

Er det muligt at holde den demokratiets fane højt, når turismefremme og politiske interesser blander sig med folkeoplysende idealer?

Hvilke praktiske, indholdsmæssige og politiske udfordringer tegner sig for Folkemødet i fremtiden?



Folkemødet er folkeligt



Politikeren



Den professionelle



Ildsjælen



Folket



Journalisten

Hvem	Beslutningstager	Betalt lobbyist	Frivillig lobbyist	Deltager	Formidler
Hvad	Levere budskaber og networke	At influere og networke	At influere og networke	At opleve og diskutere	At rapportere
Hvorfor	'Et must'	Et arbejde	Et kald	En oplevelse	Et arbejde
Hvor mange	Ca. 5 %	Ca. 28 %	Ca. 12 %	Ca. 53 %	Ca. 2 %

Folkemødet 2015



Bornholmerne

- Vil gerne opleve øens politik-festival
- Vigtigste kendetegn
 - Bor tæt på Allinge og er stolte over festivallen.
 - Alle aldre, uddannelser – men flest kvinder.
- Udgør ca. 35 %



Bedsteborgerne

- Vil gerne møde politikerne og få viden
- Vigtigste kendetegn
 - Meget samf-interesseret og politisk påvirkende.
 - Ofte seniorer, kvinder og folk med længere udd.
- Udgør ca. 40 %



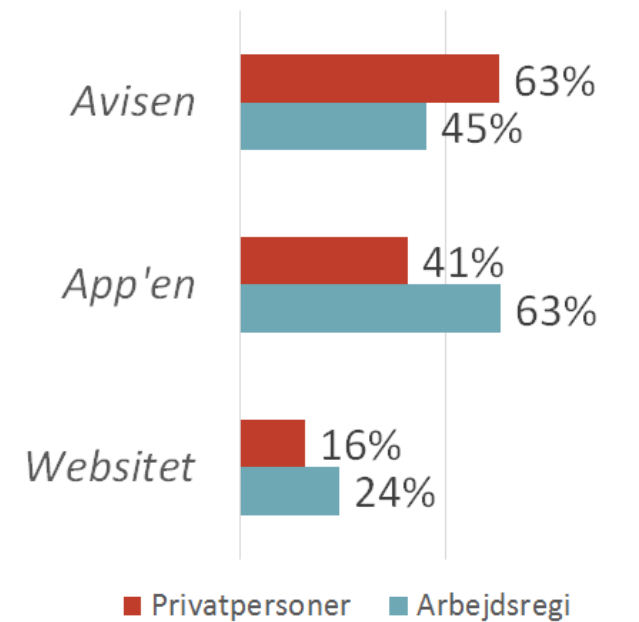
Baglandet

- Vil gerne møde partifæller og debattere
- Vigtigste kendetegn
 - Partimedlem. Diskuterer ofte med politikere.
 - Både seniorer og unge. Oftest længere udd.
- Udgør ca. 25 %

