

RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen
Tilskudsmodtager: Socialdemokratiet
Bevilget tilskud: 1.658.226 kr.
Projektansvarliges navn: Lasse Ryberg
Dato og underskrift:

Aktivitet 1 - Regionale aktiviteter	Afrapportering
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	<p>En del af midlerne blev benyttet til at skabe EU-oplysende aktiviteter i hele landet. Der var tre kategorier, som bidrog til den lokale EU-oplysning.</p> <p>1) En pulje, vores lokale frivillige kunne søge til at lave EU-oplysende aktiviteter, med interesserede borgere og medlemmer som målgruppe.</p> <p>2) Fire arrangementer i samarbejde med DSU og Frit Forum, hvor målgruppen primært var unge.</p> <p>3) Teaterdebatter i hver region, med fokus på EU-samarbejdet, hvor målgruppen var alle interesserede borgere.</p>
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	<p>1) Puljen til lokale EU-oplysningsaktiviteter kunne være forankret i alle lokale led i organisationen, regioner, kredsforeninger eller partiforeninger. Ansøgningen skete gennem det regionale internationale udvalg, som Socialdemokratiet har i alle regioner, og midlerne blev først og fremmest tildelt efter regionens størrelse. Grundet Covid-19 blev denne proces først igangsat kort før sommerferien. Arrangementerne blev afholdt lokalt, og det var de ansvarlige for arrangementet, som stod for arrangementets promovning.</p> <p>Grundet efterårets kommunalvalg blev der afholdt meget få lokale arrangementer. Der blev afholdt lokale arrangementer i Region Nordjylland og Region Hovedstaden. I Region Nordjylland omhandlede arrangementet EU/Europas aktuelle sikkerhedspolitiske situation. Oplægsholdere var: Elias Götz, PhD Forsvarsakademiet, som holdt oplæg om EU og Rusland, Carina Ann Meyn, Phd Forsvarsakademiet, som holdt oplæg om USA's syn på EU og Europa, herunder også den amerikanske holdning til NATO og Christine Nissen, Phd DIIS, som holdt oplæg EU's sikkerhedspolitiske situation, herunder hvilke muligheder EU har for at udvikle en sikkerhedspolitik udenfor NATO. Arrangementet blev afsluttet med en spørge- og debatrunde.</p> <p>Arrangementet i Region Hovedstaden blev afholdt i samarbejde med partiets eget PES netværk, som er frivillige i vores europæiske parti "Party of European Socialists". Derudover har de været i kontakt med de respektive ambassader og Københavns Universitet i forhold til research og forberedelse til arrangementet. Arrangementet omhandlede EU og Sydeuropa med fokus på Italien, Spanien og Portugal og hvilke relationer og historiske forudsætninger de har for samarbejdet i EU.</p>

Aktivitet 1 - Regionale aktiviteter	Afrapportering
	<p>2) Der var planlagt et holde arrangementer om EU-bestemt mindsteløn i foråret, men på grund af Covid-19, blev arrangementerne aflyst.</p> <p>3) Der blev afholdt tre teater- og debatarrangementer om EU i samarbejde med teatergruppen Rejsescenen i hhv. Region Syddanmark, her Faaborg, Region Sjælland, her Ringsted og Region Hovedstaden, her København, alle afholdt i august eller september. Marianne Vind eller Christel Schaldemose samt lokalpolitikere deltog i arrangementerne. Gennem kreative teaterforestillinger blev der sat fokus på forskellige aktuelle EU-problematikker, der dannede afsæt for efterfølgende debat mellem publikum og politikerne. Alle steder har det været regionernes eget ansvar at reklamere for arrangementet.</p>
<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. I Nordjylland er der blevet benyttet Facebook og e-mail til medlemmer og folk, som har tilkendegivet, at de er interesseret i deres aktiviteter. I Hovedstaden er arrangementet blevet promoveret på Facebook.</p> <p>2) Aflyst inden markedsføringen gik i gang.</p> <p>3) Markedsføringen af arrangementerne med Rejsescenen har ligget hos de lokale, dog med mulighed for udarbejdelse af materiale af Partikontoret, såfremt de søgte hjælpen. Både Sjælland, Nordjylland og Midtjylland har benyttet sig af avisannoncer. Alle regioner har benyttet sig af Facebook. Syddanmark og Hovedstaden har også benyttet sig af e-mail, både i form af invitation og nyhedsbreve.</p>
<p>Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>1) De lokale aktiviteter fokuserer på at nå geografisk bred ud i landet.</p> <p>Arrangementet i region Nordjylland havde 34 deltagere.</p> <p>Arrangementet i region Hovedstaden havde 35 deltagere.</p> <p>2) Aflyst pga. Covid-19.</p> <p>3) Rejsescenens forestillinger blev aflyst i hhv. Aalborg og Aarhus, da der var for få tilmeldinger. Begge steder havde fire tilmeldte deltagere.</p> <p>I Faaborg var der 25 deltagere.</p> <p>I Ringsted var der 20 deltagere.</p> <p>I København var der 70 deltagere.</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 succesen til:</p> <p>1) Vores lokalpulje har skabt nogle gode arrangementer, som sikrer EU-oplysning i hele landet. Vi vurderer denne aktivitet til 5.</p> <p>2) Der var planlagt at holde arrangementer om EU-bestemt mindsteløn i foråret, men på grund af Covid-19, blev arrangementerne aflyst. Vi vurderer derfor denne aktivitet til 1.</p>

