

EVALUERINGSRAPPORT

# UNGDOMMENS FOLKEMØDE

'16

8. – 9. september

## Indholdsfortegnelse

<b>1. Fakta om UFM'16 .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Evalueringsrapportens struktur .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Rapportens hovedkonklusioner .....</b>	<b>4</b>
<b>Første del .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Resume .....</b>	<b>5</b>
<b>2. Tak til .....</b>	<b>6</b>
<b>3. Formål.....</b>	<b>7</b>
<b>4. Ungedeltagelse .....</b>	<b>7</b>
<b>5. Deltagelse af organisationer og beslutningstagere .....</b>	<b>8</b>
<b>6. Struktur og program.....</b>	<b>8</b>
6.1. Store Scene og Lille Scene .....	9
<b>7. Kort over UFM'16 .....</b>	<b>13</b>
<b>8. Mediedækning og synlighed .....</b>	<b>13</b>
<b>9. Fremtid og vision for Ungdommens Folkemøde .....</b>	<b>14</b>
<b>Anden del.....</b>	<b>16</b>
<b>1. Evaluering .....</b>	<b>16</b>
<b>2. De tre søjler på UFM .....</b>	<b>16</b>
<b>3. Deltagerevaluering .....</b>	<b>16</b>
3.1. Aldersfordeling.....	17
3.2. Tilfredshed .....	18
3.3. Indhold .....	19
3.3.1. Scener .....	19
3.4. Faciliteter og information .....	20
3.4.1. Toiletforhold.....	20
3.4.2. Madboder.....	20
3.4.3. Informationsstande.....	21
3.5. Pladsens indretning .....	21
3.5.1. Overskuelighed .....	22
3.5.2. Pladsens tilgængelighed .....	22

3.5.3.	Siddepladser og områder .....	22
3.6.	Konklusion.....	23
<b>4.</b>	<b>Underviserevaluering.....</b>	<b>23</b>
4.1.	Generel tilfredshed .....	23
4.2.	Udbytte .....	24
4.3.	Konklusion.....	26
<b>5.</b>	<b>Organisationsevaluering.....</b>	<b>26</b>
5.1.	Generel tilfredshed .....	27
5.2.	Værdiskabelse for organisationen .....	28
5.2.1.	Nye idéer og inputs.....	29
5.2.2.	Nye medlemmer og lignende .....	30
5.2.3.	Nye partnerskaber og netværk.....	30
5.2.4.	Eksponering og mediedækning.....	30
5.2.5.	Intern procesudvikling i organisationen ifm. UFM'16-deltagelse .....	30
5.2.6.	Konklusion .....	30
5.3.	Workshops .....	31
5.3.1.	Udbytte og generelle erfaringer .....	31
5.3.2.	Workshopafvikling.....	32
5.3.2.1.	Deltagerfremmøde .....	33
5.3.2.2.	Deltagerengagement.....	33
5.3.2.3.	Workshopsammensætning.....	33
5.3.2.4.	Workshoplængde .....	34
5.3.3.	Service og faciliteter til workshops.....	34
5.3.3.1.	Generel feedback på indhold .....	34
5.3.3.2.	Workshop om workshops .....	35
5.3.3.3.	Service og materiel i forbindelse med workshops .....	35
5.3.3.4.	Konklusion .....	36
5.4.	Overordnet tilfredshed med samarbejdet.....	36
5.5.	Uddelingspolitik .....	37
5.6.	Pladsens indretning .....	38
5.7.	Logistik.....	39
5.7.1.	Materiel og service hos Roskilde Rental .....	40
5.7.2.	Aflæsning.....	40
5.7.3.	Konklusion .....	41
5.8.	Informationstilgængelighed, website og app.....	42
5.8.1.	Website og app .....	42
5.8.2.	Arrangørhåndbog .....	43
5.8.3.	Konklusion .....	43
5.9.	Afsluttende konklusioner på organisationsevalueringen .....	43

<b>6. Frivilligevaluering .....</b>	<b>44</b>
6.1. Generel tilfredshed .....	45
6.2. Socialt udbytte .....	46
6.3. Ledelse, organisation og inddragelse .....	46
6.3.1. Frivillighåndbog og forberedelse .....	46
6.3.2. Ledelse og inddragelse .....	48
6.4. Konklusion .....	49
<b>7. Tilgængelighedsevaluering .....</b>	<b>49</b>
<b>Tredje del .....</b>	<b>51</b>
<b>1. UFM fremadrettet .....</b>	<b>51</b>
<b>Partnere og sponsorer .....</b>	<b>53</b>
<b>Bilag 1: Deltagende organisationer .....</b>	<b>54</b>

## 1. Fakta om UFM'16

- Datoer: UFM'16 blev afholdt d. 8. og 9. september 2016
- Lokation: Søndermarken, Frederiksberg Kommune
- Deltagerantal: Estimeret 20.000 over to dage
- Antal studeplader og organisationer: 57 studepladser og 85 organisationer
- Antal workshops: 53 på selve området, samt 15 på off-site locations (for eksempel Zoologisk Have, Cisternerne, Carlsberg og andre)
- To scener: Store Scene og Lille scene, med program fra kl. 07:30 til kl. 19:00

## 2. Evalueringsrapportens struktur

Rapporten er inddelt i tre dele. *Første del* beskriver de overordnede linjer for Ungdommens Folkemødes (UFM) målsætninger og visioner som koncept, samt målgruppen og det forventede udbytte og deltagelse af forskellige gruppers involvering i UFM. *Første del* indeholder også program, forløb, mediedækning og synlighed af UFM'16. *Anden del* består af interessenters evaluering af UFM'16 baseret på spørgeskemaundersøgelser af deltagergrupperne, samt tilbagemeldinger fra relevante organisationer omkring vores tilgængelighedsindsats. *Tredje del* samler op på

evalueringen af UFM'16 med konklusion og målsætninger for, hvad Ungdommens Folkemøde arbejder hen imod til UFM'17 og videre i fremtiden.

### **3. Rapportens hovedkonklusioner**

Ungdommens Folkemøde blev afholdt for første gang i Søndermarken, d. 8 og 9. september 2016. UFM'16 blev en overvældende succes. Alle interessenter har givet yderst positive tilbagemeldinger og tilsagn om fremtidig deltagelse. Således melder 81% af de deltagende unge, at de vil deltage igen næste år. 97% af underviserne, 87% af organisationerne og 92% af de frivillige melder også, at de vil deltage igen. Derudover var UFM'16 bredt profileret i medierne, og en rapport udarbejdet af en af Ungdomsbureauets frivilligrupper viser øget demokratisk selvtillid blandt deltagerne efter deltagelse i UFM'16 (Ungdomsbureauet kan kontaktes for mere information om denne rapport).

Enkelte elementer har dog ikke været så velfungerende som det kunne ønskes. Her er der særligt to områder, hvor vi ønsker at løfte UFM til næste år. Det ene område er de workshops, som organisationerne afholder med unge. Her har formatet ikke virket efter hensigten, i den forstand at organisationerne oplevede, at de tilmeldte unge i nogle tilfælde ikke dukkede op til de workshops, som lå sent på dagen. Det er et af de områder, vi gentænker til næste år, for at sikre fremmødet på workshops. Det andet område, vi gerne vil løfte til næste år, handler om at tiltrække den ældre del af målgruppen og fastholde deltagerne på pladsen om eftermiddagen.

Ikke desto mindre har vi formået at indfri de fleste af de ambitioner, vi i Ungdomsbureauet havde for UFM'16. På baggrund af nærværende evaluering, egne erfaringer og intern strategiudvikling vil vi frem mod UFM'17 arbejde for at forbedre workshopformatet, skabe flere kulturelle indslag om eftermiddagen for at fastholde deltagere og tiltrække den ældre del af målgruppen, involvere socialt udsatte unge bedre i UFM og gøre UFM til en national begivenhed, der er i stand til at tiltrække unge fra hele landet.

## Første del

### 1. Resume

*" Det føles som starten på en ny, politisk, demokratisk tradition i Danmark - en instant classic. Følelsen af demokratifestival var endnu mere gennemtrængende end på Folkemødet [på Bornholm. Red.]"*

*-Stadepladsholder på UFM'16*

Ungdommens Folkemøde (UFM) er startet, udviklet, organiseret og afviklet af Ungdomsbureauet. Ungdomsbureauet er en organisation, som har til formål at udvikle og facilitere platforme for unges inddragelse i samfundets debatter og beslutningsprocesser, blandt andet gennem workshops, debatarrangementer, bogudgivelser og konferencer.

Ungdomsbureauet har varetaget den daglige drift, herunder administration og regnskab, samt udviklet koncept, program og indhold i forhold til UFM. Derudover er 35 kernefrivillige blevet rekrutteret til udvikling af indhold, aktiviteter og design, samt varetage informations- og pr-opgaver. Endelig blev yderligere 125 afviklingsfrivillige rekrutteret til opsætning og nedpakning af pladsen og forskellige opgaver under afviklingsdagene.

UFM'16 fandt sted d. 8. og 9. september i Søndermarken på Frederiksberg. Det estimeres, at UFM'16 havde 10.000 besøgende per dag. Endvidere var 85 organisationer repræsenteret, fordelt på 57 stadepladser.

UFM er en demokratisk ungdomsfestival inspireret af Folkemødet på Bornholm, men målrettet unge. Folkemødet på Bornholm, hvor Ungdomsbureauet også har afholdt arrangementer og workshops med unge siden 2013, finder sted i mange unges eksamensperiode, og unge har derfor begrænset mulighed for at deltage i Danmarks store demokrati-festival. UFM udfylder det hul, og giver unge en stemme og en platform til at møde centrale beslutningstagere og organisationer i det danske samfundsliv, i rammer tilpasset unges interesser og behov.

Målsætningen for UFM er at skabe en platform og et forum, hvor unge kan få lov til at drømme, håbe, tænke, tale og diskutere, hvad ungdommen finder vigtigt. Kort sagt, at give ungdommen en stemme og møde beslutningstagere og organisationer i øjenhøjde.

Ungdommen arver det samfund som skabes, og deres visioner og tanker er derfor uhyre vigtige at få inddraget i samfundsdebatten og samfundsudviklingen generelt. Hvad er det for en fremtid unge drømmer om - for dem selv og for samfundet?

UFM'16 har haft som målsætning at være så inkluderende som muligt. Ungdommen er her defineret som alle unge mellem 15 og 30 år. Ungdommen er en bred skare, som vi dog ønsker, at alle har mulighed for at blive hørt. Derfor har vi også haft en målrettet indsats for at inddrage unge med funktionsnedsættelse. Gennem Ungdommens Folkemøde forsøger vi at udvikle en "demokratisk selvtillid" i ungdommen uagtet baggrund, uddannelsesniveau, faglige kompetencer og andre segmenteringskategorier. Demokratisk selvtillid betyder, at unge, samtlige unge, tør ytre sig, tror på de kan gøre en forskel og kan engagere sig i civilsamfundet på en måde, som giver mening og bliver taget alvorligt. UFM er et skridt i denne retning, hvor ordet gives til ungdommen i mødet med organisationerne og beslutningstagerne. En frivilliggruppe har udarbejdet en rapport, der undersøger deltageres udvikling i demokratisk selvtillid, som viser, at UFM giver deltagerne en større grad af demokratisk selvtillid. Kontakt Ungdomsbureauet for mere information om denne rapport.

UFMs jomfrusejlads var en overvældende succes. Både logistisk, indholdsmæssigt og stemningsmæssigt oversteg realiteterne arrangørernes forhåbninger. Vigtigst af alt oplevede deltagerne, at demokratiets ånd blev hyldet, unge kom til orde, og deres ord blev taget alvorligt af de mange organisationer og beslutningstagere. Vi er meget glade for den yderst positive tilbagemelding, vi har fået fra vores mange samarbejdspartnere, deltagere samt undervisere. På baggrund af denne evaluering ser vi frem til at levere et endnu bedre UFM'17.

## **2. Tak til**

Ungdomsbureauet skylder den største tak til de fonde og samarbejdspartnere (Frederiksberg Kommune, Erasmus+, Foreningen Roskilde Festival, Tuborg Fondet, Københavns Kommune, Frederiksberg Fonden, Frederiksberg Kommunes Folkeoplysningspulje, Spar Nord Fonden, Columbus Fonden, Ellab-Fonden, Grosserer L. F. Foghts Fond, samt TDC og LetsGo), der fra den spæde idé har troet på projektet og haft tillid til, at vores organisation kunne løfte den store mundfuld, som en festival er. Uden deres tillid var dette projekt ikke blevet til noget. En anden vigtig gruppe af personer er de ca. 35 kernefrivillige, der har været med siden januar 2016, og som vi har haft mange gode stunder sammen med. Vi skylder også en kæmpe stor tak til alle de afviklingsfrivillige, som hjalp til under afviklingen. De gjorde en forbilledlig indsats og lagde et kæmpe stykke arbejde hver især for at realisere dette store projekt.

Desuden skal der også lyde en stor tak til Ungdomsbureauets medarbejdere for den kæmpe arbejdsindsats og store fleksibilitet, de har udvist i forbindelse med projektet.

### 3. Formål

#### **Ved at ...**

- ... facilitere mødet mellem unge og organisationer/beslutningstagere
- ... facilitere mødet mellem unge på tværs af uddannelser, sociale, geografiske skel, etc.
- ... skabe mere levende og virkelighedsnære undervisningsformater

#### **Ønsker vi at...**

- ...give unge en demokratisk vitaminindsprøjtning
- ...give unge en følelse af, at det nytter at blande sig
- ...vise unge, at der er nogen, der lytter

#### **For at få...**

...en (endnu) mere samfundsengageret generation, der er deres ansvar bevidst, og tager verden på deres skuldre

### 4. Ungedeltagelse

Den primære målgruppe for UFM er ungdommen. Vi arbejder for, at alle unge er en del af UFM, og vi definerer vores målgruppe som 15-30 år.

Som nævnt har mange unge desværre ikke mulighed for at deltage på Folkemødet på Bornholm, da mødet ligger medio juni og dermed også midt i uddannelsernes eksamensperiode. Vi ved af erfaring, at det forhindrer mange unge i at drage til Bornholm, og vi hører også fra mange undervisere, at de mister en spændende og faglig mulighed ved ikke at kunne deltage.

For at gøre det muligt for unge på ungdomsuddannelser at deltage i UFM, har UFM en faglig profil, således det kan dække en række læringsmål og uddannelsesstof. Lærere og undervisere kan med fordel medbringe deres elever på UFM, give eleverne opgaver og dermed gøre UFM til ikke blot en demokratisk samfundsoplevelse, men en faglig dannelsesproces. Derudover har det også været muligt at downloade et dispensationsbrev på hjemmesiden, som man kan aflevere til sin rektor og søge om lovligt fravær til at deltage i UFM, hvis man som elev ikke har fået mulighed for at deltage.

UFM er struktureret således, at der er gode muligheder for at dække kernestof og læringsmål, særligt inden for fag som samfundsfag, dansk og historie. Dermed kan undervisere godtgøre to anderledes undervisningsdage og afholde undervisningstimer på selve UFM. I undervisningsdagene på UFM har eleverne mulighed for at udspørge og møde beslutningstagere og organisationer direkte og komme i nærkontakt med de



organisationer og samfundsmekanismer, som præger det danske samfundsliv. En sjælden mulighed i den daglige undervisning.

Geografisk set har deltagerne primært været fra Sjælland, med overvægt af unge fra Københavnsområdet. Det er vores indtryk, at den store udgift forbundet med transport i første omgang har forhindret mange jyske og fynske uddannelsesinstitutioner i at sende store elevgrupper afsted. Flere har dog sendt enkelte undervisere eller elever afsted som "spejdere" for at vurdere, om større grupper elever skal deltage næste år. Vi estimerer, at ca. 10% af det samlede antal deltagere var fra Fyn og Jylland.

Aldersmæssigt har vi også kunnet konstatere, at der har været en stor overvægt af deltagere i den yngre del af målgruppen. I vores spørgeskemaundersøgelse af deltagerne, som bliver uddybet under afsnittet deltagerevaluering, er 78% af under 21 år, og 51% er under 18 år.

## **5. Deltagelse af organisationer og beslutningstagere**

Gennem deltagelse i UFM får organisationer og beslutningstagere førstehåndskendskab til unges syn på organisationernes problemstillinger og deres funktion, position og ageren i samfundet. Mødet mellem unge og organisationerne sker gennem en gensidig tovejskommunikation, hvor både organisation og ung kan lære noget af modparten. Læring og horisontudvidelse sker for begge parter.

UFM er en oplagt mulighed for, dels at eksponere sin organisation over for unge, og - endnu vigtigere - at gå i dialog med unge og få deres inputs til idéudvikling og vidensopbygning i organisationen. Derudover er der rig mulighed for organisationerne til at netværke med andre organisationer og blive inspireret af hinanden.

På UFM'16 var 85 organisationer til stede, og mange forskellige typer af organisationer var repræsenteret: partier, en virksomhed, en ambassade, offentlige institutioner, nyhedsmedier, interesseorganisationer, museer, faglige organisationer, tænketanke og NGO'er. Samtlige folketingspartier, undtagen Dansk Folkeparti, havde en stand, og organisationer så forskellige som TDC, Kræftens Bekæmpelse og Grundtvigsk Forum var at finde på pladsen.

