

## RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen

<b>Tilskudsmodtager</b>	Socialistisk Folkeparti (SF)
<b>Bevilget tilskud</b>	1.140.112 kr
<b>Projektansvarliges navn</b>	Emil Ipsen
<b>Dato og underskrift</b>	14/03/2024

<b>Aktivitet 5 (DM i EU-debat)</b>	<b>Udfyld af rapportering herunder</b>
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	<p>Vi afholdte et uofficielt Danmarksmesterskab i EU-debat, særligt rettet mod ungdomsuddannelser og højskoler, da initiativet primært var målrettet unge mellem 18-30 år.</p> <p>De unge kunne deltage ved at skrive en EU-kronik om et EU-relateret emne. For at engagere og inddrage de unge, ønskede vi at give dem de bedste forudsætninger for at skrive en kronik. Derfor tilbød vi både via e-mails til gymnasier og højskoler samt gennem reklameopslag i samfundsfaglærernes Facebook-gruppe at komme ud og afholde en halvdagsworkshop om EU og de store debatter, der præger Europa-Parlamentet i dag. Under samme workshop gav vi også værktøjer til, hvordan man kan skrive et godt debatindlæg.</p> <p>På bilag 1 kan man se, hvordan vores invitation til workshoppen så ud. Workshoppen blev taget imod af i alt 5 forskellige højskoler og gymnasier på tværs af hele landet.</p>
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	<p>Selve konkurrencen blev arrangeret i samarbejde med POV. International, Venstre og Europabevægelsen. Venstre og Europabevægelsen var også ansvarlige for at afholde oplæg og debat på uddannelsesinstitutionerne, mens alle organisationer var repræsenteret i bedømmelsesudvalget for indlæggene.</p>
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler	<p>Vi anvendte annoncering via Facebook-opslag, et forsidebanner på pov.int og debatindlæg inden for området. Derudover sendte vi mails til ungdomsorganisationer med politisk engagement om arrangementet.</p> <p>Det debatindlæg, vi skrev for at markedsføre arrangementet, kan læses her <a href="https://pov.international/europabevaegelsen-sf-og-v-nyt-danmarksmesterskab-skal-skubbe-til-unges-samtale-om-eu/">https://pov.international/europabevaegelsen-sf-og-v-nyt-danmarksmesterskab-skal-skubbe-til-unges-samtale-om-eu/</a></p> <p>En betydelig del af markedsføringen fandt sted på pov.dk, hvor vi også havde en hjemmeside for hele projektet. Den kan besøges her: <a href="https://pov.international/dm-i-eu-debat/">https://pov.international/dm-i-eu-debat/</a></p> <p>Her kan vinderindlægget læses: <a href="https://pov.international/opgor-med-graensernes-tyranni/">https://pov.international/opgor-med-graensernes-tyranni/</a></p>

Aktivitet 5 (DM i EU-debat)	Udfyld afrapportering herunder
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Øregård Gymnasium: 70 personer - se bilag 2  Kolding Gymnasium: 80 personer - se bilag 3  Rødding Højskole: 60 personer - se bilag 4  Midtsjællands gymnasium: 70 personer - se bilag 5  Hadsten Højskole: 60 personer - se bilag 6  Digitalt: 1553 personer besøgte kampagneside på Vivileuropa.</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>2x Sydjylland Storkreds  Østjylland Storkreds  Københavns Omegns Storkreds  Sjællands Storkreds</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 2,5. Selv turene til højskolerne og gymnasierne var meget vellykkede. Der var stor entusiasme blandt eleverne, og arrangementet blev meget rost af lærerne på stederne.</p> <p>Desværre blev konkurrencedelen, hvor folk skulle indsende indlæg, ikke en succes, da vi kun modtog ét indlæg, på trods af at mange besøgte hjemmesiden.</p> <p>Vi overvejer derfor at fortsætte med EU-aktiviteter på ungdomsuddannelserne, men vi vil ikke gentage konkurrencen på dette område.</p> <p>Desuden var november/december ikke den optimale periode i forhold til at ramme gymnasierne, da mange havde terminsprøver. Derudover var EU ikke så meget på dagsordenen på dette tidspunkt, og det ville måske have været bedre at vente til foråret 2024. Især med EU-området er det vores erfaring fra i år, at man skal være meget tæt på EP-valget, før det virkelig fanger interessen hos den brede befolkning.</p>

