



FOLKEMØDEANALYSEN 2017

GENNEMFØRT AF OPERATE I SAMARBEJDE MED FORENINGEN FOLKEMØDET, 10. OKTOBER 2017

OPERATE



DANCHELLS ANLÆG

CIRKUSPLADSEN

KAMPELØKKEN HAVN

VED ALLINGE RØGERI



YDERMOLEN

INDERMOLEN

KÆMPESTRANDEN

Kæmpestranden

OPERATE



VI ER DANMARKS
FØRENDE DIGITALE
KOMMUNIKATIONS-
OG ADFÆRDSBUREAU

PÅ FOLKEMØDET
HOLDER VI TIL I
OPERATE HUSET



ERFARNE FOLKEMØDESPECIALISTER

40+

VI ER I ALLINGE MED
40 MEDARBEJDERE

3

3 TELTE –
OPERATE HUSET &
2 TEMATELTE



STÆRKE KONCEPTER
OG GOD ATMOSFÆRE

OPERATES FOLKEMØDEANALYSE 2017

DELTAGERNE

5

DAGSORDENEN

10

AKTIVITETERNE

17

POLITIKERNE

25

FOLKEMØDEEFFEKTEN

30

DEN EFFEKTIVE ARRANGØR

35

KONTAKT:



ANDERS DYBDAL
Direktør
ad@operate.dk



LASSE DAM VALENTIN
Analyserådgiver
ld@operate.dk
31 44 16 43



ANTHON A. NØDSKOV
Public affairs-rådgiver
aan@operate.dk
28 99 22 88



ANINE BUNDBGAARD
Projektmedarbejder

FOLKEMØDEANALYSEN 2017 – DELANALYSER

Deltageranalyse

747 deltageres oplevelse samt 10 dybdeinterviews

Arrangøranalyse

391 arrangørers erfaringer med at sætte dagsordenen

Aktivitetsanalyse

3.145 aktiviteter kodet efter indhold

Medieanalyse

514 nyheder om Folkemødet i nationale medier og fagblade

TAK TIL:



Respondenter og de interviewede



Foreningen Folkemødet



DELTAGERNE

HVEM ER MED?



POLITIKEREN



DEN PROFESSIONELLE



ILDSJÆLEN



FOLKET



JOURNALISTEN

| | POLITIKEREN | DEN PROFESSIONELLE | ILDSJÆLEN | FOLKET | JOURNALISTEN |
|-------------------|------------------------------|---------------------------|--------------------------|------------------------|---------------------------|
| HVEM | Beslutningstager | Betalt lobbyist/aktør | Frivillig lobbyist/aktør | Deltager | Formidler |
| HVAD | Levere budskaber og netwerke | At influere og netwerke | At influere og netwerke | At opleve og diskutere | At rapportere og netwerke |
| HVORFOR | 'Et must' | Et arbejde | Et kald | En oplevelse | Et arbejde |
| HVOR MANGE | Ca. 2 %** | Ca. 37 %* | Ca. 12 %* | Ca. 48 %* | Ca. 1 %*** |

*Baseret på besvarelser fra 747 folkemødedeltagere. **Baseret på tal for hvor mange politikere, der har deltaget på Folkemødet i 2017.

***Baseret på antal akkrediterede mediefolk på Folkemødet.

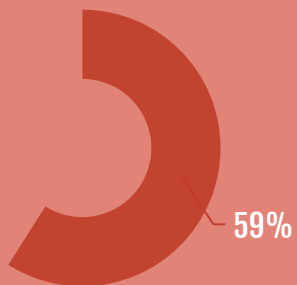
"FOLKET"

BEDSTEBORGERNE

Vil gerne netværke og møde politikere.

Vigtigste kendetegn:

- Meget samfundsinteresserede og politisk påvirkende
- Ofte seniorer, kvinder og folk med længere uddannelser



BORNHOLMERNE

Vil gerne opleve øens politik-festival.

Vigtigste kendetegn:

- Bor tæt på Allinge og er stolte over festivalen
- Alle aldre og uddannelser - men flest kvinder



BAGLANDET

Vil gerne møde partifæller og debattere

Vigtigste kendetegn:

- Partimedlem
- Diskuterer ofte med politikere
- Både seniorer og unge – ofte med længere uddannelser



FOKUS PÅ SAMTALEN

”Til events og arrangementer kunne der i højere grad blive lagt op til samtale. Særligt os borgere imellem. Så man ikke kun møder de "kendte" men faktisk kommer hinanden ved og taler sammen.”

HVAD SKAL VI MED DE STORE OMRÅDER?

”Cirkuspladsen er meget diffus. Det fungerer ikke for mig. Der er altid mange mennesker, men det har ikke noget indhold i sig selv. Det er meget stort og har ingen samlende effekt.”

UOVERSKUELIGT PROGRAM

”Generelt er programmet uoverskueligt. Det er svært at finde ud af, hvad jeg skal tage til. Jeg bliver overvældet.”



TVÆRGÅENDE TEMAER

”Flere brede tematelte lyder som sød musik i mine øre.”

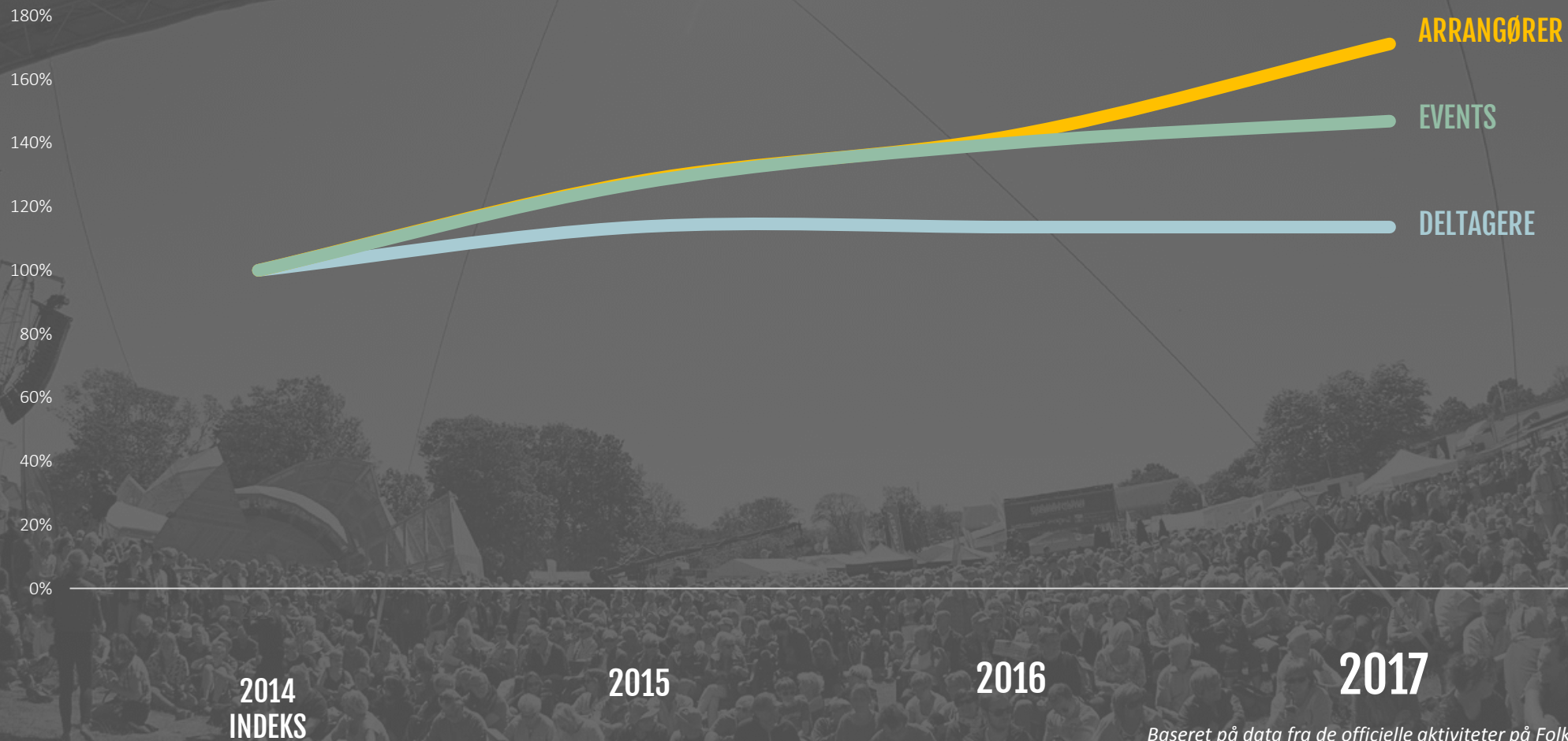
OVERNATNINGEN SKAL ORGANISERES MERE

”Transporten på Bornholm er rigtig god. Men priserne under mødet bliver skruet helt vildt op. Og overnatningsmulighederne er helt umulige. Der er simpelthen ikke senge nok. Det kunne de med fordel organisere noget mere. Som privat person er det helt umuligt.”