Deltagerne er velforberedte

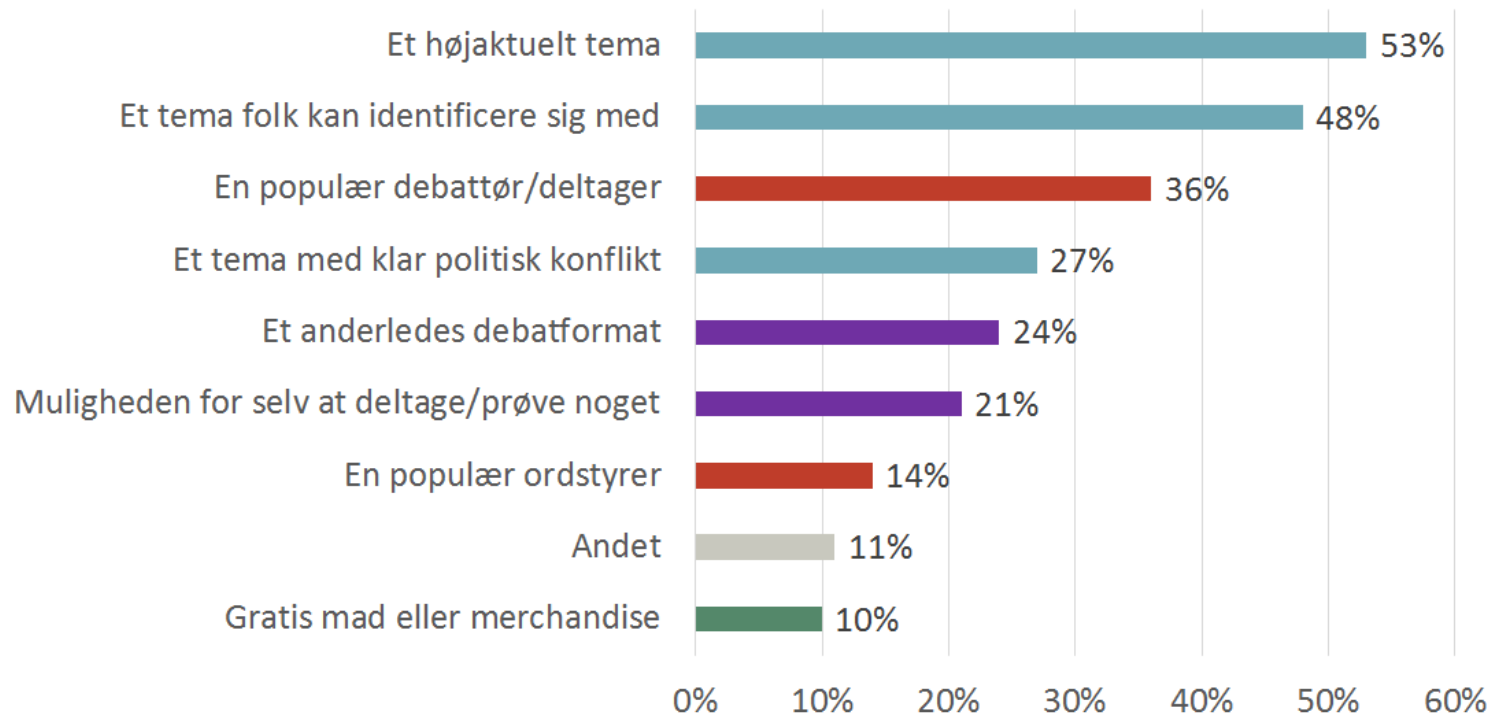
- ✓ 3 ud af 4 har planlagt, hvad de ville deltage i hjemmefra
- ✓ 40 % har planlagt at deltage i mindst 3 aktiviteter
- ✓ Avisen er mest for folket - app'en for de arbejdende

Vigtigste planlægningsredskaber for deltagerne



Indhold er konge!

Hvad vurderer du var det eller de primære trækplaster ved det af jeres arrangementer, som flest personer deltog i? (Max tre krydser)