## **6. Struktur og program**

Ungdommens Folkemøde foregik over to dage. Programmet startede kl. 7:30 og forløb frem til kl. 19:00.

Programmet bestod af følgende typer af scener:

- **Store Scene og Lille Scene**, med debatter, taler og kreative og musikalske indslag. Se hele programmet nedenfor.
- **Workshops i workshoptelte**, hvor hver organisation skulle afholde én workshop. I en workshop inviterede Fuld af Liv kampagnen (Trygfonden og Kræftens Bekæmpelse) eksempelvis deltagerne til at designe fremtidens festkultur, Politiken afholdt en workshop, hvor deltagerne skulle skrive avisens og ungdommens *Leder*, og EEO og En af Os udviklede sammen med deltagerne klasseværelser, hvor psykisk sårbarhed ikke er tabu.
- **Stadepladser**, hvor arrangører i mindre telte kunne afholde deres egne arrangementer. For eksempel inviterede GivRum til FolkeBingo, man kunne låne et menneske til en samtale i Menneskebiblioteket, besøge flygtningelejren Zaatari i Jordan gennem virtual reality i FN Byen, eller man kunne holde fødselsdagsfest for Grundtvig hos Grundtvigsk Forum. Og meget mere i de over 350 events, der var i stadepladserne.

Den fulde liste over deltagende organisationer er vedlagt som bilag 1.

## 6.1. Store Scene og Lille Scene

Indholdet på Store Scene var tænkt som formater, der skulle være underholdende og appellere til alle deltagerne

På Lille Scene var formatet mere intimt og med fokus på snævre kulturelle, samfundsspecifikke og skæve indslag.

STORE SCENE	
TORSDAG	FREDAG
09.00 <b>Åbning</b> Kjartan Arngrim (forsanger Folkeklubben), - Lars Løkke Rasmussen (statsminister), 09.30 Bertel Haarder (kulturminister)	<b>Åbning</b> Karina Willumsen (protestsanger), Jørgen Glenthøj (borgmester Frederiksberg), Pia Kjærsgaard (Folketingets formand)
<b>Politiken Live - Karaktertyranni?</b> 11.30 Martin Ågerup (direktør CEPOS) - Rane Willerslev (professor Aarhus 12.00 Universitet) Moderator: Jakob Fuglsang, Politiken	<b>Hvad kæmper du for?</b> Simon Lajboschitz (iværksætter), Caspar Eric (digter), Emma Holten (aktivist)

### **Et uddannelsessystem med plads til alle**

14.00 Ellen Trane Nørby (undervisningsminister),  
- Emma-Louise Albæk (superstudent),  
Jasmin Hylborg (gennemsnitlig ung),  
15.00 Melina Svensson (forfatter De Frafaldne),  
Mattias Tesfaye (folketingsmedlem  
Socialdemokraterne), Toke Kruse  
(iværksætter), Thomas Blachman (X-Factor  
dommer)  
Moderator: Anders Stegger, vært P3

### **Politiken Live - På kanten af fællesskabet?**

Poul Nyrup Rasmussen (tidl. Statsminister),  
Aydin Soei (sociolog)  
Moderator: Gry Inger Reiter, Politiken

### **Aftenshow**

17.00 Københavns Musikteater, Lærke Emilie  
(vinder af Karrierekanon 2016), Mette  
- Frederiksen (partileder  
19.00 Socialdemokraterne), Morten Pape  
(forfatter), Katinka, Nikolaj Vedde (etnolog)  
**Vært:** Emil Nørlund, radiovært Tværs

### **Aftenshow**

Gry Worre Hallberg (performance  
kunstner), Vincent Hendricks (professor i  
filosof), Nikita Klæstrup (blogger og liberal  
ungdomspolitik), Mads Dinesen  
(provokatør og iværksætter), Fangekoret,  
Fastpoholmen  
**Vært:** Emil Nørlund, radiovært Tværs

## **LILLE SCENE**

### TORSDAG

#### **Morgenfest med Fuld af liv**

07.30 Fuld af Liv sparker gang i UFM16 med  
- morgenfest. Gratis croissanter og juice til  
de vildeste beats fra DJ Rosa Lux.  
08.45 // Præsenteret med Fuld af liv-kampagnen  
(Kræftens Bekæmpelse og TrygFonden)

#### **Kierkegaard og Blixens tanker om ungdommen**

09.30 Hvordan kan vi unge inspireres af Søren  
- Kierkegaard og Karen Blixen? Hvad giver  
10.15 livet mening, og hvordan træffer vi de  
gode valg?

### FREDAG

#### **Verdens Bedste Morgenfest**

Stå med solen op i Søndermarken og dans  
din fredag i gang med Verdensmålene.  
Boogiebeats, orange feelings, Kalles Kaffe,  
Rynkeby-juice og godt nyt fra den store  
verden.  
// Præsenteret af Verdens Bedste Nyheder  
i samarbejde med Footwork og Roskilde  
Festival

#### **45 minutter om Beyoncé**

En samtale om Beyoncé's indflydelse på  
nutidens ungdomskultur.  
Ditte Giese (kulturjournalist, Politiken),  
Feodora Wester (Beyoncéfan), Sheila  
Namutebi (aktivist).

Johnny Kondrup (professor i nordisk litteratur, KU), Svend Skriver (lektor i nordisk litteratur, KU)

Moderator: Martin Fehr Therkildsen  
//Arrangeret af Ungdomsbureauet

Vært: Martin Fehr Therkildsen  
//Arrangeret af Ungdomsbureauet

### **The Race to The White House 2016**

The whole world is watching as the two presidential candidates compete for The Oval Office. Why does it matter to young Danes and what do young Americans think of it all?

10.30 Rufus Gifford (U.S. Ambassador to  
- Denmark), Robert Sanlis, Anna Smith and  
11.30 Sarah Michelle Turk (american exchange  
students)  
Moderated by Johan Wizan,  
Kongressen.dk  
// In collaboration with Kongressen.com  
*This session is in English*

### **Gender Equality**

Equality between genders ought to be the norm - but it's not. Let's discuss how to change that.

Rufus Gifford (U.S. Ambassador to Denmark), Natascha Joof (National Deputy JCI Denmark), Laura Lochman (Deputy Chief of Mission, U.S. Embassy in Denmark), Asger Rhyll (Director UN Women Nordic Office), Sandie Westh (Radio host, DR P7 Mix)  
// In collaboration with the United States Embassy in Denmark, Junior Chamber International and UN Women.  
*This session is in English*

### **Gadefortællinger**

12.00 En samtale om et aktuelt og udfordrende  
- spørgsmål i samtiden: Hvad er  
12.45 radikaliserings, og hvem er radikaliserede?  
Moderator: Aydin Soei  
// I samarbejde med Gadefortællinger

### **Ung europæer? En samtale om Europa**

Identificerer unge i Danmark sig som europæere eller som danskere - eller begge dele?  
Elena Askløf og Peter Laugesen (Vores Europa), Ida Birkvad (European Youth Forum)  
// I samarbejde med Vores Europa

### **I Sandhedens Tjeneste**

Tag med ind i maskinrummet på en nyhedsproduktion sammen med holdet bag TV Avisen. Og tag selv stilling til de journalistiske dilemmaer der følger med.

13.00 -  
14.00 Erkan Özden (vært, DR Nyheder), Lars Møller (redaktør, DR Nyheder), Christina Rasmussen (redaktør, DR Nyheder)  
// I samarbejde med DR

### **Ungdomspartilederdebat**

Morgendagens politiske ledere fra ni ungdomspartier debatterer aktuelle emner.

Moderator: Johannes Skov Andersen, chefredaktør UP Ungdomsproduktion  
// I samarbejde med UP  
Ungdomsproduktion

### **Atlas Magasin Live**

ATLAS præsenterer yngre dansk litteratur. Er ungdommen engageret i samfundsudvikling, og behøver vi overhovedet være det?

15.00 -  
15.45 Silas Toft (forfatter), Maja Mittag (forfatter), Amalie Laulund Trudsøe (forfatter)  
Moderator: Victor Boy Lindholm, Atlas Magasin  
// I samarbejde med Atlas Magasin

### **70'erne genopført**

Hvad ville der ske, hvis vi genindførte 1970'ernes politiske retorik og dagsordner i dag?

Preben Wilhjelms (stifter af Venstresocialisterne), Per Stig Møller (medlem af Konservative og tidl. Udenrigsminister), Pia Kjærsgaard (stifter af Dansk Folkeparti og tidl. medlem af Fremskridtspartiet)  
// I samarbejde med Golden Days

### **Poetry Slam**

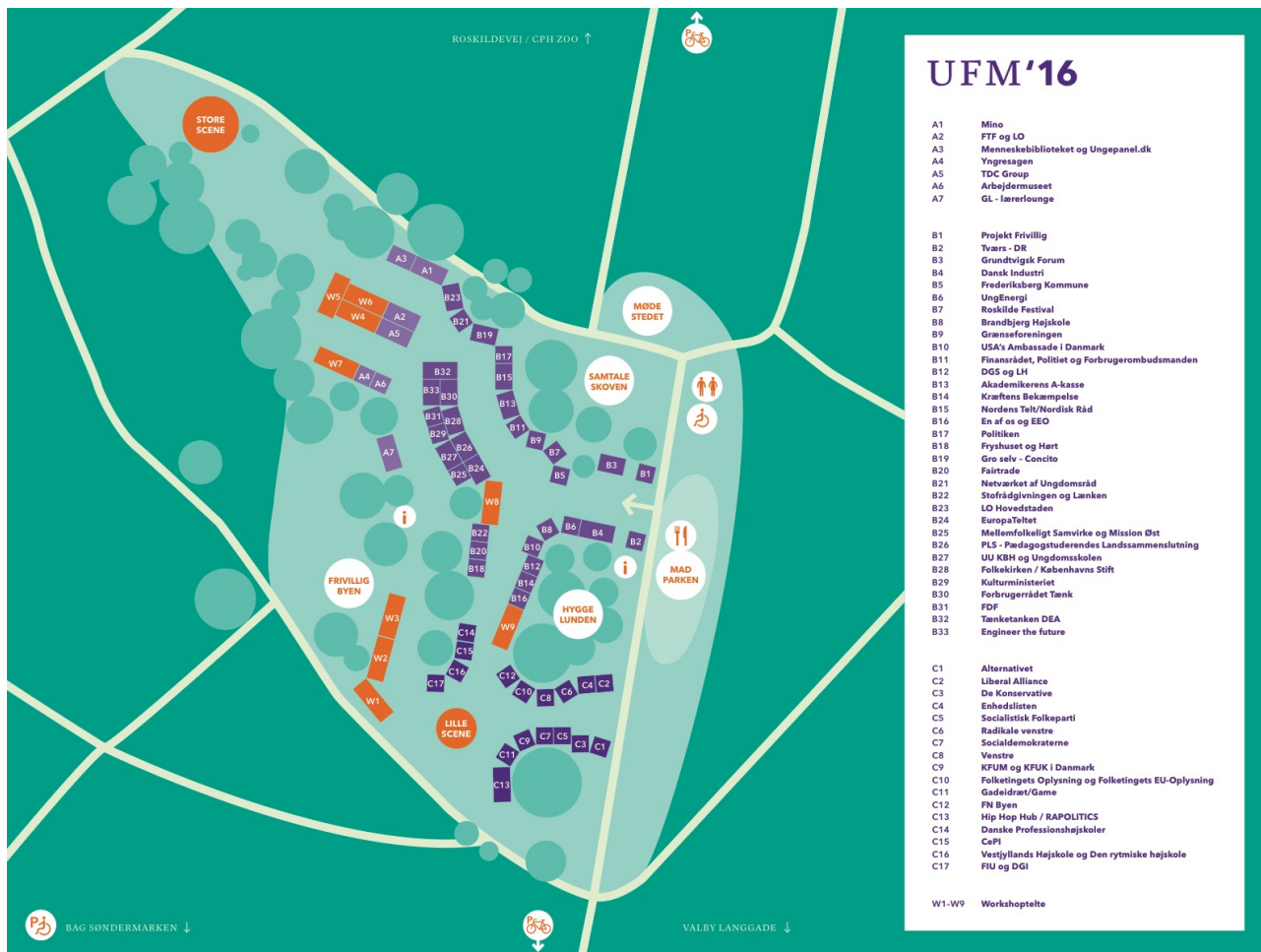
Unge digtere fremfører poesi med nerve!

16.00 -  
17.00 Emil Nygård, Lauge Lund Christiansen, Isabel Rouw, Laura Rodriguez-Kusk  
Vært: Mathias Bundgaard, tidl. Danmarks mester i Poetry Slam  
// Arrangeret af Ungdomsbureauet

### **Magt - et politisk satireshow**

Seks unge mænd med ét fælles mål – at gøre Danmark stort igen.  
// I samarbejde med MAGT

## 7. Kort over UFM'16



## 8. Mediedækning og synlighed

Traditionel mediedækning:

UFM'16 var bredt eksponeret i det danske mediebillede. Både TV-avisen på DR1, Nyhederne på TV2 og Radioavisen på P3 havde indslag fra UFM'16, og UFM'16 gav desuden anledning til et tema i DR2 Deadline d. 10 september. De landsdækkende dagblade Politiken, Jyllands-Posten, Berlinske Tidende samt Kristeligt Dagblad bragte artikler og reportager fra UFM'16 og havde interviews både med deltagere og arrangører. Den 3. september, lørdagen inden UFM'16, bragte Politiken et særtillæg om Ungdommens Folkemøde.

Herudover var mange lokale og regionale aviser landet over til stede, for at dække lokale unge og organisationers deltagelse og ekskursion til UFM'16.

En række fagblade og magasiner bragte også dækning fra UFM'16 (bl. a. Mandag Morgen, Tænk, Gymnasieskolen og Magisterbladet). En søgning på Ungdommens

Folkemøde i mediedatabasen Infomedia, for perioden omkring UFM'16 (8. august til 28. oktober), giver følgende statistik for artikler og indslag:

Resultater i alt: 292

Radio- og tv-indslag: 9

Landsdækkende dagblade: 18

Regionale og lokale aviser: 77

Magasiner og fagblade: 15

Webkilder generelt: 170

Nyhedsbureauer: 3

Sociale Medier:

UFM'16 blev også vidt eksponeret på de sociale medier. Ifølge Twitterprofilen TrendsInDenmark, som opregner hashtag-trends på Twitter i Danmark, var hashtagget #UFM16 et af de meste brugte hashtags i de dage, UFM'16 blev afholdt. Derudover giver en søgning på hashtagget på den sociale billeddelingstjeneste Instagram 742 opslag. Endelig giver en søgning på henholdsvis "Ungdommens Folkemøde" og "UFM" over 40 videoer fra UFM'16 på YouTube.

Sociale medier, særligt Facebook, blev også anvendt som kommunikationskanal for begivenheden. I ugen hvor UFM'16 blev afviklet, så 202.726 Facebook-brugere opslag for UFM'16, og 10.716 har interageret med vores opslag.

## **9. Fremtid og vision for Ungdommens Folkemøde**

Ambitionen for UFM var første år, 2016, at tiltrække 20.000 deltagende unge og 40 studepladsholdere. Denne ambition blev indfriet over al forventning, og vi vil de kommende år arbejde for yderligere at udbrede kendskabet til UFM og øge deltagelsen af unge og uddannelsesinstitutioner fra resten af landet, så endnu flere unge får mulighed for at blive hørt, udvikle deres demokratiske dannelse og prøve kræfter med civilsamfundsengagement.

Det første UFM bliver ikke det sidste. Vi har fået overvældende positive tilbagemeldinger fra samtlige deltagende aktører og besøgende: fra de unge deltageres side er 93% tilfredse eller meget tilfredse med UFM'16, og over 80% forventer at deltage igen næste år. Blandt de mange organisationer, som leverer en stor del af indholdet på UFM, har 100% været positive eller meget positive over for deres deltagelse, og 87% regner det for sandsynligt eller meget sandsynligt at deltage igen næste år. Endelig har de undervisere, vi har været i kontakt med, og som fungerer som gatekeepers på en del af vores målgruppe, også været positive (97% positive eller

meget positive). En mere dybdegående analyse af hver af de tre gruppers erfaringer og holdninger følger i næste del af rapporten, Anden del.

Målet er at nå op på mindst 50.000 besøgende og over 100 deltagende organisationer i 2019.



## Anden del

### 1. Evaluering

For at forbedre Ungdommens Folkemøde (UFM), og vurdere hvor vi skal sætte ind fremadrettet, har vi udarbejdet en større evaluering af UFM'16. Først følger spørgeskemaundersøgelser af de deltagende aktører på UFM'16, inddelt efter aktørgruppe som beskrevet i "De tre søjler på UFM". Dernæst følger en evaluering af tilgængelighedsindsatsen på UFM'16 på baggrund af samtaler med de relevante partnere.

### 2. De tre søjler på UFM

UFM står på tre søjler, som alle skal fungere godt, for at UFM kan blive en succes. De tre bærende søjler er:

1. Deltagerne: det er dem vi gør det for.
2. Organisationerne: det er dem der tilvejebringer store dele af indholdet på UFM.
3. De frivillige: både under afvikling og i tiden op til, leverer vores frivillige en afgørende indsats for at realisere UFM.