FOR MANGE ARRANGEMENTER

”I år gad jeg næsten ikke tage ud til debatter, fordi det er så svært at overskue. Der er simpelthen for meget.”

FOLKEMØDET VOKSER



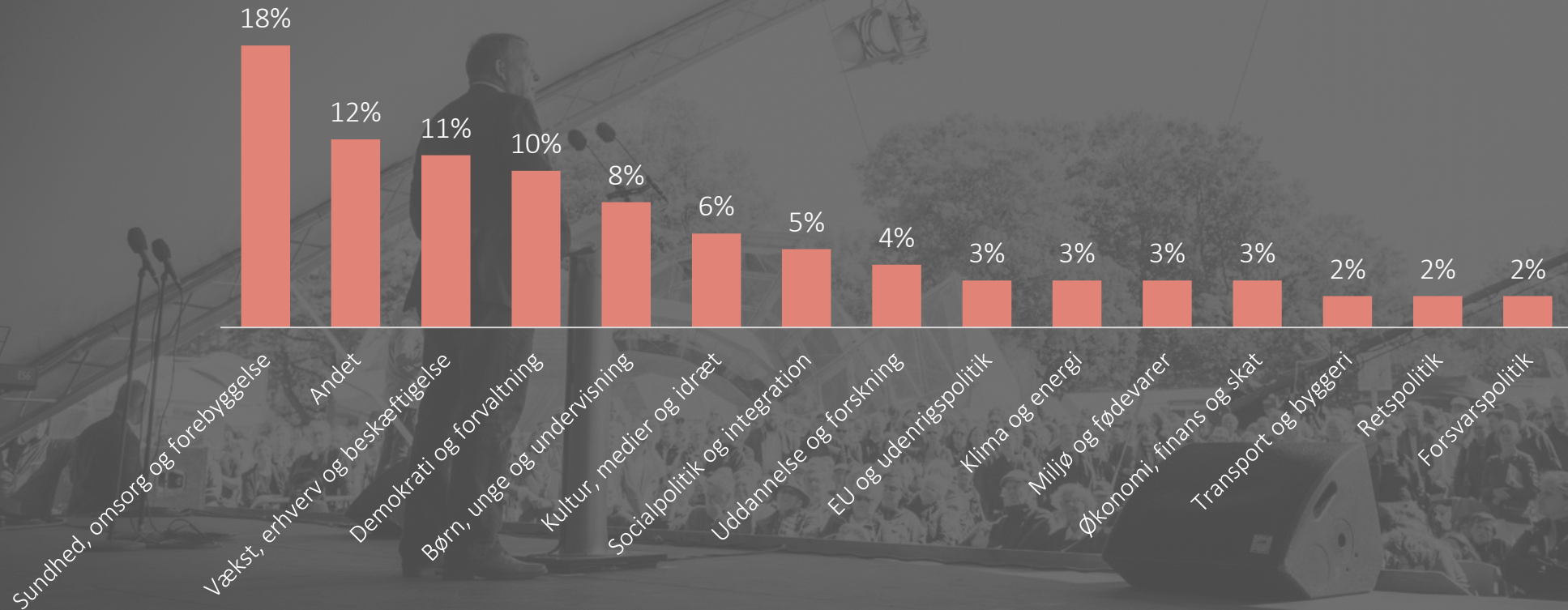
Baseret på data fra de officielle aktiviteter på Folkemødet.



DAGSORDENEN

ALLE SUPERTEMAER REPRÆSENTERET

De mest udbredte temaer blandt Folkemødets aktiviteter er blevet defineret og kategoriseret i 15 supertemaer. Nedenfor vises fordelingen af aktiviteter blandt supertemaerne.



Baseret på 3145 aktiviteter.

DAGSORDENEN

FOLKEMØDET
2014

Når du tænker tilbage på Folkemødet 2014, hvad står så for dig som det politiske tema eller emne, der har været diskuteret mest?



Baseret på besvarelser fra 424 folkemødedeltagere. Jo flere gange et ord nævnes, des større fremstår ordet ovenfor.

DEMOKRATI OG FORVALTNING DOMINEREDE DAGSORDENEN

Viser hvilke emner, der fyldte mest på Folkemødet 2017:

1. Hvad synes deltagerne blev debatteret mest? 2. Hvilket tema var der flest aktiviteter inden for? 3. Hvad blev der skrevet mest om i medierne?

| DELTAGERNE | AKTIVITETER | MEDIER |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| Demokrati og forvaltning | Sundhed, omsorg og forebyggelse ▲ | Demokrati og forvaltning |
| Sundhed, omsorg og forebyggelse ▲ | Vækst, erhverv og beskæftigelse ▲ | Kultur, medier og idræt |
| Børn, unge og undervisning ▲ | Børn, unge og undervisning | Økonomi, finans og skat |
| Socialpolitik og integration ▼ | Demokrati og forvaltning ▼ | Vækst, erhverv og beskæftigelse ▼ |
| Vækst, erhverv og beskæftigelse | Andet | Sundhed, omsorg og forebyggelse ▲ |



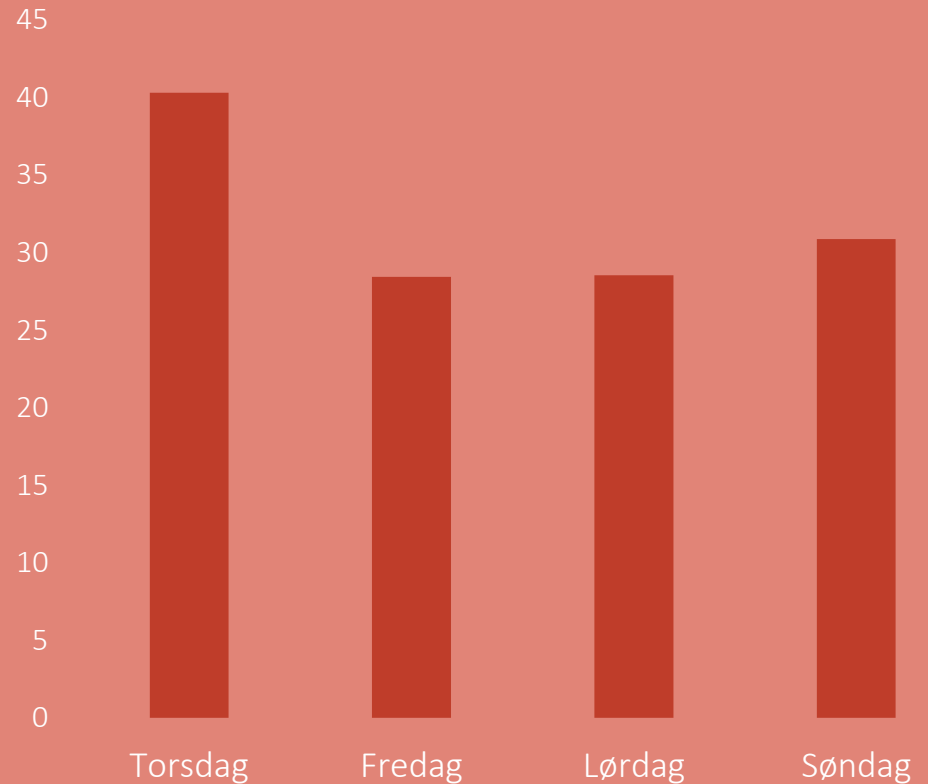
AKTIVITETERNE

DELTAGERE PER AKTIVITET

”Programmet er **vildt uoverskueligt**. Det er til tider **kaotisk**. Og så er der mange af næsten samme event” – Borger

