



# FOLKEMØDEANALYSEN 2015

Gennemført af Operate A/S i samarbejde med Folkemødesekretariatet





## ANDERS DYBDAL

**Områdedirektør**  
Chef for Public Affairs

Ansvar for Vækst-gruppen, der arbejder med bl.a. erhverv, arbejdsmarked, byggeri og infrastruktur

Ekstern lektor på Roskilde Universitet

Censor på CBS, SDU, AU og AAU

Cand.soc i Politisk Kommunikation og Ledelse

Tidligere konsulent for Mogens Lykkes toft og medstifter af tænketanken Cevea

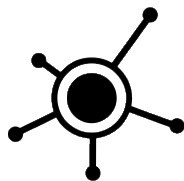


@andersdybdal

# OPERATE A/S

50+

ET AF DANMARKS STØRSTE PR- OG PA-BUREAUER (FULL SERVICE) MED CA. 50 MEDARBEJDERE



BRED ERFARING MED PUBLIC AFFAIRS INDEN FOR VÆKST, SUNDHED OG BÆREDYGTIGHED.

OPERATE  
TECHNOLOGY

OPERATE  
EXPERIENCE

TO SØSTERSELSKABER:  
OPERATE TECHNOLOGY OG  
OPERATE EXPERIENCE

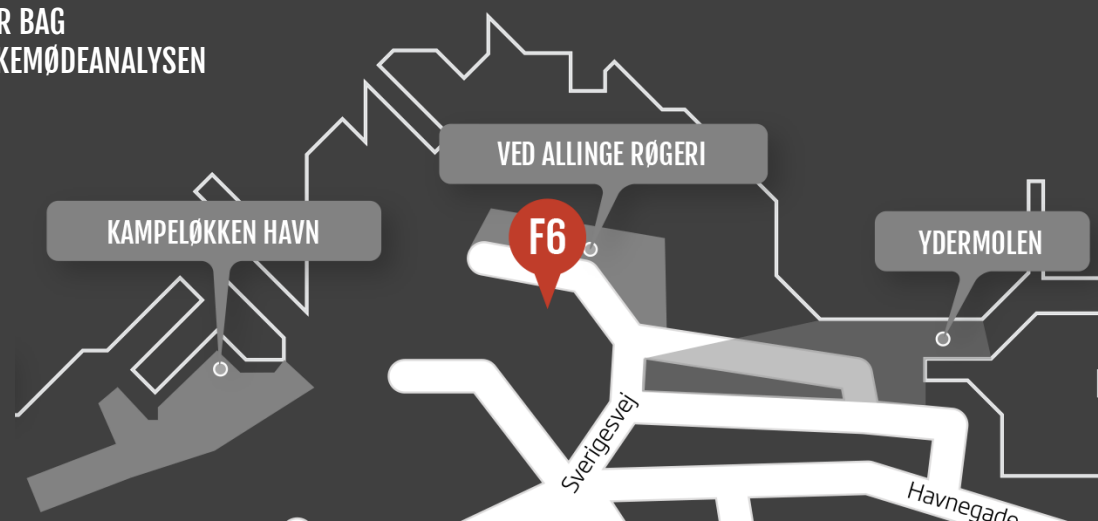
IPREX

IPREX – GLOBALT NETVÆRK  
AF KOMMUNIKATIONS-  
VIRKSOMHEDER



GULDSPONSOR M.  
TELT VED RØGERIET

STÅR BAG  
FOLKEMØDEANALYSEN





# INDHOLD

## 1. FOLKEMØDEANALYSE 2015

- a) Deltagerne
- b) Dagsordener
- c) Events
- d) Effekten

## 2. 3 GODE RÅD TIL ARRANGØRER

# OPERATES FOLKEMØDEANALYSE 2015

1. Deltageranalyse 502 tilfældigt udvalgte deltageres oplevelse
2. Arrangøranalyse 409 arrangørers erfaringer om at sætte dagsorden
3. Aktivitetsanalyse 2.470 aktiviteter kodet efter indhold
4. Medieanalyse 479 nyheder om Folkemødet i nationale medier og fagblade
5. Social medieanalyse 25.265 tweets om Folkemødet
6. Imageanalyse 985 danskeres syn på Folkemødet

Tak til



Respondenter og de interviewede



Folkemødesekretariatet



# DELTAGERNE



# DELTAGERNE PÅ FOLKEMØDET



**POLITIKEREN**



**DEN PROFESSIONELLE**



**ILDSJÆLEN**



**FOLKET**



**JOURNALISTEN**

<b>HVEM</b>	Beslutningstager	Betalt lobbyist/aktør	Frivillig lobbyist/aktør	Deltager	Formidler
<b>HVAD</b>	Levere budskaber og netwerke	At influere og netwerke	At influere og netwerke	At opleve og diskutere	At rapportere og netwerke
<b>HVORFOR</b>	'Et must'	Et arbejde	Et kald	En oplevelse	Et arbejde
<b>HVOR MANGE</b>	Ca. 2 % ▼	Ca. 27 %	Ca. 22 % ▲	Ca. 47 %	Ca. 2 %

Baseret på spørgeskemabesvarelser og tal fra Folkemødesekretariatet i 2014 og 2015. Pilene angiver udvikling ift. Folkemødet 2014.

