

RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen

Tilskudsmodtager	FFD
Bevilget tilskud	650.000
Projektansvarliges navn	Daniel Aleksander Kern
Dato og underskrift	17. marts 2025

Aktivitet 1 Europæisk uge – Young Europe is Voting	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Young Europe er et politisk fællesskab for europæiske unge i alderen 18-30 år, der har rod i den danske folkehøjskoles traditioner for uformel læring og dannelse. Fællesskabet bygger bro mellem ungdommen fra hele Europa og styrker ungeinddragelsen og engagementet i europæisk politik. Til Young Europe is Voting 2024 mødtes over 100 unge fra 32 lande til en europæisk højskoleuge forud for Europa-Parlamentsvalget for at diskutere Europas fremtid, udveksle holdninger og erfaringer samt præsentere deres idéer og tanker for en række danske EP-kandidater. Formålet med Young Europe is Voting er at skabe engagement og demokratisk deltagelse blandt unge i førnævnte aldersgruppe. Unge er den gruppe, der er mindst tilbøjelige til at stemme ved EP-valg (Hansen 2020), og det er derfor relevant og væsentligt at inddrage dem i, og præsentere dem for, aktuelle politiske emner og metoder til, hvordan man som ung kan tage del i den europapolitiske debat. Young Europe is Voting 2024 blev afholdt over en uge fra den 20-26 maj 2024 med en blanding af elever fra danske højskoler (ca. 60%) og udenlandske unge (ca. 40%). Deltagere var i alderen 18-29 år og ca. 70% var i alderen 18-23 år. Ca. 90% af deltagerne var fra lande i Europa. 24 europæiske lande var repræsenteret. Pga højskolernes internationale elever, var 10% fra ikke europæiske lande som fx Argentina, USA og Canada.

Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	De første tre dage deltog de internationale unge i undervisningen på seks forskellige danske højskoler, sammen med danske højskoleelever. Krogerup Højskole, Ollerup Gymnastikhøjskole, Grundtvigs Højskole, Aarhus Idrætshøjskole, Vrå Højskole og International Peoples College havde hver ca. 7 internationale studerende boende i starten af ugen. Her arbejdede hver højskole med et specifikt temarelateret til europæisk politik: Climate, Breaking Borders, Democracy, Participation and Civic Space, EU in the World, Equality, Employment and Education og Fundamental Rights and Rule of Law. Den sidste halvdel af ugen (torsdag – søndag), var et ungetopmøde, der blev afholdt på Ungdomsøen. Her blev der afholdt taler, debatter, workshops, præsentationer og et møde med kandidater til Europa-Parlamentsvalget. Nyt Europa har været samarbejdspartnere på hele ugen og Ungdomsøen var samarbejdspartner på sidste halvdel. Torsdag mødtes de unge på den franske ambassade til reception. Efterfølgende blev deltagerne sejlet til ungdomsøen, hvor velkomstprogrammet bl.a. bestod af en paneldebat med aktivisterne Emily Olander (bestyrelsesmedlem i Lev og Lad leve), Dalia Awadh (bestyrelsesmedlem i Red Barnet), og Jessica Petersen (medlem af Collective Against Environmental Racism og i styregruppen for Participate!). Debatten berørte især emner som lighed og diskrimination, men belyste også bl.a. demokrati som styreform. Fredag deltog samtlige deltagere i en ud af fem workshops, der hver skulle danne udgangspunktet for et værk, som senere blev præsenteret for de politikere, der besøgte øen. Temaerne for de fem workshops var udviklet med tanke på, at der både skulle være noget for hoved, hjerte og hænder og bestod af: Art, Speech, Advocacy, Poetry og Movement. Underviserne var udøvende kunstnere og professionelle indenfor hvert felt. Art: deltagere i art-workshoppen blev undervist af den spanske kunstner Sara Jansen. Sara introducerede deltagerne til, hvordan kunst er aktivisme. Først blev deltagerne undervist i de historiske traditioner for aktivistisk kunst og derefter blev de vejledt i, hvordan de kunne skabe deres egne værker. Deltagerne skabte i grupper 4 værker med titlerne "Take action", "conne(A)ction", "Shattered Hopes" og "Go All In". Speech: deltagere i speech-workshoppen havde en underviser fra Røst, som er en dansk talerskole, der arbejder for at give unge modet til at tage ordet. Deltagerne lærte at skrive kraftfulde aktivistiske taler gennem undervisning om retorik, komposition og kropssprog. Over halvdelen af deltagerne på workshoppen fremførte deres taler for holdet, der i fællesskab valgte 3, der skulle præsenteres for politikerne. Temaerne for de 3 taler var "Go vote",
--	---

