

RAPPORTSKEMA for tilskud fra Pulje A og B satnt Partipuljen
Tilskudsmodtager: Global Aktion
Bevilget tilskud: 685.000
Projektansvarliges navn: Louise Skotte Møller
Dato og underskrift:

Aktivitet 1	Undervisningsmateriale og digital formidling om EU's handels- og klimapolitik
Beskrivelse af aktiviteten - herunder mllgruppen	<p><i>Aktivitetens</i> 2020: <i>Supplerende undervisningsmateriale er produceret, up/oadet p\$ færingsplatforme sammen med det eksisterende undervisningsmateriale og omdelt p\$ en række gymnasier og højskoler.</i></p> <p>I 2020 sørgede vi for at vores undervisningsmateriale var opdateret og uploadet på læringsplatformen Materialeplatformen.dk. Dertil sørgede vi for at udbrede det til gymnasier gennem reklamering online I Gymnasieskolens Nyhedsbrev i uge 20-22-og 25.</p> <p>I den forbindelse fik vi lavet et banner, som blev vist i tre nyhedsbreve. Dertil dukkede det op i yderligere tre nyhedsbreve i de efterfølgende uger. Når man som modtager af nyhedsbrevet klikkede på banneret, blev man henvist til en landing page, som vi oprettede (https://www.globalaktion.dk/Lund_rvisning/) og som beskriver materialet og linker til Materialeplatformen, hvor materialet kan downloades.</p> <p>Dertil sendte vi materialet til 16 gymnasier (Helsingør, Birkerød, Nyborg, Roskilde, Gribskov, Esbjerg, Frederiksborg, Allerød, Espergærde, Oure, Svendborg, Christianshavn, Niels Brock, Ørestad, Øregård og Det Fri Gymnasium) via mail, som hovedregel sendt til samtlige samfundsfaglærere på de pågældende gymnasium og i nogle tilfælde undervisningsansvarlige for samfundsfag (med opfordring om at videresende mappen til de enkelte undervisere). I mailen tilbød vi desuden at komme ud og lave et gratis fagligt oplæg baseret på materialet.</p> <p>Desuden blev materialet omdelt fysisk på de gymnasier og højskoler, vi besøgte (hhv . Christianshavns Gymnasium, Jyderup Højskole og Krogerup Højskole - se aktivitet 4).</p>

<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Vi samarbejdede med grafikere hos Eks-Skolen i forbindelse med at få designet banneret, som både blev brugt i Gymnasieskolens nyhedsbrev samt på vores landing page. Desuden samarbejdede vi med bureauet Rosendahls i forbindelse med at oprette aftale med Gymnasieskolen.dk samt at indhente statistik på banneret. Dertil samarbejdede vi med undervisere på Christianshavns Gymnasium, Jyderup Højskole og Krogerup Højskole i forhold til at omdele undervisningsmaterialet fysisk i forbindelse med oplæg.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>Som beskrevet ovenfor brugte vi mails og banner i nyhedsbrev samt hjemmesiden (landing page) til at markedsføre aktiviteten. Særligt banneret i nyhedsbrevet var for os en ny form for kommunikationskanal. Vi planlagde at banneret skulle sendes ud i foråret (uge 20-25), således at undviserne kunne blive opmærksomme på dette før de fastlagde undervisningsplanerne for efteråret 2020, og således kunne indtænke vores materialer og oplæg heri.</p>
<p>Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Banneret i Gymnasieskolens nyhedsbrev genererede sammenlagt 18 konkrete klikside pågældende periode samt 100% visninger i de pågældende uger (dvs. branding). Da nyhedsbrevet har 15.000 modtagere (hovedsageligt gymnasielærere) og en åbningsrate på 40 % kan vi derfor gå ud fra at banneret er set af 6.000 gymnasielærere.</p> <p>Dertil sendte vi mails direkte ud til anslået 80 samfundsfagslærere fordelt på 16 gymnasier over hele landet. Af dem fik i nogle tilfælde mails tilbage om, at de havde delt det yderligere i deres netværk af samfundsfagslærere (bl.a. Ørestad Gymnasium).</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 successen til: 4</p> <p>Vi kom i mål med at udbrede kendskabet til vores undervisningsmateriale via Gymnasieskolens nyhedsbrev samt ved at kontakte en masse gymnasier og undervisere jf. aktivitetsmålet for 2020 - desværre genererede det meget få resultater i form af oplæg. Dette kan bl.a. skyldes corona, som forhindrede flere af de aftaler, vi ellers havde i bogen (se aktivitet 4) og som generelt har gjort undervisningsåret 2020 meget usikkert og omvæltende for mange undervisere. Fremtidigt vil vi gøre det mere tydeligt, at oplægget også kan udføres i online-udgave. Dertil oplevede vi de bedste resultater når vi rakte ud til gymnasielærere i vores netværk (f.eks. ansatte/aktivisters tidligere undervisere). En mere netværksdrevet kommunikationsmodel kunne således bruges mere målrettet fremadrettet.</p>