# "FOLKET"



## Bornholmerne

- Vil gerne opleve øens politik-festival
- Vigtigste kendetegn
  - Bor tæt på Allinge og er stolte over festivalen.
  - Alle aldre, uddannelser – men flest kvinder.
- Udgør ca. 25 % ▼



## Bedsteborgerne

- Vil gerne netværke, møde politikere
- Vigtigste kendetegn
  - Meget samf-interesseret og politisk påvirkende.
  - Ofte seniorer, kvinder og folk med længere udd.
- Udgør ca. 55 % ▲

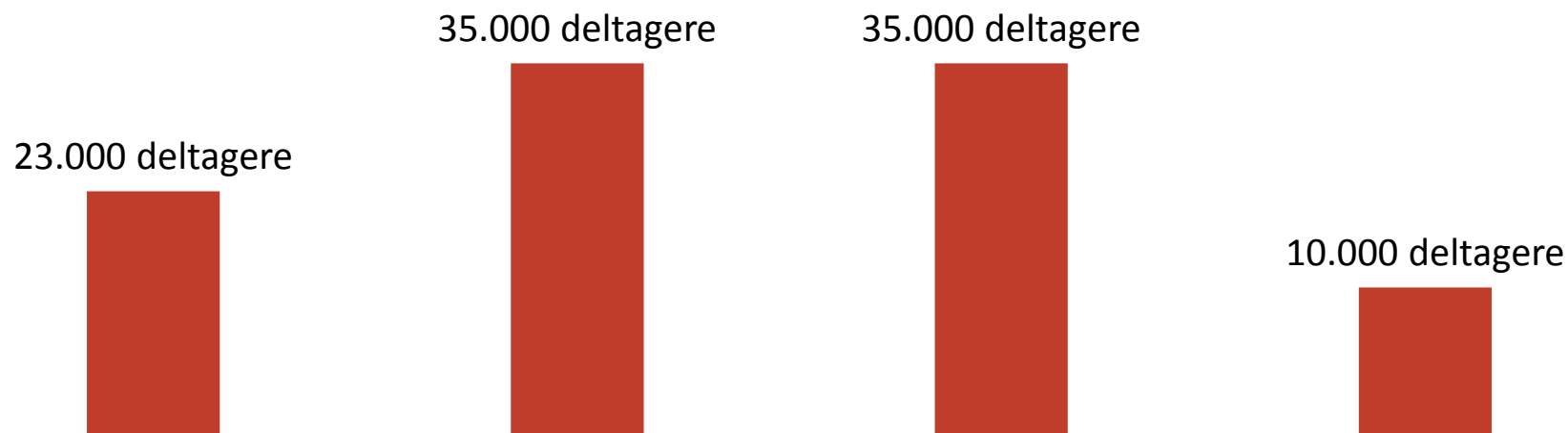


## Baglandet

- Vil gerne møde partifæller og debattere
- Vigtigste kendetegn
  - Partimedlem. Diskuterer ofte med politikere.
  - Både seniorer og unge. Oftest længere udd.
- Udgør ca. 20 %



# FOLKEMØDETS DELTAGERDYNAMIK



	TORSDAG	FREDAG	LØRDAG	SØNDAG
Events pr. 1000 deltagere	18,9	28,1	23,3	23,7
Medieomtale af Folkemødet	41	62	64	39
Tweets om Folkemødet	4887	6987	7093	2090

Antal deltagere baseret på tal fra Folkemødesekretariatet og Bornholms Politi.

# HVEM ER VIGTIGST AT HAVE MED?

*Andel af deltagere og arrangører, der angiver, at det i høj grad er vigtigt, at følgende grupper er repræsenteret på Folkemødet.*

DELTAGERNES TOP 7	
1. Politikere	81 %
2. Borgere	79 %
3. Interesseorganisationer	73 %
4. Ekspertter	55 %
5. Virksomheder	44 %
6. Journalister	37 %
7. Embedsmænd	30 %

ARRANGØRERNES TOP 7	
1. Politikere	80 %
2. Interesseorganisationer	74 %
3. Borgere	69 %
4. Journalister	54 %
5. Ekspertter	52 %
6. Virksomheder	44 %
7. Embedsmænd	43 %

*Deltager-tal er baseret på besvarelser fra 502 tilfældigt udvalgte Folkemødedeltagere. Arrangør-tal er baseret på besvarelser fra 409 arrangører af events på Folkemødet.*



# DAGSORDENEN







# DAGSORDENEN – DELTAGERNE

Hvilke af følgende temaer har efter din mening fyldt mest? (max to krydser)

	DELTAGERE
Demokrati og folkestyre	(1) 36%
Socialpolitik og integration	(2) 29% ▲
Vækst, erhverv og beskæftigelse	(3) 26% ▼
Sundhed, omsorg og forebyggelse	(4) 26%
Miljø, fødevarer og energi	(5) 24%
Uddannelse og forskning	(6) 14% ▼
EU og udenrigspolitik	(7) 9% ▼
Retspolitik	(8) 4%
Transport og byggeri	(9) 4%
Andet	(10) 2% ▼

Baseret på besvarelser fra 502 tilfældigt udvalgte Folkemødedeltagere. Pilene angiver en udvikling fra sidste år på 3 procentpoint eller mere.

## Bagsiden analyserer: Vi skal til valg 10. marts 2015

Prognosen medregner både Superligaen og Dan Jørgensens fødselsdag.



# DAGSORDENEN – AKTIVITETERNE

Hvilke temaer har aktiviteterne handlet om? (1-2 temaer pr. event)