	migrationskrisen i Europa og tilgængeligheden i rejser over land for personer med lav indkomst. Advocacy: Mads Hvid, der er rådgiver i LEAD AGENCY og Julie Arrildt, der er politisk rådgiver hos Globalt fokus underviste på advocacy-workshoppen. Deltagerne lærte, hvordan de kan formulere stærke budskaber, der påvirker beslutningstagere. Deltagerne udarbejdede skabelonen til et manifest, der indeholder ungdommens ønsker og forslag til fremtidens Europa. Manifestet skal overrækkes til Europaparlamentarikerne i Bruxelles i efteråret 2024. Poetry: deltagere i poetry workshoppen blev undervist af den danske digter Caspar Eric. Caspar skabte et trygt rum, hvor der både blev grinet og grædt mens deltagerne åbnede op for deres oplevelser og perspektiver som unge europæere. Temaet for deltagernes digte var, at personlige historier også er politik. Movement: workshoppen blev faciliteret af den danske teaterorganisation C:ONTACT, der belyste hvordan krop og stemme kan være kraftfulde redskaber til aktivisme. Deltagerne deltog i øvelser, der drejede sig om iscenesættelse af personlige historier og meninger om Europa og det nærtstående EP-valg. Det kulminerede i et delvist improviseret teaterstykke, hvor de bragte deres fortællinger til live og var i konstant interaktion med publikum. Lørdag ankom en række EP-kandidater til Ungdomsøen, hvor deltagerne præsenterede deres værker og de politiske tanker der lå bag. EP-kandidaterne var Bergur Løkke Rasmussen (M), Villy Søvndal (SF), Marianne Lyngghøj (V), Lars Mortensen (RV), Nana Højlund (EL), Karoline Lindgaard (Å). Det var tydeligt, at politikerne var imponerede og berørte af deltagernes værker. Dette fik de mulighed for at udtrykke undervejs, men præsentationen sluttede også af med en paneldebat, hvor deltagerne frit kunne stille spørgsmål til politikerne. Her gik snakken på blandt andet optagelse af nye EU-lande, CO2 kvoter på landbrug og meget mere. I løbet af lørdagen valgte deltagerne i fællesskab hvilke 12 unge, der skal repræsentere gruppen i Bruxelles til efteråret, når manifestet skal overrækkes. De 12 unge var en blanding af danske og internationale unge og alle 6 højskoler har deltagere repræsenteret, hvilket sikrer brede og repræsentative løsninger for den europæiske ungdom. Topmødet blev afsluttet søndag med en brandtale af Naima Yasin, der er sekretariatsleder i SAGA. Naima lagde vægt på, at unge skal væk fra skærm-aktivisme og i stedet ud og lave noget 'real-world-involvement'. Aktivisme og
--	---

Aktivitet 1 Europæisk uge – Young Europe is Voting	Udfyld afrapportering herunder
	samtaler om den politiske situation kan foregå derhjemme, med venner og familie, men også hos frisøren og på arbejdspladsen. I løbet af dagene delte deltagerne også selv deres aktivisme. Blandt andet præsenterede en deltager fra Slovenien sin kampagne for fri og sikker abort i EU og deltagere fra Krogerup Højskole fremlagde deres kampagne ”dyrk fremtiden” om en mere bæredygtig fordeling af EU’s landbrug. Alle aftener var der sociale aktiviteter som fx lasertag, bordtennis, bål og sang, så deltagerne ikke bare blev klogere på hinanden europapolitisk, men også personligt. Dagene gjorde deltagerne i stand til at agere ungeambassadører, der kan udbrede budskaberne om vigtigheden af unges EU-engagement gennem deres sociale netværk. Dette så vi blandt andet gennem adskillige LinkedIn opslag, hvor de unge italesatte deres oplevelser ved Young Europe is Voting 2024 og opfordrede andre unge til at tage del i kampen og beslutningstagerne til at tage de unge seriøst.

Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler	Under dagene på Ungdomsøen var den landsdækkende presse til stede i form af TV og radio. Topmødet blev omtalt gennem reportager og liveinterviews med arrangører og deltagere i programmerne P4 Morgen (København), TV2 Nyhederne, TV2 Kosmopol og TV-Avisen. Der har været to presse- og kommunikationsansvarlige fra Nyt Europa tilknyttet projektet. De har i samarbejde med kommunikationsansvarlige fra FFD og Ungdomsøen koordineret planlægningen og varetagelsen af presseindsatsen, herunder pressemeddelelse og samarbejde med eksternt PR-bureau. Det eksterne PR-bureau var hyret i samarbejde med FDD, og skabte kampagnen "Listen Up," der havde til formål at skabe samhørighed og engagement op mod eventet og EP-valget. Op til eventet lavede bureauet 20 korte videoer med højskoleelever, der hver præsenterede en politisk mærkesag. Videoerne blev lagt på youneurope.dks hjemmeside, hvor besøgende kunne stemme på den video, de bedst kunne lide. Vinderen fik 5000 kr. til at holde en valgfest for, på vedkommendes højskole. Videoerne fik i alt 991 stemmer, inden afstemningen lukkede ned. FFD annoncerede videoerne på Facebook og Instagram mod målgrupperne 18 – 26 år samt 18 – 30 år. Annoncerne nåede ud til 125.000 brugere og genererede 2.580 linkklik, 12.700 fulde visninger(ThruPlays) samt 36.000 interaktioner med indholdet i annoncerne. Under selve eventet på Ungdomsøen var der mulighed for, at deltagerne kunne optage lignende videoer af sig selv og dele dem på sociale medier. Til kampagnen havde bureauet lavet et mobilt eventsetup, som et forsøg på at skabe en ramme for de unges aktive medvirken og italesættelse af EU-sager på sociale medier. Men dette forsøg med en ny formidlingsform lykkedes ikke, og det blev ikke anvendt som forventet. Det eksterne PR-bureau har desuden lavet en HERO-film, hvor nogle af deltagerne fra Young Europe is Voting medvirker. Se filmen på https://youtu.be/KMJEFt773U Filmen blev efterfølgende vist i reklameblokke på TV2-play fra den 3/6 og frem til valget ugen efter. Der var 186.438 visninger i perioden.
--	--

Aktivitet 1 Europæisk uge – Young Europe is Voting	Udfyld afrapportering herunder
	Kampagneevaluering Højskolernes Hus #3 - Højskolernes Hus - Booket for Kadaver 186.438 Leverede visninger 98,20% Completion rate 98,20% Viewability 215,00 CPM 218,94 CPM completed views 42.410 Daekning* 4,40 Gns. frekvens Visninger leveret i perioden Leverede visninger Målrætning P18-25 Top 10 programmer - Den sorte svane - Bachelorette - Nyhedene - Føræder - Sommerdahl - Stormester - Klovn - Som sunket i jorden - News nyhederne - Skyggesiden - Den sorte svane Devicefordeling Fordeling pr. region FFD annoncerede ogsåfor HERO-filmen på Facebook og Instagram. Disse annoncer nåede ud til knap 113.000 brugere i alderen 18-26 år. HERO-filmen fik mere end 15.500 (ThruPlay) visninger, der varede over 15 sekunder, og genererede cirka 600 linkklik. Samlet set genererede FFD's annonceaktiviteter på Facebook og Instagram et reach på 200.500, 28.277 ThruPlay-visninger, 3.200 linkklik og 36.000 interaktioner med indholdet. Under eventet på Ungdomsøen arbejdede både kommunikationsmedarbejdere og Nyt Europas øvrige personale med at dele indhold på sociale medier, primært Instagram. På tværs af diverse kanaler (herunder Instagram, Facebook og LinkedIn) nåede Nyt Europa i løbet af Young Europe is Voting ud til 48.000 personer.
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	I første del af ugen, der foregik på højskolerne, har projektet direkte påvirket ca. 150 unge i form af undervisning og sociale aktiviteter mellem de internationale unge og de tilknyttede unge fra højskolerne. Derudover har eventet også påvirket de resterende højskoleelever, fordi de har haft internationale gæster boende og fordi de har stemt på videoerne med politiske mærkesager. Antallet af unge der tog med ud på ungdomsøen, var ca. 100. Her var deltagerne en blanding af elever fra danske højskoler (ca. 60%) og udenlandske unge (ca. 40%). De udenlandske unge var rekrutteret gennem FFD's og Nyt Europas netværk samt gennem de enkelte højskoler og deres samarbejdspartnere.

