

RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B samt Partipuljen

Tilskudsmodtager	Globalnyt
Bevilget tilskud	124.740 kr.
Projektansvarliges navn	Sven Johannesen, Chefredaktør
Dato og underskrift	11-03-2025 

Aktivitet 1 Explainerartikler om EUs udenrigs-, sikkerheds- og udviklingspolitik	
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen  EU nævnet produkter 2024.xlsx	Der er udgivet 7 artikler, der dækker EUs udenrigs-, sikkerheds- og udviklingspolitiske område. Målgruppen for alle artikler i serien (se vedlagt liste) er: Globalnyts faste læserskare, som ved udgangen af 2024 udgjorde 6400 abonnenter på vores nyhedsbrev (som udkommer 3 x ugentligt), 100.000+ unikke besøg på websiden månedligt, samt 25.000 følgere på alle vores SoMe-kanaler. Rækkevidde på vores indhold på SoMe er 99.000 månedligt.
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Globalnyt har gennem interviews med eksperter, forskere og praktikere sat fokus på EUs udenrigs-, sikkerheds- og udviklingspolitiske område gennem baggrund og analyse af EUs geopolitiske rolle, EUs betydning som verdens største donor af udviklings- og humanitær bistand og EUs migrationspolitik. Hele Globalnyts redaktion har bidraget til at udgive artiklerne, mens Bruxelles-korrespondent Jacob Langvad har været hovedbidragsyder.

Aktivitet 1 Explainerartikler om EUs udenrigs-, sikkerheds- og udviklingspolitik	
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler Nyhedsbrev 27-2-24.pdf	Artikler blev udgivet på vores webmedie www.globalnyt.dk og i vores nyhedsbreve. Der blev udgivet et særnyhedsbrev for at lancere serien (se vedlagt). Serien har haft sin egen serieboks og underside på Globalnyts webmedie. Serieboksen har haft teksten: ”EU’s globale skæbneår: Splid i USA, konflikt i Ukraine og Mellemøsten, klimakrise, et opstigende Kina og et langt større modspil fra det Globale Syd. Mens de udenrigspolitiske udfordringer står i kø, prøver EU at finde sin rolle i verden. I denne serie undersøger Globalnyt unionens fremtid på den globale scene. Serien er finansieret med tilskud fra Europa-Nævnet. Ansvaret for indholdet er alene tilskudsmodtagers.” I løbet af serien har vi brugt midler til boosting af flere opslag for at nå flere brugere.
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	En af historierne under denne aktivitet ”Officer efter 30 år i forsvaret: Danmark skal investere i fred” var seriens højdespringer med 1664 klik. Fem historier blev versioneret til sociale medier (LinkedIn, Facebook og Instagram). Heraf var ”De sætter livet på spil i Middelhavets lotteri: I dag er vi heldige” en højdespringer med 19.104 visninger på SoMe. Se vedlagt liste for klikrater for alle artikler.
Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller ”Hele landet”. Hele landet	Globalnyts journalistik er gratis og åben for befolkningen i hele landet. Globalnyt læses også af mange udlandsdanskere.

Aktivitet 1 Explainerartikler om EUs udenrigs-, sikkerheds- og udviklingspolitik	
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler successen til: 5 Historien om fredsforskning repræsenterede en ny vinkel, som ikke tidligere havde fået meget opmærksomhed. Det virker! Som en indirekte konsekvens af debatten, har Udenrigsministeriet afsat 5. mio. kr. til fredsforskning. Vi kan også konstatere, at det er afgørende, om kilder er kendte personer, samt om de selv deler deres opslag. Det gælder f.eks. højdespringeren baseret på interview med Sine Plambeck, forsker på DIIS.

Aktivitet 2 Interviews med NGOer om EUs udviklingspolitik, indsatser og resultater	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	En serie på 5 artikler baseret på interviews med fremtrædende danske og europæiske NGO-folk, der giver deres perspektiv på vigtigheden af EU's globale rolle, herunder som udviklingsaktør, samt ift. opnåelse af Verdensmålene. Serien bidrog til at skabe en forståelse for, at NGOerne implementerer deres programmer i en kontekst, hvor EU's programmer og bidrag ofte er blandt de største. Men også til at få en personlig fortælling fra NGO-chefer om, hvordan samarbejdet med EU foregår, samt hvilke emner, de har særligt fokus på. Målgruppen er den samme for hele serien (se aktivitet 1).
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Hele Globalnyts redaktion har bidraget til at udgive artikler, analyse og interviews om EU i perioden. Bruxelles-korrespondent Jacob Langvad har været hovedbidragsyder.