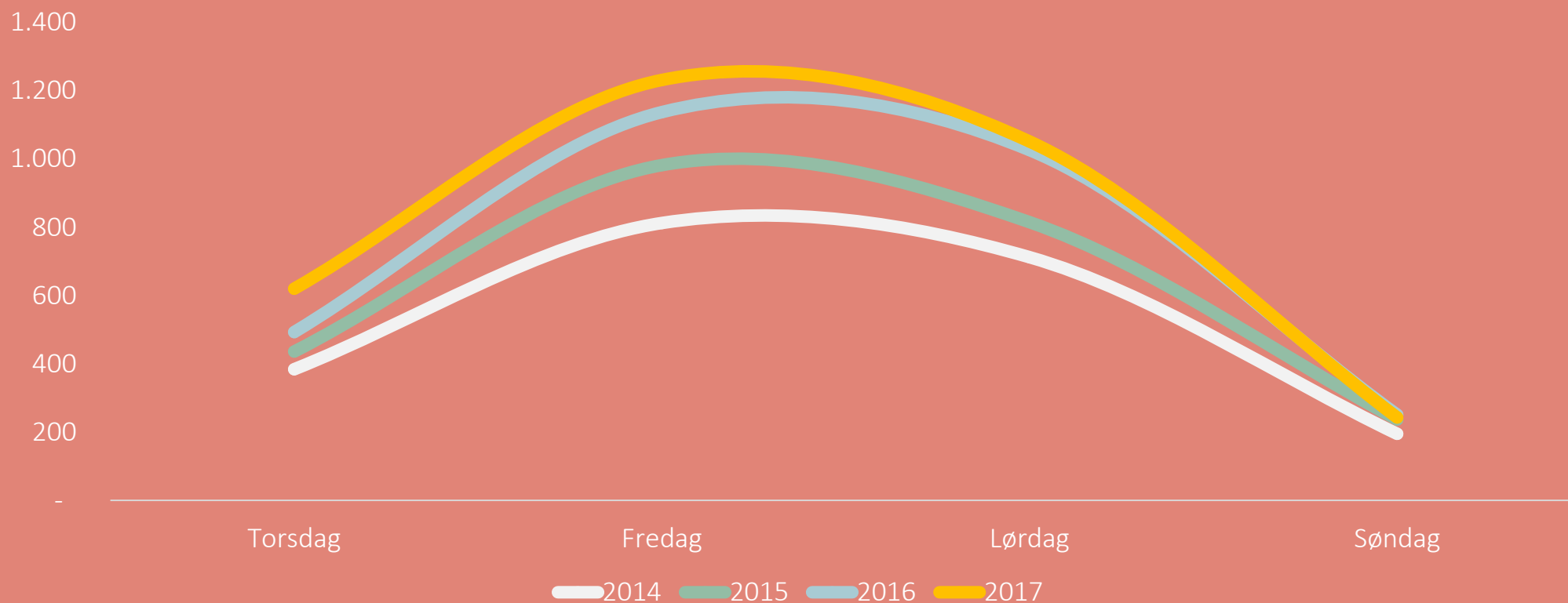
”Bredere og mere **tværgående tematelte** kunne måske være en løsning på et meget **uoverskueligt program**. Så undgår man også at gå til det samme arrangement to gange fordi DI og L&F vil tale om det samme emne med de samme mennesker i hver deres telt” - Borger

*Viser antallet af **deltagere per aktivitet** på Folkemødet 2017 efter dage. Torsdag er der flest deltagere per aktivitet, mens fredag har det laveste antal deltagere per aktivitet.*



FREDAG FØRER ... MEN SATS PÅ TORSDAG

Viser antallet af aktiviteter på Folkemødet i år 2014, 2015, 2016 og 2017 efter hvilken dag, de lå på.

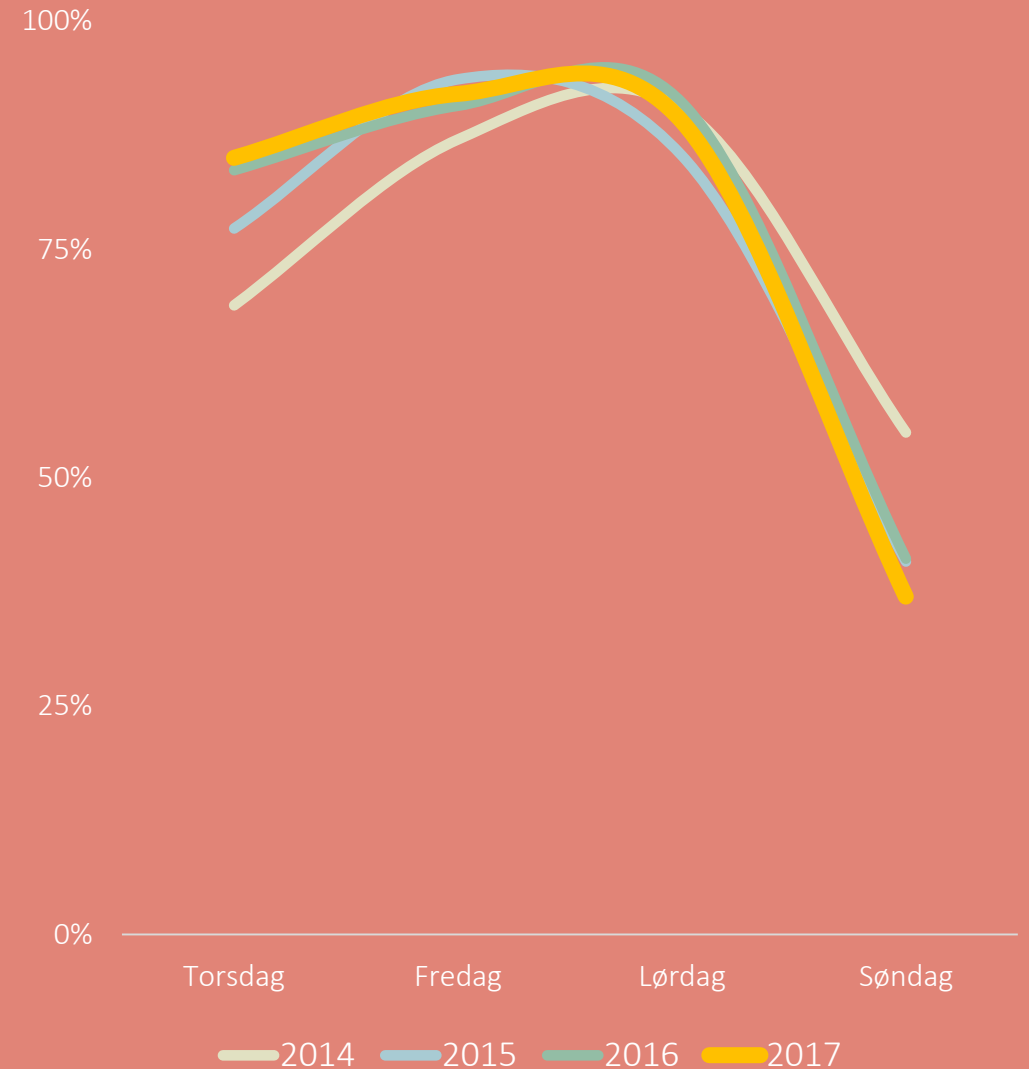


TORS DAG ER BLEVET MUST-SEE

- 85 % af deltagerne på Folkemødet svarer, at de deltager om torsdagen
- Det er steget fra 69 % på tre år, imens fredag og lørdag oplever stabil frekvens
- Antallet af deltagere om søndagen er faldende

Baseret på besvarelser fra 747 folkemødedeltagere.

HVILKE DAGE DELTOG DU PÅ FOLKEMØDET?