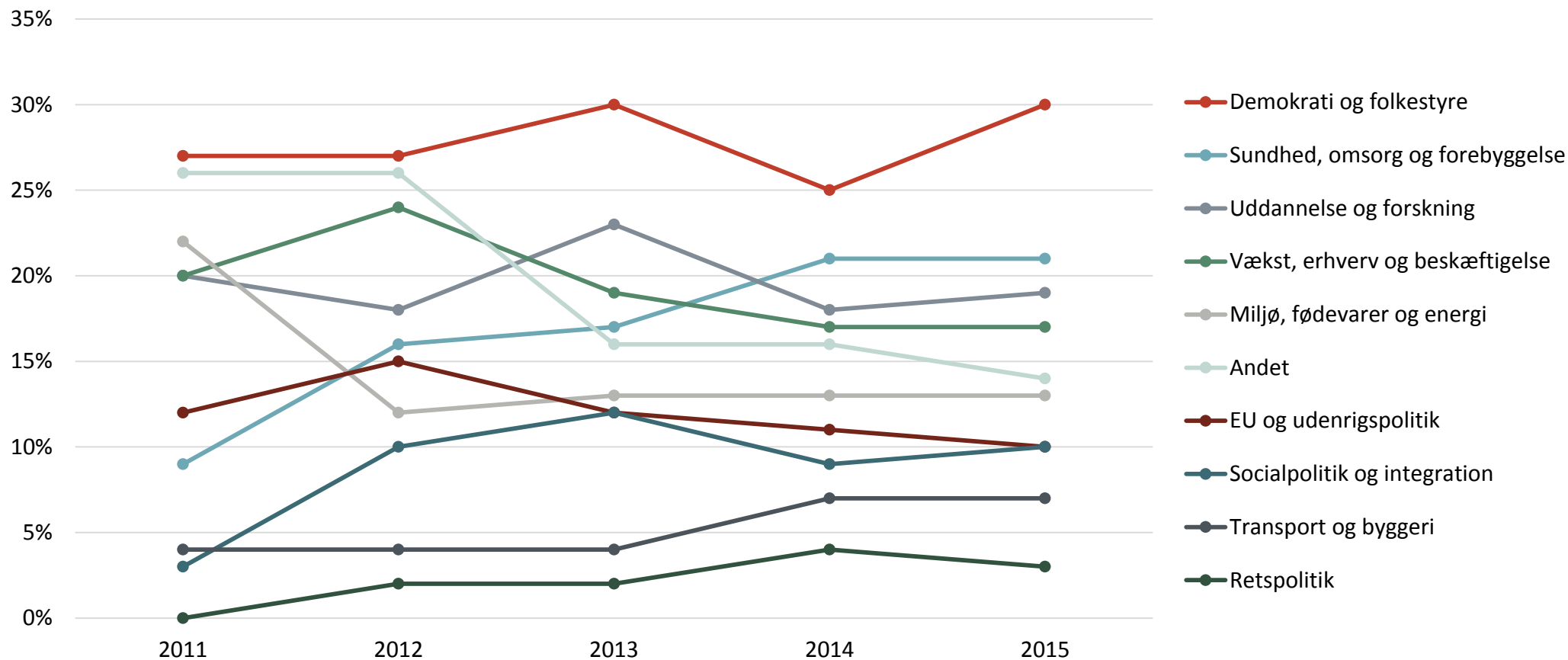
	AKTIVITETER
Demokrati og folkestyre	(1) 30 % ▲
Sundhed, omsorg og forebyggelse	(2) 21 %
Uddannelse og forskning	(3) 19 %
Vækst, erhverv og beskæftigelse	(4) 17 %
Andet	(5) 14 %
Miljø, fødevarer og energi	(6) 13 %
EU og udenrigspolitik	(7) 10 %
Socialpolitik og integration	(8) 10 %
Transport og byggeri	(9) 7 %
Retspolitik	(10) 3 %

Baseret på data for alle 2470 officielle aktiviteter på Folkemødet. Pilene angiver en udvikling fra sidste år på 3 procentpoint eller mere.





# DAGSORDENEN – AKTIVITETERNE



Baseret på data fra de officielle aktiviteter på Folkemødet.

# DAGSORDENEN – MEDIERNE

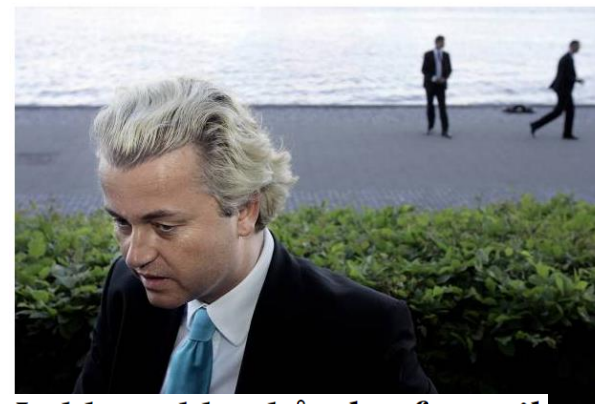
Hvilke temaer har medierne skrevet om?

	MEDIER
Demokrati og folkestyre	(1) 35 % ▲
Vækst, erhverv og beskæftigelse	(2) 19 % ▲
Socialpolitik og integration	(3) 15 % ▲
Transport og byggeri	(4) 8 %
Miljø, fødevarer og energi	(5) 8 % ▼
EU og udenrigspolitik	(6) 6 %
Sundhed, omsorg og forebyggelse	(7) 5 %
Uddannelse og forskning	(8) 4 % ▼
Andet	(9) 1 % ▼
Retspolitik	(10) 0 % ▼

Baseret på nærlæsning og manuel kodning af 479 artikler i nationale dagblade, tv/radio og fagblade. Oversigten er fraregnet ikke-politiske temaer. Pilene angiver en udvikling fra sidste år på 3 procentpoint eller mere.

## Geert Wilders vil tale om ytringsfrihed og islam på Folkemødet

Den omstridte politiker, Geert Wilders, forventer, at dansk politi beskytter ham mod terrorangreb.



## Løkke rækker hånden frem til fagbevægelsen



# DAGSORDENEN – DE SOCIALE MEDIER

Hvad tweeter folkemødedeltagerne om?