Aktivitet 1 - Regionale aktiviteter	Afrapportering
	<p>3) Rejse scenens debat teatre har givet gode og oplysende arrangementer, og vi har fået gode tilbagemeldinger. Dog blev to af arrangementerne aflyst, grundet for få tilmeldinger. Vi vurderer derfor denne aktivitet til 3.</p>

Aktivitet 2 – Landsdækkende aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
<p>Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen</p>	<p>Disse aktiviteter har været forankret på Socialdemokratiets Partikontor, og har henvendt sig til en bred målgruppe af interesserede borgere. Her har været fokus på at nå bredt rundt om forskellige emner, så der har været noget, som kunne være relevant for alle.</p> <p>1) Konference om Europas fremtid, med fokus på digitalisering, økonomi og arbejdsmiljø.</p> <p>2) To onlinedebatter hhv. om udfaldet af det tyske valg, og dets betydning på EU og EU's vej ud af Covid-19 pandemien.</p> <p>3) Vores podcastserie "Europa under overfladen".</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>1) Konferencen om Europas fremtid blev afholdt under navnet "Europa for Folket". Her var Mette Frobenius konferencier, og ledte publikum gennem tre debatter om hhv.</p> <ul style="list-style-type: none"> - digitalisering og regulering af tech-giganterne, hvor deltagerne var MEP'er og chefforhandler på DSA, Christel Schaldemose, ekspert i sociale medier, Astrid Haug og professor i filosofi, Vincent F. Hendricks. - økonomisk politik i et EU-perspektiv, hvor deltagerne var MEP'er og PhD i politisk økonomi, Niels Fuglsang, økonom med speciale i arbejdsmarkedsøkonomi og lektor ved CBS, Birthe Larsen og tidligere finans- og udenrigsminister, Mogens Lykketoft. - optakten til EU's nye 7-årige arbejdsmiljøstrategi, hvor deltagerne var MEP'er og chefforhandler på strategien, Marianne Vind, arbejdsmiljøchef for DI Byggeri, Mette Møller Nielsen og Næstformand i Fagbevægelsens Hovedorganisation, Morten Skov. <p>Grundt Covid-19, var det ikke muligt for få fysisk besøg af internationale gæster. Dog indeholdte konferencen en video fra Iratxe García Pérez, præsident for S&D-gruppen, hvor hun her gav sine input til samtalen om Europas fremtid.</p> <p>2) Vi afholdte to onlinedebatter, som blev livestreamet. Begge debatter blev faciliteret og bragt af Netavisen Pio. Den første debat hed "Tyskland efter Merkel" og omhandlede det tyske valgresultat og hvordan det vil påvirke EU fremadrettet. Her var paneldeltagerne professor ved CBS Poul F. Kjær, chefkonsulent hos Dansk Erhverv og medlem af det tyske mindretal i Danmark, Anne Fulgsang-Damgaard Sina og skribent, Christian</p>