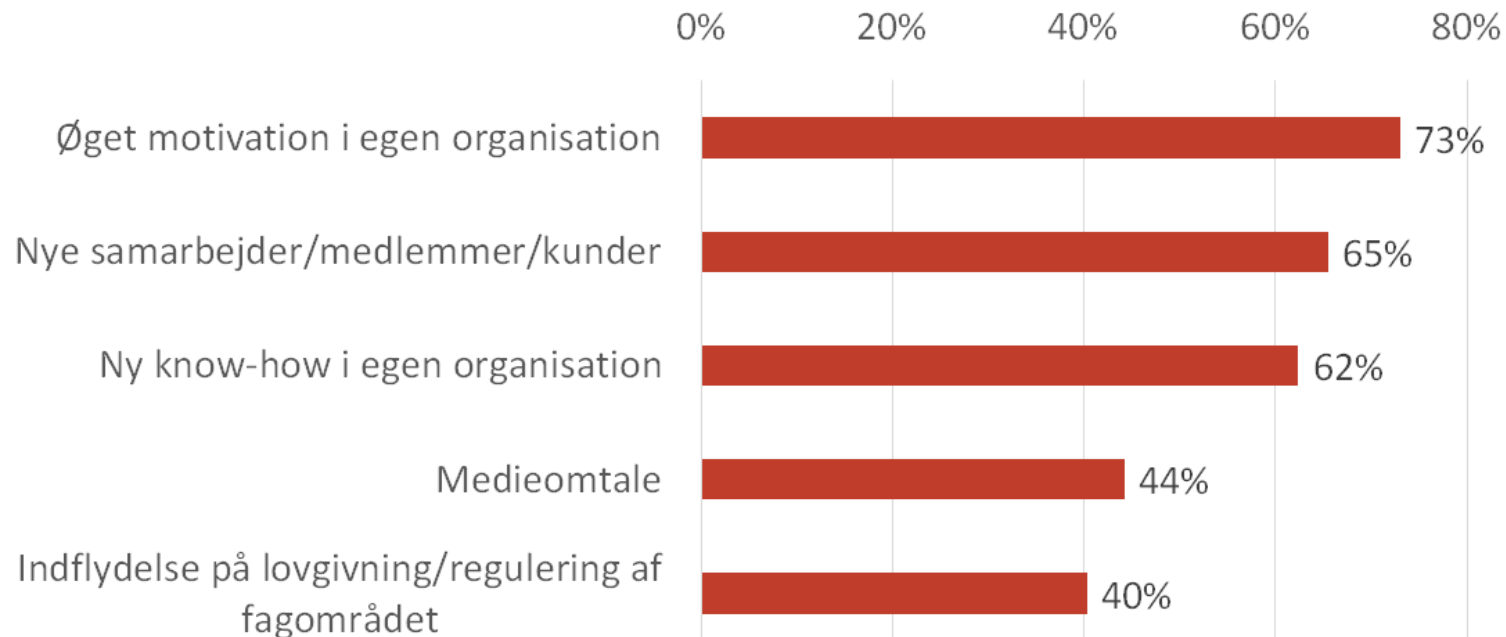
Sundhedsudfordringen - på to måder

	Aktiviteterne
Demokrati og folkestyre	(1) 25 % ▼
Sundhed, omsorg og forebyggelse	(2) 21 % ▲
Uddannelse og forskning	(3) 18 % ▼
Vækst, erhverv og beskæftigelse	(4) 17 % ▼
Andet	(5) 15 % ↔
Miljø, fødevarer og energi	(6) 13 % ↔
EU og udenrigspolitik	(7) 10 % ↔
Socialpolitik og integration	(8) 9 % ▼
Transport og byggeri	(9) 7 % ▲
Retspolitik	(10) 4 % ▲

Folkemøde-effekten

Folkemødet gør en forskel for arrangørerne

Andelen af arrangører, der vurderer, at de i høj eller nogen grad har fået følgende ud af Folkemødet for 12 måneder siden