Det er her hensigtsmæssigt at dele deltagerne op i to grupper, da en stor del af målgruppen deltager i UFM som en del af deres undervisning: de unge og egentlige deltagere som den ene gruppe, og de undervisere, som følger med deres elever i Søndermarken som den anden gruppe. For at blive klogere på, hvordan vi kan sikre os, at alle disse forskellige målgrupper fortsat ønsker at være en del af UFM fremover, har vi udført spørgeskemaundersøgelser målrettet hver gruppe. Der følger således først en deltagerundersøgelse, en underviserundersøgelse, en undersøgelse af organisationernes oplevelser og endeligt en undersøgelse af de frivilliges oplevelse af at være en del af UFM'16.

### 3. Deltagerevaluering

UFMs primære deltagermålgruppe er unge. Vi estimerer, at omkring 10.000 unge per dag har deltaget i UFM'16. "Ungdommen" er et vidt begreb og kan inddeles og segmenteres på utallige parametre. Vi definerer dog vores målgruppe til UFM som alle i aldersgruppen 15 til 30 år. Dette er selvfølgelig en stor gruppe, der ikke lader sig beskrive som en homogen størrelse. Vi er interesserede i, at alle typer af unge, både dem under uddannelse og dem uden for uddannelsessystemet, velfungerende og unge med

problemer, 15-årige og 29-årige og unge fra hele landet er interesserede og ønsker at deltage i og bidrage til UFM.

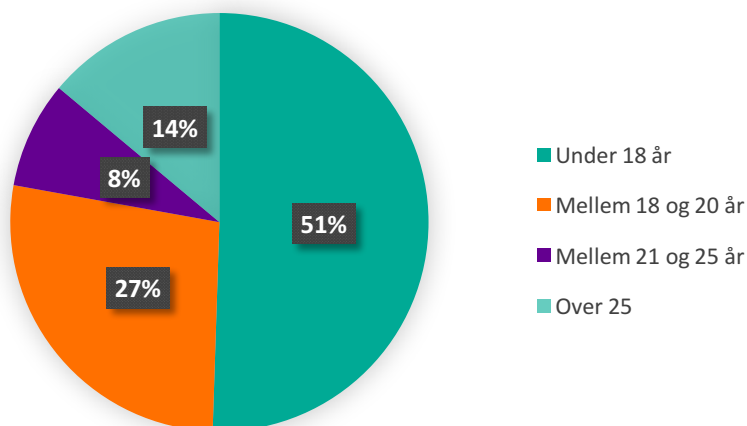
For at vurdere de deltagende unges oplevelse af UFM'16 har vi foretaget en spørgeskemaundersøgelse, som blandt andet har spurgt ind til helhedsoplevelse, udbytte, kvalitet af sceneindhold, samt de generelle faciliteter som toiletforhold og spisemuligheder.

Vi har opnået 194 besvarelser af vores spørgeskema. Dataindsamlingen er foregået ved at opsøge tilfældige deltagere på pladsen, inviteret til at udfylde spørgeskemaet på UFM's og Ungdomsbureauets egne hjemmesider, på Facebook-siderne og på Facebook-eventet, samt gennem undervisere som har opfordret deres elever til at besvare spørgeskemaet i skoletiden. Det sidste element har muligvis skabt en overrepræsentation blandt de helt unge i analysen i forhold til det faktiske deltagertal. Vi har spurgt ind til den generelle tilfredshed med UFM'16, sceneindhold, faciliteterne, informationstilgængelighed samt pladsens indretning.

### **3.1. Aldersfordeling**

Vi kan konstatere, at det ikke helt er lykkedes, at tiltrække unge i den ældre del af aldersgruppen, i den grad vi havde ambitioner om. Det afspejler sig også i den analyse, som vi har udformet på baggrund af spørgeskemabesvarelserne: Blot 49% af respondenterne er over 18 år, og kun 22% er over 21 år. Det skal dog nævnes, at dette delvist kan skyldes den måde, hvorpå spørgeskemaindsamlingen er foregået, da en stor del af indsamlingen har fundet sted ved, at undervisere har bedt deres elever om at udfylde spørgeskemaerne. Ikke desto mindre vil alle, der befandt sig på pladsen, sandsynligvis ikke genkende til det billede, som aldersfordelingen i spørgeskemaet giver udtryk for.

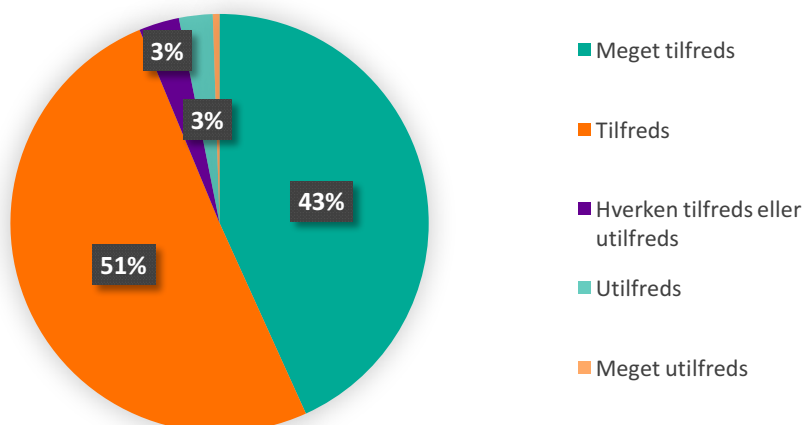
**Figur 1:** Aldersfordeling blandt deltagere på UFM'16



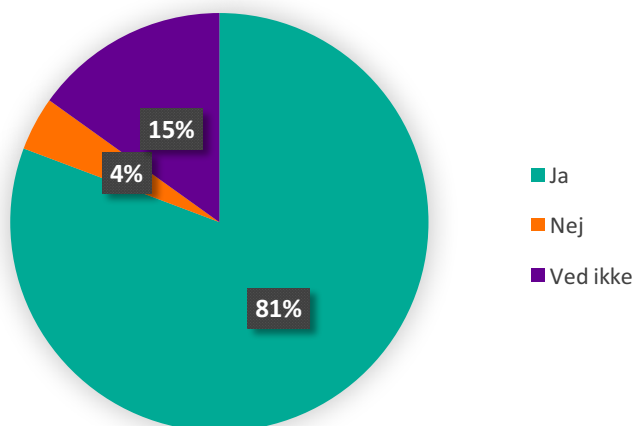
### 3.2. Tilfredshed

Hele 94% af respondenterne har meddelt, at de har været tilfredse eller meget tilfredse med UFM'16, og 81% vil gerne deltage igen næste år. Blot 4% vil baseret på deres oplevelse af UFM'16 ikke deltage næste år.

**Figur 2:** Tilfredshed blandt deltagerne med UFM'16



**Figur 3:** Kunne du tænke dig at deltage i UFM'17?



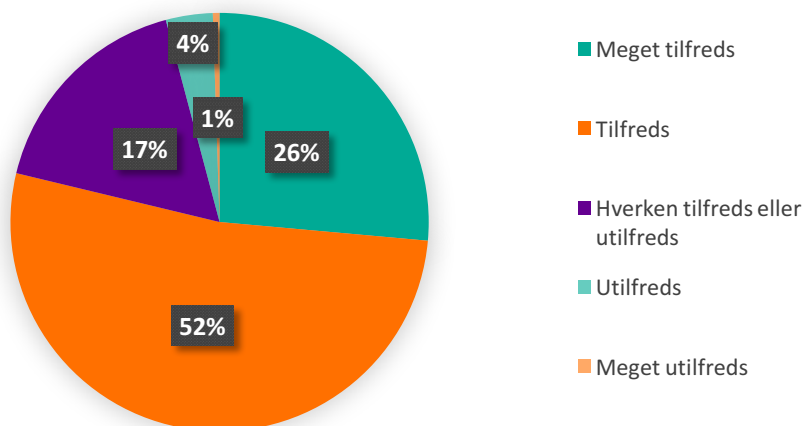
### 3.3. Indhold

UFMs indhold bliver båret af tre primære elementer: (1) Det som foregår på de to scener, som arrangeres af Ungdomsbureauet. (2) Det som foregår i stadepladserne, som de deltagende organisationer står for. (3) Workshops som organisationerne udvikler op til UFM. Det har været vores primære fokus at evaluere på indholdet på scenerne, og så lade organisationerne selv evaluere på deres workshops og stader.

#### 3.3.1. Scener

I spørgeskemaet spurgte vi ind til respondenternes tilfredshed med indholdet på scenerne. Her svarede 78%, at de var tilfredse eller meget tilfredse med de arrangementer, Ungdomsbureauet havde sat på scenerne.

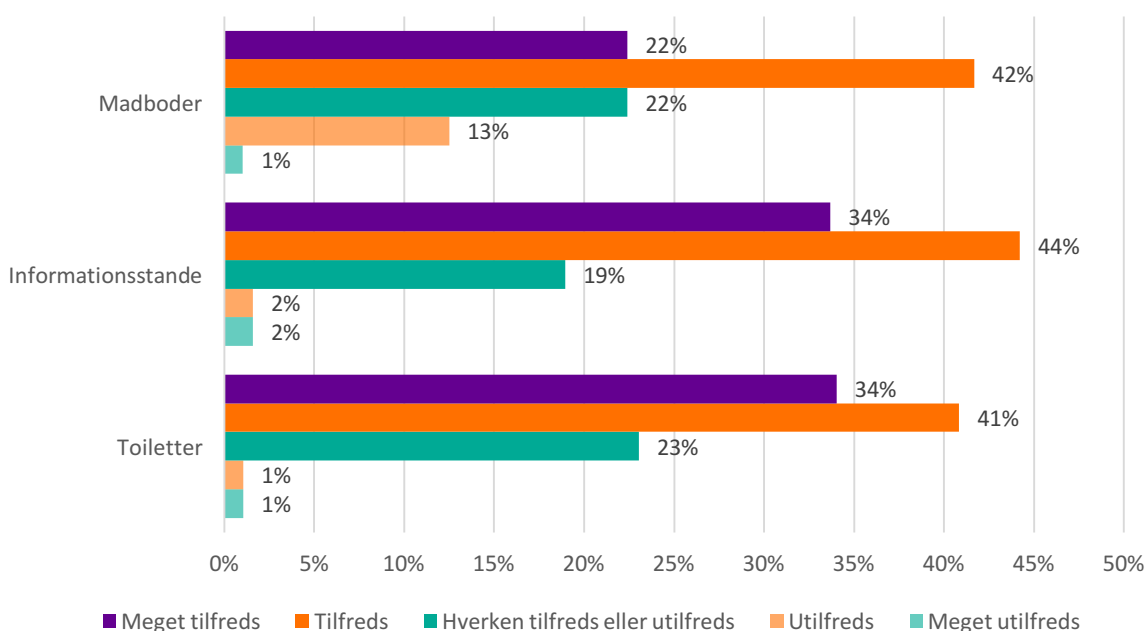
**Figur 4:** Tilfredshed bland deltagere med sceneindhold på UFM'16



### 3.4. Faciliteter og information

For at deltagerne på UFM kan have en god helhedsoplevelse, må faciliteterne fungere. Der skal være ordentlige toiletforhold, gode muligheder for forplejning og områder og muligheder for at slappe af, når man ikke lige har noget på programmet. Endelig skal man have mulighed for faktisk at finde de pågældende faciliteter, samt planlægge sin dag og få overblik over hvad der foregår hvor og hvornår til så stort et arrangement. Her har vi spurgt ind til folks tilfredshed med toiletforhold, madboder, afslapningsområder, samt tilgængelighed og overskuelighed af information.

Figur 5: Tilfredshed med faciliteterne på UFM'16



#### 3.4.1. Toiletforhold

Da UFM er en midlertidig "by" sat op i Søndermarken, er faciliteterne midlertidige. Det vil sige, at toiletterne er transportable toiletter, som man kender fra festivaler. 75% har været tilfredse eller meget tilfredse med toiletforholdene på UFM'16. Kun 1% har været utilfredse med toiletterne.

#### 3.4.2. Madboder

Madboderne bestod af en række food trucks. De er selvstændige fødevarer virksomheder og stod selv for produktion og salg af egne produkter. Ungdomsbureauet har derfor ikke direkte været involveret i, hvilke produkter der har været tilgængelige, arbejdsforhold og prissætning etc. Tilfredsheden med madboderne har været 64%. Omvendt har 14%

været utilfredse eller meget utilfredse. Ser man nærmere på kommentarerne, har det store problem med madboderne ganske enkelt været, at de har været for dyre i forhold til deltagerens pengepung, som for mange af vores deltagere blot indeholder SU eller lomme penge.

Det er også i forbindelse med madboderne vi har fået flest kommentarer. Da vi ikke direkte kan fastsætte priserne for madboderne, fordi det er eksterne virksomheder, som vi inviterer ind, må vi vurdere, om det kan lade sig gøre at forhandle bedre priser og/eller inddrage andre udbydere fremadrettet.

### 3.4.3. Informationsstande

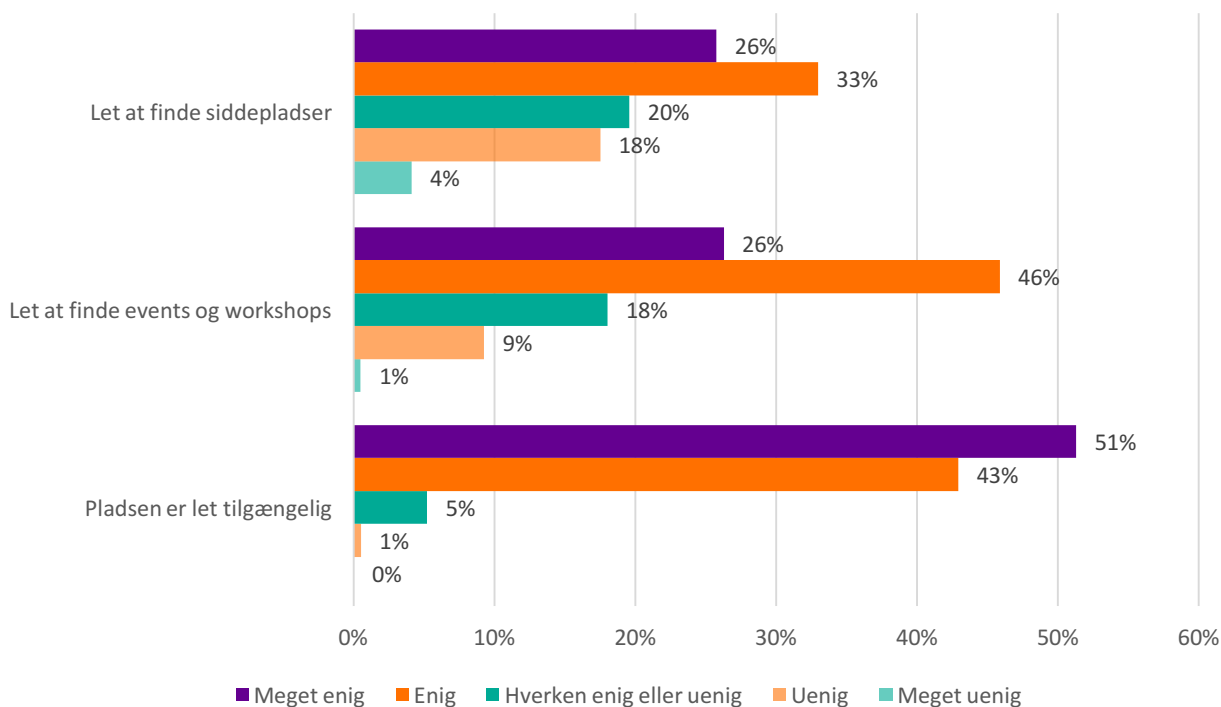
For at hjælpe de deltagende med at orientere sig i de mange informationer omkring UFM var der opsat bemandede informationsstande. Her var 78% tilfredse eller meget tilfredse med den service, de leverede.

## 3.5. Pladsens indretning

Det var været vores ønske, at pladsen skal være overskuelig, så man kan finde de forskellige events. Der skal også være steder, man kan slappe af imellem begivenhederne. Og endelig skal der være bred tilgængelighed. For at deltagerne på UFM har en god oplevelse, skal pladsen også være indrettet således, at det er rart at være tilstede, og man kan finde områder at sidde i. Vi håber trods alt, at folk vil bruge det meste af deres dag på pladsen. Til det formål var der oprettet et frokost-område i nærheden af madboderne med borde og bænke, samt et større chill-out område med bænke. Derudover var der små siddeområder rundt omkring på pladsen.

Vi spurgte deltagerne, hvordan de oplevede Søndermarken og pladsen som lokation for UFM'16.

**Figur 6:** Holdninger til pladsens indretning



### 3.5.1. Overskuelighed

Vi har spurgt ind til overskueligheden af pladsen. Her har 72% erklæret sig enige i, at det var til at finde rundt. Dog har 10% fundet det besværligt at finde de forskellige events og workshops på UFM'16.

### 3.5.2. Pladsens tilgængelighed

For at UFM bliver en god oplevelse, må pladsen også opleves som let tilgængelig, åben og inviterende. Hele 94% har erklæret sig enige i, at pladsen oplevedes som let tilgængelig. For tilgængelighed specifikt rettet mod personer med funktionsnedsættelse, se evalueringen af tilgængelighedsindsatsen senere i rapporten.

