
FOLKETINGET



Europaudvalget

EU-Oplysningen

INTERNT

Til: Udvalgsformændene

Dato: 29. april 2011

Orientering om Folketingets kommunikationsplan i anledning af det danske EU-formandskab 2012

Sammenfatning

Til udvalgsformændenes orientering indeholder dette notat en kort beskrivelse af det udkast til kommunikationsplan for Folketinget, som er udarbejdet i anledning af det danske EU-formandskab i 1. halvår af 2012.

Kommunikationsplanens tyngdepunkt bliver den webbaserede kommunikation, men der produceres også trykt materiale i et vist omfang – f.eks. et undervisningshæfte og diverse informationsark om politikområder, der er relevante under formandskabet.

Herudover kan følgende centrale forslag fra udkastet nævnes: Netquiz/konkurrence, interaktivt danmarkskort med oversigt over EU 2012-arrangementer og debatter, filmklip – EU på fem minutter á la Jørgen Clevin, Konference om EU 2012 for biblioteker, oplysningsspot til FT-TV (og webben), annoncering i medier.

Det bemærkes, at der i arbejdet med kommunikationsplanen er lagt vægt på, at den skal tilgodese en række forskellige målgrupper – unge, voksne interesserede borgere, professionelle brugere m. fl. Der vil ligeledes blive lagt vægt på en god dialog med Udenrigsministeriet samt andre EU-aktører m.m. om flere af aktiviteterne.

1. Om kommunikationsplanens formål og målgruppe m.m.

Kommunikationsplanens formål

Formålet med Folketingets kommunikationsaktiviteter i forbindelse med EU-2012 er, at benytte lejligheden til at informere om:

- Folketingets EU-materiale og aktuelle møder og aktiviteter, som kan være med til at kvalificere den danske EU-debat
- Den service Folketinget tilbyder borgerne ved at besvare henvendelser om EU (Folketingets EU-Oplysning)
- Folketingets rolle i behandlingen af EU-sager

Kommunikationsplanens målgruppe

Helt overordnet er følgende bredt definerede målgrupper prioriteret i kommunikationsplanen:

- Videreformidlere - biblioteker, lærere, presse, brancheorganisationer, politiske sekretariater og ministerier m. flere. Ved at henvende sig til denne målgruppe sikres effektiv udbredelse af Folketingets informationstilbud.
- borgere 20+, som har et ønske om at erhverve sig informationer om de politiske emner på formandskabets dagsorden eller om Folketingets rolle i EU. Udgangspunktet er, at disse borgere har hørt om EU/formandskabsemner via medierne og på den baggrund har spørgsmål eller et ønske om mere information.
- Ungdomsuddannelser
- Politikere og embedsmænd fra de øvrige EU-lande

De enkelte aktiviteterets målgrupper fastlægges nærmere i forbindelse med den mere detaljerede tilrettelæggelse af aktiviteterne.

Kommunikationsplanens succeskriterier

Succeskriterierne fastlægges i forbindelse med den konkrete tilrettelæggelse af bl.a. webkommunikationen og planen for medieomtale m.v.

Succeskriterierne bør dog indeholde tilfredshedsundersøgelser, som går på kvaliteten af de informationer, som er modtaget, samt f.eks. mål for øget antal besøg på web, omtale af FT i medier samt afsætning af materiale til undervisning.

Om udkastet til kommunikationsplan

For god ordens skyld bemærkes, at denne beskrivelse af udkastet til kommunikationsplan kun vedrører Folketingets eksterne kommunikation. Selve udkastet indeholder flere internt rettede kommunikationsaktiviteter, som skal sikre, at Folketingets medlemmer og partiansatte samt FT's administration er orienterede om de aktiviteter og arrangementer, som Folketinget er vært for.

Det er pt. ikke fastlagt, hvilke møder FT skal arrangere, og hvornår møderne skal afholdes. En opdateret kommunikationsplan udarbejdes, når der er overblik over den endelige møderække, og der udarbejdes også særskilte kommunikationsplaner for hvert af disse arrangementer.

2. Folketingets generelle kommunikationsaktiviteter

Trykt information – EU Tema og undervisningshæfte

Webkommunikationen kommer til at indtage en central rolle i forbindelse med Folketingets EU 2012-kommunikation. Ikke desto mindre viser erfaringen, at også trykt materiale i høj grad efterspørges af såvel borgere som undervisere.

Som udgangspunkt vil EU-Oplysningen derfor lave det såkaldte *EU Tema* om tre centrale emner og evt. flere emner, såfremt der senere skulle vise sig et behov for dette. EU Tema er et nyt format som er forholdsvis billigt at producere og hurtigt genoptrykt.

Også undervisere efterspørger stadig i høj grad trykt materiale om aktuelle emner. Der laves derfor et undervisningshæfte.

Webkommunikation

Særlig temaside om EU-formandskabet

Den besnærende korte overskrift dækker over et stort arbejde med tilrettelæggelsen af den vigtige webkommunikation. Der udarbejdes en særskilt kommunikationsplan for denne del.