Özlem Sara Cekic retweeted

**KommentatorSporet** @Roedhaetten · Jun 13

Respekt for, @cekicozlem tog debatten m @DanielCarlsen u at springe i atomer. #JegHarOgsåAdopteretOzlem #fm15 #fv15

	SOCIALE MEDIER
Vækst, erhverv og beskæftigelse	(1) 14 % ▲
Uddannelse og forskning	(2) 8 %
EU og udenrigspolitik	(3) 8 %
Miljø, fødevarer og energi	(4) 8 % ▲
Sundhed, omsorg og forebyggelse	(5) 6 % ▼
Demokrati og folkestyre	(6) 6 %
Transport og byggeri	(7) 3 %
Retspolitik	(8) 2 %
Socialpolitik og integration	(9) 2 %
Andet	(10) -

Søgebaseret kodning af 25265 tweets om Folkemødet. Pilene angiver en udvikling fra sidste år på 3 procentpoint eller mere.

**Danske Regioner** @regionerne · Jun 18 View translation  
Virksomheder og hospitalers samarbejde om #velfærdsteknologi skal være nemmere - @jensstenbaek fra #fmdk @Altingetdk bit.ly/1N5JPbM



**Danske Regioner: Høj sol over dansk velfærdsteknologi**

By Altinget @Altingetdk

DEBAT: Der er fuld fart på udviklingen af velfærdsteknologi. Men det skal være nemmere for virksomheder og hospitaler at samarbejde om nye løsninger, så de ikke strandede i processen fra idé til...

Morten Østergaard retweeted



**helle ib** @helleib · Jun 13

Ikke EN af de fire økonomer synes det er en god ide at frede boligskatter til 2025 @DanskByggeri #fmdk





# DAGSORDEN – ALLE

SUPERTEMA	DELTAGERNE	AKTIVITETER	SOCIALE MEDIER	MEDIER
Demokrati og folkestyre	(1) 36 %	(1) 30 % ▲	(6) 6 %	(1) 35 % ▲
Socialpolitik og integration	(2) 29 % ▲	(8) 10 %	(9) 2 %	(3) 15 % ▲
Vækst, erhverv og beskæftigelse	(3) 26 % ▼	(4) 17 %	(1) 14 % ▲	(2) 19 % ▲
Sundhed, omsorg og forebyggelse	(4) 26 %	(2) 21 %	(5) 6 % ▼	(7) 5 %
Miljø, fødevarer og energi	(5) 24 %	(6) 13 %	(4) 8 % ▲	(5) 8 % ▼
Uddannelse og forskning	(6) 14 % ▼	(3) 19 %	(2) 8 %	(8) 4 % ▼
EU og udenrigspolitik	(7) 9 % ▼	(7) 10 %	(3) 8 %	(6) 6 %
Retspolitik	(8) 4 %	(10) 3 %	(8) 2 %	(10) 0 % ▼
Transport og byggeri	(9) 4 %	(9) 7 %	(7) 3 %	(4) 8 %
Andet	(10) 2 % ▼	(5) 14 %	(10) -	(9) 1 % ▼

# EVENTS



# AKTIVITETERNE – FOR MANGE DEBATTER?



Marie-Louise Munter @missmunter · Jun 15

Var der for mange paneldebatter og for få forslag på #fmdk #fm15?  
[linkedin.com/pulse/super-fo...](https://www.linkedin.com/pulse/super-fo...) via @LSprehn

LinkedIn

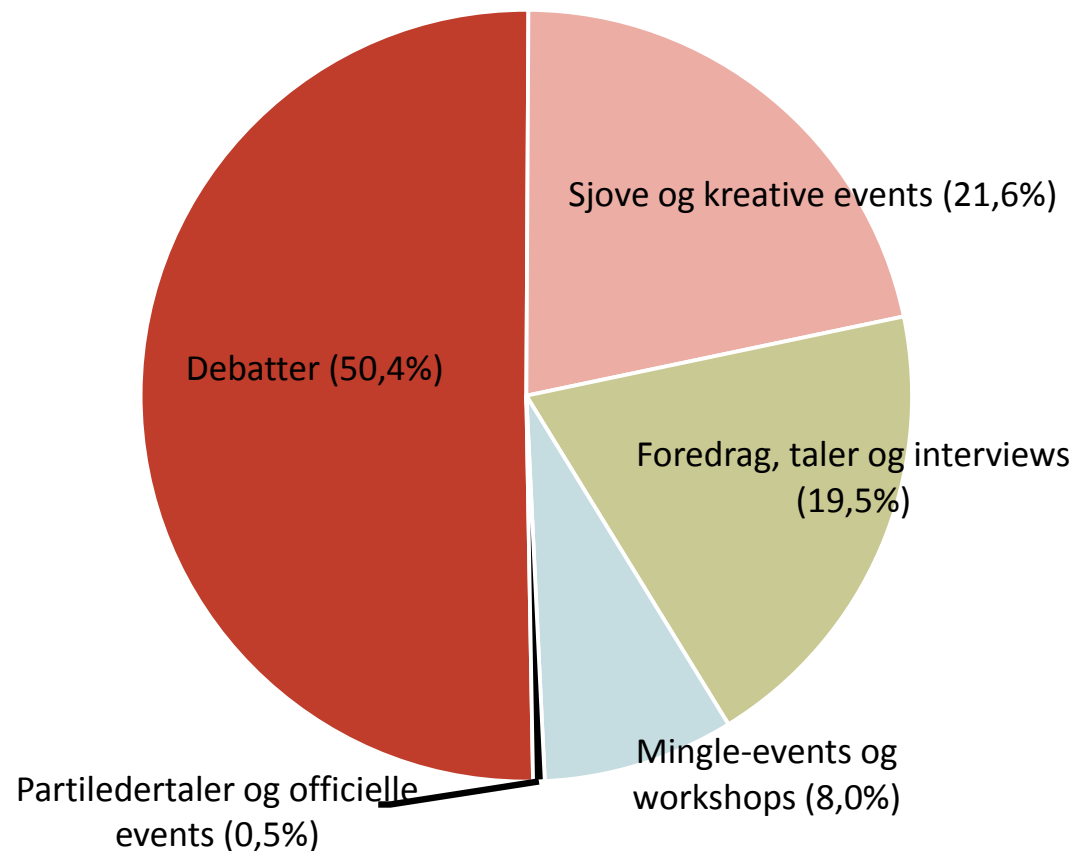


## Super Folkemøde med alt for mange paneldiskussioner

Så blev endnu et festligt og dejligt Folkemøde afholdt. Det er og bliver et af højdepunkterne på året for mig personligt. Det er så skønt, at møde alle de mennesker der ønsker at gøre en forskel i...