**Aktivitet 6 optakt til  
EP24**

**Udfyld afrapportering herunder**

<p>Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen</p>	<p>Forud for Europaparlamentsvalget fokuserede vi i efteråret 2023 på at oplyse om Europa-Parlamentets rolle for almindelige borgere med særlig vægt på det grønne område i EU. Vores oplysningskampagne omfattede flere elementer.</p> <p>Vi afholdte 5 debatter om EU's klimapolitik i forbindelse med COP28. Disse debatter blev afholdt lokalt i samarbejde med vores lokalafdeling og havde ikke en nærmere defineret målgruppe ud over folk, der interesserer sig for klimapolitik. Se bilag 7, 8, 9, 10 og 11 for billeder fra de 5 debatter.</p> <p>Debatten i København var mellem Stine Bosse og Rasmus Nordqvist Debatten i Odense var mellem Rasmus Nordqvist og Ulla Tørnæs Debatten i Kolding var mellem Villy Søvnald og Ulla Tørnæs Debatten i Århus var mellem Ulla Tørnæs (V) og Rasmus Nordqvist Debatten i Egedal var mellem Rasmus Nordqvist (SF), Magnus Barsøe (V), Niels Flemming Hansen (K), Marianne Lynghøj (V).</p> <p>Ud over debatterne forsøgte vi også at skabe opmærksomhed om udfordringerne med kemikalier i vores drikkevand, blandt andet ved Naturmødet og Folkemødet. Vi gik rundt iført dragter, der lignede gift og delte frisk vand og flyers ud for at informere om, at ca. hver anden danske drikkevandsboring indeholder pesticidrester. Desuden indeholdt hver anden kop et giftsymbol for at illustrere, hvordan farlig kemi kan ende i vores kroppe uden vores viden. Se bilag 12 for billeder af folk iført dragterne samt de flyers og kopper, der blev uddelt som led i kampagnen.</p> <p>Den fysiske kampagne skabte mulighed for samtaler om EU's rolle inden for kemi og natur, og den blev brugt til at oplyse om EU's arbejde på området, samt hvordan man kan presse EU for at sikre det europæiske og danske drikkevand.</p> <p>Vi udarbejdede også en omfattende digital kampagne om kemikalieområdet og Reach-direktivets betydning for at løse de udfordringer, vi står over for med kemikalier. Denne oplysningskampagne fokuserede på kemiens rolle i hverdagen og hvordan EU forsøger at løse og forbedre de udfordringer, vi står over for med kemikalier. Kampagnen blev udført via en film, der blev vist på de sociale medier Facebook, youtube og LinkedIn og en annonce i avisen Information. Filmen kan ses her: <a href="https://www.facebook.com/sfparti/videos/1481046532746342">https://www.facebook.com/sfparti/videos/1481046532746342</a></p> <p>Se bilag 13 for annoncen, som blev bragt i Information. Annoncen fokuserede på den danske regering og deres mulighed for at forbyde</p>
---	--

Aktivitet 6 optakt til EP24	Udfyld afrapportering herunder
	<p>glyfosat, det aktive stof i Round-up, på grund af deres position som medlem af Ministerrådet, hvilket vi ønskede at oplyse borgerne om.</p> <p>Både de fysiske og digitale kampagneelementer førte desuden videre til en mere dybdegående hjemmeside, der behandlede problemerne med glyfosat samt udviklingen i EU på området. Hjemmesiden kan besøges her: <a href="https://sf.dk/rentdrikkevand/">https://sf.dk/rentdrikkevand/</a></p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Debatterne blev afholdt i samarbejde med SF Kolding, SF Egedal, SF Århus, SF Odense og Mellempfolkeligt Samvirke. Derudover allierede vi os med Nadia Gullestrup, formand for Unge klimarådet, til at moderere debatterne i København, Egedal og Odense samt Rune Kier, en professionel taleskriver, til at moderere debatterne i Århus og Kolding.</p> <p>Den fysiske kampagne blev udviklet af os selv, hvor vi indkøbte flyers og kopper fra et trykkeri samt de øvrige materialer fra forskellige butikker.</p> <p>Videoen blev udviklet og filmet i tæt samarbejde med bureauet Eiffel, der bidrog med særlig kreativ vinkel. Vi udviklede og udformede selv annoncen til Information.</p>