### 3.5.3. Siddepladser og områder

59% fandt det nemt at finde siddepladser på pladsen, mens 22% fandt det direkte udfordrende. Vi vil gerne forsøge at gøre vores plads så attraktiv som mulig, og det er et af de punkter, vi har taget til efterretning i planlægningen af UFM'17.

### 3.6. Konklusion

Vores klare indtryk er, at deltagerne på UFM'16 har haft en god og berigende oplevelse, der lever op til det overordnede formål med UFM, nemlig at give større demokratisk selvtillid og kendskab samfundsrelaterede dagsordener. Den fremadrettede indsats over for deltagerne vil fokusere på at inddrage flere i de ældste lag af ungdommen, samt at nedbringe prislejjet i madboderne og forbedre siddeområder. Derudover arbejder vi naturligtvis med fortsat at udvikle selve indholdet på UFM.

## 4. Underviserevaluering

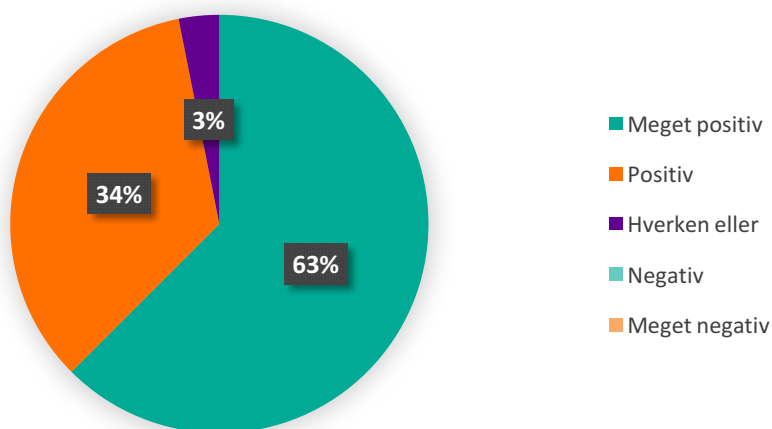
En del af UFM's målgruppe er undervisere på ungdomsuddannelser. Underviserne agerer således gatekeepere, og derfor vil vi gerne gøre UFM fagligt relevant, så underviserne kan retfærdiggøre deres elevers deltagelse i UFM i undervisningstiden. Derfor er det særligt relevant at evaluere på, hvordan underviserne oplever det faglige udbytte af UFM, samt deres generelle indstilling til konceptet. Kun ved at have deres opbakning og interesse kan vi sikre os, at de medbringer deres elever til UFM fremadrettet.

Vi har udsendt spørgeskemaer til undervisere, som har deltaget i UFM'16, og fået svar fra 32. Vi har særligt spurgt ind til deres overordnede indtryk af UFM'16, om de vil deltage næste år, samt deres vurdering af indholdet på UFM'16 og deres indtryk af socialt og fagligt udbytte hos deres elever.

### 4.1. Generel tilfredshed

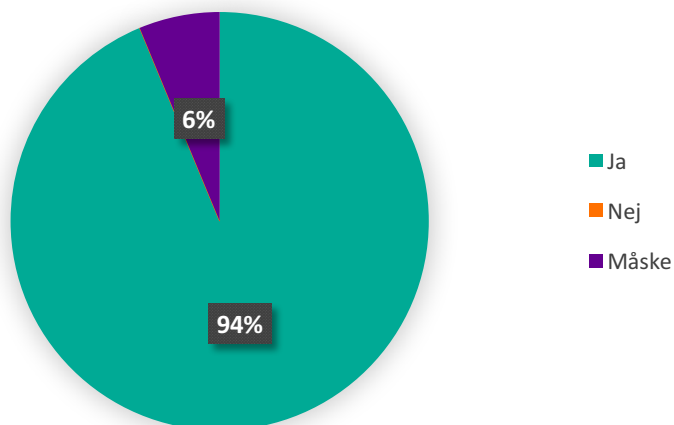
97% af underviserne har oplevet UFM'16 meget positivt eller positivt. Hele 94% af underviserne vil anbefale deres kollegaer at deltage i UFM, hvis de får muligheden.

Figur 7: Hvordan var din generelle oplevelse af at deltage på UFM'16



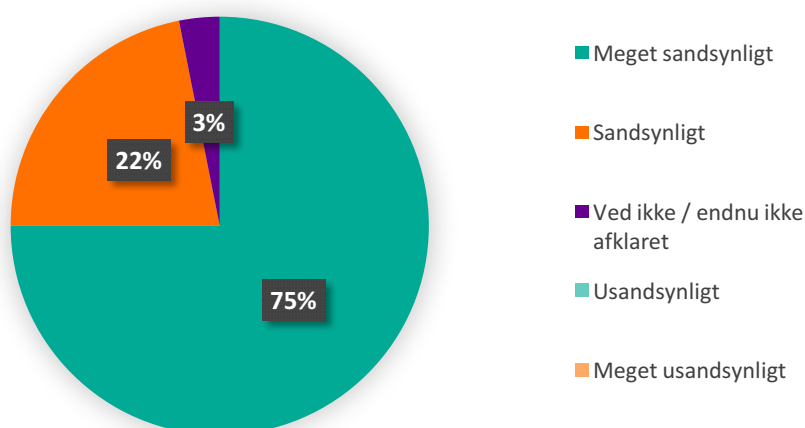


**Figur 8:** Vil du anbefale andre undervisere at deltage i UFM



Derudover regner 97% af undviserne det for sandsynligt eller meget sandsynligt, at de deltager igen næste år.

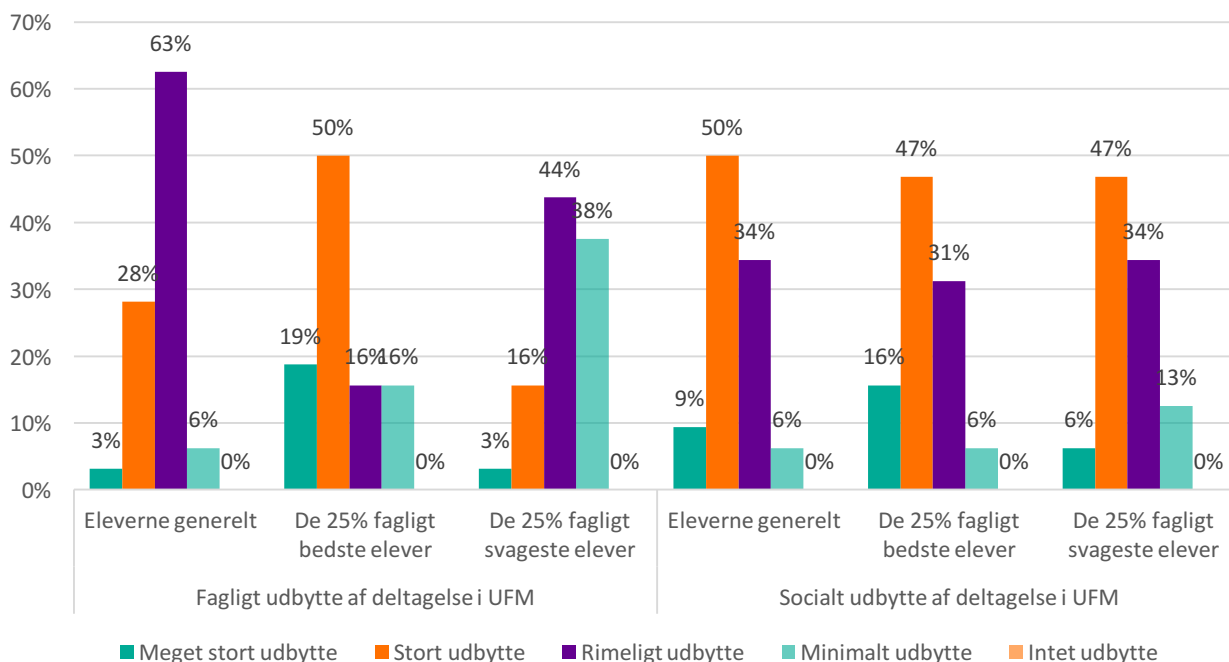
**Figur 9:** Hvor sandsynligt er det, at du deltager med elever til UFM'17?



## 4.2. Udbytte

En vigtig del af vurderingen fra undvisernes side er, hvorvidt deres elever får et stort nok udbytte af UFM, til at retfærdiggøre at en eller to dages undervisning foregår på UFM.

**Figur 10:** Underviseres vurdering af fagligt og socialt udbytte af deres elevers deltagelse i UFM'16



94% af underviserne mener, at eleverne har fået et rimeligt fagligt udbytte eller bedre.

Når det er sagt, så kan der muligvis være et stort udsving i, hvad de forskellige elever har oplevet, alt efter hvilke workshops de har deltaget i, hvilke studepladser de har besøgt, samt hvilke arrangementer på scenerne de har overværet. Der er derfor en stor ubekendt faktor i forhold til, hvad Ungdomsbureauet kan gøre bedre og anderledes. For eksempel er det delvist op til de deltagende selv, hvor stort et udbytte de får af UFM. Hvor opsøgende er de i forhold til at komme i dialog med organisationerne, hvor engagerede er de for at deltage i workshops, og hvilke former for instruktioner og opgaver får de af deres undervisere.

Vi har bedt underviserne vurdere det faglige udbytte for eleverne generelt, samt de 25% fagligt bedste og de 25% fagligt svageste. En tendens i undervisernes evaluering er, at underviserne vurderer, at de fagligt stærke elever fik mere ud af UFM'16 end de fagligt svage. En mulig forklaring er, at man får mere ud af at deltage i et arrangement, hvis man selv er opsøgende, og de fagligt dygtige er måske mere opsøgende end de fagligt svage. Ungdomsbureauets ambition er dog, at nå ud til alle unge, og en målsætning fra Ungdomsbureauets side må være at blive bedre til at inddrage og engagere både dem med mindre initiativ, samt de fagligt svage.

Her skal det siges, at Ungdomsbureauets målsætning som udgangspunkt ikke kun er faglig styrkelse af eleverne, men at skabe en platform for deltagerne som styrker borgerinddragelse, fællesskabsfølelse og deltagerens demokratiske selvtillid. Og denne inddragelse og selvtillid forsøges netop frakoblet faglige evner. Vi har derfor også forsøgt at evaluere på det sociale udbytte i forsøget på at skabe en fællesskabsfølelse i ungdommen.

Det har vi gjort ved at bede underviserne vurdere det sociale udbytte for eleverne generelt, og for de 25% fagligt stærkeste og 25% fagligt svageste. Her ser vi, at hvis vi evaluerer på det sociale udbytte fra UFM'16, er der markant mindre forskel i udbytte afhængig af hvor fagligt dygtig eleven er. 47% af underviserne har vurderet, at de fagligt dygtigste elever har fået et stort socialt udbytte, og 47% af underviserne har vurderet det samme for de fagligt svageste. Der vurderes stadig at der er en lille overvægt i, at de fagligst stærkeste elever får et meget stort socialt udbytte (16% af underviserne har vurderet dette, mod 6% for de fagligt svageste). Men den store forskel i forhold til at måle på fagligt udbytte udligner sig mellem fagligt stærke og svage elever når vi måler på socialt udbytte.

### **4.3. Konklusion**

Det fremgår af underviserevalueringen, at underviserne er yderst positive over for konceptet, hvilket vi også hører, når vi er i kontakt med de deltagende uddannelsesorganisationer. Vi har allerede mærket stor interesse fra undervisersiden i forhold til at deltage i UFM'17 og er derfor stærke i troen på, at vi har etableret en tradition, som underviser-miljøer i Danmark vil tilslutte sig i fremtiden - også uddannelsesinstitutioner på Fyn og i Jylland. Med til historien hører også, at vi har indgået et frugtbart samarbejde med Gymnasieskolernes Lærerforening, GL, der bakker op om UFM med et lærerværelse under UFM, samt i form af kommunikation og formidling til gymnasielærere over hele Danmark.

## **5. Organisationsevaluering**

Organisationerne er et af de bærende elementer i UFM, da de både leverer en stor del af indholdet og naturligvis etablerer de platforme, hvor unge kan møde beslutningstagere. Det er således afgørende, at vi fremadrettet kan sikre organisationernes aktive deltagelse og interesse i UFM. For at tiltrække og fastholde organisationer er det vigtigt, at UFM også skaber værdi for organisationerne. Denne værdi kan for eksempel være i form af nye ideer, inputs og viden om unge, som kan være relevant for organisationen. Nogle organisationer kan måske tiltrække nye kunder eller medlemmer. Endelig kan selve processen med at være en del af UFM, herunder udtænke og afvikle en studeplads og afholde en workshop, skabe øget motivation, lærings- og

forandringsprocesser og idéudvikling internt i organisationen. Derudover kan UFM give anledning til medieeksponering og være en mulighed for at udbrede viden om ens egen organisation. Endelig håber vi selvfølgelig, at organisationerne finder deltagelse i UFM vigtigt i sig selv som en udviklende del af det danske samfundsliv.

Det er UFM's mission at etablere mødet mellem organisation og deltager på et fundament af ligestilling, hvor dialogen og mødet er i centrum. Derfor har reglerne for uddeling af papirmaterialer, mad, drikkevarer og lignende været strikse. Som udgangspunkt har uddeling af drikke- og fødevarer, samt flyers og merchandise ikke været tilladt, med mindre det kunne begrundes som led i workshoppen eller studepladsen. Opgaven for organisationerne har således været at gøre unge interesserede i at tale med dem, uden at gøre det til en salgsmesse, hvor man konkurrerer om deltagernes opmærksomhed gennem uddeling af godter.

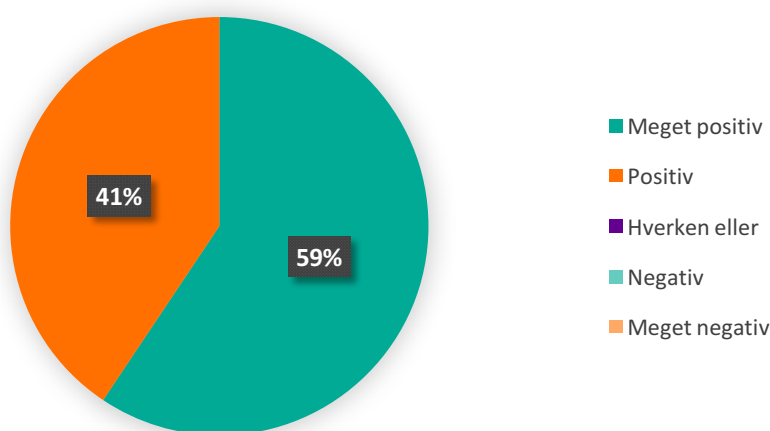
Vi har lavet en spørgeskemaundersøgelse af organisationernes oplevelse af deltagelsen i UFM'16, målt både på tilfredshed med UFM'16 generelt, hvilken værdi det har skabt for organisationen, udbytte af workshops, samt hvordan de har oplevet samarbejdet med sekretariatet i Ungdomsbureauet.

I vores spørgeskemaundersøgelse har 32 af de 57 studepladser meldt tilbage.

## 5.1. Generel tilfredshed

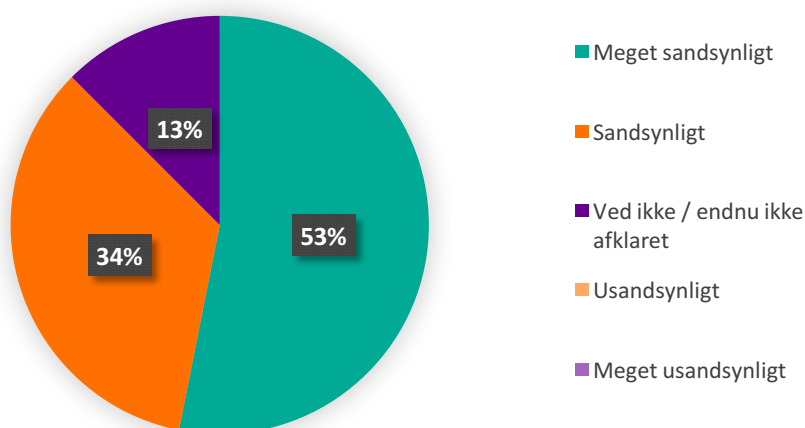
Da organisationerne er et af de bærende elementer i UFM, er organisationernes oplevelse og udbytte af UFM'16 meget vigtigt. Indledningsvist har samtlige organisationer, som har svaret, været positive, eller meget positive.

**Figur 11:** *Hvordan var din generelle oplevelse af din organisations deltagelse på UFM'16?*



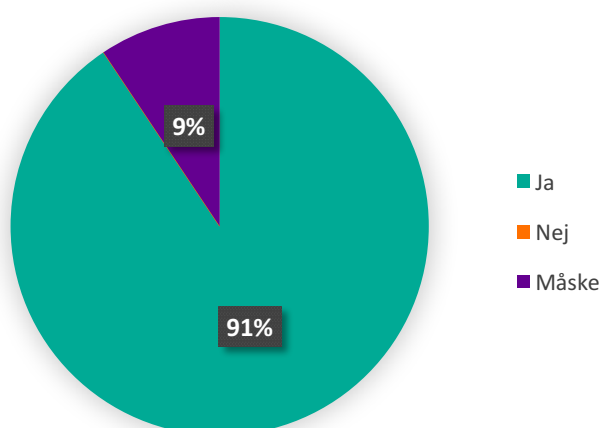
87% har tilkendegivet, at de finder det sandsynligt eller meget sandsynligt at deltage næste år.