Aktivitet 2 Interviews med NGOer om EUs udviklingspolitik, indsatser og resultater	Udfyld afrapportering herunder
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler Nyhedsbrev 3-4-24 migration.pdf	Artikler blev udgivet på vores webmedie www.globalnyt.dk og i vores nyhedsbreve. Der blev udgivet et nyhedsbrev med fokus på EU og migration (se vedlagt). I løbet af serien har vi brugt midler til boosting af flere opslag for at nå flere brugere.
Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Tre af artiklerne har været boostet og har dermed opnået stor rækkevidde på SoMe (ml. 15-25.000 visninger).
Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet": Hele landet	Globalnyts journalistik er gratis og åben for befolkningen i hele landet. Globalnyt læses også af mange udlandsdanskere.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler successen til: 4 Vi er gennem interviews af stærke kilder lykkedes med at illustrere civilsamfundets arbejdet med påvirkning og indflydelse på udformning af EU-politik på udviklingsområdet. Vi kunne med fordel have fået flere danske NGO-ledere med, også ift. at bruge deres personlige brand til at tiltrække opmærksomhed.

Aktivitet 3 Interviews med danske EP'ere og EP kandidater	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Interviewserie på 8 artikler med danske MEP'er og kandidater til Europaparlamentsvalget, der op til valget fik mulighed for at udlægge deres visioner på EU's udenrigs- og sikkerhedspolitiske område, inklusive inden for emner som den internationale retsorden, migration, klima, udviklingssamarbejde og andre problemstillinger. Nuværende MEP'er fik mulighed for at fortælle om deres arbejde i Parlamentet, herunder resultater, de var stolte af, mens nye kandidater udlagde deres program. Målgruppen var særligt vælgere til EP-valget. Målgruppen for alle artikler i serien er: Globalnyts faste læserskare, som ved udgangen af 2024 udgjorde 6400 abonnenter på vores nyhedsbrev (som udkommer 3 x ugentligt), 100.000+ unikke besøg på websiden månedligt, samt 25.000 følgere på alle vores SoMe-kanaler. Rækkevidde på vores indhold på SoMe er 99.000 månedligt.
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Hele Globalnyts redaktion har bidraget til at gennemføre interviews med danske europaparlamentarikere samt kandidater.

Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler  Nyhedsbrev om EP-valg.pdf	Artikler blev udgivet på vores webmedie www.globalnyt.dk og i vores nyhedsbreve. I forbindelse med EP-valget i juni 2024 blev der udgivet et særnyhedsbrev med præsentation af flere dybdegående analyser samt interviews med en række EP-kandidater (se vedlagt nyhedsbrev). Gennem versionering til SoMe var målet at nå den brede befolkning men også den yngre målgruppe, der kunne stemme til EP-valget for måske første gang, og i særlig grad har interesse i EU's globale betydning.
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Alle artikler under denne aktivitet blev udgivet i særnyhedsbrevet, der blev udsendt den 7. juni til Globalnyts 6400 nyhedsbrevsabonnenter. Topscorene blandt artiklerne var interviews med kandidaterne for SF og EL, som opnåede 430-440 unikke klik.
Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet": Hele landet	Globalnyts journalistik er gratis og åben for befolkningen i hele landet. Globalnyt læses også af mange udlandsdanskere.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler successen til: 3 Vi lykkedes med at få stærke interviews af en bred vifte af kandidater og nuværende MEP'ere. I bagklogskabens lys burde vi have brugt boosting midler til at få opslag på SoMe bredt ud. Til gengæld fik vi kandidaterne selv til at dele deres opslag og dermed benytte deres eget netværk til at øge dækningen.