Aktivitet 1 Europæisk uge – Young Europe is Voting	Udfyld afrapportering herunder
Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet":	• Krogerup Højskole (Sjælland) • Ollerup Gymnastikhøjskole (Fyn) • Grundtvigs Højskole (Sjælland) • Aarhus Idrætshøjskole (Østjylland) • Vrå Højskole (Nordjylland) • International Peoples College (Sjælland) • Ungetopmøde afholdt på Ungdomsøen (København/Sjælland)
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi vurderer succesen til 5 Vi vil meget sandsynligt gentage projektet ved næste EP-valg, og gerne i samarbejde med en ekstern samarbejdspartner som Nyt Europa. Rekruttering: Vores mål var at rekruttere 60 europæiske deltagere ud over de danske højskoleelever. Vi stoppede med at rekruttere, da vi havde omkring 80 ansøgninger. Dette blev et problem, fordi så mange unge skiftede mening, efter at de havde fået en bekræftelse. Vi endte derfor på ca. 40 europæiske deltagere. Derfor skal vi næste gang rekruttere mindst 100 deltagere, hvis vi skal bruge 60. Mediedækning og reach: Mediedækningen var en stor succes idet eventet blev omtalt i både P4 Morgen (København), TV2 Nyhederne, TV2 Kosmopol og TV-Avisen. Nyt Europa har estimeret reach til 1.200.976. Indhold: Eventet havde vigtige emner og dygtige gæstetalere på programmet. Vi vil dog bestræbe mere diversitet i paneldebatterne, hvis aktiviteten gentages. Vi kan se på evalueringen, at langt størstedelen af deltagerne føler sig mere oplyste omkring EU-politik, har fået venner på tværs af grænser og har fået øget forståelse for tværnationale problemer ved at deltage i projektet.

Aktivitet 2 Videokampagne	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Under EP-valgkampen har det været vigtigt for os at engagere de yngre generationer og gøre dem opmærksomme på, at deres stemme og holdninger også er vigtige. Med videokampagnen "Listen Up" gav vi unge højskoleelever ordet og lod dem dele deres politiske ønsker til det nye Europa-Parlament. Målet var at give dem en stemme og motivere og inspirere andre unge til at huske at bruge deres op til og på valgdagen samt i international politik generelt. Med hjælp fra et bureau blev der lavet i alt 20 videoer af højst 30 sekunders varighed, hvor 20 forskellige unge på engelsk fortalte, hvilken sag de fandt vigtigst at sætte fokus på i Europa lige nu. Det blev til videoer om alt fra klima og plastic til flygtninge og sundhed. For at skabe mere engagement omkring videoerne, lavede vi et konkurrenceelement, hvor folk kunne stemme på den video, de bedst kunne lide. Den højskoleelev, som fik flest stemmer vandt 5.000 kr. til en valgfest på højskolen. Der blev givet 991 stemmer, inden afstemningen lukkede ned. På Ungdomsøen deltog det hyrede bureau, så deltagerne fik mulighed for at dele deres politiske budskaber på en video i samme event-setup. På Ungdomsøen optog bureauet også video til en samlet hero-film, som skulle sendes på TV2 Play i dagene op til valgdagen. Samtidig blev der produceret annoncer til sociale medier for at stemme til valget. I videoerne bidrog forskellige unge fra ungdomstopmødet med sætninger til en speak, der lød sådan her: <i>OK, Listen up. The future is our responsibility. It's time for action. What are we waiting for? There is a lot to take in, but we can not allow that to hold us back. Together we can create a better path, a better Europe, a better world.</i> Herefter sluttede videoen med en opfordring til at stemme ved EP-valget. Se filmen på https://youtu.be/KMJEFt773U