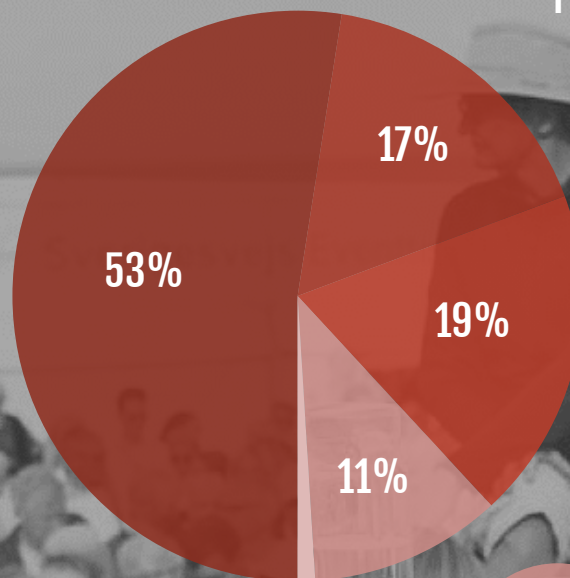


DEBATTEN DOMINERER – STADIG

Viser fordelingen af aktiviteter på Folkemødet 2017 efter hvilken type arrangement, arrangøren havde angivet det som.



DEBAT



FOREDRAG, TALER
OG INTERVIEWS



SJOVE OG KREATIVE



OFFICIELLE EVENTS

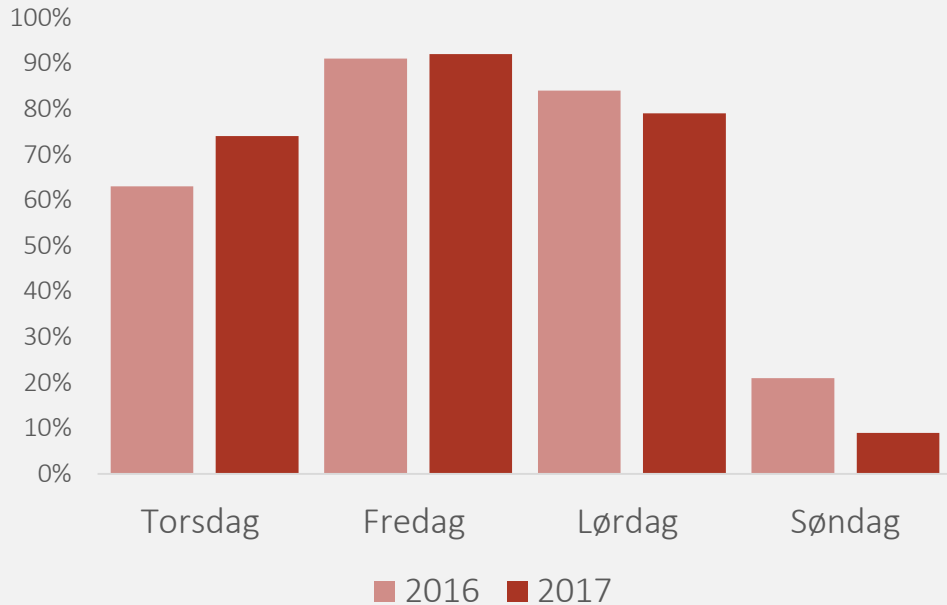


MINGLE/WORKSHOP

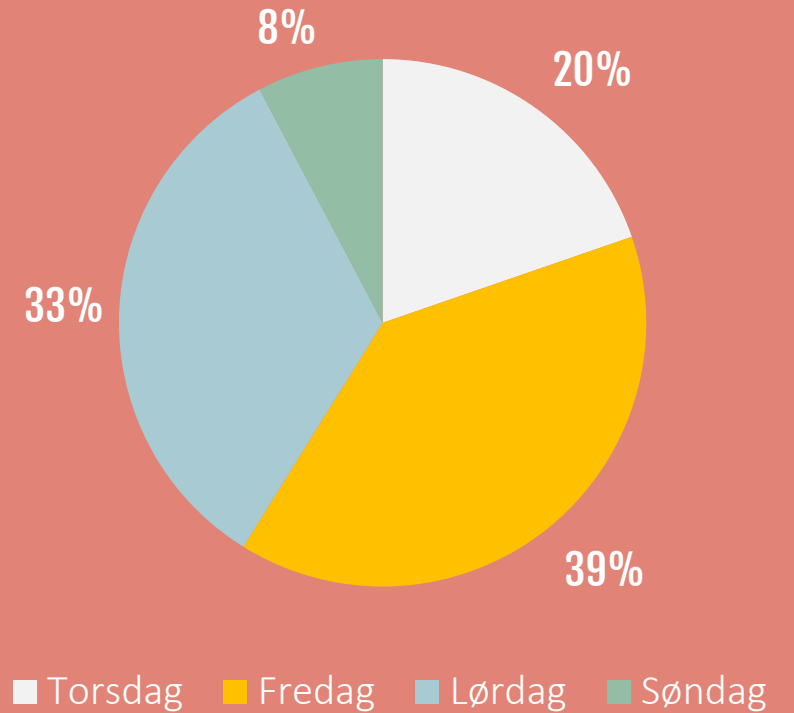
Baseret på 3145 aktiviteter.

FOLKEMØDET TOPPER TIDLIGERE

Viser procentdelen af de deltagende politikere, der er registreret som deltagere i aktiviteter på Folkemødet i 2016 og 2017.*



Viser fordelingen af aktiviteter på Folkemødet 2017 efter hvilken dag, de lå på.



Fordelingen af aktiviteter er baseret på 3145 aktiviteter. *Procentdelen af deltagende politikere er baseret på deltagende politikere registreret i Folkemødets programoversigt for 2017 på folkemoedet.dk.

HVAD GØR ALLE ANDRE?

68%

BRUGER APP'EN TIL
PLANLÆGNING

75%

HAVDE PLANLAGT HVAD DE
VILLE DELTAGE I
HJEMMEFRA

52%

DELTOG I MERE END 7
EVENTS TIL FOLKEMØDET

3,3

SÅ MANGE GANGE HAR
GENNEMSNITSDELTAGEREN
VÆRET PÅ FOLKEMØDE

Baseret på besvarelser fra 747 folkemødedeltagere.

DELTAGERNE VIL HA'...

EN INTERESSANT DEBATTØR/DELTAGER



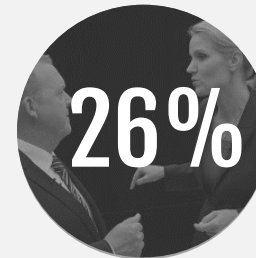
ET HØJAKTUELT TEMA



ET TEMA FOLK KAN
IDENTIFICERE SIG MED



ET TEMA MED KLAR
POLITISK KONFLIKT



ET ANDERLEDES
DEBATFORMAT





POLITIKERNE

POLITIKERNE ER FOLKEMØDETS ROCKSTJERNER

Hvilke debattører/deltagere går du efter, når du vælger hvilke events du deltager i? (max 3 krydser)