Tilrettelæggelsen af webkommunikationen bliver kompleks, da den skal tilgodeses en række forskellige målgrupper – f.eks. unge og voksne interesserede borgere, professionelle brugere og ikke mindst udenlandske brugere.

Tyngdepunktet for den borgerrettede information bliver en særlig temaside om EU 2012, som EU-Oplysningen laver på euo.dk. Desuden opdateres ft.dk og de relevante fagudvalgs sider på ft.dk med oplysninger om formandskabet. Tilrettelæggelsen af webkommunikationen vil ske i tæt dialog med Udenrigsministeriet.

Danmarkskort med oversigt over møder og debatarrangementer

Det bør fremhæves, at der som en del af webkommunikationen laves et særligt danmarkskort, hvor såvel borgere som professionelle, kan danne sig et overblik over møder og debatarrangementer m.m. i anledning af formandskabet. Det gælder både officielle møder samt borgerrettede debatarrangementer.

Konkurrence/netquiz

Desuden skal der laves en net-quiz med et konkurrenceelement, som kan generere besøg på webben og øge interessen for information om EU 2012. Der laves to versioner – en udgave rettet mod en ung målgruppe og en udgave rettet mod en mere moden målgruppe.

Filmklip - "EU på fem minutter" á la Jørgen Clevin

Derudover bør ideen om et filmklip om "EU på fem minutter" fremhæves. Ideen går ud på at lave et "Jørgen-Clevin-agtig-klip" til webben, som ganske kort forklarer EU. EU-Oplysningen planlægger hvilke informationer, der skal videreformidles. Det undersøges, om vi har mulighed for at indgå i et samarbejde med tegnere, som er kendt for at have en skæv/humoristisk vinkel på deres arbejde.

Brug af sociale medier

Endelig bør det nævnes, at Folketingets Kommunikationsafdeling i foråret 2011 arbejder med at fastlægge en strategi for Folketingets brug af sociale medier som kommunikationsplatform. Evt. brug af disse platforme til kommunikation om EU 2012 tilrettelægges afhængigt af strategiens indhold.

Øvrige projekter – bibliotekskonference, oplysningsspots til FT-TV, medieomtale og annoncering

Bibliotekskonference

EU-Oplysningen har et godt samarbejde med landets biblioteker, som i vid udstrækning videreformidler EU-Oplysningens informationsmateriale til borgerne. For at klæde disse vigtige videreformidlere på til at informere om EU 2011 og FT og sikre, at de kender Folketingets information om EU 2012, afholdes derfor en konference på Christiansborg, hvor samtlige hovedbiblioteker inviteres til at deltage.

Oplysningsspots

Der produceres ca. fem oplysningsspots til FT-TV, som handler om EU 2012. Udover at filmene vises på FT-TV lægges filmene på webdelen, og der lægges en strategi for at sikre den størst mulige visning af filmene.

Annoncering og særlig strategi for medieomtale

For at gøre opmærksom på Folketingets aktiviteter og informationstilbud i anledning af EU 2012 indrykkes en række annoncer i diverse medier. Annonceringen tilrettelægges nærmere i efteråret. Målgrupper og valg af medier overvejes nøje efter en samlet vurdering af behovet for at skabe opmærksomhed om de forskellige tilbud i de ønskede målgrupper.

Der lægges en særlig strategi for at sikre omtale og eksponering af Folketingets aktiviteter og tilbud via pressen. Grundtanken er, at Folketinget kan tilbyde en historie ved at give et indblik i livet bag murene – f.eks. ved at politikere og medarbejdere fra FT's administration medvirker i programmer som Go' Morgen/Go' Aften Danmark og fortæller om, hvilke forberedelser, det kræver, når Folketinget skal holde møde for flere hundrede politikere fra 27 EU-landes parlamenter.

Desuden undersøges muligheden for at motivere landsdækkende medier til at arrangere debatarrangementer om formandskabets emner.

3. Kommunikationsaktiviteter tilknyttet Folketingets møder m.m.

Trykt information – pjece om Folketinget, fagudvalgspjecer m.m.

Det er endnu ikke fastlagt, præcis hvilke møder Folketinget skal afholde i anledning af det danske EU-formandskab. Der er dog ikke tvivl om, at Folketinget kommer til at modtage et større antal gæster fra andre europæiske lande.

I den anledning laves en ny præsentation af Folketinget beregnet på udenlandske gæster. Der laves også præsentationer af de fagudvalg, som arrangerer møder i anledning af formandskabet.

EU-Oplysningen opdaterer den engelske og danske version af pjecen om Europaudvalget. Da denne pjece specifikt handler om Europaudvalgets funktion og procedurer, vurderes det, at der også er behov for at lave materiale, som beskriver, hvordan Folketinget som helhed behandler EU-sager.

FT-TV producerer optagelser fra Folketingets møder og arrangementer. Optagelserne vises på FT-TV og lægges på webben.

Når det er fastlagt, hvilke møder Folketinget skal stå for, og hvornår møderne finder sted, udarbejdes en særskilt kommunikationsplan for hvert af møderne.

Med venlig hilsen

Marianne Treumer Ammitzbøll
(lokal 3637)