarbejdet af analysevirksomheden Methods for Socialdemokratiet. Data blev indsamlet af Epinion i perioden den 7.-14. december 2021. Målingen bygger på 1.018 repræsentativt udvalgte danskere i alderen 18+, og data er vejlet efter køn, alder, uddannelse, region og partivalg ved sidste folketingsvalg.
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler	Analysen kan findes på vores hjemmeside her: Socialdemokratiet - EU oplysning

Aktivitet 5 (angiv titel på aktiviteten efter aktivitetsnummeret)	Udfyld afrapportering herunder
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	<p>Undersøgelsen er besvaret af 1.062 danskere.</p> <p>Det er ikke til at sige, hvor mange, som har set analysen.</p>
<p>Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet":</p> <p>Københavns Storkreds Københavns Omegns Storkreds Nordsjællands Storkreds Bornholms Storkreds Sjællands Storkreds Fyns Storkreds Sydjylland Storkreds Østjylland Storkreds Vestjylland Storkreds Nordjylland Storkreds Hele landet</p>	I hele landet.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<p>Vi måler resultaternes succes til at være som følgende:</p> <p>Analysen blev udarbejdet professionelt og til tiden og rummede mange interessante resultater og konklusioner, som vil indgå i vores fremtidige EU-oplysningsaktiviteter. Vi vurderer derfor denne aktivitet til 4 på skalaen.</p>