Aktivitet 4 Serie om retningen for EUs udenrigspolitik	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	En serie på 17 artikler, der har sat fokus på aktuelle drøftelser og beslutninger i Europa-Parlament og EU-Kommissionen på det udenrigs-, sikkerheds- og udviklingspolitiske område. Her har vi sat særligt fokus på EU's geopolitiske rolle ift. at fremme den internationale retsorden og europæiske værdier, samt styrke FN og opnåelse af Verdensmålene, herunder gennem konkrete indsatser og programmer i tredje lande. Artikler fra projektet har indgået i Globalnyts workshops om global journalistik for gymnasieelever over hele landet og dermed bidraget til at styrke deltagelsesdemokratiet omkring EU. Disse workshops er støttet af andre bevillinger og indgår derfor ikke i budgettet til denne ansøgning til Europeanævnet. Aktiviteterne gennemføres i partnerskab med Globale Gymnasier (8 gymnasier fordelt over landet). Målgruppen for alle artikler i serien er: Globalnyts faste læserskare, som ved udgangen af 2024 udgjorde 6400 abonnenter på vores nyhedsbrev (som udkommer 3 x ugentligt), 100.000+ unikke besøg på websiden månedligt, samt 25.000 følgere på alle vores SoMe-kanaler. Rækkevidde på vores indhold på SoMe er 99.000 månedligt.
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Hele Globalnyts redaktion har bidraget til at udgive artikler, analyse og interviews om EU i perioden. Bruxelles-korrespondent Jacob Langvad har været hovedbidragsyder, mens fast freelancer Buster Kirchner har bidraget med rapportering fra Afrika.
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler  Nyhedsbrev 22-11-24 udvikling.p	Artikler blev udgivet på vores webmedie www.globalnyt.dk og i vores nyhedsbreve. Der blev udgivet to nyhedsbreve med fokus på EU-stof i denne periode. I løbet af serien har vi brugt midler til boosting af flere opslag for at nå flere brugere.  Nyhedsbrev 10-12-24.pdf

Aktivitet 4 Serie om retningen for EUs udenrigspolitik	Udfyld afrapportering herunder
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	En af historierne under denne aktivitet "Fire internationale iagttagere: Sådan har Ukraine-krigen ændret forholdet mellem Vesten og Det Globale Syd" er en højdespringer med 1056 klik på webmediet. Samtidigt opnåede den næsten 27.000 visninger på SoMe. To andre artikler fik ml. 600-688 visninger på webmediet. Det gælder "Europa svigter Afrika og dermed sig selv" samt portrættet af en "Ung udviklingsattaché: Landet har en stærk selvforståelse, der bygger på kampen for uafhængighed", hvoraf den sidst fik over 22.000 visninger på SoMe. Til sidst skal fremhæves artiklen om podcasten "De ville være venner med Europa, men vi havde travlt med andre ting – så dukkede Kina op", der opnåede næsten 66.000 visninger på SoMe.
Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet": Hele landet	Globalnyts journalistik er gratis og åben for befolkningen i hele landet. Globalnyt læses også af mange udlandsdanskere.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler successen til: 5 Under denne aktivitet har Globalnyt skabt en bred og (for det danske mediebillede) unik dækning af EU's globale rolle særligt med fokus på udviklingspolitik og programmer, herunder samarbejde med det globale syd. Serien indeholder stærk dækning af det politiske arbejde i Bruxelles men også en dækning af udrulning på landeplan, særligt i Afrika.

Aktivitet 5 Versionering og udbredelse gennem sociale medieplatforme	Udfyld afrapportering herunder
Beskrivelse af aktiviteten – herunder målgruppen	Artikler udgivet under aktivitet 1-4 er blevet versioneret til Globalnyts forskellige SoMe platforme (LinkedIn, Instagram og Facebook)
Hvordan blev aktiviteten gennemført – herunder hvem har været samarbejdspartner	Vi valgte ikke at producere videoexplainere, da vi i perioden havde gjort os erfaring med at explainere opnåede mindre rækkevidde. Til gengæld har vi haft god succes med boosting af opslag. Til denne serie har vi særligt boostet indhold på LinkedIn for at nå et fagligt publikum men også fordi vores LinkedIn profil har været i stor vækst i 2024.

Aktivitet 5 Versionering og udbredelse gennem sociale medieplatforme	Udfyld afrapportering herunder
Hvordan blev aktiviteten markedsført – har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/eller kommunikationskanaler	Vi har benyttet boosting beløb på i gennemsnit 1000 kr. per opslag.
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Se vedlagt oversigt over de samlede produkter i serien.
Hvor foregik aktiviteten? Skriv i hvilken af folketingsvalgenes storkredse den foregik eller "Hele landet": Hele landet	Globalnyts journalistik er gratis og åben for befolkningen i hele landet. Globalnyt læses også af mange udlandsdanskere.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) – blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	Vi måler successen til: 5 Markedsføring på sociale medier har gjort en meget stor forskel for, hvor langt vores indhold er nået ud. Globalnyt har siden 2023 arbejdet systematisk med dataanalyse af vores indhold. Aktiviteten er blevet styrket af denne professionalisering, ikke mindst ift. hvordan vi kan nå flere mennesker fra forskellige målgrupper gennem målrettet brug af boostede opslag på SoMe.