Aktivitet 2

Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen

Fyraftensmøder hos fagforeninger om EU's handelspolitik

Aktivitetssmål 2020: 4 fyraftensmøder i mindre byer rundt i landet

I starten af 2020 nåede vi at få aftaler i hus om at holde fyraftensmøder med 3F lokalafdelinger i Randers, Silkeborg og Djursland - men så ramte corona Danmark. Alle lokalafdelingerne aflyste grundet corona nedlukningerne og det var ikke til at få lavet nye aftaler, da lokalafdelingernes kalenderår blev for usikkert til f.eks. at planlægge noget sammen i efteråret. Derfor fik vi Europanævnets tilladelse til i stedet at lave onlinedebatter. Vi holdt i alt 5 onlinemøder i 2020.

Vi afholdte to store onlinedebatter, hhv. den 1. og 8. september som del af en fælles serie mellem DEO, Global Aktion og Rådet for Grøn Omstilling kaldet "Landbrugsstøtten i krydsild". Onlinedebatterne skulle også oprindeligt have været fysiske i hhv. København og Århus (den 19. og 24. marts), men blev som sagt gjort virtuelle grundet corona.

Den første onlinedebat hed "Landbrugsstøtten: Tid til grønne visioner?"

Den anden onlinedebat hed "Kan landbruget bidrage til den grønne omstilling?"

(Desuden blev der den 15. september afholdt en tredje onlinedebat i serien, hvor Global Aktion deltog i en mere begrænset rolle som medarrangør. Denne hed "Hotspots i landbrugsstøttedebatten", men da Global Aktion ikke deltog aktivt i planlægning eller eksekvering, tager vi ikke denne med i afrapporteringen).

Dertil holdt vi et online debatmøde den 16. april ved navn "EU's klimapolitik og the European Green Deal", der omhandlede EU kommissionens oplæg til en European Green New Deal, som var blevet offentliggjort i slutningen af 2019.

Den 21. april afholdt vi et online debatmøde ved navn "Critical Webinar #4: Climate vs. Corporate interests in the EU" omhandlende European Energy Charter Treaty.

Og til sidst afholdte vi den 1. december et online debatmøde ved navn "Når handelsaftaler skaber klimaforandringer - et oplæg om EU-Mercosur", der omhandlede EU's rolle i forhandlingerne om Mercosur-handelsaftalen.

Målgruppen for fyraftensmøder i 3F lokalafdelingerne var oprindeligt fagligt aktive i lokalområderne, men blev for onlinedebatterne udvidet til danskere med interesse for grøn omstilling, landbrug, klima, handel og EU politik.