Aktivitet 6 optakt til EP24	Udfyld afrapportering herunder
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler</p>	<p>Debatterne blev markedsført på lidt forskellige måder. Alle debatter blev annonceret på Politikens onlineavis, pol.dk, så de blev synlige for læsere i de geografiske områder, der var i nærheden af de enkelte debatter. Annoncerne kan findes på bilag 14, 15, 16, 17 og 18. Debatten i Egedal blev desuden også reklameret i Egedal Lokalavis, hvilket også kan ses på bilag 14.</p> <p>Markedsføringen af vores fysiske kampagne på Folkemødet og Naturmødet blev udført gennem direkte kontakt mellem vores frivillige og borgerne på møderne, samt via de flyers, der blev udleveret samtidig. Dette var en ny tilgang til en sådan kampagne for os, men det fungerede godt, da vores udklædning gjorde os og kampagnen til et stort samtaleemne, selv for folk der ikke ønskede at deltage i samtalen direkte med os.</p> <p>Vores digitale kemi-kampagne blev delt og annonceret på Facebook, LinkedIn og YouTube, hvor vi brugte segmentering til at nå befolkningsgrupper, som virkede interesserede i kemispørgsmålet. Alle de forskellige segmenteringer førte til mange opslag på de respektive social-medieplatforme.</p> <p>På bilag 19 kan der ses billede af opslag med videoen, som den har kørt på YouTube og vores data på den. Der var i alt 933.000, der blev eksponeret for muligheden for at se den og 183.000, der decideret så videoen på YouTube.</p> <p>På bilag 20, 21 og 22 kan der ses opslag med videoen, som den har kørt med Facebook, vi delte den både SF's hovedside, Kiras (medlem af Europa-Parlamentet for SF) side og Margrete Aukens (medlem af Europa-Parlamentet for SF) side. I forbindelse med annoncering segmenterede vi den desuden, så den ramte bedst muligt folk der var natur og EU interesserede. Samlet set har der være 4.070.218 eksponeringer af videoen på Facebook, hvoraf 1.198.547 var unikke brugere.</p> <p>På bilag 23 kan der ses vores opslag på LinkedIn, her var der 334176 visninger for videoen, hvor i alt 203287 var unikke brugere.</p> <p>Derudover havde vi, som sagt, en kampagneside fokuseret på kemispørgsmålet, som blev henvist til fra vores fysiske og digitale kampagneindsats: <a href="https://sf.dk/rentdrikkevand/">https://sf.dk/rentdrikkevand/</a></p>

Aktivitet 6 optakt til EP24	Udfyld afrapportering herunder
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Debatten i Egedal: 50 personer            Debatten i Odense: 8 personer            Debatten i Kolding: 17 personer            Debatten i København: 12 personer            Debatten i Århus: 20 personer            I alt: 98 personer</p> <p>Vores fysiske kampagne ramte direkte 500 personer på Naturmødet og 1000 personer på Folkemødet.</p> <p>Vores Film: Ved vi ikke hvor mange forskellige der i alt har set videoen, da en unik bruger på Facebook også kan tælle som en unik bruger på LinkedIn, som minimum er den dog set af 1.198.547 mennesker, og vi vil formode det faktiske tal endda er noget højere.</p> <p>Annoncen i Information er nået ca. 25.000 personer</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            Sydjyllands Storkreds            Østjyllands Storkreds            Vestjyllands Storkreds            Nordjyllands Storkreds            Hele landet</p>	<p>Debatterne:            Københavns Storkreds            Nordsjællands Storkreds            Sydjyllands Storkreds            Fyns Storkreds            Østjyllands Storkreds</p> <p>Den fysiske kampagne:            Nordjyllands Storkreds og Bornholms Storkreds.</p> <p>Film og avisannoncer:            Der blev annonceret digitalt i hele landet og der er modtager i samtlige storkredse fra begge annonceringer.</p>