Baseret på data for alle 2470 officielle aktiviteter på Folkemødet.

*Fordeling af events på eventtyper, defineret ud fra de kategorier som arrangørerne har indtastet.*





# DET STØRSTE TRÆKPLASTER?

Andel af deltager, der vurderer, at følgende faktorer er vigtigst for dem når de vælger events – sammenlignet med arrangørernes vurdering af det stærkeste trækplaster ved deres bedst besøgte event. (max tre krydser)

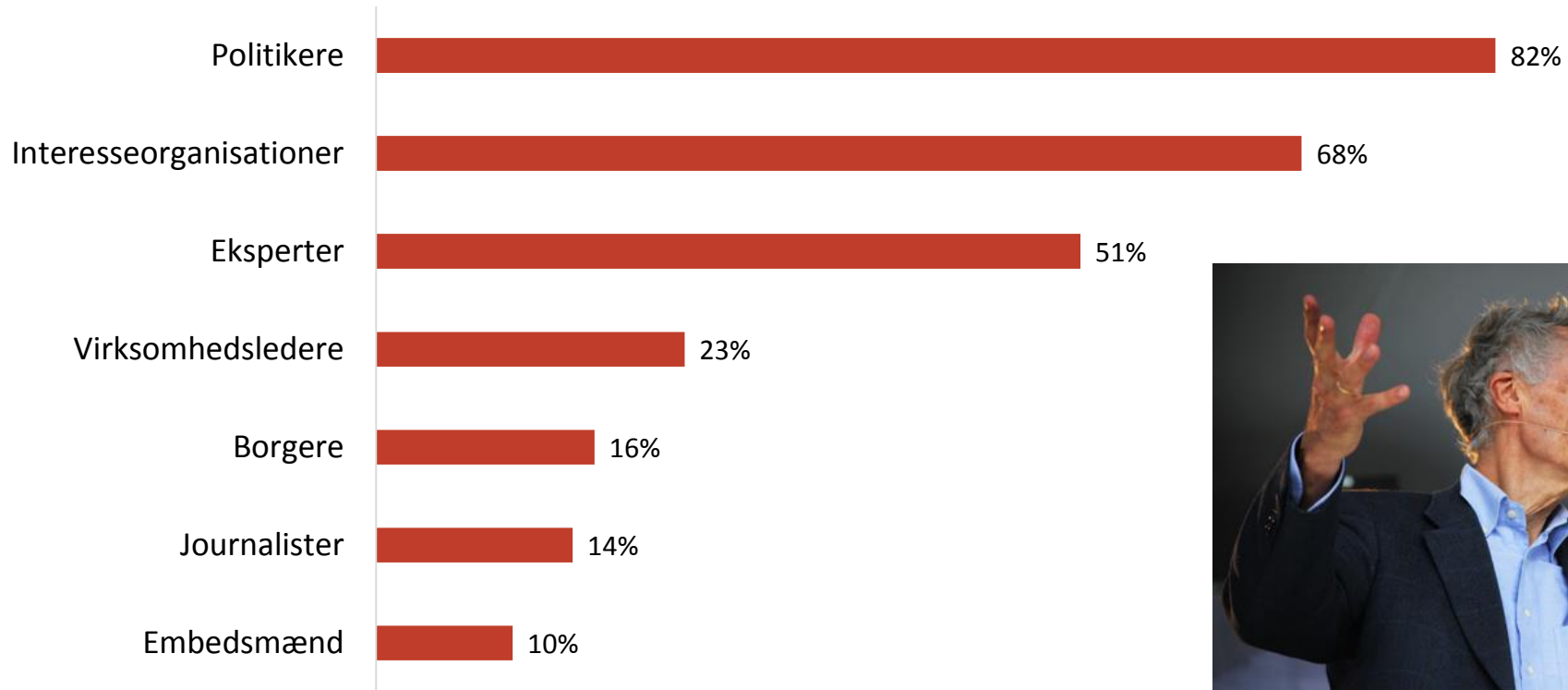
DELTAGERNES TOP 5	
1. En populær debattør/deltager	88 %
2. Et højtaktuelt tema	64 %
3. Et tema folk kan identificere sig med	47 %
4. Et tema med klar politisk konflikt	38 %
5. En populær ordstyrer	29 %

ARRANGØRERNES TOP 5	
1. Et højtaktuelt tema	56 %
2. Et tema folk kan identificere sig med	54 %
3. En populær debattør/deltager	31 %
4. Et tema med klar politisk konflikt	25 %
5. Et anderledes debatformat	23 %

Deltager-tal er baseret på besvarelser fra 502 tilfældigt udvalgte Folkemødedeltagere. Arrangør-tal er baseret på besvarelser fra 409 arrangører af events på Folkemødet.