72%

POLITIKERE

50%

EKSPERTER

65%

INTERESSE-
ORGANISATIONER

19%

JOURNALISTER

13%

EMBEDSMÆND

15%

KUNSTNERE

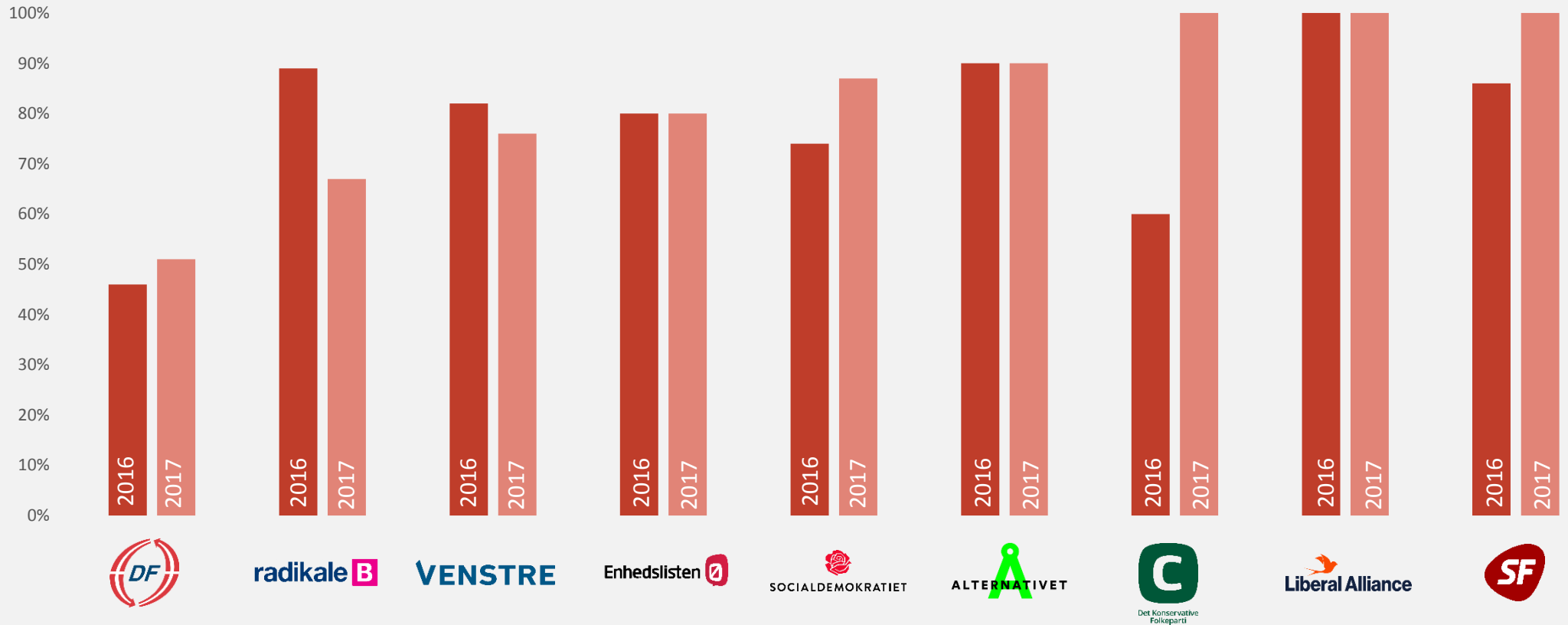
20%

VIRKSOMHEDS-
LEDERE

Baseret på besvarelser fra 747 folkemødedeltagere.

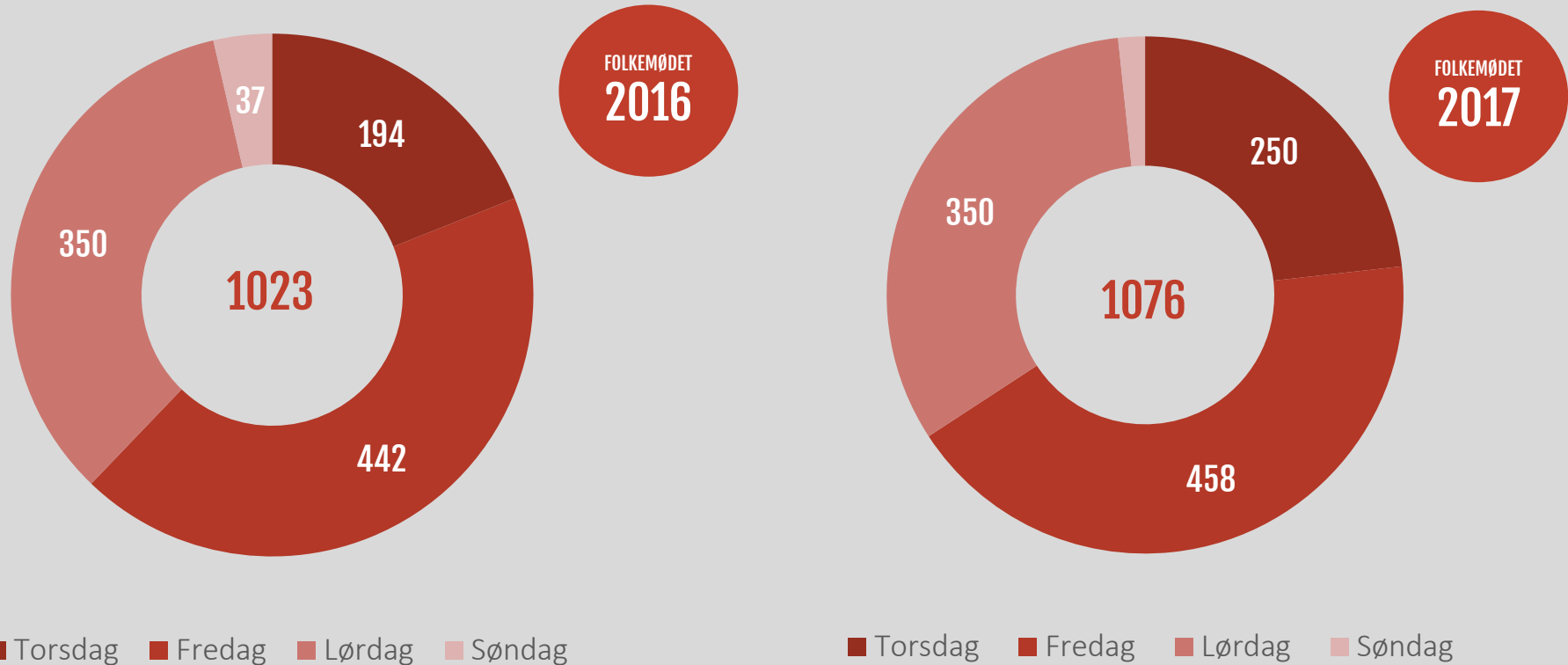
POLITIKERNES FOLKEMØDE

Viser andelen af folketingspolitikere fra hvert parti, der deltog i Folkemødet 2016 relativt til 2017.