**Figur 12:** Hvor sandsynligt er det, at jeres organisation deltager i UFM'17?



Derudover vil hele 91% af de adspurgte anbefale andre organisationer og kollegaer at deltage i UFM.

**Figur 13:** Vil du anbefale kollegaer og andre organisationer at deltage i UFM?



## 5.2. Værdiskabelse for organisationen

En række parametre er afgørende for organisationernes interesse i at deltage i UFM. De mange forskellige organisationer som deltager på UFM, har forskellige succeskriterier og interesser i at deltage, men grundlæggende skal organisationen opleve, at de får et

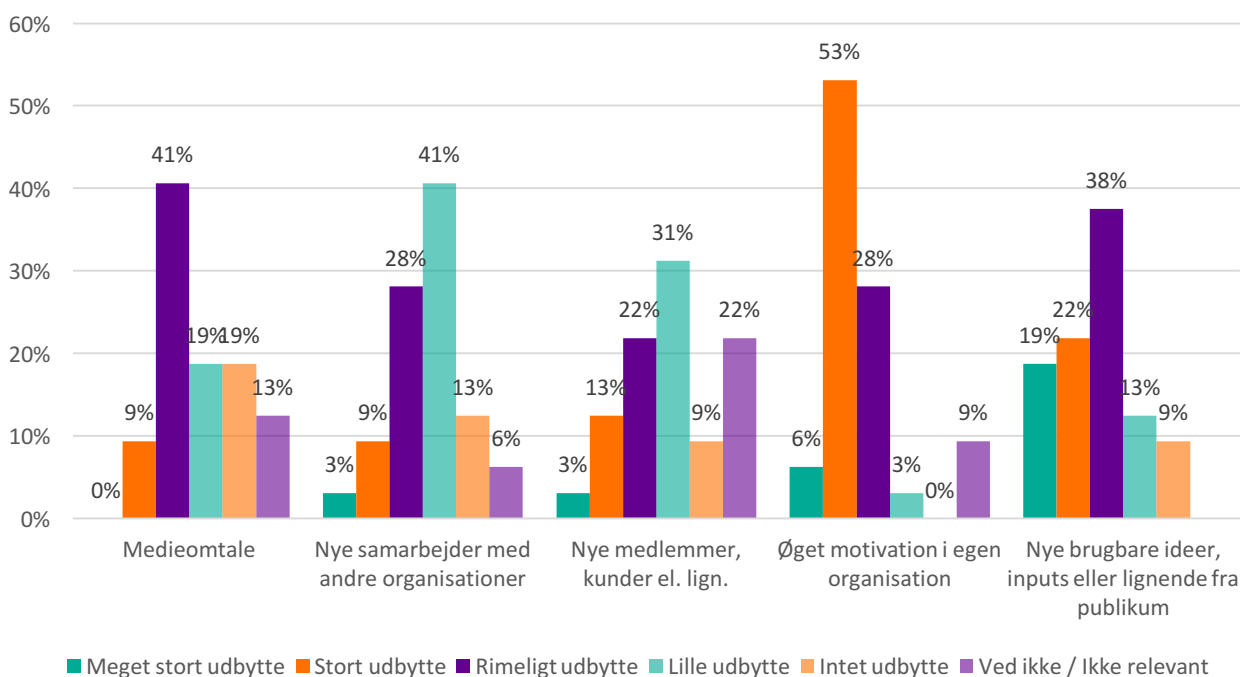
udbytte ud af at deltage. Som nævnt tidligere kan organisationerne, gennem mødet med de unge, opnå ny viden om unge som målgruppe, udvikle nye ideer og få brugbare inputs fra unge, eksponere organisation eller opnå værdi på andre måder.

Hvilken værdi, der faktisk er skabt i organisationen, er svært at vurdere. Vores indtryk er, at organisationerne, baseret på deres tilbagemeldinger om fremtidig deltagelse og villighed til at anbefale UFM til andre organisationer, har oplevet det som værdifuldt at deltage. Et mere præcist billede er komplekst at uddrage, og der er muligvis stor variation i forhold til organisationernes type og indsats, da de har haft forskellige grundlag og strategier for at deltage på UFM'16. Afhængig af organisationstype og strategi er forskellige former for værdiskabelse relevant. Vi har alligevel forsøgt at evaluere på organisationernes oplevelse af udbytte og værdiskabelse i vores spørgeskemaundersøgelse.

### 5.2.1. Nye idéer og inputs

41% af organisationerne har meldt tilbage, at de har fået et stort eller meget stort udbytte i forhold til at få nye ideer, inputs eller lignende fra publikum. 9% mener dog, at de intet har fået ud af deres deltagelse, hvad det angår.

**Figur 14:** Organisationernes vurdering af udbytte af at deltage i UFM'16.



Her er det vigtigt at påpege, at organisationernes egen indsats med at formulere konkrete mål, samt lægge en strategi for hvordan de kan indfri dem, er meget væsentligt. Nogle organisationer har været rigtig dygtige til at indsamle idéer fra de unge. For

eksempel skriver Kulturministeriet i kommentarfeltet, at de "fik indsamlet over 300 forslag til Kulturministeriets Danmarkskanon på UFM - et stort og brugbart udbytte!"

#### 5.2.2. Nye medlemmer og lignende

UFM er en platform, hvor organisationer, i deres nærkontakt med unge, kan forsøge at fange deres interesse, og forsøge at skabe vedvarende kontakt til organisationen efter UFM. Derfor har vi spurgt ind til, hvorvidt organisationer vurderer de har fået etableret nye kontakter og lignende på UFM'16. Det er dog vigtigt at påpege, at UFM ikke er en salgsmesse eller hvervekampagne for organisationerne, og derfor har vi også den politik, at der ikke må uddeles flyers, merchandise og snacks/drikkevarer. Det er meningen det skal være mødet der er i centrum, men håbet er jo selvfølgelig, at mødet er givende, også på lang sigt. Her vurderer 35% at de har fået et rimeligt udbytte eller bedre i forhold til nye medlemmer, kunder og lignende.

#### 5.2.3. Nye partnerskaber og netværk

De mange organisationer der er repræsenteret på UFM, møder selvfølgelig ikke kun unge deltagere, men i høj grad også hinanden. Vi ser det derfor som oplagt, at UFM kan være med til at facilitere netværksdannelse og nye samarbejder på tværs af organisationslandskabet. Her har 13% meddelt, at de intet udbytte har fået, mens 40% mener deres udbytte har været rimeligt eller bedre. Det er dog her vigtigt at påpege, at det er individuelt for organisationerne, hvorvidt det har interesse at skabe partnerskaber på UFM.

#### 5.2.4. Eksponering og mediedækning

UFM er en oplagt mulighed for at eksponere sin organisation over for de mange deltagende, og samtidig er der også mulighed for at generere noget mediedækning. Her vurderer 32% at de enten ingen mediedækning har fået, eller ikke ved det. 50% vurderer dog at de har fået et rimeligt eller stort udbytte, hvad angår eksponering i medierne.

#### 5.2.5. Intern procesudvikling i organisationen ifm. UFM'16-deltagelse

Endelig kan hele processen omkring UFM, planlægning og opbygning af studeplads, strategiudvikling og workshopudvikling skabe en øget motivation og dynamik internt i organisationen. Det mener flere respondenter er sket, og de fleste endda i høj grad. Således meddeler 59% at de har fået et stort, eller meget stort udbytte i forhold til intern motivation, og 28% at de har fået et rimeligt udbytte.

#### 5.2.6. Konklusion

Der ser ud til at være generel tilfredshed blandt de deltagende organisationer, men med så mange forskellige typer af organisationer, med vidt forskellige målsætninger, interesser og grunde til at deltage i UFM, er det svært at sige noget generaliseret om

organisationernes udbytte. Nogle former for værdiskabelse kan være meget relevant for én organisation, og irrelevant for en anden. Derudover er det også vigtigt at påpege, at værdien af ens deltagelse på UFM også afhænger af organisationens egen indsats, engagement og forberedelse. Men på baggrund af den store interesse organisationerne har vist i forhold til at deltage fremadrettet, og som tilbagemeldingerne afspejler, er der ikke tvivl om, at organisationerne finder det værdifuldt at deltage.

### **5.3. Workshops**

En stor del af indholdet på UFM er workshops, hvor organisationer kan komme i nærkontakt med deltagerne gennem på forhånd tilrettelagte aktiviteter. Her bliver skabt en platform for dialog, hvor unge og organisationer kan lære hinanden at kende og samarbejde mere indgående om en konkret problemstilling. Det er derfor vigtigt, at de arrangerede workshops fungerer og skaber det tilsigtede udbytte. Vi har derfor målt på en række parametre i forhold til afholdelsen af workshops.

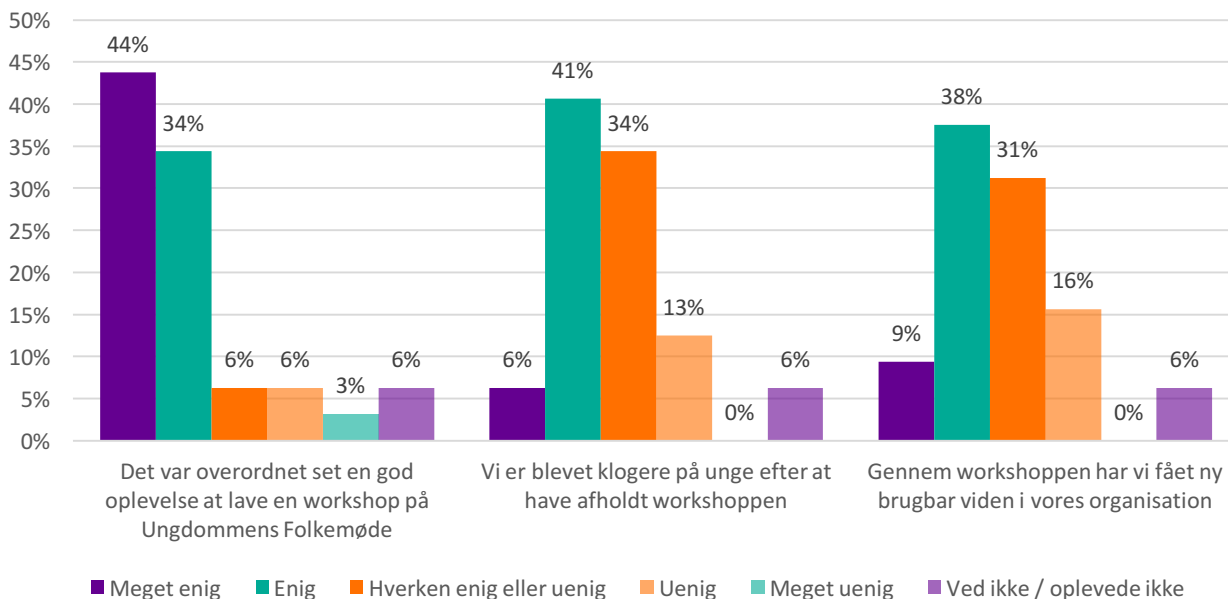
Vi har stillet nogle dyberegående spørgsmål for at finde ud af, hvad har været godt, hvad har været skidt, hvad har været givende, og hvor udfordringerne ligger i forhold til videreudviklingen af workshop-konceptet. Workshoppen skulle gerne give både organisationerne ny viden om unge, samt give unge mulighed for at komme i nærkontakt med de organisationer som opererer i det danske samfundsliv.

#### **5.3.1. Udbytte og generelle erfaringer**

For at workshopkonceptet kan være bæredygtig, er det således vigtigt, at organisationerne føler, de får et udbytte, der modsvarer den energi, de har lagt i at forberedelserne. 78% af workshoparrangørerne mener, at det overordnet set var en positiv oplevelse at afholde workshoppen.



**Figur 15:** Organisationernes workshop-oplevelser på UFM'16.

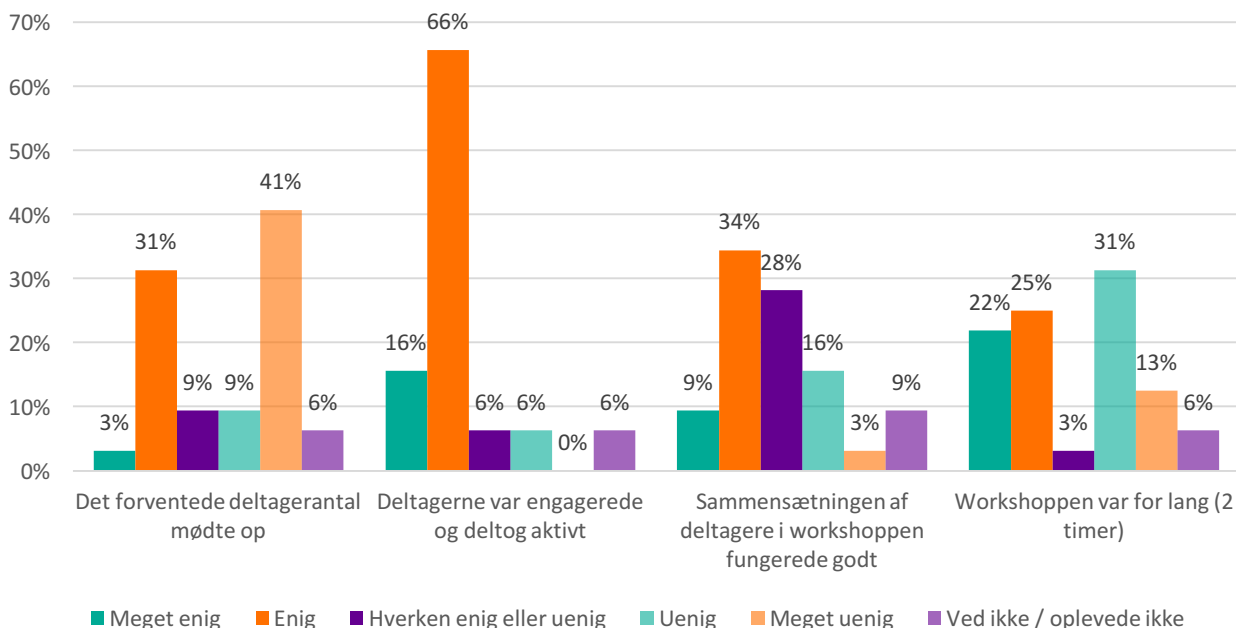


47% mener de har fået brugbar viden i deres organisation gennem afholdelsen af workshoppen, og 16% er direkte uenige i, at de fik brugbar viden.

### 5.3.2. Workshopafvikling

For at vurdere, hvad der mere specifikt har fungeret i workshops, har vi også spurgt ind til selve workshopafviklingen. Hvis workshoppen skal blive en succes, er der en række betingelser, som må være opfyldt. Det er vigtigt, at der er engagement blandt deltagerne, at de viser interesse for workshoppen, og der skal være en "god" dynamik blandt deltagerne, hvilket kan afhænge af deltagersammensætningen.

**Figur 16:** Organisationernes oplevelse af afviklingen af workshops på UFM'16.



### 5.3.2.1. Deltagerfremmøde

Helt basalt kræves det, at deltagerne selvfølgelig dukker op, hvis workshoppen skal fungere optimalt. Her må vi desværre konstatere, at hele 50% er uenige i, at det forventede deltagerantal mødte op, og det er også det, som de fleste kommentarer, knyttet til spørgeskemaerne, hæfter sig ved. Der ser ud til at være et mønster i, at særligt de sene workshops om eftermiddagen har oplevet manglende fremmøde.

### 5.3.2.2. Deltagerengagement

Heldigvis oplevede 82% af workshoparrangørerne, at de deltagere, som mødte op, var aktive og engagerede. På dette punkt er det især arrangørerne, der bærer ansvaret for at gøre deres workshop interessant for deltagerne, men der hviler også et ansvar på Ungdomsbureauets skuldre i forhold til at kvalitetssikre workshopsne. Organisationernes tilfredshed med Ungdomsbureauet i den forbindelse undersøges i afsnittet *Service og faciliteter til workshops*.

### 5.3.2.3. Workshopsammensætning

Det er en forudsætning for, at workshoppen kan fungere, at deltagersammensætningen er fornuftig. Hvad en fornuftig sammensætning er, er delvist afhængigt af workshoppen. I nogle workshops kan det være en fordel med stor diversitet i uddannelsesspænd eller alder, andre kan have faglige krav eller andre forudsætninger. Derfor er der netop spurgt ind til, om deltagersammensætningen var "fornuftig", da det relaterer sig til fornuftig i

forhold til workshoppens præmisser. Her mener 19% at der har været en u hensigtsmæssig sammensætning af deltagere på workshoppen.