# HVEM GÅR DELTAGERNE EFTER

Hvilke debattører/deltagere går du efter, når du vælger hvilke events du deltager i? (max tre krydser)



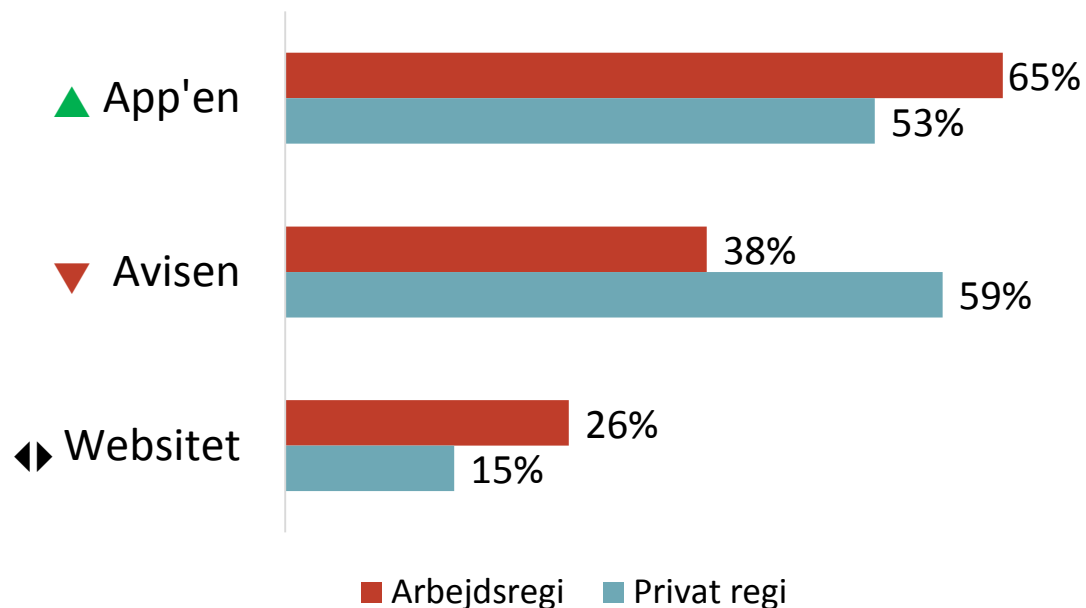
Baseret på besvarelser fra 502 tilfældigt udvalgte Folkemødedeltagere.

# PLANLÆGNING

## Deltagerne er velforberedte

- ✓ 3 ud af 4 har planlagt, hvad de ville deltage i hjemmefra
- ✓ 50 % har planlagt at deltage i mindst 3 aktiviteter
- ✓ Men! 50 % efterlader også tid til at se, hvad der dukker op undervejs
- ✓ Avisen er mest for folket - app'en for de arbejdende

## Vigtigste planlægningsredskaber for deltagerne



Pilene angiver en udvikling fra sidste år på 3 procentpoint eller mere.



# EVALUERING AF EVENTS

Meget få arrangører evaluerer systematisk på deres på events

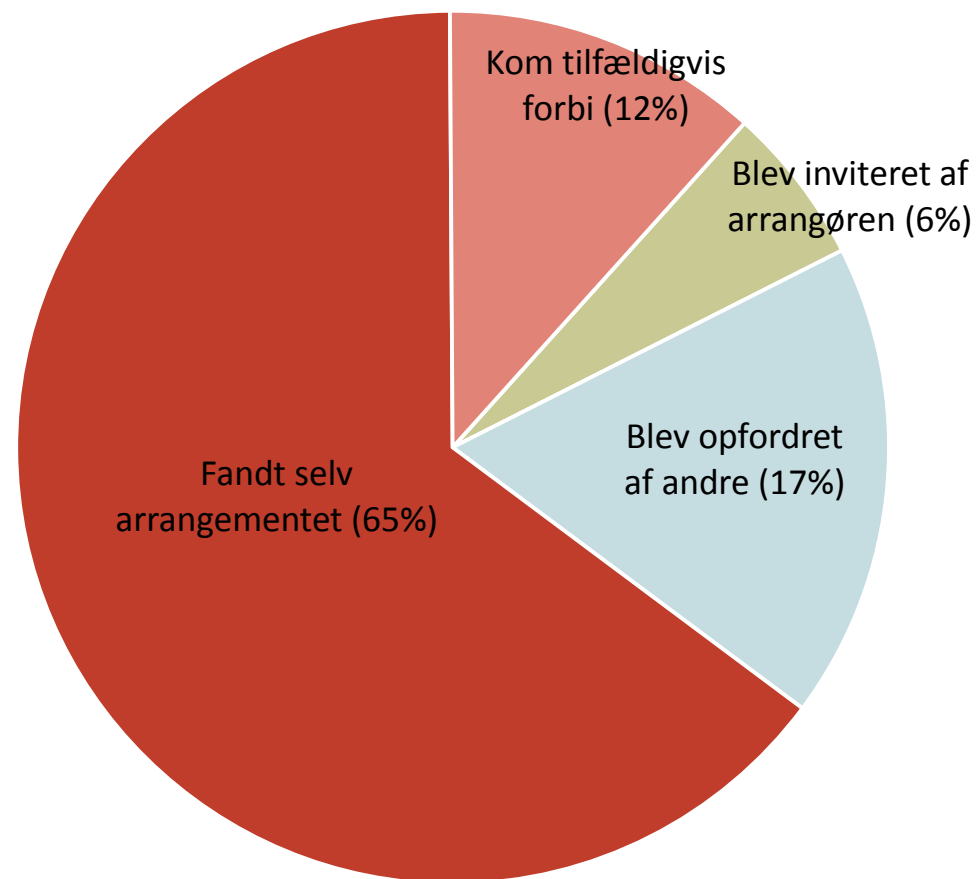
” Vi holder altid et frokostmøde om Folkemøde-indsatsen, men efter 4 år har vi stadig aldrig lavet en grundig evaluering af vores arrangementer.”

Virksomhedsleder

” Vi forsøger selvfølgelig at gentage succesfulde events og bruge det der virker – uden rigtig at vide præcist hvad det er, der virker.”

Interesseorganisation

”Hvordan blev du opmærksom på arrangementet?”