Aktivitet 2 – Landsdækkende aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
	<p>Foldager. Debatten kan ses her: https://www.facebook.com/www.piopio.dk/videos/212449027612420/</p> <p>Den anden debat hed "EU efter corona: Hvordan ser fremtiden ud?", og omhandlede EU's genopretningsplan efter coronapandemien, og hvilken fremtid vi ser ind i efter coronapandemien er ovre. Her var paneldeltagerne EU-chef hos Dansk Metal, Johan Moesgaard Andersen, sekretariatsleder hos tænketanken Nyt Europa, Julie Rosenkilde og direktør for Arbejderbevægelsens Erhvervsråd, Lars Andersen. Debatten kan ses her: https://www.facebook.com/www.piopio.dk/videos/646045450141191/</p> <p>Begge debatter blev optaget og streamet live på Facebook. Derudover er begge debatter også blevet lavet til to podcastafsnit. Derved kan de både genses og genhøres.</p> <p>3) Podcastserien "Europa under overfladen" blev produceret i samarbejde med Netavisen Pio, og havde til opgave at belyse socialdemokratiske prioriteringer i EU. I årets løb er det blev til 10 afsnit, derudover de to livestreams som senere blev til podcastafsnit.</p> <p>Afsnit 1: <i>Platformsøkonomi: Det digitale arbejdsmarkeds nye daglejere</i> omhandler EU's ansvar i forhold til nye arbejdsformer, med særligt fokus på platformsarbejdere. Medvirkende: Marianne Vind, Jan Villadsen (3F Transport) og Anne Ilsøe (lektor ved arbejdsmarkeds- og organisationsstudier).</p> <p>Afsnit 2: <i>Techgiganter og ytringsfrihed</i> omhandler EU's rolle i forhold til regulering af techgiganterne. Medvirkende: Christel Schaldemose og Lone Rasmussen (Dansk Erhverv)</p> <p>Afsnit 3: <i>Har EU fået en ven i Det Hvide Hus? – 100 dage med Biden</i> omhandler EU og USA's samarbejde efter Bidens indsættelse. Medvirkende: Niels Fuglsang, Davis Trads (journalist) og Christine Nissen (forsker i international politik og EU).</p> <p>Afsnit 4: <i>Skal man dø af at gå på arbejde?</i> omhandler hvad EU kan og skal gøre i kampen mod arbejdsrelateret kræft. Medvirkende: Marianne Vind, Johnni Hansen (Kræftens Bekæmpelse).</p> <p>Afsnit 5: <i>Den sjette masseudryddelse</i> omhandler EU's nye biodiversitetsstrategi og hvad EU kan og skal gøre for at sikre bedre biodiversitet. Medvirkende: Christel Schaldemose, Rasmus Vincentz (Habitats og Vild med Vilje) og Bengt Holst (Dyreetsk råd).</p> <p>Afsnit 6: <i>LGBT-rettigheder skal være menneskerettigheder i hele Europa!</i> omhandler hvordan EU skal håndtere medlemslande som indskrænker LGBT-rettigheder. Medvirkende: Marianne Vind, Lars Henriksen (Copenhagen Pride) og Søren Laursen (LGBT komiteen).</p> <p>Afsnit 7: <i>Hvordan sikrer vi et CO2- neutralt EU?</i> Omhandler EU's nye klimalov og hvordan EU kan sikre en CO2-neutral fremtid. Medvirkende:</p>