Aktivitet 6 optakt til EP24	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 3,5.</p> <p>Vi havde ikke lige stor succes med alle debatterne; den største succes var i Egedal, hvor debatten blev til en EU-aften med musik og Gløgg &amp; Æbleskiver. Rådhusalen blev fyldt op med cirka 55 personer, hvilket er usædvanligt for denne type arrangementer på dette sted. De andre debatter var små og hyggelige, men ikke store succeser. Dette skyldtes sandsynligvis, at det var for langt væk fra EP-valget, og der manglede andre store trækplastre, som vi vil overveje at inkludere mere fremadrettet for at tiltrække flere deltagere. Derudover var de også kun to debattører til de andre debatter, hvor et større panel kan trække en bredere gruppe af vælgere.</p> <p>Den fysiske kampagne på Folkemødet og Naturmødet om drikkevand og kemiens betydning fungerede rigtig godt. Vi uddelte cirka 1500 kopper vand og flyers på Folkemødet og 500 kopper og flyers på Naturmødet. Dette resulterede i mange gode samtaler og skabte fokus på EU's indflydelse på kemien. Den her type kreative greb til at skabe oplysning om EU, vil vi derfor helt sikkert gøre igen, for at gøre det mere interessant.</p> <p>Den digitale kampagne omkring kemi kørte også rigtig godt og har klaret sig langt bedre end vores oprindelige målsætning, da den virkelig skabte opmærksomhed og interesse for et emne inden for EU, som mange ikke var klar over, at EU havde stor indflydelse på. Vi overvejer at fortsætte med at udforske dette "univers", som vi har skabt med filmene i 2024, og vi vil i hvert fald fortsætte med at lave oplysningsfilm i fremtiden.</p>



<b>Aktivitet 7 EU-debattøruddannelse</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
<p>Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen</p>	<p>Forud for Europa-Parlamentsvalget i 2024 afholdte vi en debattøruddannelse i efteråret 2023. Formålet var at uddanne EU-debattører omkring EU, så de ville føle sig trygge i at debattere emnet op til valget.</p> <p>Debattørerne blev rustet til at kunne deltage på kvalificeret vis i EU-debatter både ved traditionelle vælgermøder, i snakke på gaden, på sociale medier og i medierne – til gavn for den bredere offentlighed og den fælles EU-politiske samtale.</p> <p>Målgruppen var både kandidater, men også generelt personer, der ønskede at være frivillige i EP-valgkampen hos SF. Derfor var alle aktiviteter åbne. Den første session fandt sted på SF's sommertræf i august 2023 og blev efterfulgt af tre digitale oplæg om henholdsvis EU's rolle på det sociale, det grønne og det digitale område. Forløbet blev afsluttet med en fysisk eftermiddag på Christiansborg med fokus på pressehåndtering – her blev dog inviteret personer, der havde deltaget i en tidligere workshop, da det krævede lidt mere faglig viden.</p>

<b>Aktivitet 7 EU-debattøruddannelse</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Aktiviteterne blev afholdt delvist digitalt og delvist fysisk.</p> <p>Vi brugte SF's fagrådgiver sammen med diverse politikere til at holde vidensoplæg om specifikke områder i EU. Dette skulle ruste debattørerne til at forstå, hvad der var sket på området, og hvor de store kampe kunne forventes at finde sted i den næste valgperiode</p> <p>Digitalt afholdte vi følgende:</p> <p>På det digitale område: SFs digitale EU-rådgiver samt Lisbeth Bech-Nielsen, IT-ordfører for SF (se bilag 24).</p> <p>På det sociale område: Kira Marie Peter-Hansen, medlem af Europa-Parlamentet for SF og en del af EMPL-udvalget (se bilag 25).</p> <p>På det grønne område: SF's klimarådgiver i EU og Rasmus Nordqvist, der sidder i European Green Party's bestyrelse (se bilag 26).</p> <p>Fysisk afholdte vi følgende: Ved SF's sommertræf – afholdte vi paneldebat træning her var det derfor særligt de egentlige kandidater, der mødte op. (Se bilag 27)</p> <p>En eftermiddag på Christiansborg – medietræning, der gav redskaber til, hvordan man håndterer og bruger medierne i forbindelse med EU-valget. Her samarbejdede vi med Broecker Kommunikation, der afholdt workshoppen (se bilag 28).</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler</p>	<p>Vi markedsførte det samlede forløb på SF's interne fora'er, og lavede også opslag, når de enkelte arrangementer skulle afholdes. Se eksempel på det digitale forløb på bilag 29.</p>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Til de enkelte seancer, var der mellem 5 og 20 deltagere.</p> <p>I alt var der ca. 40 forskellige personer direkte involveret i en eller flere kursusgange</p>