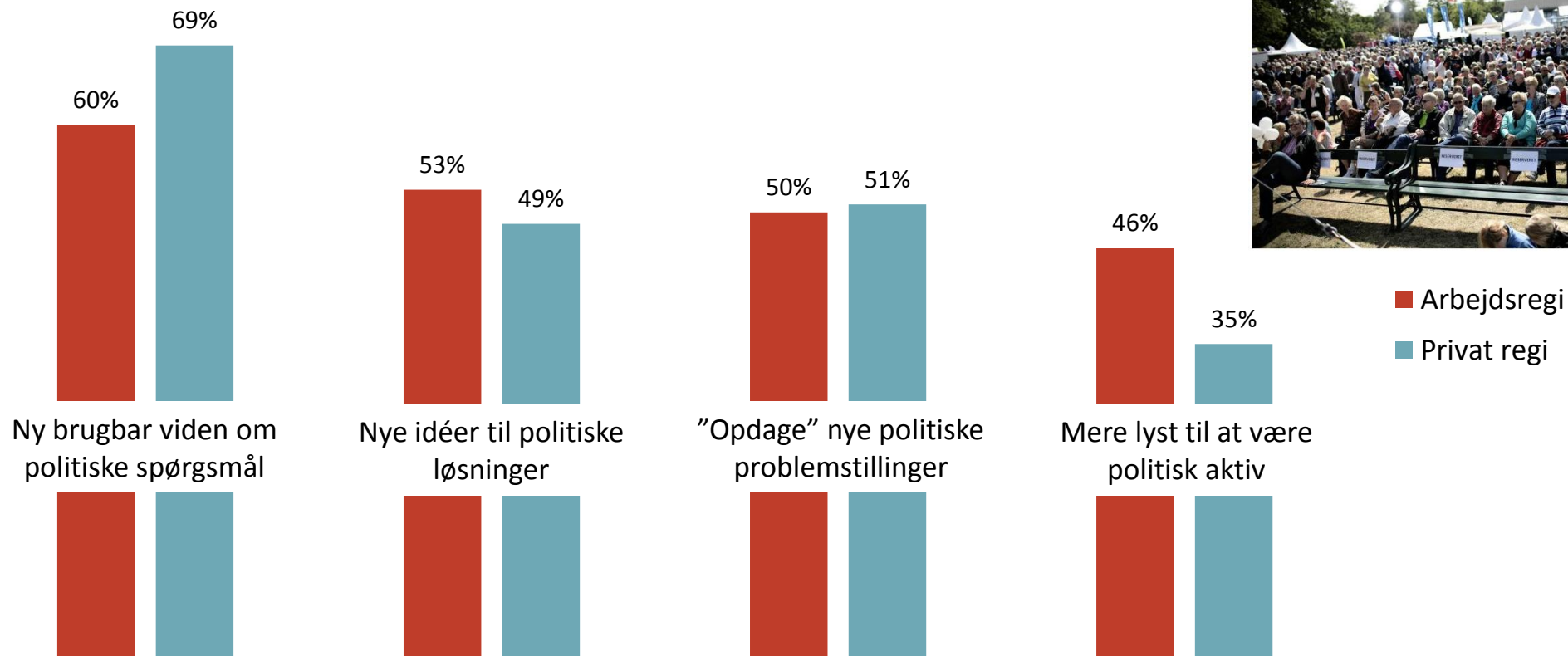


# FOLKEMØDE-EFFEKTEN



# STORT UDBYTTTE FOR DELTAGERNE

Andel deltagere der angiver, at de i høj eller nogen grad har fået følgende ud af deres deltagelse i Folkemødet 2015.



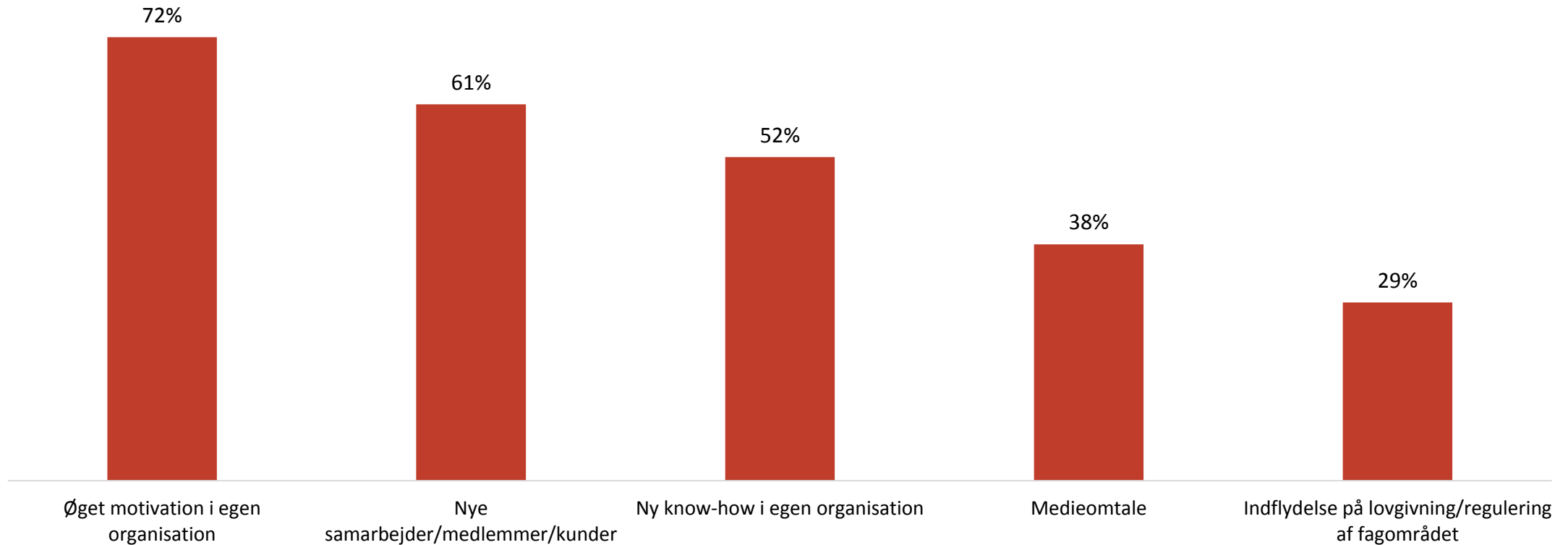
## Åh nej, hvad nu med Folkemødet?