Aktivitet 2 – Landsdækkende aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
	<p>Niels Fuglsang, Connie Hedegaard (CONCITO) og Helene Hagel (Greenpeace).</p> <p>Afsnit 8: <i>Hvem har ansvaret på de sociale medier?</i> Omhandler hvad EU kan gøre i form af regulere de store sociale medie platforme, uden at skade ytringsfriheden og den demokratiske samtale. Medvirkende: Christel Schaldemose, Chili Djurhuus (medvirkende i DR dokumentar "Vi kommer og dræber dig...") og Ask Hesby Krogh (Digitalt Ansvar).</p> <p>Afsnit 9: <i>Tyskland efter Merkel?</i> Livestream, der senere blev til podcastafsnit.</p> <p>Afsnit 10: <i>EU-skeptiske partiers fremgang udfordrer samarbejdet i Unionen</i> omhandler hvordan Parlamentet og hele EU bliver påvirket af EU skeptiske partiers fremgang og de gamle pro-EU partiers tilbagegang. Medvirkende: Niels Fuglsang, Christian Foldager (kommunikationsrådgiver og skribent) og Derek Beach (professor i statskundskab)</p> <p>Afsnit 11: <i>Digital, grøn og ambitiøs; EU's genopretningsplan.</i> Livestream der senere blev til podcastafsnit.</p> <p>Afsnit 12: <i>Nytårsspecial: En status på det europæiske samarbejde</i> giver en status på EU anno 2021, og ser frem mod 2022, hvor både forventninger til det franske formandskab og klimaforhandlinger er i højsædet. Medvirkende: Christel Schaldemose, Niels Fuglsang, Marianne Vind og Danmarks udenrigsminister, Jeppe Kofod.</p> <p>Alle afsnit kan høres her https://www.spreaker.com/show/eu-under-overfladen og på alle normale podcast platforme.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>1) Konferencen blev markedsført via Facebook annoncering og e-mail, hvilket skabte så god trafik, at vi måtte lukke tilmeldingen tidligere end regnet med.</p> <p>2) Debatterne blev markedsført af Netavisen Pio, som både benyttede sig af artikler, for at skabe opmærksomhed om emnerne, og annoncering via Facebook.</p> <p>3) Alle afsnit er blevet delt på Facebook, samt blevet sendt ud som en fast del af partiets månedlige EU-nyhedsbrev. Derudover valgte vi at annoncere på Facebook for to af de ti afsnit. Dette var augustafsnittet om LGBT+ rettigheder i Europa og vores nytårsspecial, hvor Danmarks udenrigsminister bidrog med sit syn på hvad vi kan forvente af EU i 2022.</p>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>1) Der var stor tilslutning til konferencen, og der var over 150 tilmeldinger, indtil ugen før. Grundt Covid-19 situationen var der mange afbud ugen op til, og vi endte med ca. 100 deltagere til konferencen.</p> <p>2) Til den første livestream var der cirka 10 deltagere, som så med direkte, og til den anden var der cirka 30 deltagere. Dog ligger begge debatter stadig som videoer på Netavisen Pios Facebook side. Her er de hhv. blevet</p>

Aktivitet 2 – Landsdækkende aktiviteter	Udfyld afrapportering herunder
	<p>vist 1100 gange og 985 gange (pr. 22. februar 2022). Samlet set er denne aktivitet blevet oplevet af 2085 seere.</p> <p>3) Det samlede antal lytninger på podcasten var, ved udgangen af 2021, på omkring 2500.</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 succesen til:</p> <p>1) Der var stor tilslutning til konferencen, hele afviklingen gik som den skulle og deltagerne var vældig engageret i debatten. Vi vurderer derfor denne aktivitet til 5.</p> <p>2) Der har været mange, som har været inde og se debatterne efterfølgende. De tog udgangspunkt i to tidsrelevante emner, og Netavisen Pio valgte at udgive begge debatter som afsnit af vores podcast "Europa under overfladen". Vi vurderer derfor denne aktivitet til 5.</p> <p>3) Podcasten ligger fint i lyttertal og vi mener, at vi har fået nogle gode og oplysende afsnit ud af den. Samarbejdet med Netavisen Pio har fungeret godt, og vi har haft en bred vifte af politikere, forskere, fagpersoner og meningsdannere med i vores podcast. Vi vurderer derfor denne aktivitet til 4.</p>

Aktivitet 3 – Annoncering og oplysningsmateriale	Udfyld afrapportering herunder
<p>Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen</p>	<p>Socialdemokratiet har i 2021 ført to EU-oplysningskampagner. Målgruppen har været den brede befolkning, men lejlighedsvis med blevet afgrænset til særlige målgrupper.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>1) En kampagne om miljø, og hvordan EU er med til at bevare den danske natur gennem flere forskellige initiativer. Denne kampagne hed Vores Vilde Danmark. Den blev udarbejdet både en video til Facebook og fysisk kampagnemateriale, som vores medlemmer havde med til uddeling i vores nationale kampagneuge.</p> <p>Målgruppen her var bred, men især henvendt til folk, som går op i klima og miljø.</p> <p>2) En kampagne om, hvordan nogle problemer er så store, at de skal løses i EU-fællesskabet. Denne kampagne indeholdte tre "explainer" videoer om hhv. Digital Service Act, energieffektiviseringsdirektivet og EU's kommende nye syvårige arbejdsmiljøstrategi. Alle videoer var lavet til Facebook, og havde til formål at forklare de forskellige emner på en simpel måde. Målgruppen her var den brede befolkning. Videoerne er blevet udviklet og produceret i samarbejde med det grafiske designbureau Grafisk Afdeling.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye</p>	<p>1) På Facebook og gennem vores medlemmers fysiske kampagneaktiviteter rundt i hele landet.</p>