<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Begge onlinedebatter om landbrugsstøtten blev gennemført med DEO og Rådet for Grøn Omstilling som samarbejdspartnere og blev afholdt via Zoom. Tilmelding foregik via landing page på DEO's hjemmeside.</p> <p>Til den første onlinedebat inviterede vi Nanna Clifforth fra NOAH og Niels Lindberg Madsen fra Landbrug & Fødevarer til at holde oplæg og debattere.</p> <p>Til den anden inviterede vi Ole Færgemann fra Frie Bønder Levende Land og Niels Lindberg Madsen fra Landbrug & Fødevarer samt Magnus Nielsen fra Global Aktion til at holde oplæg og debattere.</p> <p>Rasmus Nørlem Sørensen, sekretariatschef og chefanalytiker hos DEO, var ordstyrer på begge onlinemøder.</p> <p>Begge onlinemøder fulgte et format med korte oplæg fra hver oplægsholder og dernæst spørgsmål fra deltagerne og debat.</p> <p>Onlinedebatten om The European Green Deal havde Rasmus Nørlem Sørensen fra DEO og Kenneth Haahr fra Tænketanken NyAgenda samt Corporate Europe Observatory på som oplægsholdere. Debatten blev modereret af Mathilde Goldschmidt fra Global Aktion.</p> <p>Onlinemødet om European Energy Charter Treaty blev afholdt som led i en række "critical webinars" arrangeret af Global Aktions aktivistgruppe Klima Før Frihandel. Cecilia Olivet fra Transnational Institute var på som oplægsholder og debatten blev modereret af Global Aktions aktivister.</p> <p>Onlinedebatten om EU-Mercosur blev afholdt i samarbejde med Klima før Frihandel-gruppen samt Greenpeace Danmark og NOAH. Til mødet var følgende oplægsholdere: Johan Aagaard, aktivist i Global Aktion, Tiago Reis, PhD studerende ved Universite Catholique de Louvain, og Lucia Ortiz fra Friends of the Earth Brazil.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>Hele onlinedebatserien om landbrugsstøtten blev opreklameret i Rådet for Grøn Omstilling, DEO og Global Aktions nyhedsbreve samt via Facebook begivenheder.</p> <p>(Da mødet først var planlagt til at blive afholdt fysisk i bl.a. Århus, reklamerede vi også i onlineudgaven af Lokalavisen Århus, men dette blev som sagt aflyst).</p> <p>Onlinedebatterne om The European Green Deal, European Energy Charter Treaty og EU-Mercosur blev opreklameret via Global Aktions facebook side og nyhedsbrev samt de samarbejdende organisationers facebook sider.</p>
<p>Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Anslået 265 deltagere.</p> <p>Det første møde om landbrugsstøtten havde 111 tilmeldte og det andet havde 82 tilmeldte. Onlinemødet om European Green Deal havde 30 tilmeldte, online mødet om European Energy Charter Treaty havde 36 tilmeldte og onlinemødet om EU-Mercosur havde 33 deltagere. Der var et anslået frafald på max 10% i forhold til fremmøde.</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>Desværre kunne vi grundet corona ikke komme rundt og holde de fyraftensmøder med fagforeninger, vi havde sat os for i 2020. Men vi er overordnede meget positive over onlinedebatterne - både formatet og antal deltagere, det lykkedes os at tiltrække. Dog kan onlinemøder i vores erfaring ikke erstatte det personlige møde. Selvom det gik godt med at moderere debatten og spørgsmål fra de mange deltagere, fungerer debat og vidensdeling langt bedre, når man kan være fysisk sammen. Vi var dog rigtig glade for samarbejdet med de andre organisationer, særligt DEO, og oplevede hvordan, vi sammen kan nå mange flere, når vi samarbejder med organisationer med andre målgrupper, ligesom online formatet tillod os at få fat i relevante oplægsholdere fra andre lande.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Aktivitet 3</p>	<p>Interaktiv udstilling og debat om EU's handelspolitik på folkemøder</p>
<p>Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen</p>	<p><i>Aktivitetsm/JI 2020: Deltagelse i Folkemødet p/J Bornholm og Ungdommens Folkemøde, hvor 1.00 deltager aktivt i henholdsvis pS hvert Folkemøde</i></p> <p>Oprindeligt havde vi planlagt at skulle deltage på Folkemødet på Bornholm med den interaktive udstilling (et kæmpe matadorspil, opdateret til at handle om EUs rolle i forhold til klima- og handelsdagsordenen) samt oplæg om samme i Klimateltet. Desværre blev Folkemødet aflyst grundet corona. Vi fik tilgængelig mulighed for at deltage med vores oplæg i Klimabevægelsens online klimatelt men desværre ikke med den interaktive udstilling, da denne jo ikke kunne udføres online med så kort varsel.</p> <p>I stedet tilmeldte vi os Ungdommens Folkemøde på Hjul, som skulle besøge en række byer i november 2020 og henvendte sig til unge (10. klasser og gymnasier). Vi skulle deltage i heldagsevents hhv. på Ørestad Gymnasium, Himmelleve Gymnasium i Roskilde, samt på Slikeborg Gymnasium og Silkeborg Højskole med to elementer: En times workshop på hver lokalitet baseret på undervisningsmaterialet (se aktivitet 1) samt pop-up event med den interaktive udstilling.</p> <p>Desværre blev hele eventet aflyst grundet corona, blot en uge før det skulle finde sted, og det var desværre ikke muligt at udføre den på anden vis - både fordi året næsten var gået på daværende tidspunkt og grundet forsamlingsforbud.</p>