Politikere vil fore valgkamp frem for at være til politisk festival.



# ARRANGØRERNES UDBYTTTE – 12 MÅNEDER EFTER

*Andel arrangører der angiver, at de i høj eller nogen grad har fået følgende ud af deres deltagelse i Folkemødet 2014.*



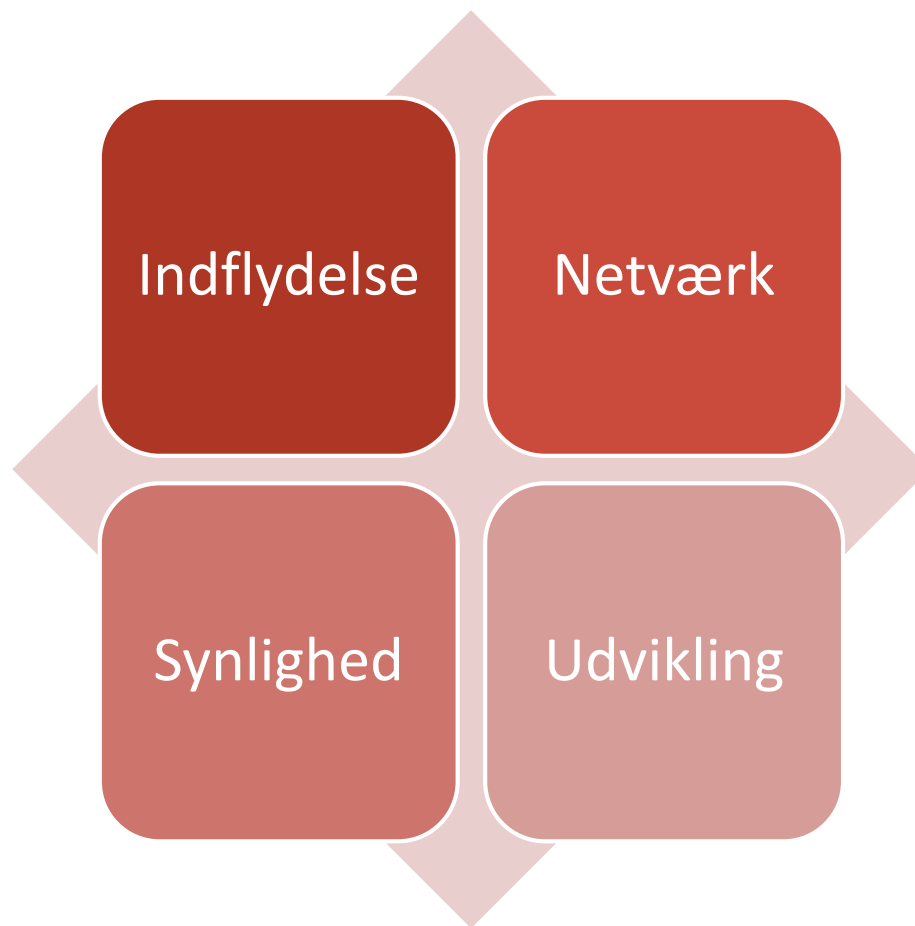
*Baseret på besvarelser fra 502 tilfældigt udvalgte Folkemødedeltagere. Tallene er fraregnet "Ved ikke" besvarelser.*



# POTENTIELLE EFFEKTER

- Sætte dagsorden
- Problem ► løsning
- Politisk dialog

- Styrke/pleje image
- Gøre opmærksom
- Lave folkeoplysning



- Interessenter
- Medlemmer
- Kunder

- Motivation
- Ny know-how
- Nye samarbejder

## 3 GODE RÅD TIL ARRANGØRER



1

**PLANLÆG  
STRATEGISK**



2

**VÆR TILSTEDE  
PÅ FOLKEMØDET**



3

**FØLG OP OG  
EVALUER!**

# 3 GODE RÅD TIL ARRANGØRER



## PLANLÆG STRATEGISK

- ✓ **Hvorfor?** Bliv skarp på, hvad I vil have ud af Folkemødet. Definer klare mål, målgrupper og evt. budskaber.
- ✓ **Hvordan?** Find den rette model for deltagelse, der passer jeres målsætninger, prioritering og ressourcer. Sæt ambitionsniveauet rigtigt – drop mellemmodellen!
- ✓ **Hvornår?** Start allerede nu!
  - Vær kreativ, når I planlægger debatter og happenings. Indhold er vigtigere end personer og form.
  - Forbered din netværksindsats hjemmefra, søg de relevante debatter og ha' pitchet klar

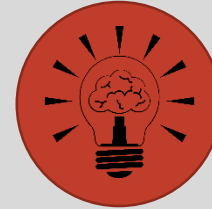
# 3 GODE RÅD TIL ARRANGØRER



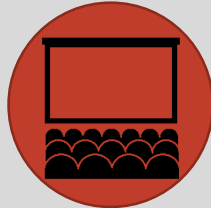
VÆR TILSTEDE  
PÅ FOLKEMØDET



FRA TALERØR



TIL INNOVATØR



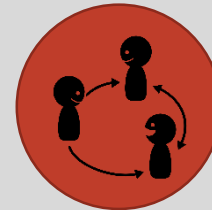
FRA TILSKUER



TIL MED/MODSPILLER



FRA TELTPASSER



TIL NETWORKER



## 3 GODE RÅD TIL ARRANGØRER

3

**FØLG OP OG  
EVALUER!**