Aktivitet 3 – Annoncering og oplysningsmateriale	Udfyld afrapportering herunder
formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	2) På Facebook, med en bred målgruppe
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	<p>Til sammen har de to kampagner og de fire videoer nået 606.186 mennesker på Facebook.</p> <p>Dertil ligger den indsats, som blev lavet i den nationale kampagneuge, som i sagens natur er sværere at måle effekten af. Dog har vores trykkeri oplyst, at der er blevet leveret 69.810 foldere til uddeling lokalt.</p>
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<p>Vi måler succesen til:</p> <p>1) Videoen var flot, og nåede langt ud. Folderen var en ny måde, hvorpå vi engagerede vores medlemmer og borgerne i samtalen om EU's engagement i beskyttelsen af den vilde natur, der var en stor succes med en medlemsengagerende kampagne. Vi vurderer derfor denne aktivitet til 5.</p> <p>2) Videoerne var flot produceret og havde god eksponering. Emnerne er alle tidsrelevante, da aftalerne alle skal forhandles i foråret 2022 og det bragte ekstra relevans til videoerne. Især "explainer" formatet gjorde dem anderledes og oplysende. Vi vurderer derfor denne aktivitet til 5.</p>

Aktivitet 4 – EU Uddannelsestilbud	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	<p>Socialdemokratiet havde søgt midler til at lave et fysisk kursus, men grundet Covid-19 blev der valgt at lave kurserne online i stedet for.</p> <p>Det blev til to forskellige kurser, der blev afholdt flere forskellige gange i årets løb. Et basiskursus og et kursus med fokus på EU's fremtid.</p> <p>Målgruppen for begge kurser, har været partiets medlemmer, dog med en difference i, hvor meget man kendte til EU i forvejen.</p>
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	<p>Lær EU at kende, er et EU basiskursus, som havde til formål at lære deltagerne, hvordan EU startede, hænger sammen og hvordan det er, at beslutningsprocesserne i EU foregår. Dette kursus blev afholdt online fem gange i første halvår af 2021, og målgruppen var alle organisationens medlemmer, men især dem, som manglede en grundlæggende forståelse for Den Europæiske Union.</p> <p>Det andet kursus hed Hvor skal EU hen?, og havde til formål at gennemgå EU før, under og efter de internationale kriser, som der har været siden årtusindeskiftet, og derved starte samtalen om EU's fremtid. Dette kursus var på et højere niveau og henvendte sig til medlemmer, som i forvejen havde basisviden om EU. Dette kursus blev afholdt online tre gange i andet halvår af 2021.</p>

Aktivitet 4 – EU Uddannelsestilbud	Udfyld afrapportering herunder
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	Alle medlemmer blev inviteret til kurser pr. e-mail. Derudover har de ligget på vores medlemsportal under kommende arrangementer, hvor medlemmerne altid kan orientere sig om kommende medlemstilbud.
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Lær EU at kende havde til sammen 393 deltagere fordelt på fem online kurser. Hvor skal EU hen? havde til sammen 191 deltagere fordelt på tre online kurser.
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: Der var ærgerligt, at kurserne ikke blev afholdt fysisk, så debat og dialog havde været mere flydende. Dog er vi overbeviste om, at vi har formået at nå flere personer med online kurser fremfor fysiske. Især basiskurset havde vi stor succes med, og mange deltagere var glade for at lære om eller få opfrisket basisviden om EU. Vi vurderer derfor denne aktivitet til 4.

Aktivitet 5 - Analysen	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 med henblik på kendetegnende socialdemokratiske prioriteter for EU-samarbejdet. Formålet var 1) at indsamle viden om danskernes holdning til europapolitiske emner og 2) blive klogere på, hvor 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 9.-17. 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	Aktiviteten er til intern brug og blev ikke markedsført. Da vi nu har fået lavet analysen over en årrække, og vi nu kan se udviklingsmønstre, vil analysens fund aktivt indgå i fremtidige arrangementer, som berører de undersøgte emner. Derudover vil den blive benyttet til at kvalificere og udvikle partiets oplysningsindsats.
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Undersøgelsen er besvaret af 1.018 danskere.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en	Vi måler succesen til:

Aktivitet 5 - Analysen	Udfyld afrapportering herunder
succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Analysen blev udarbejdet professionelt og til tiden, og rummede mange interessante resultater og konklusioner, som vil indgå i vores fremtidige EU-oplysningsaktiviteter. Dog havde det været gavnligt at starte processen tidligere, så vi kunne benytte analysens fund til at kvalificere næste års aktiviteter. Vi vurdere derfor denne aktivitet til 4.