

Få mere ud af Folkemødet



God forberedelse er afgørende for et effektivt udbytte af Folkemødet. Denne guide beskriver, hvordan du optimerer din deltagelse og gør den til en del af din samlede strategiske interessevaretagelse.

Få mere ud af Folkemødet

Folkemødet på Bornholm afholdes i år den 16. – 19. juni. En begivenhed, der uden sammenligning er den mest koncentrerede og helt centrale arena for politisk interessevaretagelse, når Allinge fyldes til et stykke over bristepunktet med politikere, interesseorganisationer, lobbyister, journalister, græsgrødder, medier, kulturpersonligheder og helt almindelige borgere.

For mange professionelle deltagere er Folkemødet også en stor udgift med relativt begrænset udbytte. Det er sjovt, inspirerende og festligt at deltage, men de +3000 arrangementer synes også let identiske, og hele arrangementet kan være vanskeligt at overskue. Hvad skal der vælges til og fra? Organisationer med eget telt eller stand bruger derudover mange ressourcer på planlægning af debatter, kreativ idé, markedsføring, facilitering, logistik, rejser, kost og logi, bemanning, indretning etc.

Med en velforberedt og systematisk deltagelse, der tager afsæt i din organisations strategiske mål, er de intense dage på Bornholm til gengæld en unik platform til værdifuld interessevaretagelse, der ellers vil tage måneder at gennemføre. Det kræver blot god forberedelse, og at Folkemødet ses i sammenhæng med din organisations øvrige interessevaretagelse.

I denne guide beskrives 12 steps til, hvordan du optimerer din deltagelse, og gør Folkemødet til en del af din samlede strategiske interessevaretagelse. Guiden tager afsæt i flere års arbejde med kommunikation og interessevaretagelse i forbindelse med folkemøder.

God læselyst



Denne guide er udarbejdet af David Erichsen fra [erichsen], som arbejder med udvikling, strategi, kommunikation og interessevaretagelse - herunder deltagelse på folkemøder.

Se mere på erichsencom.dk

[erichsen]

Indhold

- 1 Brug konkrete målsætninger
- 2 Fokus på kernebudskaber
- 3 Dagsprogram til deltagere
- 4 Prioritér det tilfældige møde
- 5 Brug din taletid optimalt
- 6 Lav en kommunikationsplan
- 7 Udarbejd en Q&A for deltagelse
- 8 Presse og medier
- 9 SoMe med fokus på Twitter
- 10 Dokumentér din deltagelse
- 11 Få nye kontakter og følg op
- 12 Transport indkvartering etc.

Brug konkrete målsætninger

For mange virksomheder og organisationer handler Folkemødet mest om at være til stede, pleje netværk, få inspiration og faglige input. Det betyder, at der ofte mangler et veldefineret mål for deltagelse, hvilket gør udbyttet tilfældigt.

Jeres mål for deltagelse fokuseres bedst, hvis de tager udgangspunkt i din organisations strategi og øvrige politiske arbejde/interessevaretagelse.

Ved at opsætte konkrete målsætninger for deltagelse og gøre Folkemødet til en del af din organisations årshjul for strategisk interessevaretagelse, bliver deltagelsen mere fokuseret, og deltagere fra samme organisation kan bedre samarbejde og koordinere indsatserne – samtidig med, at der er tid til netværk, inspiration etc.

Folkemødet er også en god anledning til generelt at komme i gang med en mere strategisk tilgang til interessevaretagelse.

1

2

Fokus på kernebudskaber

Folkemødet er fyldt med dagsordner, nye vinkler og spændende debatter, som alle er fristende og måske nemme at mene noget om. Det betyder, at du som deltager kan komme til at mene meget om mange emner på kort tid.

Ved på forhånd at beslutte dig for de vigtigste politiske budskaber på Folkemødet, og hvad du og din organisation vil huskes for i de debatter i deltager i, brænder budskabet bedre igennem. Det er derfor mere effektivt at fokusere på 2 – 3 budskaber og på få udvalgte debatter, end at fylde kalenderen væg til væg med arrangementer.

Brug din organisations strategi, kommunikationsplan og aktuelle mærkesager til at definere de vigtigste budskaber.

[erichsen]

3

Dagsprogram til deltagere

Fra torsdag til søndag afholdes +3000 debatter og andre arrangementer i Allinge. Programmet tager form i løbet af april og det fulde program vil være offentligt i begyndelsen af maj 2022.

Følg med på www.folkemoedet.dk

Programmet er dog generelt svært at overskue, da det er omfattende. Det er derfor en god idé at planlægge det meste hjemmefra – så der netop bliver tid til det spontane møde.

I takt med at programmet offentliggøres, og med afsæt i målsætning og fokus anbefales det at udarbejde dagsprogrammer til hver af organisationens deltagere. Beskriv for hver aktivitet, hvem af jeres interessenter, der deltager, og de budskaber, det er afgørende for jer at kommunikere i den pågældende debat og til de pågældende interessenter.