Aktivitet 2 Videokampagne	Udfyld afrapportering herunder
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Repræsentanter fra Nyt Europa og FFD afholdt møder med det valgte bureau, Kadaver, som stod for at udvikle konceptet, planlægge og producere videoindhold samt sikre en god kommunikationsplan for videoerne. FFD har udvalgt højskolerne, som bureauet skulle interviewe elever fra, og derudover har bureauet løbende orienteret om processen. Vi har sørget for, at videoerne passede til vores budskaber og fortælling i forbindelse med EP-valget og Young Europe is Voting, og derudover har vi forsøgt at få en mangfoldighed ungegruppe repræsenteret i kampagne. Der var to optagedage på 4 højskoler samt 1 optagedag på Ungdomsøen.
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler	<i>Se tidligere beskrivelse under Aktivitet 1.</i> <i>Opsummeret:</i> • HERO-film på TV2-play • Mobilt eventsetup til optagelser på 4 højskoler og på Ungdomsøen • 20 videoer med unge blev markedsført på Meta • Landingssider på højskolerne.dk og youngeurope.dk • Artikler og omtale på LinkedIn og X • Del af pressemeddelelse om alle tiltag
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	• 6 højskoler medvirkede med elever til indhold. • 20 unge kom med politiske statements på 20 videoer. • 991 har afgivet stemme på videoer på landingssiden. • 821 har besøgt landingssiden med afstemningen. • HERO-Film blev vist i reklameblokke på TV2-play fra den 3/6 og frem til EP-valget. Der var 186.438 visninger i perioden. • Samlet set genererede FFD's annonceaktiviteter på Facebook og Instagram et reach på 200.500, 28.277 ThruPlay-visninger, 3.200 linkklik og 36.000 interaktioner med indholdet. • Reach via NYT Europa nåede 47.738 med 2288 direkte engageret.
Hvor foregik aktiviteten?	• Digitalt i hele landet.

Aktivitet 2 Videokampagne	Udfyld afrapportering herunder
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: • Videoer med unge til afstemningssiden: 4 • HERO-film: 5 • Event-setup på Ungdomsøen: 2 At få unges politiske holdninger ud over rampen på sociale medier kan være en vigtig inspirationskilde for andre unge. Vi fik ikke den ønskede feedback i kommentar-feltet, men kampagnen havde et højt reach, og vi er nået ud til en masse unge, som måske ikke før var så politisk engageret eller motiveret for at stemme. Derfor vil vi gerne gentage den del igen. Og hvornår har man sidst set en reklamefilm for at unge skal stemme til et valg. Vi tænker, at den del var ny – og forhåbentlig har været med til at øge stemmeprocenten blandt unge til valget. Vedrørende aktivering af event-setuppet, så opstod der desværre en misforståelse mellem bureau og arrangørerne i forhold til, hvem der skulle motivere de unge til at gå på "talerstolen" og optage et politisk budskab til SoME. Erfaringen viser desuden, at det er svært generelt at motivere unge til at gøre noget bestemt på sociale medier. Især hvis det handler om politik.

Aktivitet 3 GenerationsValgMøder	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Vi inviterede lokale, højskoleelever og -kursister til generationsVALGmøder. Vi afholdt 9 offentligt tilgængelige vælgermøder på 9 forskellige højskoler, hvor højskoleelever/-kursister mødte de inviterede EP-politikere og lokalbefolkningen. Vi opfordrede til, at højskolen gjorde en indsats for at få andre underrepræsenterede grupper med til møderne. Da højskolerne arbejder med organiserede fællesskaber, kan vi nemlig også arbejde med at lade underrepræsenterede grupper komme til orde i et rum, hvor de føler sig trygge. Møderne kunne kombineres med foredrag eller andet, som gjorde, at valget blev belyst fra flere vinkler. Der kunne være en introduktion til Europas historie, hvorfor det er vigtigt at stemme i EP-valget samt paneldebatter mellem historikere, politikere og ungdomsrepræsentanter. Formålet var at skabe en følelse af ejerskab, ansvar og entusiasme, så de unge følte sig rustet til at deltage aktivt i beslutningsprocesserne omkring Europas fremtid.
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Aktiviteten blev gennemført ved afholdelse af 9 valgmøder på 9 forskellige højskoler. De 9 repræsenterede højskoler inkluderer Krogerup Højskole, Løgumkloster Højskole, Bornholms Højskole, Rønde Højskole, Hadsten Højskole, Rønshoved Højskole, Odder Højskole, Rødding Højskole og Nordjyllands Idrætshøjskole. Møderne var en kombination af foredrag og paneldebatter med repræsentanter fra alle folketingets partier. Tematikkerne var mange bl.a. EU's fremtid og EU's betydning for samfundet, demokratiet, menneskerettigheder, klima, indvandring, fødevareproduktion, uddannelse, sundhed og sikkerhedspolitik.

