

Rapportskema

Tilskudsmodtager:	<i>Bjarke Møller</i>
Journalnr.:	<i>EU100.2022-0106</i>
Bevilget tilskud:	<i>60.000</i>
Projektets titel:	<i>Forsvarsforbeholdet og sikkerheden i Europa</i>
Kort rapport om forløbet:	<i>Der blev bragt seks podcastinterviews på mellem 30-55 min, som var oplysende og belyste argumenter fra både ja og nej siden, samt tvivlernes synspunkter. Serien tog ikke stilling til, om der skulle stemmes ja eller nej, men gav bred folkeoplysning til gavn for de tvivlende vælgere. Podcastserien blev bragt på en række platforme, den var gratis og offentlig tilgængelig for borgere i hele landet.</i>
Samarbejde med andre organisationer? hvis ja, oplys venligst hvilke.	<i>Ja, der var et samarbejde med det åbne internetmedium, POV international, der bragte de seks podcasts på deres platform, Hos POV er der 300.000 månedlige sidevisninger. Desuden er de seks podcast eksponeret til 27677 personer på Twitter samt på LinkedIn</i>

Radio/TV/Podcast/Video

Ønskede oplysninger	Faktiske forløb
Antal programmer?	<i>6 stk</i>
Deltagere i programmerne	<i>Christine Nissen, Kristian Søby Kristensen, Holger K. Nielsen, Mette Skak, Anne Ingemann Johansen og Bjarke Møller</i>
Hvor er programmerne sendt? Hvilken kanal eller platform og på hvilket tidspunkt?	<i>På Spotify, Podimo, Podbean, Google og Apple podcast 23/4, 30/4, 7/5, 14/5, 21/5, 28/5</i>
Hvor mange har set eller lyttet til programmerne?	<i>3437 har lyttet til udsendelserne.</i>
Er programmerne tilgængelige på internettet? Hvis ja, på hvilken adresse?	https://www.bjarkemoller.eu/projects-3 https://open.spotify.com/episode/51UaSKYuvH1UnbIvoh9ehR

Kampagne via hjemmeside/sociale medier

Ønskede oplysninger	Faktiske forløb
Hvordan er kendskabet til kampagnen blevet udbredt.	<i>Via målrettede Facebook- og Instagram-reklamer til EU-interesserede borgere, opslag på Twitter (til +5700 følgere), samt via artikler på POV international</i>
Hjemmesider m.v. Angiv venligst web-adresse.	www.bjarkemoller.eu og facebook.com/bjarkemoller.eu , samt https://pov.international

Ønskede oplysninger	Faktiske forløb
Hvor mange unikke besøgende har kampagnen haft og hvor mange har interageret?	<i>Reach: 30-40.000 pr. måned. Antal engagementer: 3437</i>