#### 5.3.2.4. Workshoplængde

Et væsentligt parameter er, at workshopformatet har en passende længde, som hverken er for lang eller for kort. Hvis workshoppen er for kort, kan det føles, som om der ikke er nok tid til at komme i dybden med emnet. Hvis workshoppens varighed omvendt er for lang, er det svært for deltagerne at bevare fokus og koncentration. Holdningen til workshoppens varighed deler vandene. 47% erklærer sig enige eller meget enige i, at workshoppen var for lang, og 44% erklærer sig uenige.

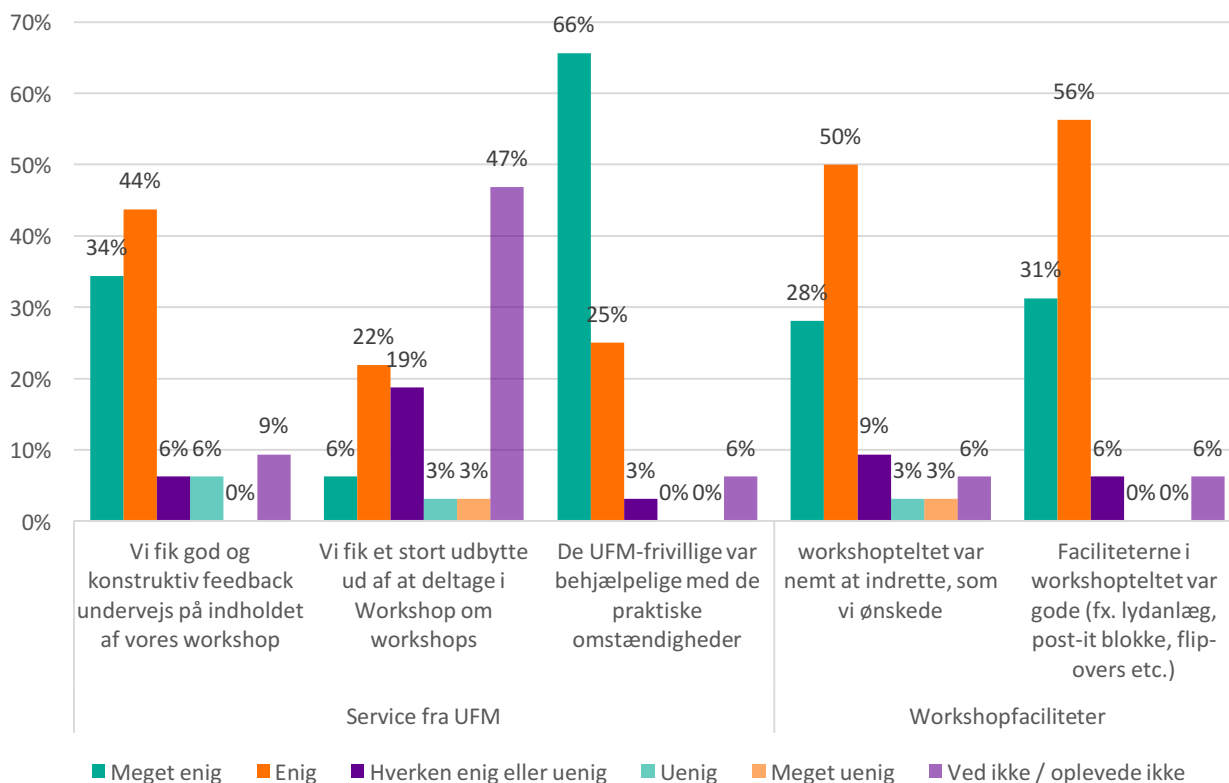
#### 5.3.3. Service og faciliteter til workshops

For at hjælpe organisationerne godt på vej med at udvikle og facilitere gode workshops har Ungdomsbureauet stillet en række services til rådighed. Det har blandt andet været muligt at få faglig sparring under planlægningsfasen, ligesom Ungdomsbureauet har stillet de nødvendige faciliteter til selve afholdelsen til rådighed. Ungdomsbureauet har stor erfaring med at afholde workshops med unge, og vi afholdt også en "workshop om workshops" i maj, hvor arrangørerne kunne få input til udviklingen af deres workshop. Efterfølgende har der været løbende sparring helt frem til afvikling. Vi har derfor også bedt workshoparrangørerne evaluere disse tilbud.

##### 5.3.3.1. Generel feedback på indhold

78% af de adspurgte mener, at de fik god og konstruktiv feedback af Ungdomsbureauet undervejs i udviklingsprocessen af deres workshop. 6% er uenige.

**Figur 17:** Organisationernes vurdering af service og faciliteter i forbindelse med workshops på UFM'16.



### 5.3.3.2. Workshop om workshops

28% mener, at de fik et stort udbytte af at deltage i workshop om workshops. Dog har 47% svaret "ved ikke/oplevede ikke" til spørgsmålet om deres udbytte af deres deltagelse i workshop om workshops. Dette tolker vi, som at de ikke deltog i den pågældende workshop. Der tegner sig dermed et billede af, at folk var tilfredse med udbyttet fra workshoppen om workshops.

### 5.3.3.3. Service og materiel i forbindelse med workshops

Det sidste element i forhold til en succesfuld workshop er, at de fornødne faciliteter er tilfredsstillende, så workshoppen faktisk kan afholdes. 78% har erklæret sig enige i, at det var nemt at indrette workshopteltet til workshoppen, og 6% har været uenige eller meget uenige. Til gengæld har ingen været utilfredse med de faktiske faciliteter i workshopteltet, og 87% synes faciliteterne var gode.

Endelig har det været en målsætning for Ungdomsbureauet, at vi skulle være behjælpelige med praktiske udfordringer i forbindelse med afviklingen af workshops. Her har 91% af workshoparrangørerne erklæret, at UFM-frivillige var behjælpelige i forhold til at få løst de praktiske omstændigheder under selve afviklingen.

#### 5.3.3.4. Konklusion

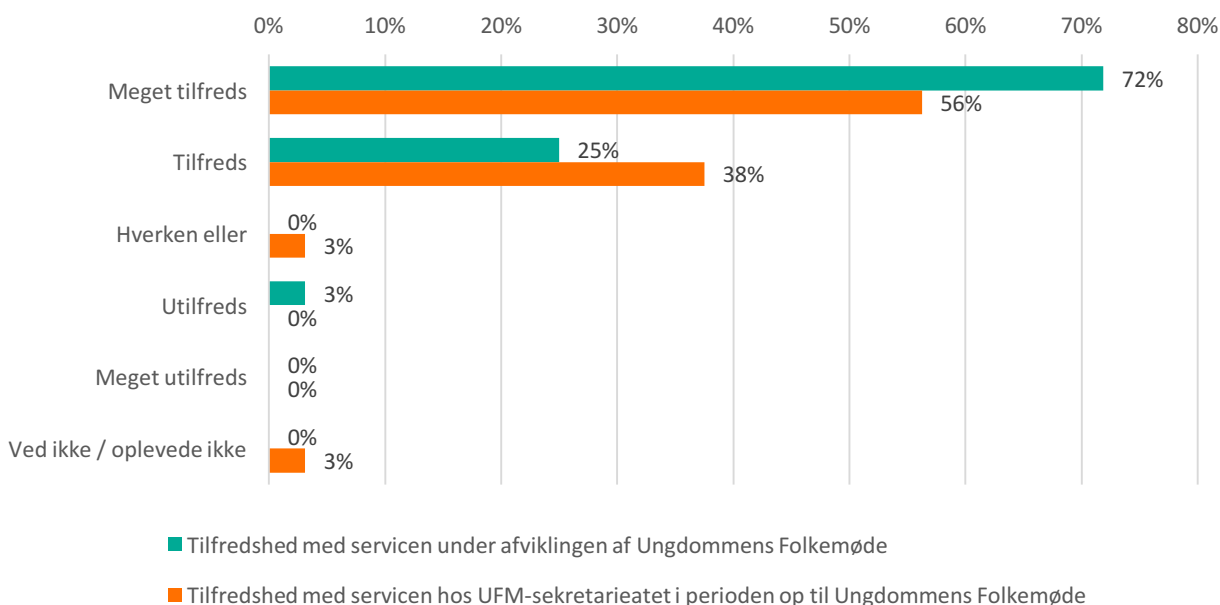
Overordnet set havde de fleste af respondenterne en god oplevelse med at afholde workshop på UFM'16. Når det er sagt, så er det også på workshop-delen, vi har haft de største udfordringer – særligt i forhold til frafald og engagement. Ser man nærmere på kommentarerne fra organisationerne, tegner der sig et billede af, at det særligt har været de sene workshops, som har været ramt af deltagerfrafald og manglende engagement, hvilket kan skyldes at træthed har meldt sig sidst på dagen for unge, som har været til UFM'16 siden morgenstunden. Derudover har 47% af workshoparrangørerne vurderet, at deres workshop har været for lang. Workshopkonceptet er et af de områder, der vil blive fokuseret på frem mod UFM'17. Blandt andet skal formatet og tilmeldingsproceduren gentænkes, således at vi ikke kan forhindre problemer med manglende fremmøde. Da workshops er så integreret en del af mødet mellem unge og organisationer, samt årsag til at mange undervisere finder UFM attraktivt, er det vigtigt, at alle har en god og berigende oplevelse med afholdelsen.

#### 5.4. Overordnet tilfredshed med samarbejdet

Vi har valgt at evaluere på organisationernes oplevelse af samarbejdet med Ungdomsbureauet. Dette skal selvfølgelig fungere, så organisationerne gider investere tid, arbejde og penge i at være en del af UFM. Overordnet set har der været stor tilfredshed med det generelle samarbejde med sekretariatet, både før og under afholdelsen af UFM'16. Organisationerne oplevede, at Ungdomsbureauet har ageret professionelt. Det fremgår af de tilhørende kommentarer, at de har været særligt imponerede over, at kvaliteten har været så høj på første år.

Hele 94% af respondenterne var tilfredse eller meget tilfredse med servicen op til UFM'16, og 97% har været tilfredse eller meget tilfredse med den service, de oplevede under selve afviklingen.

Figur 18: Organisationernes tilfredshed med UFM's service.

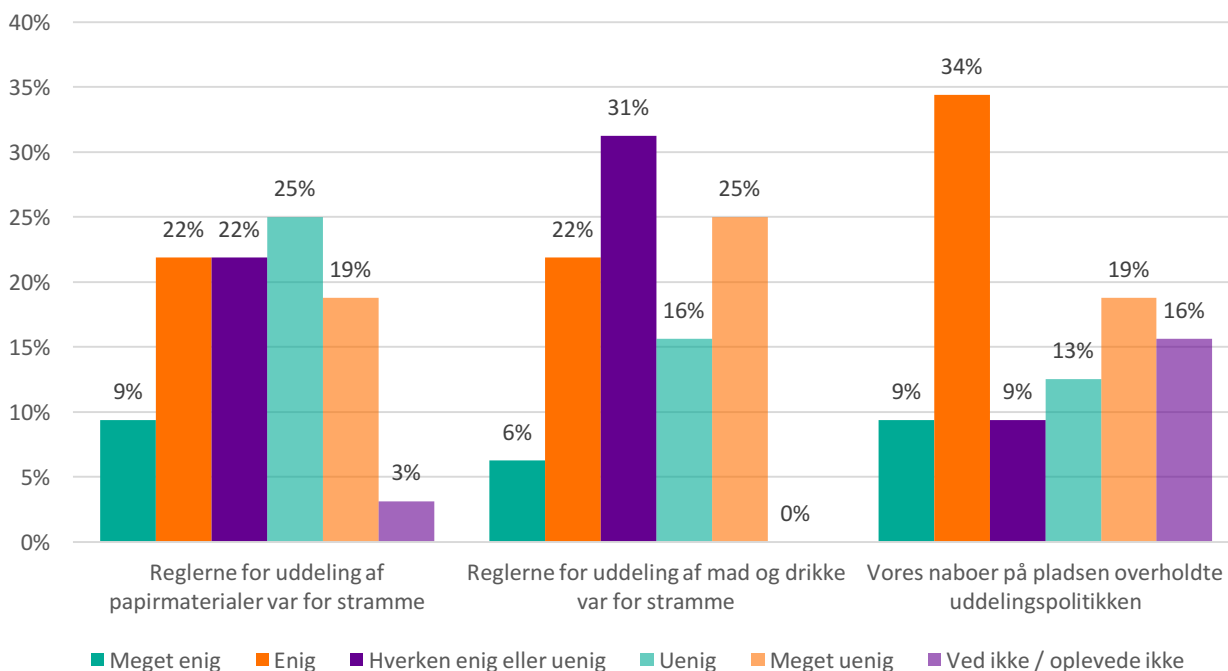


## 5.5. Uddelingspolitik

Da vi ikke ønsker at UFM er en messe, hvor de forskellige stande konkurrerer om gæsternes opmærksomhed med lækkerier og papirmateriale, har der været en stram uddelingspolitik. Det er vigtigt for Ungdomsbureauet som arrangører, at deltagerne ikke går til organisationer med det lækreste merchandise, men i stedet søger mod de mest interessante arrangementer. Målet har været, at det er mødet, som er i centrum, faciliteret gennem originale og interessante tiltag, frem for materielle lokkemidler. Det har derfor, som udgangspunkt, ikke været tilladt at uddele papirmateriale, merchandise eller føde- og drikkevarer. Vi har spurgt ind til, hvad organisationernes holdning til dette har været. Og det har været en politik som virkelig delte vandene. 38% af de adspurgte har knyttet kommentarer til uddelingspolitikken på deres svar.

28% mener, at reglerne har været for stramme i forhold til mad og drikkevarer. 41% mener, at de ikke har været for stramme.

**Figur 19:** Organisationernes holdning til uddelingspolitikken på UFM'16.

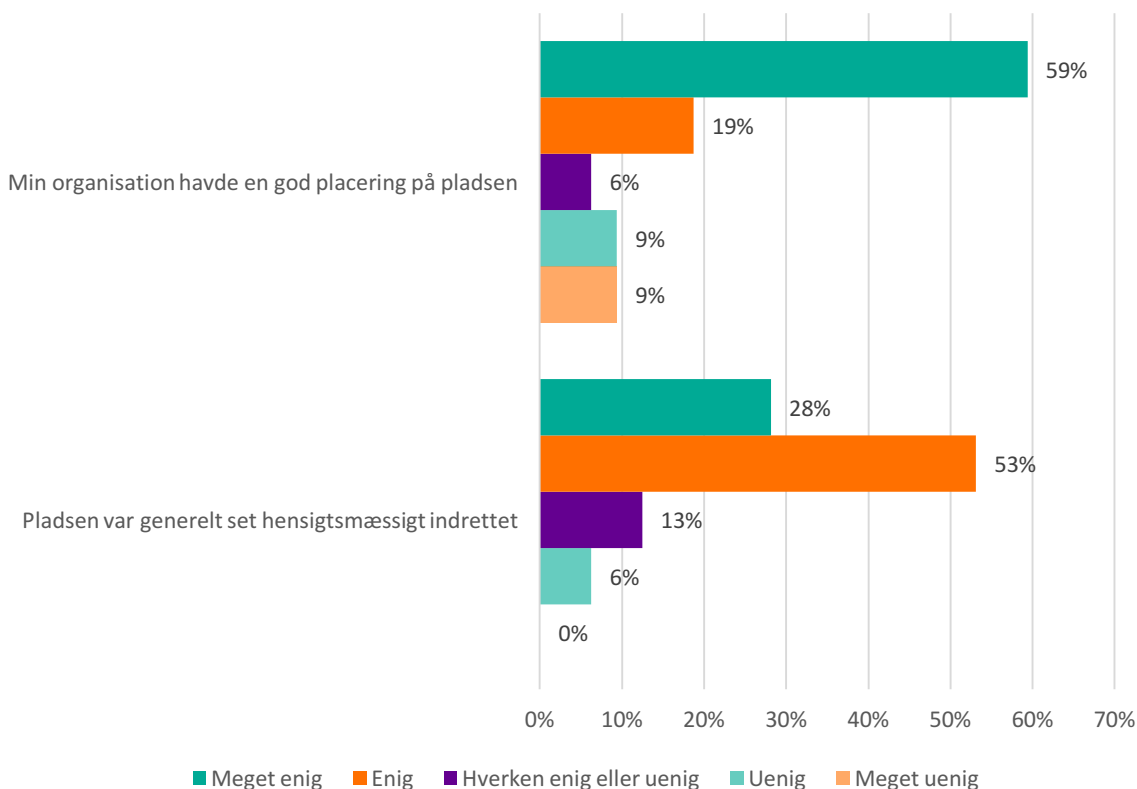


I forhold til papirmateriale mener 31%, at reglerne har været for stramme, mens 44% ikke mener, de har været for stramme. Endelig har vi også spurgt, hvorvidt naboerne har overholdt reglerne. Her siger 32% af de adspurgte, at deres naboer ikke overholdt reglerne for uddeling af mad, drikke og papirmaterialer. Det er tydeligt fra kommentarerne, at det har været frustrerende for organisationer, som har overholdt reglerne, når naboerne ikke overholdt dem. Derudover melder organisationerne, at der har været uklarhed i forhold til tolkningen, så der er yderligere nogle informationsproblematikker forbundet med denne politik, der skal håndteres fremadrettet.

## 5.6. Pladsens indretning

Vi har spurgt ind til organisationernes oplevelse af pladsens indretning, og den plads de havde fået tildelt. Da alle organisationer ikke kan ligge samme sted, har vi forsøgt at fordele pladsen i Søndermarken bedst muligt. De fleste har oplevet, at pladsen har været hensigtsmæssigt indrettet, og blot 6% har været uenige i dette.