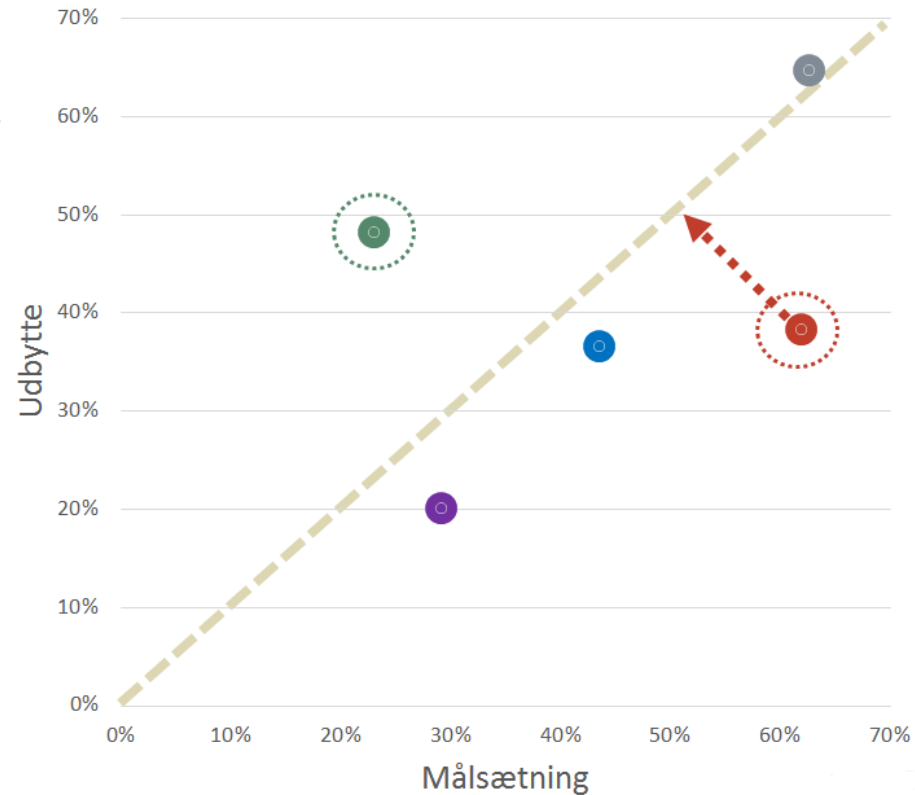


Fra teltpasser til netværker

Networking: Oftest målet – ikke altid udbyttet

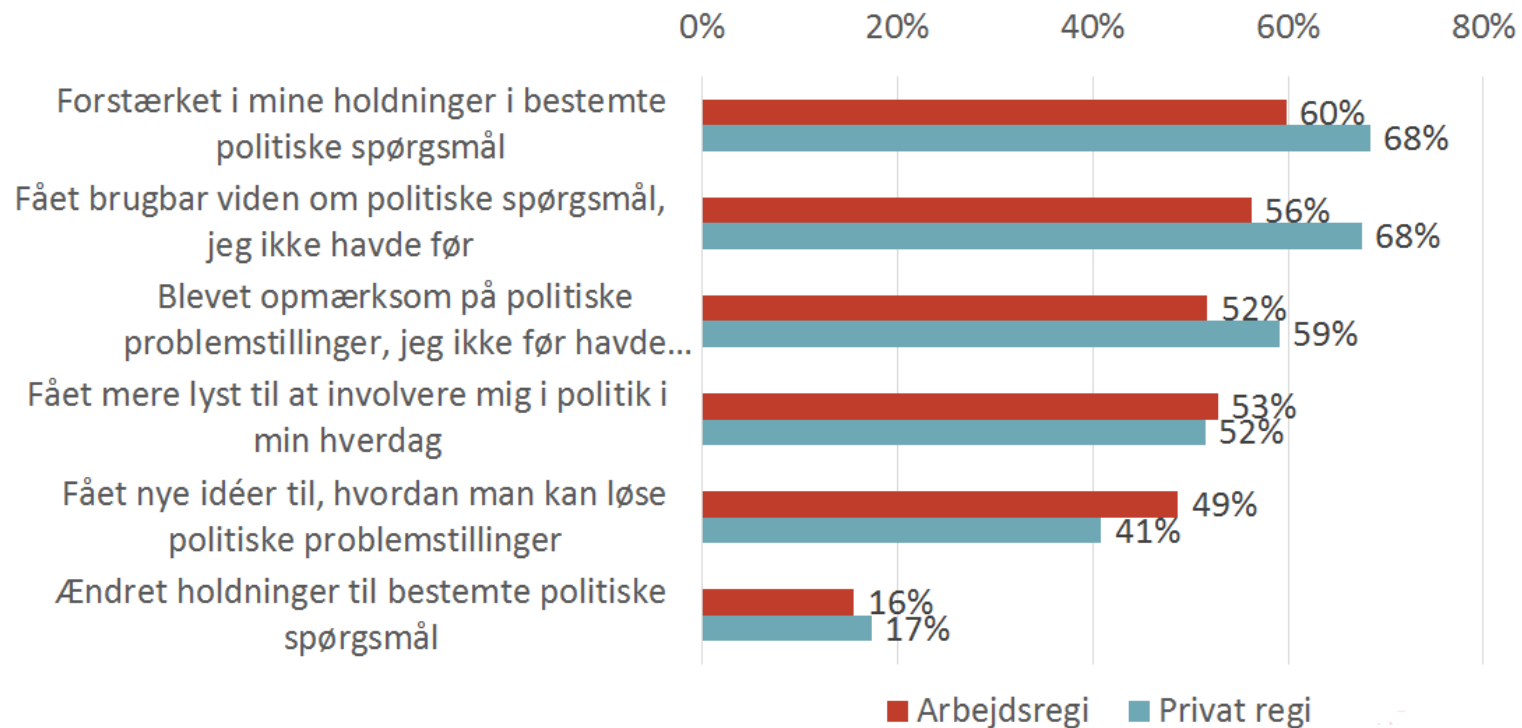
Andelen af arrangører der vurderede, at følgende i høj grad var målet med deres deltagelse set i forhold til andelen, der vurderede, at de i høj grad fik det ud af det.

- Netværk/dialog med organisationer/personer vi kender i forvejen
- Netværk/dialog med organisationer/personer vi ikke tidligere har mødt
- Øge vores faglige indsigt gennem egne eller andres events
- En festlig oplevelse
- Møde borgere/brugere på en ny måde



Folkemødet rykker ved deltagerne

Andelen af respondenter, der angiver, at deres oplevelser på Folkemødet 2014 har ført til:



Potentielle effekter

- Sætte dagsorden
 - Problem ► løsning
 - Politisk dialog
-
- Styrke/pleje image
 - Gøre opmærksom
 - Lave folkeoplysning

Indflydelse

Netværk

Synlighed

Udvikling

- Interessenter
 - Medlemmer
 - Kunder
-
- Motivation
 - Ny know-how
 - Nye samarbejder

Udfordringer

1. At fastholde den **gode balance** mellem det folkelige og elitære i både aktiviteter, arrangører og deltagere
2. At øge **synligheden** af Folkemødet i medierne og derved få formidlet Folkemødets værdiskabelse bredere
3. At styrke den **politiske idéudvikling** og **meningsudveksling** på Folkemødet



Næste skridt

1. Få **partierne** til at blive mere proaktive ift. at komme med udspil og sætte nye temaer til debat.
2. Få **medierne** til at indtage en aktørrolle i stedet for blot at rapportere – mere nyskabende politisk journalistik.
3. Få **organisationerne** til at være mere kreative og nysgerrige ift. aktiviteter, samarbejder og politiske temaer.

Vi ses til Folkemødet 2015

**KOMMUNE
BRANDING
14**

www.branding14.dk

**Mød en udkantskommune med et
marketingbudget på 97 mio. kr**