	Da Folkemødet på Bornholm blev aflyst var det ikke muligt for os at få refunderet billetter og overnatning. Vi valgte derfor at tage afsted til Bornholm alligevel og bl.a. afholde en lydbiograf i Gudhjem (se aktivitet 6).
Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner	Som beskrevet ovenfor endte denne aktivitetsudførelse med at blive aflyst i sidste øjeblik grundet corona. I forbindelse med at planlægge udførelsen - først på Folkemødet og dernæst ved at omlægge det til et nyt format på Ungdommens Folkemøde på Hjul - var der blevet lagt en hel del arbejdstimer.
Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer <i>ogi</i> eller kommunikationskanaler	Global Aktions tilstedeværelse med den interaktive udstilling skulle være blevet opreklameret i hhv. Folkemødeavisen og i det officielle program for Ungdommens Folkemøde på Hjul, men disse blev som sagt desværre aflyst.
Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Ingen oplevede den interaktive udstilling.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<p>Vi måler successen til: 1</p> <p>Da den interaktive udstilling ikke kunne gennemføres grundet corona kan vi desværre ikke kalde det en succes. Vi hæfter os dog ved at vi trods alt med kort varsel formåede at deltage i Klimateltets online udgave. Dette format tillod dog ikke nogen grad af interaktivitet. Oprindeligt havde vi kaldt oplægget "GA på Folkemødet: Klimakrisen-et opgør med EUs frihandelsregimet" men desværre blev konceptet ændret og titlen kortet ned til "Grøn vækst er helt sort" i sidste øjeblik for i øvrigt at kunne passe ind i klimateltets program.</p> <p>Det er generelt rigtig ærgerligt, da vi brugte meget tid på først at planlægge den interaktive udstilling på Folkemødet, og dernæst på Ungdommens Folkemøde på Hjul. Vi håber, at situationen tillader at vi deltager i lignende begivenheder i 2021, således at arbejdet ikke er spildt.</p> <p>Vi er også glade for at vi stadig havde muligheden for at afholde lydbiograf på Bornholm, da vi ellers ikke havde fået mulighed for at lave EU-oplysning i denne landsdel uden for Folkemødet.</p>

Aktivitet 4	Oplægsteam og vidensbank rettet mod gymnasier, højskoler og foreningsliv
--------------------	---------------------------------------------------------------------------------

<p>Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen</p>	<p><i>AktivitetssMål 2020: Oplæg om EU og global handel og klimapolitik p§ 3 gymnasier</i></p> <p>I 2020 havde vi før corona nået at få to aftaler i hus med gymnasier om at komme ud og holde oplægget "EU's handelspolitik - et solidarisk alternativ?" på hhv. Christianshavns Gymnasium og Niels Brock Handelsgymnasium.</p> <p>Den 28. oktober holdt vores oplægsteam foredrag på Christianshavns Gymnasium for en 3.g klasse. De oplevede stor Interesse for emnet fra eleverne og modtog god feedback fra både elever og undervisere. Bl.a. ville flere elever efterfølgende gerne have vejledning om, hvordan de f.eks. kunne indkorporere et EU handelsperspektiv i deres SRP opgaver.</p> <p>Med Niels Brock Handelsgymnasium var der aftalt, at der både skulle holdes et stort fællesoplæg for flere klasser samtidig, samt flere mindre oplæg for forskellige klasser af kortere varighed. Desværre gik aftalen med Niels Brock Handelsgymnasium Gymnasium i vasken, da undervisningen blev omlagt til online undervisning grundet Covid-19 lockdown. Underviserne måtte her ændre substantielt i deres undervisningsplaner og, trods vores tilbud om at lave oplægget online, endte de med at takke nej.</p> <p>På trods af en stor indsats (se aktivitet 1) var det ikke muligt at få en aftale på plads med et tredje gymnasium.</p> <p>Til gengæld nåede vores oplægsteam ud på to højskoler, hhv. Krogerup Højskole den 4. februar og Jyderup Højskole den 10. marts. Også her oplevede vi stor begejstring fra elever og underviseres side samt en invitation om løbende at komme igen og holde oplægget for nye elevhold næste år.</p> <p>Underviser på Verden Brænder-linjen på Krogerup Højskole, Sigrid Lauenborg Dahl, Indvilligede endda til at give en skriftlig anbefaling om oplæggene, som kan læses på www.globalaktion.dk/undervisning (den landing page, vi lavede til at promovere undervisningsmateriale og oplæg - se aktivitet 1).</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Alle tre oplæg blev gennemført ved at vores oplægsteam tog ud på skolerne og holdt et oplæg baseret på undervisningsmaterialet (aktivitet 1), inkl. powerpoint præsentation og spørgsmålsrunder. Samarbejdspartnere var de ansvarlige undervisere på hhv. Christianshavns Gymnasium, Jyderup Højskole og Krogerup Højskole.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>Christianshavns Gymnasium samt Niels Brock Handelsgymnasium blev kontakten som led i den større indsats for at markedsføre undervisningsmateriale og oplæg til gymnasielærere via mail (se beskrivelse v. aktivitet 1). Krogerup og Jyderup Højskole har oplægsteamet været ude hos før og havde af den vej aftalt at komme igen i 2020.</p>

Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)	Anslået 60 elever oplevede oplægget i 2020, heraf var 25 gymnasieelever og resten højskoleelever.
På en skala fra 1 (dårligst) til 5 (bedst) - blev resultatet en succes? Vil I gentage aktiviteten? Hvad skal evt. ændres?	<p>Vi måler succesen til: 4</p> <p>De oplæg, vi holdte, var store succeser og modtog rigtig god feedback fra både elever og undervisere. Desværre gik aftalen med Niels Brock Handelsgymnasium i vasken grundet coronanedlukningen af skoler. Grundet den generelle forvirring nedlukningen skabte for underviserne, valgte de ikke at gå videre med vores oplæg i en online udgave, som vi ellers tilbød. Vi formoder også at dette er skyld i, at vi ikke formåede at få en aftale med flere gymnasier i hus. Det var svært at gøre noget ved, men enormt ærgerligt, særligt da vi med Niels Brock Handelsgymnasium havde aftalt et længere og spændende forløb med deltagelse af flere klasser. Således kom vi grundet force majeure ikke i mål med at besøge tre gymnasier, jf. vores aktivtetsmål. Vi var derfor glade for, at vi havde nået at tage ud til to højskoler før coronaen ramte Danmark, således at vi stadig besøgte tre skoler i 2020. Og vi måler succesen til 4, fordi vi fik så god respons fra både elever og undervisere på alle skolerne, vi besøgte.</p>

Aktivitet 5	Podcastserie om EU og global handel
Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen	<p><i>Aktivitetsmål/ 2020: 2 afsnit af podcastserien med en kendt gæstespeaker er produceret</i></p> <p>I 2020 producerede vi en podcastserie bestående af to selvstændige afsnit, der kan lyttes til i forlængelse af hinanden, men som også fungerer hver for sig som to selvstændige podcasts. Målgruppen er danske kritiske forbrugere.</p> <p>Den første podcast hedder "EU-lovgivning om virksomheders ansvar i leverandørkæden" og den anden hedder "Global Aktion om nødvendig omhu/ due diligence - Bindende lovgivning på vej?".</p> <p>Begge podcasts tager udgangspunkt i en rapport udgivet af EU i foråret 2020 om due diligence - på dansk 'nødvendig omhu' - altså, etiske retningslinjer for virksomheder, hele vejen gennem</p>