**Figur 20:** Organisationernes vurdering af pladsens indretning og deres placering.



Kigger vi på, hvor tilfredse organisationerne har været med deres placering, viser det sig, at de fleste har oplevet, at de har haft en god placering. 59% vurderer, at de havde en meget god placering, og 18% er uenige i, at de havde en god placering. Det vil formentligt altid være svært at indrette det således, at alle er stillet lige godt. Ikke desto mindre må det være en målsætning at alle, som minimum, kan være tilfredse med den plads de er blevet tildelt, og at ingen stadepladser føler sig overset eller forbigået og er henlagt i "gyder", som enkelte organisationer skriver, de har oplevet. Her er en mulighed bedre skiltning, forbedring af "veje" og flere åbne pladser, så der ikke eksisterer "gyder" og andre uhensigtsmæssige placeringer.

## 5.7. Logistik

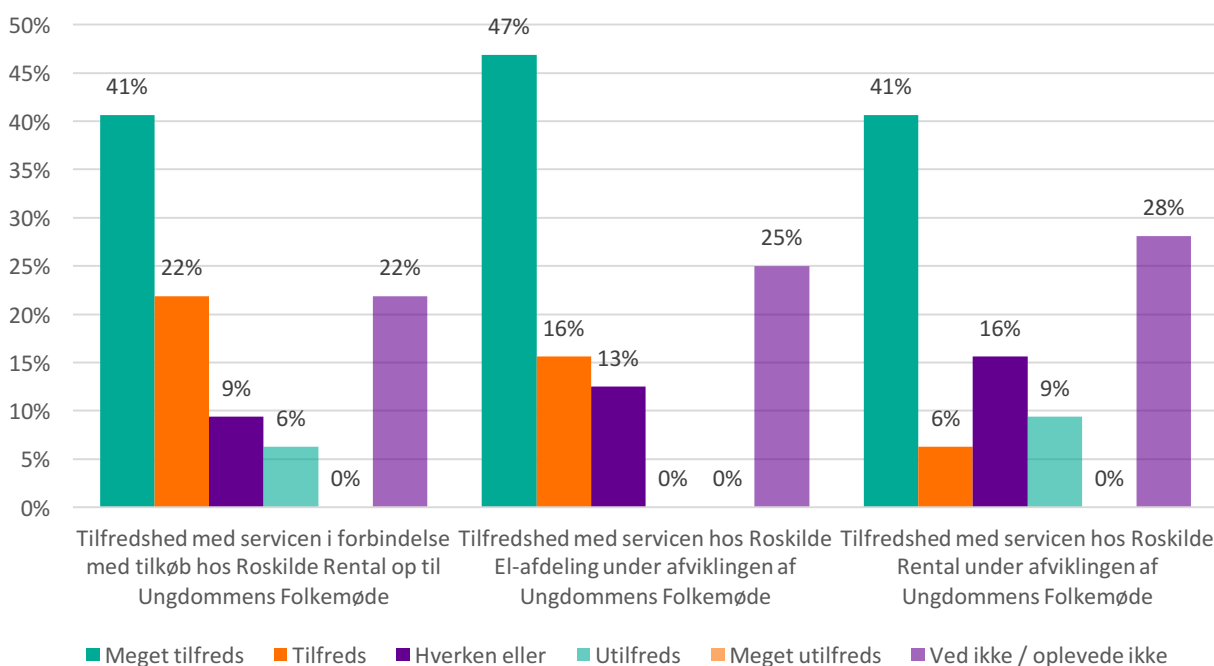
Vi har valgt at måle på to primære logistiske elementer. 1) Organisationernes mulighed og tilfredshed med at leje grej fra vores leverandør, Roskilde Rental, og den service der fulgte med op til og under afvikling. 2) Logistikken for etableringen af stadepladser med organisationernes eget grej.



### 5.7.1. Materiel og service hos Roskilde Rental

Udover organisationernes mulighed for at medbringe eget grej, gav Ungdomsbureauet i samarbejde med Roskilde Rental muligheden for at tilkøbe grej fra Roskilde Rental til brug i staderne. Her har 6% før UFM'16, og 9% under, udtrykt utilfredshed med servicen fra Roskilde Rental.

**Figur 21:** Organisationernes tilfredshed med servicen hos Roskilde Rental og Roskilde El.



For dem, som havde brug for service fra Roskilde Rental under selve UFM'16, var 9% utilfredse med den service de fik, mens 47% var tilfredse eller meget tilfredse. Det skal her nævnes, at det højst sandsynligt kun er dem, der oplevede problemer, som har svaret inden for spektrum, og 44% enten ikke oplevede et behov for Roskilde Rental under afviklingen, eller har meldt hverken eller, hvilket sandsynligvis overlapper samme kategori. Det har forhåbentligt ikke været alle stadepladser, som har oplevet et behov for service fra Roskilde Rental under afvikling, men dem, der har haft det behov, skal selvfølgelig serviceres effektivt. En enkelt organisation oplevede, at de havde kontaktet Roskilde Rental under afvikling i forbindelse med materiel, de ikke havde fået leveret, og at Roskilde Rental aldrig rettede op på manglen. Det kan hurtigt blive kaotisk under afviklingen, og der kan være meget travlt, men folk skal selvfølgelig have den service, de har krav på. Vi må derfor se, om der er noget i vores arbejdsgange, som kan forbedres næste år.

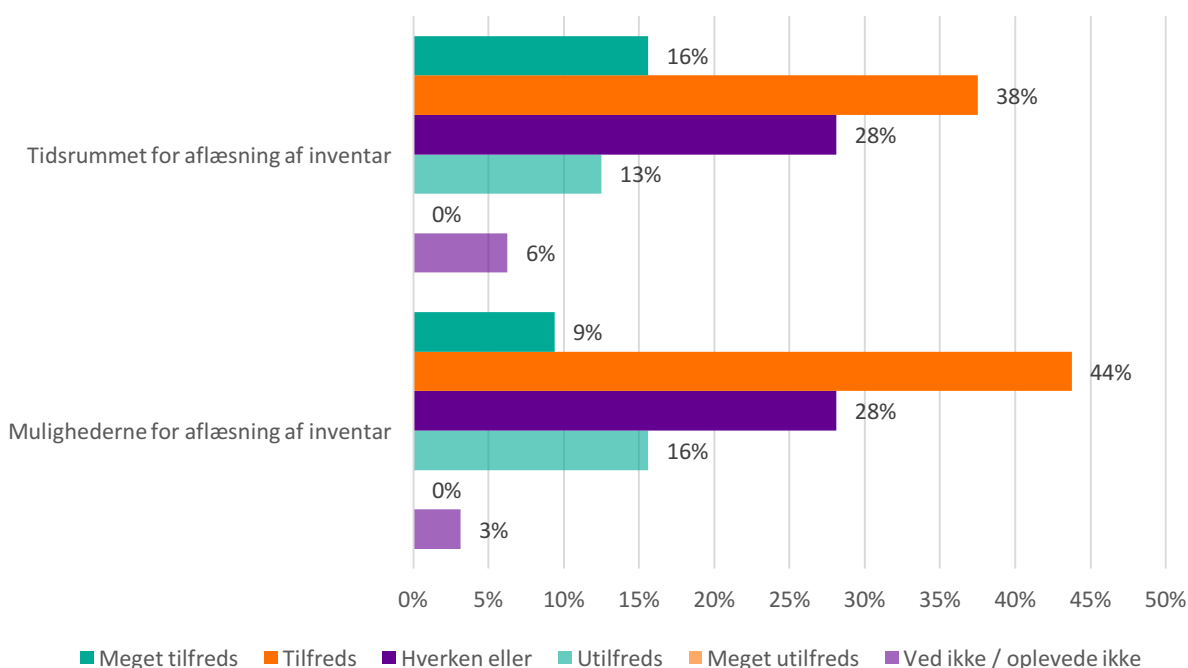
### 5.7.2. Aflæsning

UFM bygges af mange forskellige aktører, og der er begrænsede adgangsveje til Søndermarken. Den logistiske udfordring er derfor stor. Organisationerne havde

mulighed for at aflæsse inventar med varevogn i en drop-off zone på en sidevej til Valby Langgade. Fra zonen kunne de låne en trækvogn til at transportere inventar til stadepladsen. Der var mulighed for aflæsning i begrænsede tidsrum onsdag eftermiddag, inden UFM'16s start, og om morgenerne på de to UFM-dage inden selve programmets start.

Vi har valgt at måle på organisationernes tilfredshed med denne løsning, samt tilfredsheden med tidsrummet.

**Figur 22:** Organisationernes tilfredshed med aflæsningsløsningen.



Her er 53% tilfredse med aflæsningsmulighederne, mens 16% er utilfredse. Da organisationerne består af medarbejdere med arbejdstider, har vi også spurgt ind til, hvordan tidsrummet for aflæsning har fungeret for dem. Her melder 13% utilfredshed med tidspunkterne mens 54% er tilfredse.

### 5.7.3. Konklusion

Tidspunkterne for aflæsning fungerede ikke for alle organisationer. Derudover var der et begrænset antal trækvogne, hvilket skabte flaskehalse. Generelt er der blevet udtrykt "stor ros til den logistiske ledelse", omend nogle organisationer oplevede at sidde fast i flaskehalse og vente længe på trækvogne, hvilket selvfølgelig skabte frustration og medførte, at organisationer måtte arrangere opsætning uden for medarbejdernes normale arbejdstid.

## 5.8. Informationstilgængelighed, website og app

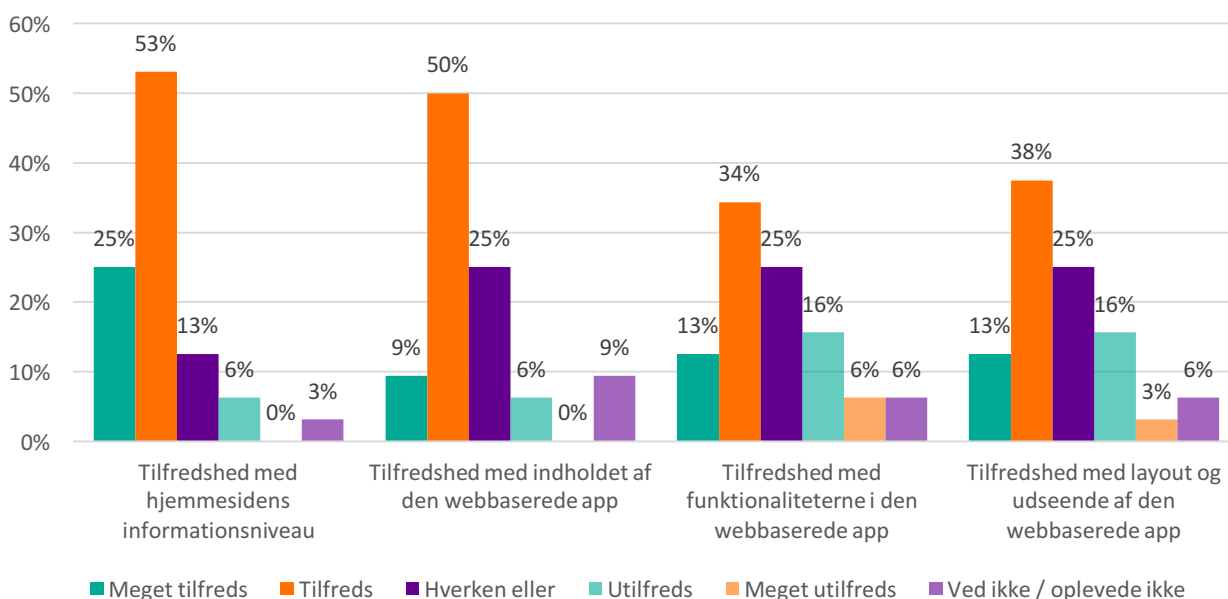
Der er et stort kommunikationselement forbundet med forberedelse og afholdelse af UFM. Under afviklingen er der behov for et program, hvor deltagere og organisationer kan orientere sig om, hvad der foregår, samt praktiske informationer og sikkerhedsinformationer. Derudover har de deltagende organisationer brug for mange informationer i forbindelse med forberedelsen af deres stadeplads, og Ungdomsbureauet har derfor haft en hjemmeside for at gøre de mange oplysninger tilgængelige, skrevet en arrangørhåndbog med praktiske informationer, regler, forventninger og deadlines, samt udviklet et webbaseret program til at organisere tilmeldinger og kommunikation mellem Ungdomsbureauet og organisationerne. Vi har spurgt ind til tilfredsheden med website og app, samt med arrangørhåndbog.

### 5.8.1. Website og app

En stor del af informationsdelingen i planlægningsfasen af UFM går gennem hjemmesiden, hvor organisationerne kan indhente den fornødne information, de skal bruge omkring det praktiske, deadlines og andet. Derudover var der udviklet en specifik webapplikation (app) til at håndtere tilmeldinger og kommunikation mellem organisationerne, Ungdomsbureauet og deltagere. Det er derfor et vigtigt parameter at vurdere tilfredsheden med webløsningerne.

Vi har spurgt ind til tilfredsheden med informationsniveauet på hjemmesiden, og her melder 78% tilfredshed eller meget stor tilfredshed.

Figur 23: Organisationernes tilfredshed med hjemmeside og app.



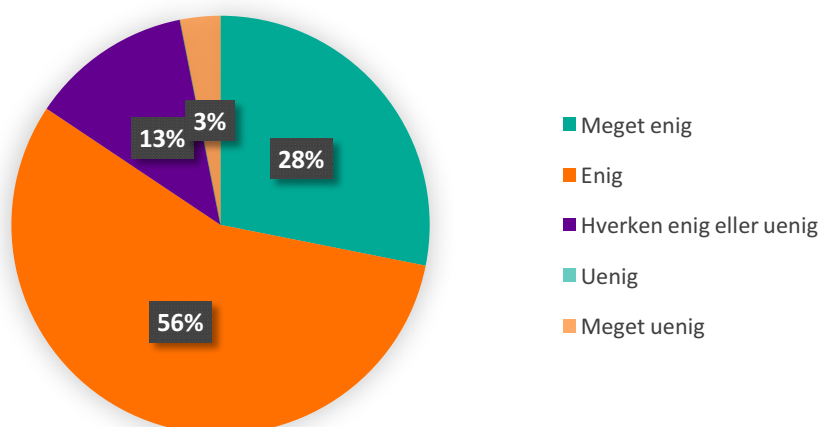
Vi har også spurgt ind til tilfredsheden med informationsniveauet i app'en. Her er 59% tilfredse eller meget tilfredse. Derudover har vi spurgt ind til funktionerne i app'en. Her er der blot 47%, der erklærer sig enige eller meget enige i, at de er tilfredse med de funktioner, programmet var udstyret med. Kigger vi på kommentarerne, som organisationerne har givet, tegner der sig også et billede af, at app'en ikke har fungeret som man kunne håbe.

Endelig har vi også spurgt ind til tilfredshed med layout og udseende af det webbaserede program. Her melder 19% utilfredshed med layout, mens 51% er tilfredse.

### 5.8.2. Arrangørhåndbog

Vi er interesserede i, om de deltagende organisationer har fundet arrangørhåndbogen brugbar. 84% har erklæret sig enig i, at de kunne finde svar på deres spørgsmål.

**Figur 24:** Arrangørhåndbogen var brugbar og gav mig svar på mine spørgsmål.



### 5.8.3. Konklusion

Kontakten til organisationerne er uhyre vigtig for samarbejdet, og en af de måder, hvorpå kommunikationen og informationsdelingen kan lettes, er gennem hjemmesiden. Her kan der arbejdes videre med udviklingen af webapplikationen, så den lever op til forventningerne. Derudover har der generelt været tilfredshed med informationsniveauet på den almindelige hjemmeside samt arrangørhåndbogen.

## 5.9. Afsluttende konklusioner på organisationsevalueringen

Overordnet har organisationerne været glade for at deltage på UFM'16 og oplevet det som en succes. Mange har formået at konvertere mødet med unge og processen omkring deltagelse til værdiskabelse, idéudvikling og engagement i organisationen.

Et af kerneelementerne i UFM og samarbejdet med organisationerne har været organisationernes workshops. De har været et nyskabende element og et eksperiment, men det har også været det mest udfordrende element. En række organisationer oplevede, at de tilmeldte til workshoppen simpelthen ikke dukkede op. Workshoppen format vil vi derfor gentænke til næste UFM. Ikke desto mindre fik mange organisationer noget ud af at afholde workshops.

Servicen i forbindelse med workshopudvikling fra Ungdomsbureauets side var tilfredsstillende for organisationerne, men de organisationer, som oplevede frafald, var naturligvis frustrerede over at have lagt så mange kræfter i workshopopbygningen for så at stå med en halvtom workshop. Frafaldet kan skyldes mange ting: Nogle workshops lå sent på dagen, så deltagerne var gået hjem på trods af de var tilmeldt, mulige miskommunikationer og manglende engagement fra deltagere. For at sikre frafaldet ikke gentager sig næste år, er en række initiativer allerede blevet overvejet, for eksempel at sætte en kontakt og dialog op mellem workshops og deltagere allerede inden afholdelsen af UFM'17. Derudover vil selve workshopformatet også blive gentænkt for at højne kvaliteten og engagementet i workshops. Det er vigtigt at huske på, at 78% af organisationerne havde en god oplevelse i forbindelse med workshopafviklingen. Grundlæggende er workshop-konceptet godt, men det skal finpudses og implementeres bedre.