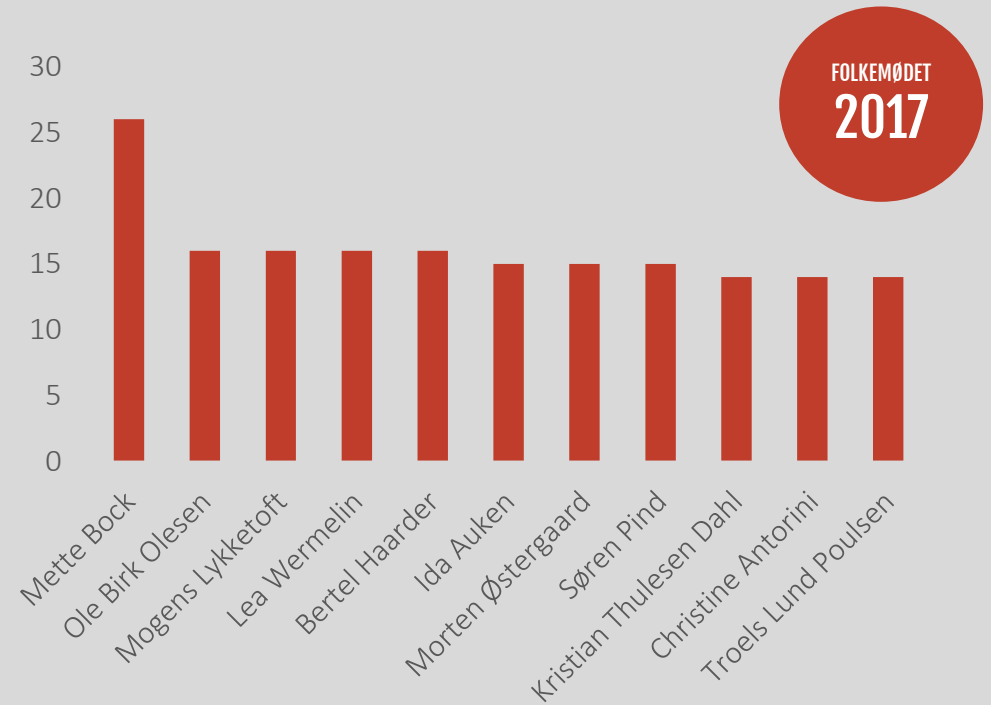
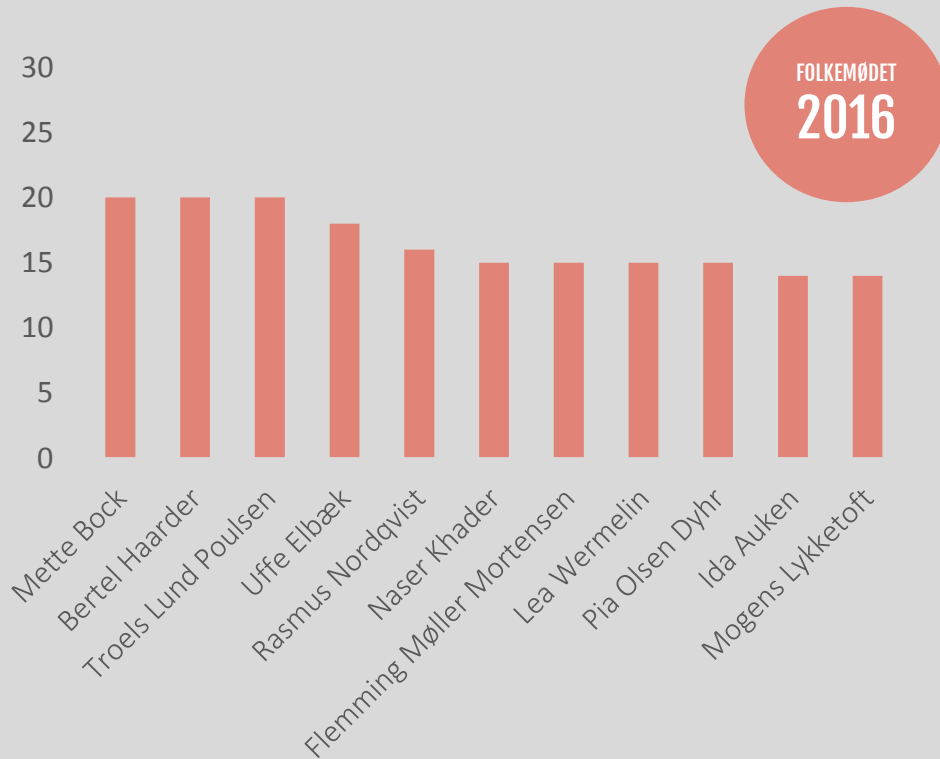
FREDAG ER POLITIKERNES HØJDEPUNKT

Viser det antal events politikerne tilsammen har deltaget i over dagene på Folkemødet 2016 og 2017.



FOLKEMØDETS MEST AKTIVE POLITIKERE

Mette Bock ligger i front som Folkemødets mest aktive politiker med deltagelse i 10 events mere end nummer to.

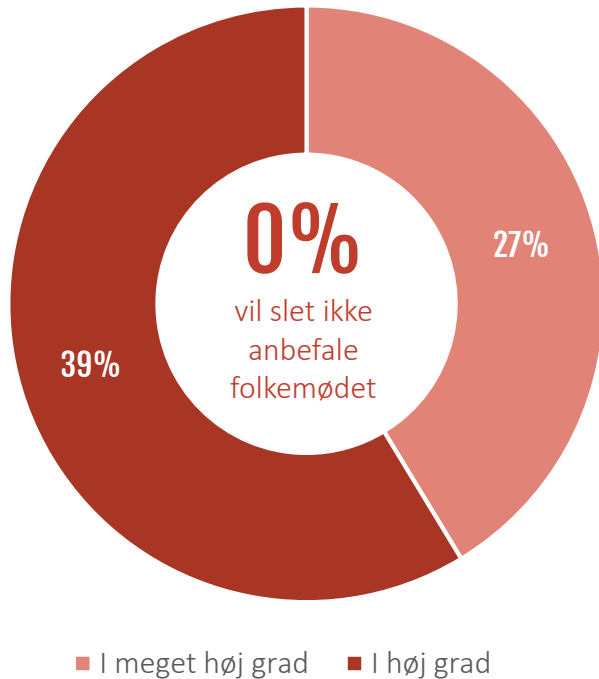


FOLKEMØDEEFFEKTEN



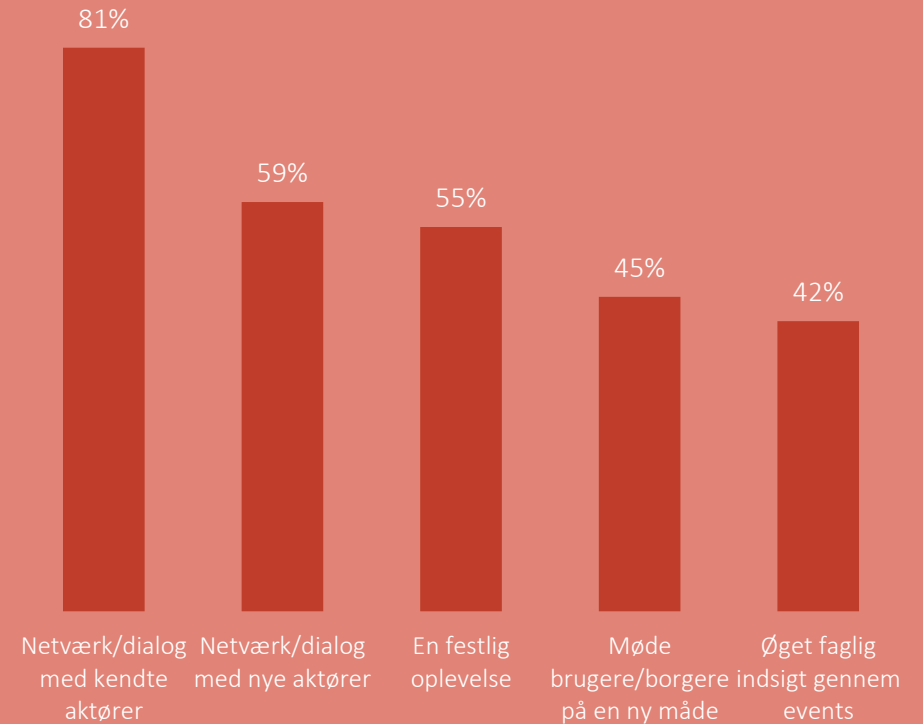
2 UD AF 3 ARRANGØRER ANBEFALER I HØJ GRAD FOLKEMØDET

Andel af arrangører der ville anbefale Folkemødet til andre arrangører.