	<p>værdikæden. Da der i øjeblikket ikke findes en bindende lovgivning, der kan holde virksomheder ansvarlige for forholdene i deres produktion, er det i rapporten blevet undersøgt, om der er et behov, og hvad mulighederne er for at indføre en sådan lov i EU. Konklusionen på rapporten er, at en bindende lovgivning om virksomhedsansvar i EU er nødvendig.</p> <p>For at forstå dette, ser første podcast på en case om hvordan en leveringskæde ser ud i tekstilindustrien, og hvilke konsekvenser det har for de arbejdere, der producerer tøj til EU-markedet, at der endnu ikke findes en bindende lovgivning, som sikrer deres rettigheder og ordentlige arbejdsforhold. Anden podcast trækker emnet op på et højere niveau, og ser på forskellige retningslinjer, der findes, samt initiativer der findes for at indføre en bindende lovgivning - både i civilsamfundet og i Europaparlamentet.</p> <p>I podcastene interviewes en række eksperter for at belyse sagen fra forskellige perspektiver.</p> <p>I første podcast indgår Tibbe Smith, der er europæisk koordinator for Clean Clothes Campaign i Bruxelles; Cathrine Bloch Veiberg fra Institut for Menneskerettigheder; og David Hachfeld fra organisationen PublicEye.</p> <p>I anden podcast interviewes Cecilie Ngwenya fra NCP (National Contact Point) Danmark, Sanne Borges, seniorrådgiver for Amnesty International, Cathrine Bloch Veiberg fra Institut for Menneskerettigheder og Lara Wolters, hollandsk europaparlamentsmedlem i S&D gruppen.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>Podcastene blev optaget, tilrettelagt og klippet af Global Aktions Kira Askholm med vejledning fra det øvrige sekretariat. Podcastene består af en række interviews og speaks, som Kira ligeledes lavede. Interviewpersonerne kom fra danske og europæiske NGO'er samt Europaparlamentet.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>Vi uploadede podcastene på Anchor, som automatisk distribuerer podcastene på en række podcast platforme, herunder Spotify og Apple Podcast og Overcast. Derudover uploadede vi podcastene til vores egen hjemmeside (under Podcasts).</p> <p>Vi gjorde dertil reklame for begge podcasts i en række opslag på Global Aktions facebook side.</p>
<p>Hvor mange deltagere/brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Anslået 125 brugere. Dette tal er baseret på statistik fra Anchor, der viser at første podcast er blevet lyttet til 40 gange og anden podcast 50 gange. Vi går ud fra, at en mindre procentdel af disse kan være fra samme bruger, så vi estimerer at cirka 80 personer i alt har lyttet til podcasten via podcast platforme. Derudover har 45 lyttet til podcastene til radiobiograferne (se aktivitet 6).</p> <p>Via Anchor statistik kan vi se, at størstedelen af lytterne fra podcast platformerne (61%) er kvinder, og størstedelen i aldersgruppen 23-27 og dernæst 28-35. Desuden er der 100 % retention rate for den anden podcast (det vil sige, at samtlige lyttere, har hørt podcasten til ende), og for den første podcast 75 %.</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 successen til: 5</p> <p>Vi er meget tilfredse med podcastene, som ved brug af en række eksperter giver et grundigt indblik ind i processen omkring bindende lovgivning om nødvendig omhu på EU niveau, og samtidig tager et dansk og globalt perspektiv ind over. Vi er særligt tilfredse med de høje retention rates på begge podcasts, som vidner om, at podcasten er engagerende for lytterne. Brugen af Anchor til at distribuere podcastene over en række platforme fungerer ligeledes rigtig godt, og det vil vi klart gøre igen.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Aktivitet 6</p>	<p>Radiobiograf: Lyden af EU</p>
<p>Beskrivelse af aktiviteten - herunder målgruppen</p>	<p><i>Aktivitetssmål 2020: Radiobiografer afholdes i Odense, Aalborg og København, og på Folkemødet på Bornholm.</i></p> <p>I 2020 kom vi i mål med at afholde tre fysiske radiobiografer i hhv. København (den 16. august), Århus (den 2. oktober) og Gudhjem (den 21. oktober) samt en online radiobiograf (den 17. december). Målgruppen for eventsne var mennesker (i lokalområdet for de fysiske radiobiografer), der interesserer sig for EU og arbejdstager- og menneskerettigheder, handelsaftaler, bæredygtig produktion og forbrug. Grundet corona var det i sidste ende ikke muligt for os at komme til Ålborg og Odense med lydbiograferne.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten gennemført - herunder hvem har været samarbejdspartner</p>	<p>De tre fysiske radiobiografer blev kørt efter samme koncept. Først blev der afspillet en nyligt produceret podcast om EU's handelsaftaler og den nye EU-rapport om due diligence (behørig omhu) fra foråret 2020 (se aktivitet 5). Podcasten satte rammerne for den efterfølgende del af programmet, hvor deltagerne, efter en kort pause, så dokumentaren "Dying for Gold", der fungerede som case. Dokumentaren sætter spot på guldmineindustrien i Sydafrika, store europæiske virksomheder og særligt minearbejdernes (manglende) arbejdstagerrettigheder. Dette blev af facilitatorerne kædet sammen med podcasten, således at behovet for bindende lovgivning om due diligence og EU's rolle heri blev tydeliggjort. Herefter var der mulighed for debat og spørgsmål fra deltagerne. I alle tre fysiske lydbiografere deltog filmproducenterne bag dokumentarfilmen, Catherine Meyburgh og Richard Pakleppa fra Johannesburg, via videolink. De indgik i dialog med publikum og besvarede spørgsmål.</p> <p>I København blev arrangementet holdt i en biografosal hos Empire Bio på Nørrebro. I Århus blev arrangementet holdt hos Cafe</p>