Aktivitet 7 EU-debattøruddannelse	Udfyld afrapportering herunder
<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 Sydjyllands Storkreds Østjyllands Storkreds Vestjyllands Storkreds Nordjyllands Storkreds Hele landet</p>	<p>Online var muligt at se i hele landet + et fysisk møde i Sydjyllands Storkreds og et fysisk møde i Københavns Storkreds.</p> <p>Træningen skulle dog gerne medføre kompetente debattører til hele landet, da der var deltagere fra hele landet.</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 4.</p> <p>Deltagerne i træningen blev betydeligt klogere, og det gav, som vi havde håbet, mere tryghed for medlemmerne til at tale og diskutere om EU. Det ville dog have været fantastisk med endnu flere deltagere, især til de digitale sessioner, hvor vi forsøgte at annoncere gentagne gange i SF's medlemsforum op til arrangementet. Interessen var dog ikke så stor, muligvis fordi det var lidt for tidligt i forhold til valget.</p> <p>Vi vil fortsat bruge både fysiske og digitale elementer i fremtiden. Desuden vil vi forsøge at tiltrække flere eksterne oplægsholdere, da det kan tilføre en frisk og anderledes dimension til arrangementerne for vores medlemmer. Med udgangspunkt i succesen fra denne debattørtræning har vi planlagt en "debattørtræning 2.0" til foråret.</p>

<b>Aktivitet 8 Debatter og deltagelse i festivaler, folkemøder, konferencer mv.</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
---	---------------------------------------

Beskrivelse af aktiviteten  
– herunder målgruppen

### **EU naturdebat i forlængelse af SF's landsmøde**

Vi ønskede, som tidligere, at afholde en EU-debat i forlængelse af SF's landsmøde i Kolding. Arrangementet blev tydeligt adskilt fra landsmødet og var en decideret offentlig begivenhed. Debatten sigtede mod naturinteresserede og omhandlede, hvordan EU kan bidrage til at sikre rent drikkevand i fremtiden.

#### **1. maj i Århus og København**

1. maj planlagde vi at afholde to debatter om arbejdstagerrettigheder i EU. I Århus skulle debatten stå mellem Kira Marie Peter-Hansen (MEP for SF) og Niels Jespersen (Netavisen Pio), men desværre måtte den aflyses på dagens, da Kira blev syg. I København i Fælledparken skulle debatten inkludere Kira Marie Peter Hansen (SF), Jan Kristoffersen (Å), Magnus Barsøe (S) og Nikolaj Villumsen (Ø). Kira blev erstattet af Rasmus Nordqvist på grund af sygdom. Målgruppen var generelt alle, der deltog i 1. maj-fejringen.

#### **EU-debatter på Naturmødet i Hirtshals**

Vi afholdte to EU-debatter i forbindelse med Naturmødet. En debat i SF's eget telt handlede om EU's potentiale for at forbyde brugen af pesticider i landbruget. Panelet bestod af:

Knud N. Flensted, Naturpolitisk rådgiver hos DOF  
Anders Panum Jensen, Miljødirektør hos Landbrug & Fødevarer  
Rasmus Nordqvist, Medlem af hovedbestyrelsen af European Greens for SF (ordstyrer)  
Rasmus Ejrnæs, seniorforsker ved Institut for Ecoscience  
Per Husted, Medlem af Folketinget for Socialdemokratiet

Derudover afholdt vi en debat på Hovedscenen – Thunderdome i samarbejde med WWF og Ørsted. Her diskuterede vi, hvordan natur- og klimahensyn kan forenes i EU's udbygning af vedvarende energi. Panelet bestod af:

Moderator: Tine Gøtzche  
Bo Øksnebjerg (WWF)  
Margrete Auken (MEP for SF)  
Anne Paulin (Medlem af Folketinget for S)  
Kenn Skou Fischer (Fiskeri Foreningen)  
Ida Krabek (Ørsted)

#### **EU-debatter på Folkemødet på Bornholm**

På Folkemødet afholdte vi en debat om ligeløn i EU. Panelet bestod af:

Line Andersen, Økonomisk konsulent hos CEPOS

Aktivitet 8 Debatter og deltagelse i festivaler, folkemøder, konferencer mv.	Udfyld afrapportering herunder
	<p>Martin Steen Kabongo, Underdirektør hos DA Henriette Laursen, Direktør i Kvininfo Kira Marie Peter-Hansen (MEP for SF) Anja C. Jensen, Forperson i HK.</p> <p>Her håbede vi særligt på at tiltrække ligestillingsinteresserede og feminister til debatten.</p> <p><b>EU på Klimafolkemødet i Middelfart</b> I forbindelse med klimafolkemødet fokuserede vi på EU's betydning for livet i vandet. Vi lejede en båd, der blev brugt til at sejle rundt i Lillebælt, hvor deltagerne kunne lære om EU's rolle og høre oplæg omkring det og EU's vandramme direktiv af Rasmus Nordqvist (kandidat til Europa-Parlaments valget for sf) og Jørgen Chemnitz (naturvejleder og naturkonsulent ved Naturskolen Kolding) Der blev også vist billeder af havbunden, som båden sejlede over. Se bilag 25 for billeder af oplysningsmaterialet, båden og oplæg undervejs.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Debatten i forlængelse af vores landsmøde omkring rent drikkevand blev annonceret i Jydske Vestkysten, en lokalavis fra Sydjylland. Se bilag 31 for annoncen.</p> <p>Vores debatter til 1. maj blev annonceret i Information, som er kendt for at have læsere med en mere venstreorienteret tilgang og derfor ville have større sandsynlighed for at deltage i et 1. maj-arrangement. Dette kan ses på bilag 32.</p> <p>Vores debat på Folkemødet blev annonceret både i Folkemødeappen og i Folkemødeavisen, som blev uddelt gratis til deltagerne på Folkemødet. Annoncen kan ses på bilag 33.</p> <p>Debatten på Hovedscenen til Naturmødet blev annonceret i Nordjyske (Se bilag 34). Derudover var begge debatter også inkluderet i programmet på Naturmødeappen. Desværre er det ikke længere muligt at tilgå, hvor debatten er placeret i appen, da Naturmødet har gjort klar til 2024. Jeg har derfor vedhæftet et billede af den praktiske information om debatten i vores eget telt (se bilag 35), så det kan ses, hvordan vi kommunikerede om indholdet af debatten.</p> <p>Arrangementerne på Klimafolkemødet blev annonceret både, når folk kom forbi SF til Naturmødet, men også på SF Assens Facebookside (se bilag 36)</p>

<b>Aktivitet 8 Debatter og deltagelse i festivaler, folkemøder, konferencer mv.</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Klima Folkemødet: Vi havde i alt cirka 75 forskellige personer med på sejlturen i Lillebælt, hvor der blev afholdt oplæg om EU's rolle på området særligt i forholdt til EU's vandramme direktiv, som Rasmus Nordqvist kom og præsenterede.</p> <p>D. 1. maj i Århus: Arrangementet blev aflyst på grund af Kiras sygdom, men der var omkring 100 deltagere, der overværede debatten i Fælledparken.</p> <p>Folkemødet på Bornholm: Cirka 50 personer deltog.</p> <p>EU-debat i forlængelse af SF-landsmødet: Cirka 300 deltagere, dog primært SF'ere, der alligevel var til landsmødet. På trods af annonceringen kom der ikke mange udefra.</p> <p>Naturmødet: Cirka 150 mennesker overværede debatten ved Hovedscenen, og 30 personer overværede debatten i vores eget SF-telt.</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>Klima Folkemødet: Fyns Storkreds – Middelfart</p> <p>1.Maj Østjylland storkreds &amp; Københavns Storkreds – Århus og København. (Dog blev den i Østjylland aflyst på dagen)</p> <p>Folkemødet: Bornholms Storkreds – Allinge</p> <p>EU-debat i forlængelse af SF-landsmøde: Sydjyllands Storkreds – Kolding</p> <p>Naturmødet: Nordjyllands Storkreds - Hirtshals</p>

<b>Aktivitet 8 Debatter og deltagelse i festivaler, folkemøder, konferencer mv.</b>	<b>Udfyld afrapportering herunder</b>
<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: 4.</p> <p>Vi havde generelt fyldte telte og stor succes med vores arrangementer til de forskellige begivenheder. Vi turde at inkludere debatter med mere markante uenigheder end tidligere, hvilket gjorde det mere interessant for folk at deltage. Vi er meget tilfredse med resultatet og vil fortsætte med det i fremtiden, dog med fokus på tematikker, der er mest aktuelle på det pågældende tidspunkt. Vi endte også med at bruge flere penge på denne budgetpost end forventet. Dette skyldtes blandt andet, at vi forsøgte at gøre aktiviteterne mere attraktive og synlige end normalt. Derfor vil vi generelt budgettere flere ressourcer til disse debatskabende aktiviteter i fremtiden, da det ser ud til at skabe interesse om EU.</p>