Brug en oversigt over din organisations interessenter i forhold til mærkesager mv. eller brug anledningen til at få udarbejdet en.

[erichsen]

4

Prioritér det tilfældige møde

Som en del af dagsprogrammet er det også en god idé at udarbejde en prioriteret liste over, hvem af jeres interessenter I vil mødes med, og hvordan. Skal I deltage i samme debat, mødes til en kaffesnak, over en fadøl etc.

Husk også at sætte tid af i dagsprogrammerne til det uformelle, så det fx kan lade sig gøre at smalltalke med paneldeltagere efter en debat – uanset om du er paneldeltager eller tilhører.

Det er også vigtigt at prioritere rigelig tid mellem de debatter mv. du deltager i/overværer, da det nemt kan tage en halv time eller mere at komme fra A til B på grund af de mange mennesker og dem du stopper op undervejs for at snakke med.

Folkemødets deltagere består udover almindelige borgere i høj grad af politikere, interesseorganisationer, lobbyister, journalister, græsrodder, medier etc.

[erichsen]

5



Brug din taletid optimalt

Det er altid en god idé at tilbyde sig som paneldeltager i debatter. Det kan ske direkte til arrangøren af debatten, ved fx at markere synspunkter forud for Folkemødet og ved at gøre opmærksom på, at du og din organisation deltager på Folkemødet på LinkedIn, egen hjemmeside etc.

Hvis det ikke lykkes at komme i et panel, kan det være næsten lige så effektivt at placere sig på de forreste rækker og give sig til kende som aktiv tilhører – eventuelt ved på forhånd at kontakte ordstyreren på debatten, da det altid er godt for ordstyren på forhånd at kende til markante synspunkter hos publikum.

Når du får taletiden, så sig med hvem du er, hvor du er fra, hovedbudskabet etc., så både afsender og budskab er klart.

Tænk i twitter-format, når du får ordet, så dit budskab kommunikeres præcist, kort og enkelt.

[erichsen]

6

Lav en kommunikationsplan

Kommunikationsmæssigt begynder Folkemødet længe før dagene på Bornholm.

Når det handler om kommunikation, er der mange veje at gå, og derfor er det en god idé at udarbejde en konkret plan for kommunikation for perioden op til, under og efter Folkemødet, så den understøtter både folkemødeaktiviteter og din organisations interessevaretagelse optimalt.

Er der fx en analyse eller andet, som med fordel kan produceres og lanceres op til Folkemødet, som styrker dit synspunkt. Hvilket materiale er det en fordel at have med på Folkemødet, hvordan gøres der opmærksom på tilstedeværelsen på Folkemødet, hvordan følges der op efter Folkemødet, skal der primes bestemte synspunkter forud for en debat etc.?

Udarbejd en Q&A for deltagelse

Som en del af kommunikationsplanen kan det for nogle organisationer være nødvendigt med en Q&A for deltagelse. Det kan fx både internt og eksternt opfattes som modsætningsforhold at være ramt af besparelser og så prioritere en tur til Bornholm for ledelse og nøglemedarbejdere.

Ved at udarbejde en Q&A adresseres de oplagte kritiske spørgsmål om din organisations deltagelse på Folkemødet, og processen med at udarbejde en Q&A er samtidig en trykprøvning af, om deltagelsen på Folkemødet overhovedet er en god idé/kan retfærdiggøres.

Med en Q&A er din organisation forberedt til at stå troværdigt og tydeligt på mål for beslutningen om at deltage på Folkemødet, og gøre det med en konsistens i budskaberne.

7

Presse og medier

Mediernes dækning af Folkemødet er intens under Folkemødet. Derfor kan det i mange tilfælde være en bedre idé at markere sig i medierne før eller efter Folkemødet frem for under.

Som altid virker tal og fakta godt, så en effektiv måde at fremme en dagsorden i medierne er fx at præsentere en undersøgelse, der understøtter dit politiske budskab. Gerne vinklet på de dagsordner, som aktuelt fylder i medierne.

En anden måde at markere sit budskab via medierne er gennem debatindlæg. Markeringer i medierne er med til at legalisere synspunkter og kan bane vejen for en plads i fx et panel.

8

9

SoMe med fokus på Twitter

Folkemødet er en begivenhed, hvor Twitter og andre sociale medier bruges koncentreret. Både op til og under Folkemødet kan en systematisk SoMe indsats derfor styrke din virksomheds eller organisations interessevaretagelse. Deltagere på Folkemødet er især aktive på Twitter, så Folkemødet er også et rigtig godt tidspunkt til eksempelvis at få flere følgere på Twitter.

En stor del af din SoMe kommunikation på Folkemødet kan med fordel forberedes på forhånd. Fx kan tweets og andre opslag om debatter og arrangementer, din organisation deltager i, skrives hjemmefra.