	<p>Mellemfolk på Mejlgade. Og i Gudhjem blev arrangementet holdt i biografen Scala Gudhjem. De to første fungerede som medarrangør af programmet.</p> <p>Online lydbiografen hed "Online lydbiograf: Hvor er EU-lovgivningen for multinationale virksomheder, der løber fra deres ansvar?". Denne startede med at podcasten blev afspillet, hvorefter Kira Askholm (der havde lavet podcasten) samt Helle Severinsen fra Global Aktion diskuterede status på lovgivningen, og kom med bud på, hvad man som forbrugere kan gøre.</p>
<p>Hvordan blev aktiviteten markedsført - har I bl.a. forsøgt med nye formidlingsformer og/ eller kommunikationskanaler</p>	<p>Samtlige arrangementer blev opreklameret via Facebook og rettet mod relevante målgrupper i lokalområdet (og generelt for online versionen). I København nåede Facebook begivenheden 3934 mennesker, og fik 128 svar. I Århus nåede Facebook begivenheden 1124 mennesker, og fik 52 svar. Og i Gudhjem nåede Facebook begivenheden 2963 og fik 33 svar. Online lydbiografen nåede 837 personer og fik 34 svar.</p> <p>Vi oplevede, at det var en god ide at kombinere lydbiografen med dokumentarfilmen, som givetvis kunne trække flere mennesker til end hvis der var blot var tale om podcasten.</p>
<p>Hvor mange deltagere/ brugere har oplevet aktiviteten (evt. anslået antal)</p>	<p>Omtrent 53 deltagere oplevede aktiviteten i alt fordelt på 23 i Århus (svarende til fuldt hus), 10 i Gudhjem, 15 i København og 5 i online versionen.</p> <p>Vi har en stærk formodning om, at det lave deltagerantal i Gudhjem skyldes den stigende coronasmitte i perioden, der gjorde, at mange holdt sig hjemme {når man sammenligner antal deltagere med antal svar på Facebook begivenheden}. Vi overholdt selvfølgelig alle gældende coronaregler, men det er vores opfattelse, at mange i sidste øjeblik valgte at blive væk for tryghedens skyld.</p> <p>I København blev arrangementet holdt om eftermiddagen på en af årets varmeste dage med fuld solskin. Her kan det tænkes, at flere valgte at tilbringe dagen uden for fremfor at sidde i en mørk biografsal fra 14-17. Dette var dog det eneste tidspunkt, vi kunne leje salen.</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 successen til: 3</p> <p>Det er klart at det lave fremmøde grundet corona og det gode vejr i hhv. Gudhjem og København trækker ned, men corona er jo et gennemgående vilkår for året 2020. Når det er taget i betragtning, oplevede vi god respons på arrangementet i samtlige byer. Opsætningen fungerede godt og deltagerne var interesserede og deltog i den efterfølgende debat. Det var ikke nemt at tiltrække deltagere til online-udgaven. På den ene side kan dette skyldes, at folk generelt var trætte af online arrangementer på dette tidspunkt. Og på den anden side, kan det også have haft en betydning, at dette arrangement ikke havde dokumentaren med som case, hvilket vi antager var med til at gøre arrangementet attraktivt for flere.</p>

	<p>Vi var ligeledes glade for at afholde arrangementet i rigtige biografte i Gudhjem og København, fremfor f.eks. på Global Aktions kontor, som vi tidligere har gjort. Det tiltrak et bredere publikum, da disse biografte også fungerede som medarrangør og der var mulighed for at købe forfriskninger i pausen. I Århus, hvor vi afholdt arrangementet på Cafe Mellefolk, nød vi godt af den store gruppe brugere, cafeen generelt har. Denne målgruppe passer godt ind i Global Aktions øvrige målgruppe, hvilket også forklarer det højere deltagerantal her.</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------