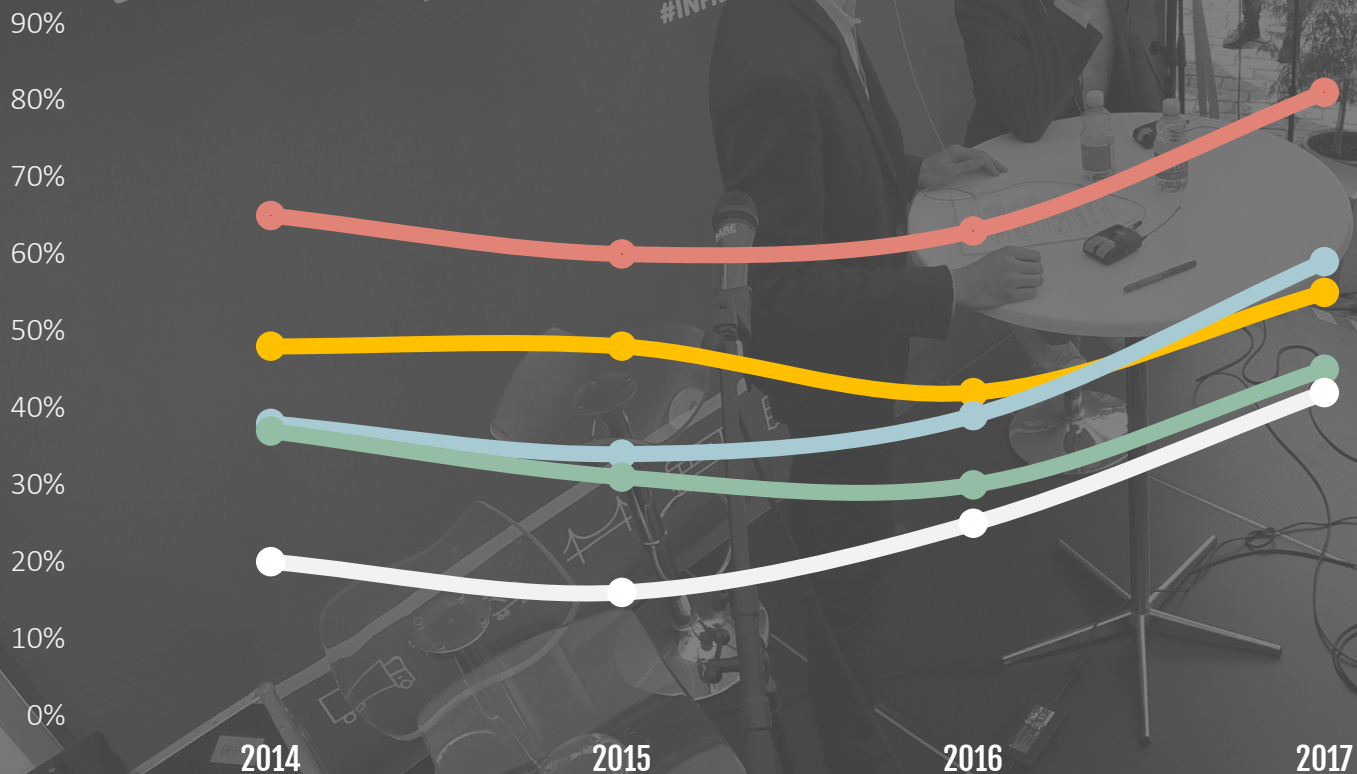
Baseret på besvarelser fra 391 folkemødearrangører. Tallene er fraregnet "Ved ikke" besvarelser.

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



ARRANGØRERNE FÅR MERE UD AF MØDET

Viser udviklingen i andelen af arrangører, der vurderede, at følgende i høj grad var udbyttet af deres deltagelse til Folkemødet 2014-2017.



NETVÆRK/DIALOG MED ORGANISATIONER OG PERSONER, VI KENDER I FORVEJEN

NETVÆRK/DIALOG MED ORGANISATIONER OG PERSONER, VI IKKE TIDLIGERE HAR MØDT

EN FESTLIG OPLEVELSE

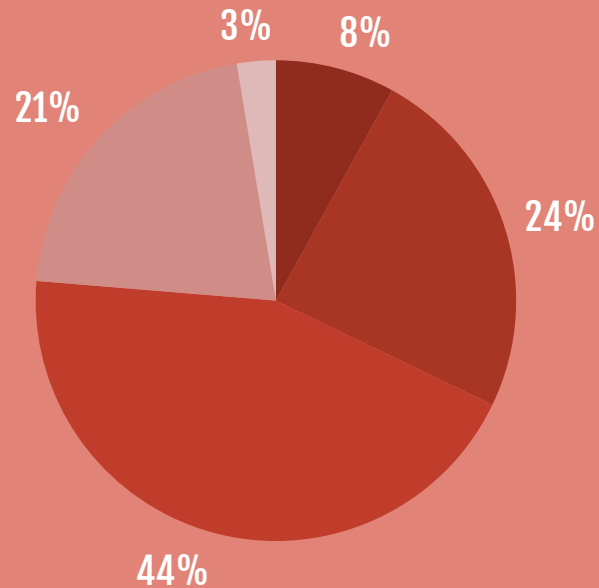
MØDE BORGERE/BRUGERE PÅ EN NY MÅDE

ØGE VORES FAGLIGE INDSIGT GENNEM EGNE ELLER ANDRES EVENTS

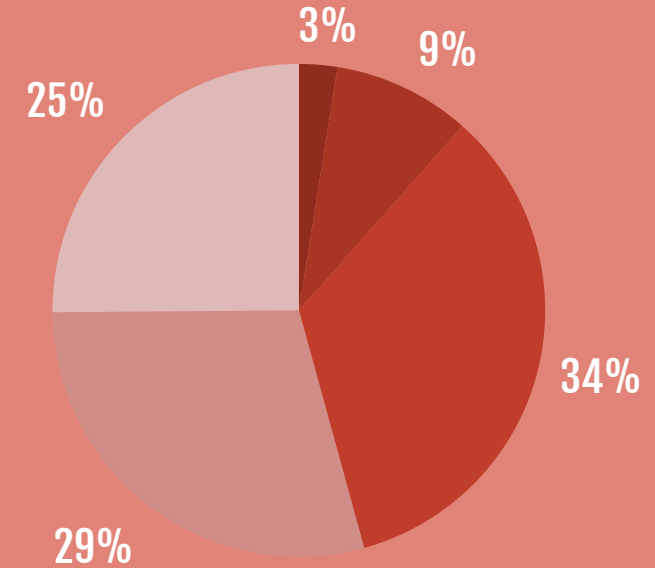
FOLKEMØDET GIVER INDIREKTE INDFLYDELSE

Andel af arrangører der angiver, at de 12 måneder senere har fået følgende ud af deres deltagelse ved Folkemødet 2016.

Nye samarbejder/medlemmer/kunder



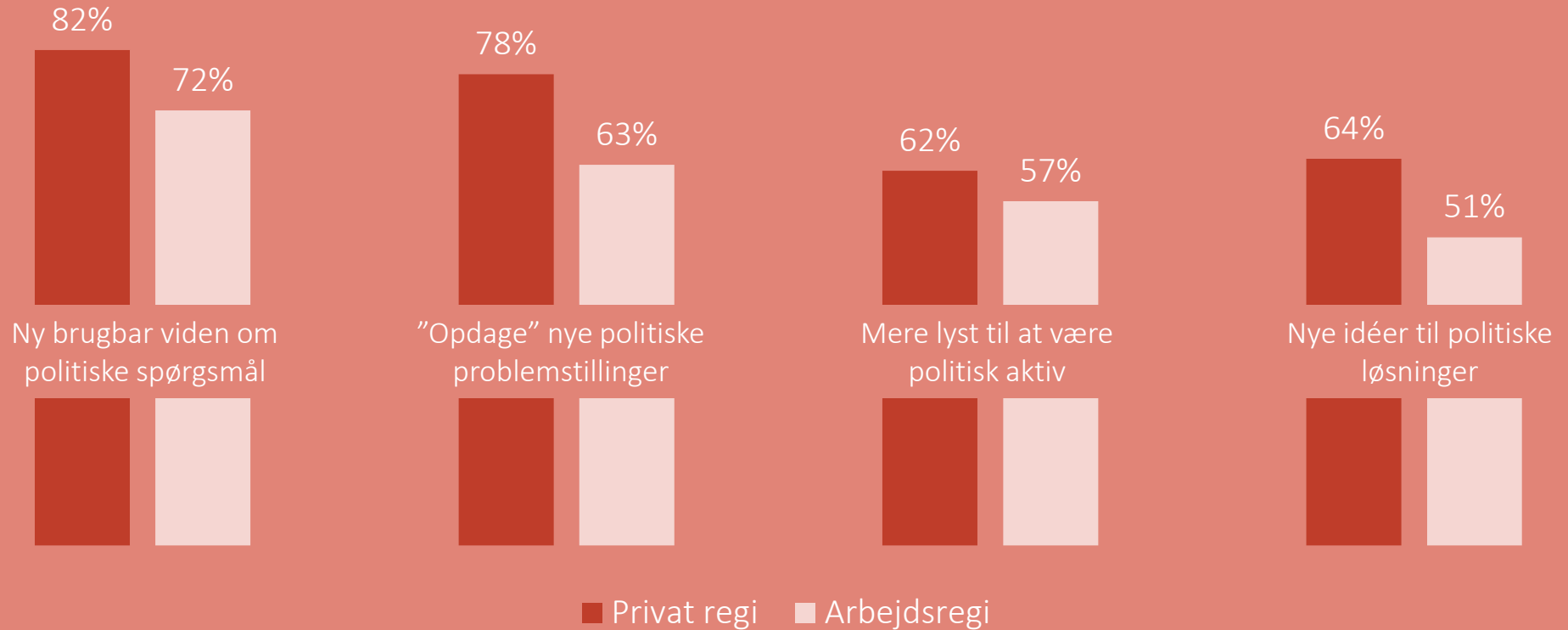
Indflydelse på lovgivning/regulering af fagområdet



- I meget høj grad
- I høj grad
- I nogen grad
- I mindre grad
- Slet ikke

STØRRE UDBYTTE FOR DELTAGERNE

Andel deltagere der angiver, at de i høj eller nogen grad har fået følgende ud af deres deltagelse i Folkemødet 2017.