Husk at tjekke oplagte hashtags etc. Et godt bud er #fmdk, #dkpol og så fokus på det fagspecifikke - fx #uddpol, hvis du opererer indenfor uddannelsesverdenen etc. Husk derudover at tagge personer, organisationer etc.

En særskilt plan for SoMe for organisationen og deltagerne på Folkemødet vil sikre udnyttelse af potentialet for øget synlighed på sociale platforme – en synlighed som også er nyttig resten af året.

[erichsen]

10



Dokumentér din deltagelse

Det er værd at overveje at dokumentere de debatter og events, din organisation deltager i – gerne i både lyd, tekst og billeder.

Med fx en podcast af debatten, kan pointer og højdepunkter efterfølgende formidles til en markant større del af målgruppen, og er dermed ikke kun forbeholdt et ofte tilfældigt publikum på Folkemødet.

En podcast giver fx en blivende stemme til organisationer og deres nøglepersoner, da budskaberne kan profileres for et større publikum og over længere tid. Derudover kan en podcast bruges som reference- og vidensarkiv i din organisations efterfølgende politiske arbejde, formidling og positionering.

En debat kan også optages på video, eller dækkes med tekst og billeder som en nyhed til din organisations hjemmeside og egne kanaler. Både lyd, tekst, video og billeder kan med fordel kombineres.

[erichsen]

11

Få nye kontakter og følg op

Folkemødet er det oplagte sted at få nye kontakter. Ved at fokusere på at høste kontakter til Folkemødet frem for at holde egentlige mødet med nye kontakter og interessenter, kan du øge din rækkevidde, og bruge mere tid på inspiration og input, mens du er på Bornholm.

Du kommer til at møde mange relevante mennesker, så det er en god idé at være systematisk i forhold til at få noteret kontaktoplysninger etc., så du senere kan aftale at mødes.

En kombination af en husk-hvem-jeg-skal-følge-op-hos-liste og LinkedIn virker godt, da en anmodning på LinkedIn er en nem måde at etablere kontakt på for begge parter.

Derudover kan der også udarbejdes en liste hjemmefra over personer, det er vigtigt at etablere kontakt med i løbet af Folkemødet.

12



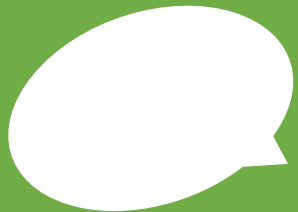
Transport, indkvartering etc.

Det er en god ide at være i virkelig god tid, når det handler om transport og indkvartering i forbindelse med Folkemødet. De attraktive afgange på fly og færger bliver hurtigt udsolgt, og det samme gælder indkvartering i gåafstand til Folkemødet, leje af biler, cykler etc.

Husk også, at det meste foregår udenfor – sådan lidt festival-agtigt - så nogenlunde praktisk fodtøj og en taske med plads til både solcreme, paraply/regnjakke og en vandflaske en god ting.

Og så er en powerbank til opladning af mobilen et must.

[erichsen]



Få mere ud af Folkemødet

[erichsen] kan hjælpe din organisation med:

- Effektiv deltagelse på Folkemødet med afsæt i din strategi og interessevaretagelse
- Moderator på debatter på Folkemødet og hjælp til planlægning af debatter
- Podcasts, der fastholder din politiske debat og når ud til et bredere publikum
- Kommunikations- og presseplan, Q&A og SoMe i forbindelse med Folkemødet
- Udvikling og planlægning af din organisations eller branches helt eget folkemøde.

Kontakt: david@erichsencom.dk / 31409985

Se mere på erichsencom.dk



[erichsen] kommunikation og folkemøder

David Erichsen fra [erichsen] beskæftiger sig med udvikling, strategi, kommunikation og interessevaretagelse - herunder deltagelse på folkemøder.

På Bornholm har David Erichsen i flere sæsoner været medudvikler på et af Folkemødets populære telte – Professionshøjskolernes Strandbar. Han har derudover års erfaring med at planlægge debatter, være moderator på debatter og med at hjælpe organisationer til at få et effektivt udbytte af deltagelse på Folkemødet.

Hjælp til effektiv deltagelse kan være rådgivning, konkret kortlægning af mål og prioritering for deltagelse, profilering af budskaber op til Folkemødet, planlægning af program for deltagere, tydelighed i debatter, pressehåndtering etc.

En hjælp, der integrerer deltagelse på Folkemødet med din organisations øvrige strategiske interessevaretagelse og derfor ofte også skærper de samlede aktiviteter.

Udover Folkemødet på Bornholm har [erichsen] været projektleder på etablering af et nationalt maritimt folkemøde i Korsør, er fast moderator på Uddannelsesdebatten – et folkemøde om uddannelse i Nr. Nissum - og moderator på og medudvikler af Demokratiets Folkemøde på Himmelbjerget.

[erichsen]