Aktivitet 3 GenerationsValgMøder	Udfyld afrapportering herunder
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler	Debatterne blev annonceret på både hojskolerne.dk og Youngeurope.dk.
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten	I alt er det estimeret at 1.120 deltog i de 9 afholdte møder på diverse Højskoler. I gennemsnit betyder det ca. 125 deltagere pr. arrangement.
Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkreds den foregik eller "Hele landet":	Krogerup Højskole, Løgumkloster Højskole, Bornholms Højskole, Rønde Højskole, Hadsten Højskole, Rønshoved Højskole, Odder Højskole, Rødding Højskole og Nordjyllands Idrætshøjskole. Derved repræsenteret på Bornholms Storkreds, Nordsjællands Storkreds og samtlige dele af Jylland.
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: 5 ud af 5. Man kan roligt sige, at midlerne har frugt og kom mange til gode op til EP-valget 2024. Med 1.120 deltagere og en bred repræsentation i diverse debat-paneler er mange af projektets målsætninger lykkedes. Geografisk kunne vi godt tænke os at nå endnu bedre ud på blandt andet Fyn og Sjælland. Vi har gjort dette op til både EP- og Folketingsvalg i de sidste mange år, så vi regner med at gøre det igen.

Aktivitet 4 Post EP-valgs debatter	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Vi har haft et mål om at kunne lade indsigterne og erfaringerne fra Young Europe is Voting leve videre efter EP-valget. En aktivitet var at lave en debat på Folkemødet på Bornholm, som handlede om unges viden om og indflydelse på Europas politik. Her skulle minimum 2 unge, der deltog under Young Europe is Voting deltage i debatten og viderebringe perspektiver fra ungetopmødet. Dette skulle give de unge en unik mulighed for at sætte dagsordenen og diskutere de emner, der betyder mest for dem samt inkludere nye unge i fællesskabet.

Aktivitet 4 Post EP-valgs debatter	Udfyld afrapportering herunder
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Nyt Europa og FFD valgte hurtigt at tage fat i Dansk Ungdoms Fællesråd for at høre, om de kunne tænke sig at samarbejde om et event på Folkemødet. Det gjorde vi med tanke på, at DUF netop også har fat i den målgruppe, vi ønskede. Vi blev sat i kontakt med DUF's Ungdomsdelegater til EU, og sammen med dem arrangerede vi en debat på Folkemødet, som kommer til at finde sted på scenen Ungdomshøjen om fredagen. Eventet hed "Ungemagt i EU! Hvordan tager vi unge ordet i Den Europæiske Union?" og beskrivelsen lød: <i>Hvorfor er der ikke flere unge der stemmer til Europaparlamentsvalget? Hvordan kan unge få indflydelse på EU's politiske beslutningsprocesser? Og hvad mener unge selv der skal gøres? Med en ung politiker og tre unge i panelet tager vi unge ordet og diskuterer hvordan vi løser EU's demokratiske udfordringer med ungeinddragelse.</i> I panelet deltog Sofus Otto, der er ungdomsdelegat til EU for DUF, Mathias Kring Niebuhr, der var EP-kandidat i år for S, og to elever fra Krogerup Højskole, som begge havde deltaget i Young Europe is Voting. Debatten blev modereret af Sofie Buch Hoyer, som er redaktør for Højskolebladet og derudover er moderator og har modereret flere valgdebatter under EP-valget i år.
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye form idlingsformer og/ eller kommunikationskanaler	Vi gjorde opmærksom på debatten i Højskolernes udsendte program for Folkemødet og på vores hjemmeside.
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Omkring 40-50 deltagere deltog ved debatten.
Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet"	På Ungdomshøjen på Folkemødet på Bornholm. Bornholms Storkreds

Aktivitet 4 Post EP-valgs debatter	Udfyld afrapportering herunder
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: 4. Debatten var virkelig vellykket og relevant. Der blev drøftet vigtige emner, delt gode indsigter fra DUF, Mathias Niebuhr og særligt også fra de to højskoleelever fra Krogerup Højskole, som fik fortalt om ungdomstopmødet på Ungdomsøen og delt deres indsigter. Der blev stillet gode spørgsmål fra de tilstedeværende, som blandt andet handlede om, hvad der afholder unge fra at blande sig i europæisk politik. Vi havde et ønske at om at få en nyvalgt EP-politiker med, hvilket nok var for optimistisk, da EP-debatten lå få dage efter valgdagen, og da de nyvalgte politikere var taget til Bruxelles og derfor ikke deltog på Folkemødet. Til gengæld var det meget værdifuldt at have EP-kandidaten Mathias Niebuhr med, da han var rigtig god til at dele sine erfaringer med at være en ung EP-kandidat. Vi kunne sagtens finde på at sætte europæisk politik og unges demokratiske deltagelse på dagsordenen igen på Folkemødet.