DEN EFFEKTIVE ARRANGØR



SÅDAN FYLDER DU TELTET

En populær debattør og et anderledes debatformat fylder teltet (78 %) mens effekten af en populær ordstyrer er betydelig mindre.

DU KOMMER IKKE SOVENDE TIL INDFLYDELSE

Det kræver tid at få politisk indflydelse. Investerer man som arrangør mindre end 100 timer pr. medarbejder på folkemødet, oplever kun 10 % i høj eller meget høj grad politisk indflydelse.

FLID BETALER SIG

Investerer man 100+ timer pr. medarbejder oplever over 50 % at de i høj eller meget høj grad opnår politisk indflydelse.



KANT GIVER POLITISK INDFLYDELSE

Arrangører, der primært laver events med en klar politisk konflikt, oplever mest politisk indflydelse (19 % oplever høj/meget høj politisk indflydelse)

SÅDAN FÅR DU MEDIEOMTALE

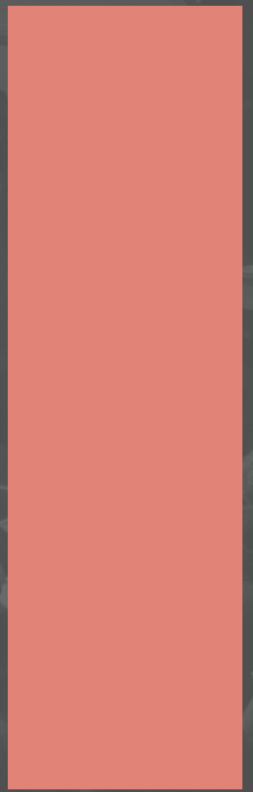
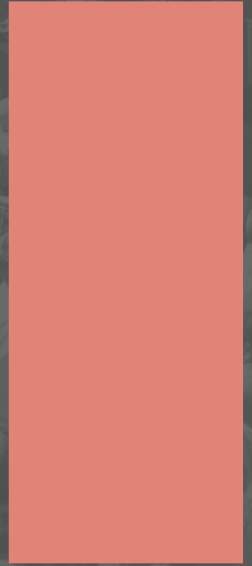
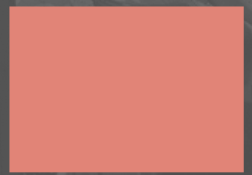
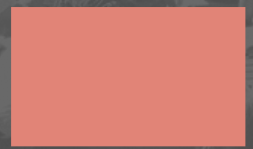
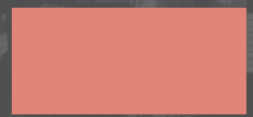
Arrangører, der primært laver events med en anderledes debatformat, oplever mest medieomtale (24 % oplever en høj/meget høj grad af medieomtale)

Høj / meget høj
politisk indflydelse

70%
60%
50%
40%
30%
20%
10%
0%

25 timer eller mindre 25-50 timer 50-100 timer 100-200 timer 200 + timer

Timer investeret pr. medarbejder

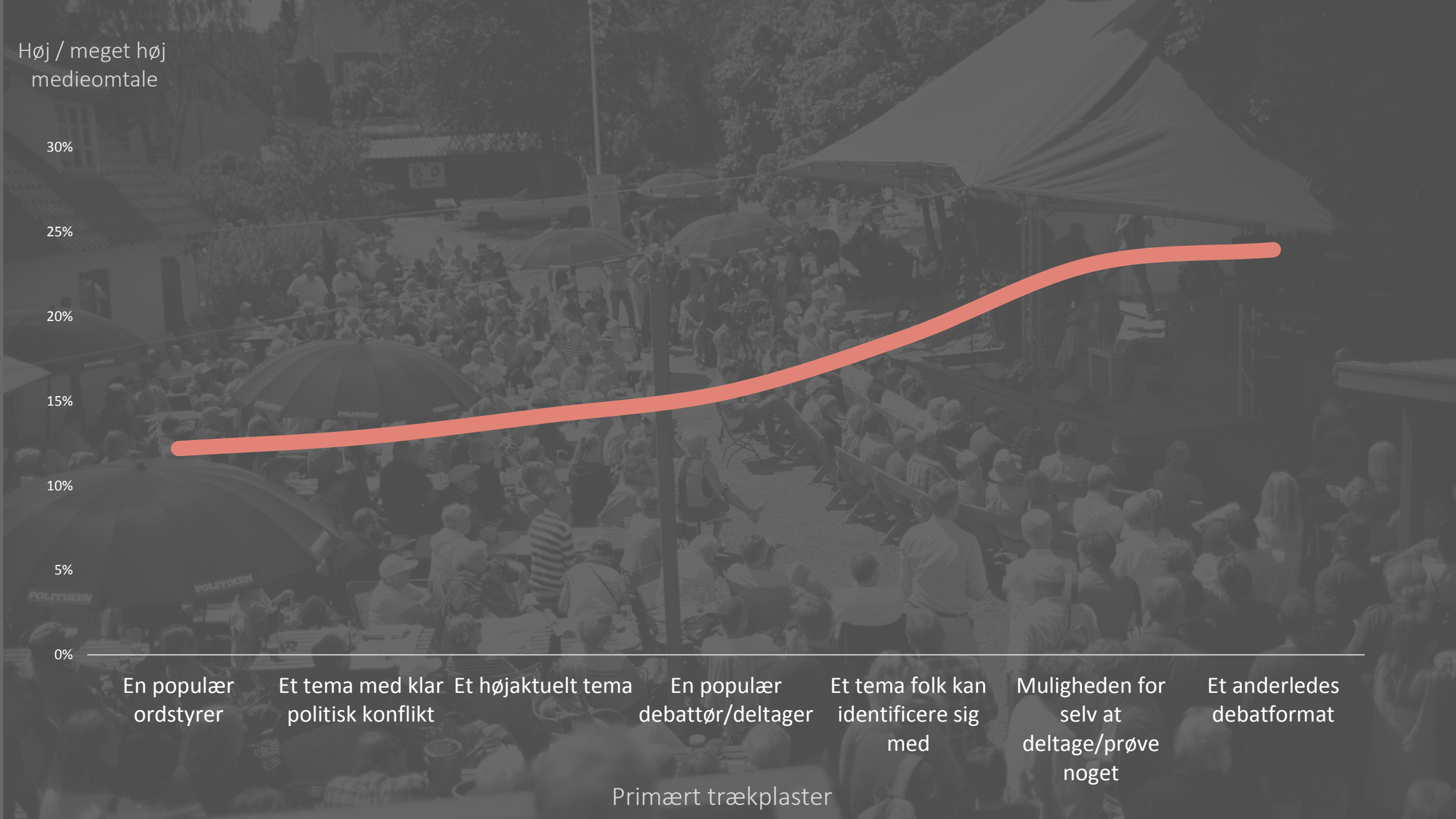


Høj / meget høj medieomtale

30%
25%
20%
15%
10%
5%
0%

- En populær ordstyrer
- Et tema med klar politisk konflikt
- Et højaktuelt tema
- En populær debattør/deltager
- Et tema folk kan identificere sig med
- Muligheden for selv at deltage/prøve noget
- Et anderledes debatformat

Primært trækplaster



ÅRETS INDSIGTER



FOLKET EFTERSPØRGER MERE OVERBLIK OG MULIGHED FOR DELTAGELSE



DIGITALISERING OG FAKE NEWS FYLDTE MEST I 2017



ARRANGØRERNE FÅR MERE UD AF AT VÆRE MED



NY VIDEN – SÅDAN FÅR DU ET VELLYKKET FOLKEMØDE