Endelig har organisationerne også været yderst tilfredse med samarbejdet med Ungdomsbureauet og oplevet professionel service fra sekretariatet.

## **6. Frivilligevaluering**

Det tredje og sidste ben, som UFM står på, er det arbejde, som de mange frivillige lægger i afviklingen og planlægningen af UFM. Uden de frivillige ville der ikke være ressourcer til, at UFM kan gennemføres. Da UFM er et gratis arrangement, er det ikke muligt at lokke potentielle frivillige med adgangsbilletter og andre incitamenter til at investere tid og arbejde i UFM. Der ligger derfor en opgave i at rekruttere de mange engagerede og dygtige frivillige vi skal bruge på andre måder. De frivillige gør det udelukkende af lyst til at være en del af UFM og et socialt netværk, og vi ønsker, at de frivillige oplever, at det også bliver deres UFM og på den måde bliver medskabere af et større projekt. Derfor er de frivilliges oplevelse yderst vigtig for UFM.

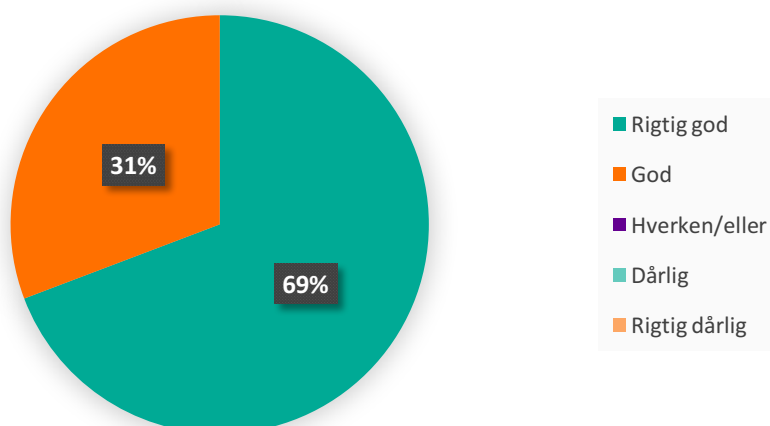
Vi har sendt spørgeskemaer ud til samtlige frivillige gennem de mail-adresser, de har opgivet i deres frivillig-tilmelding. Vi har fået 39 besvarelser fra de 121 frivillige. I spørgeskemaet har vi spurgt ind til deres generelle oplevelser, om de har lyst til at være

med næste år samt det sociale element. Derudover har vi spurgt ind til oplevelsen af informationstilgængeligheden, ledelsen og organiseringen.

## 6.1. Generel tilfredshed

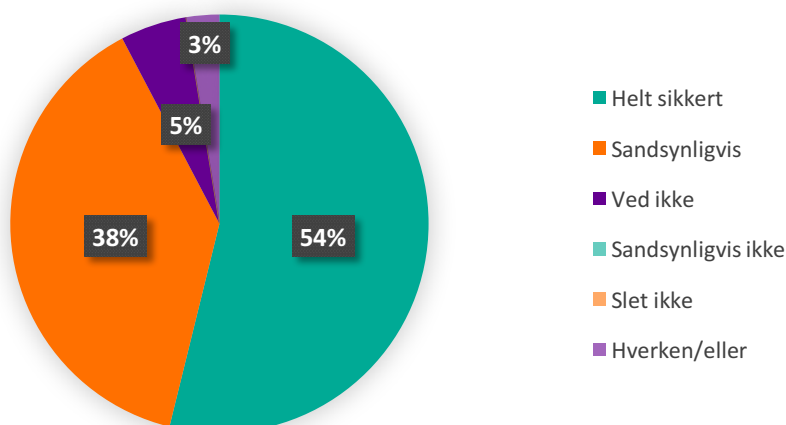
Heldigvis er den helt klare tilbagemelding fra de frivillige, at de synes det var fedt at være en del af UFM'16. 69% af de adspurgte har meldt tilbage, at de synes deres oplevelse på UFM'16 var rigtig god. De resterende 31% synes "blot", det var en god oplevelse.

**Figur 25:** Hvordan var din overordnede oplevelse af at være frivillig på UFM'16?



Da vi selvfølgelig er interesserede i at have de frivillige med næste år, har vi også spurgt ind til, om det ville være noget, de kunne tænke sig. Her har hele 92% af de adspurgte svaret positivt og regner det for sandsynligt eller meget sandsynligt, at de melder sig under fanerne til afviklingen af UFM'17.

**Figur 26:** Kunne du på baggrund af dine oplevelser som frivillig på UFM'16 forestille dig, at du er frivillig igen til UFM'17?

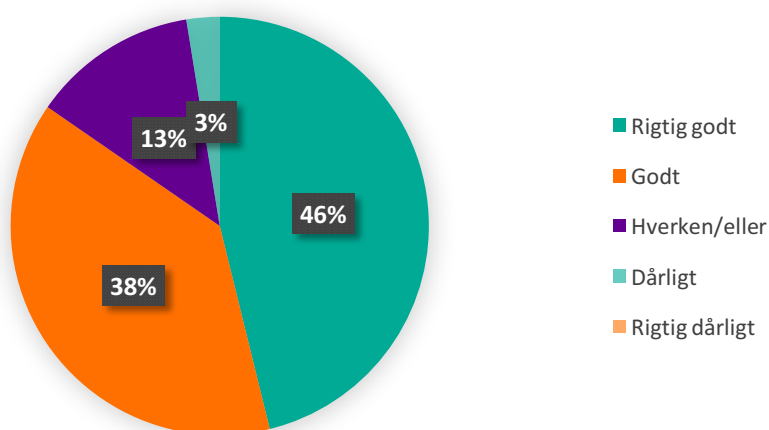


## 6.2. Socialt udbytte

For at de frivillige får en god oplevelse ud af at være en del af UFM, er der en række kriterier, som skal opfyldes. Det skal være socialt tilfredsstillende, sjovt, rart, og i samarbejde med gode mennesker. De frivillige gør det jo trods alt ikke for lønnens skyld.

Vi har derfor spurgt ind til, hvordan de frivillige oplevede de sociale forhold til andre frivillige. Her har 84% af de adspurgte oplevet de sociale forhold som gode eller rigtig gode.

**Figur 27:** Hvordan fungerede de sociale forhold til andre frivillige? [Både i eget team og på tværs]



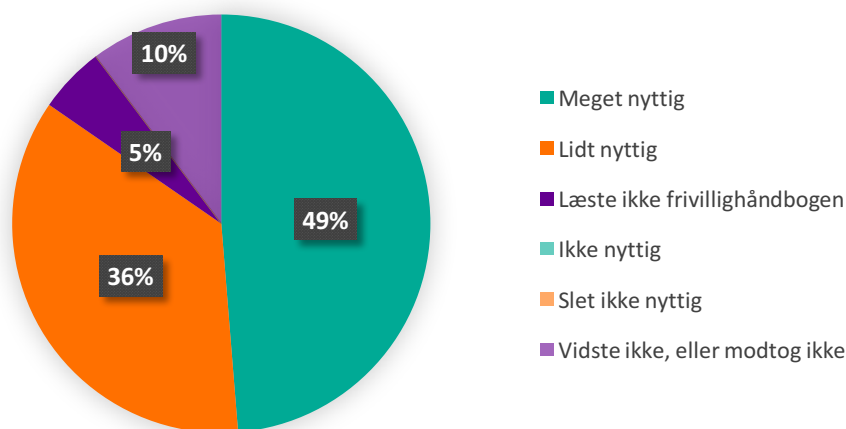
## 6.3. Ledelse, organisation og inddragelse

Udover at det sociale skal fungere, skal de frivillige være ordentligt klædt på til de opgaver, de varetager, så de ikke føler sig usikre. Organisationen og ledelsen af de frivillige skal derudover være velfungerende. Endelig er det også et stort plus, hvis de frivillige oplever, at de er med til at skabe et godt UFM, og er en del af et større projekt som de har en aktie i.

### 6.3.1. Frivillighåndbog og forberedelse

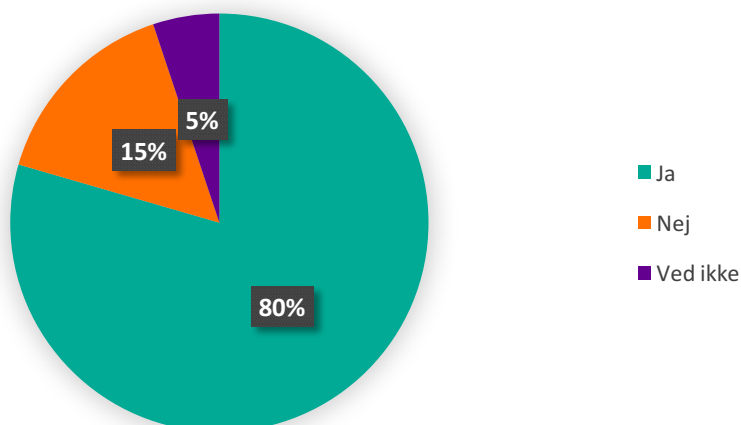
For at de frivillige har en god og tryk oplevelse og kan udføre deres opgaver, er det vigtigt, at de føler sig ordentligt klædt på. Ungdomsbureauet havde i den forbindelse udarbejdet en frivillighåndbog med praktiske informationer. 85% har svaret, at de har fundet håndbogen nyttig.

**Figur 28:** Hvor nyttig var frivillighåndbogen for dig som frivillig?



Vi har også spurgt de frivillige direkte, om de følte sig ordentligt klædt på til at møde på første vagt.

**Figur 29:** Følte du dig klædt godt på til at være frivillig, inden du mødte op til din (første) vagt?



Her svarer 80% af de frivillige, at de følte sig ordentligt klædt på, inden de mødte til første vagt, mens 15% svarede nej. En stor del af nej-besvareelserne kom fra renovationsholdet (en tredjedel). På renovationsholdet var der dog heller ikke mange, som kunne deltage i informationsmødet for frivillige, samt mange sent tilmeldte. Der var ikke den store mulighed for at klæde dem ordentligt på. Ingen har dog meldt utilfredshed når først de var på vagt, og de renovationsfrivillige har i øvrigt ikke haft dårlige oplevelser.

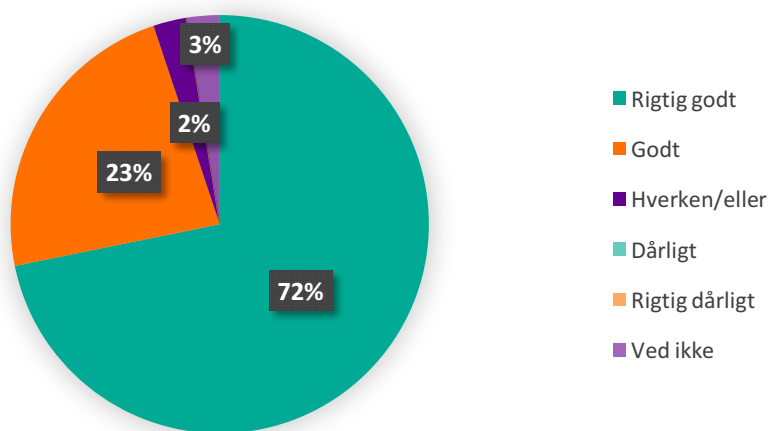


Derudover var det første gang, UFM blev afholdt. Det betyder, at der internt i Ungdomsbureauet var en række ubekendte faktorer i forhold til, hvilke opgaver der faktisk ville opstå, når først afviklingen blev skudt i gang.

### 6.3.2. Ledelse og inddragelse

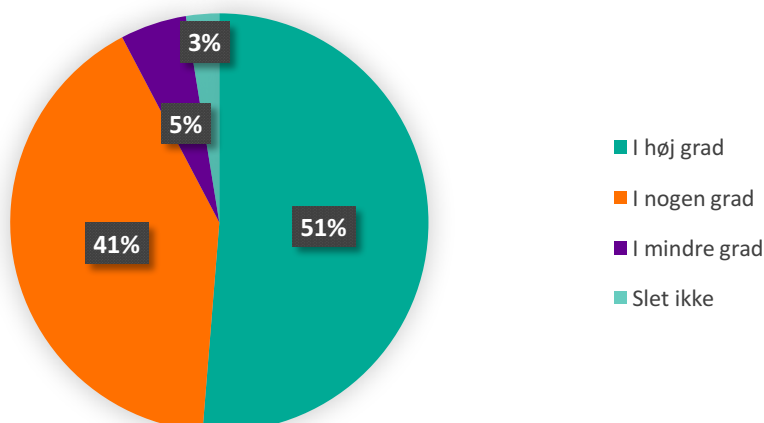
En væsentlig forudsætning for en god oplevelse er, at de frivillige oplever, at deres chefer er dygtige til at varetage deres opgaver. Her melder hele 72%, at deres chef varetog opgaven rigtig godt, og 23% at de varetog opgaven godt. Heldigvis har ingen af de adspurgte været utilfredse med deres chefer.

**Figur 30:** Hvordan varetog din linjefører sin opgave som frivilligleder?



Endelig ønsker vi i Ungdomsbureauet, at de frivillige oplever, at de er med til at gøre UFM til en succes. Her oplevede 51%, at de i høj grad var med til at skabe et godt UFM'16, og 41% i nogen grad.

**Figur 31:** Føler du, at din opgave som frivillig bidrog til et godt UFM'16?



## 6.4. Konklusion

Samtlige af de adspurgte har haft en positiv oplevelse med at være en del af UFM'16-afviklingen. Det er vi super glade for, eftersom de frivillige er en uundværlig del af UFM, når der skal løses et mangefold af opgaver og skabes nærvær og humor på hele festivalområdet. Det organisatoriske under afviklingen har fungeret rigtig godt. Med andre ord har tingene fungeret, når først de frivillige kom ombord på projektet. En stor udfordring er dog selve rekrutteringen.

Fremadrettet vil vi derfor starte rekrutteringen af frivillige tidligere, samt prøve at rekruttere store grupper af frivillige fra eksempelvis produktionsskoler, højskoler og lignende. Samtidig vil fastholdelsen af de frivillige forsøgt opretholdt gennem kommunikationskanaler som Facebook og arrangementer i løbet af året. Derudover har ledelsen og strukturen på de forskellige frivillig-teams fungeret tilnærmelsesvis upåklageligt.

## 7. Tilgængelighedsevaluering

Målsætningen for UFM'16 var at skabe en demokratisk platform tilgængelig for *alle* unge. I samarbejde med Sammenslutningen af Unge Med Handicap (SUMH) blev der udarbejdet en tilgængelighedspolitik baseret på tydelig information, imødekommenhed og ligeværd.

På den baggrund blev følgende konkrete tilgængelighedsindsatser iværksat for at skabe en rummelig festival, hvor eventuelle funktionsnedsættelser ikke blev gjort til handicap:

- Der var lagt fortov rundt på pladsen, så også personer i kørestole kunne deltage. Stierne kunne også hjælpe svagtseende eller blinde personer
- Podie og ramper til Store Scene

- Ramper og trapper til alle madboder
- Fem handicaptolletter
- Fem handicapparkeringspladser
- Udover tydelig skiltning, samt to infostande, var der infopersonale til stede på pladsen til at hjælpe og besvare eventuelle spørgsmål
- I Hyggelunden var der loungestemning og høreboffer til at skabe ro
- Udvalgte arrangementer på scenerne blev tegnsprogstolket af tolkestuderende
- Derudover var der fokus på tydelig information på hjemmesiden, overblikskort og -video over pladsen mv.

Den overordnede tilbagemelding er, at ovenstående indsatser fungerede efter hensigten. SUMH deltog torsdag den 8. september med syv personer med forskellige funktionsnedsættelser. De var alle meget positive over UFM'16s design, der i stor udstrækning tilgodeså mange typer af funktionsnedsættelse, ligesom mange andre festivaldeltagere også kunne drage nytte af indsatserne. Udgangspunktet for tilgængelighedsindsatserne har netop været, at faciliteterne blev benyttet af en mangfoldig deltagergruppe. For eksempel blev podiet ved Store Scene både brugt af personer i kørestol, samt af andre festivaldeltagere. Det samme gælder skiltning, fortov, infostandere og -personale, etc.

Der er ikke nogen konkret opgørelse over, hvor mange personer hvis deltagelse har været under forudsætning af tilgængelighedsindsatserne, men vi har kun fået positive tilbagemeldinger omkring indsatserne fra dem i målgruppen, vi har været i kontakt med. Derudover er der tilfredshed med symbolværdien i at tænke tilgængelighed ind i festivalens overordnede design, forhåbentlig til inspiration for lignende arrangementer. Endelig kan vigtigheden af en tidlig tilgængelighedsindsats ikke understreges nok. Det har gjort indsatserne mere gennemtænkte og lettere at gennemføre, at tilgængelighed er tænkt ind i UFM fra projektets start.

Til næste år kan der med fordel være endnu mere infopersonale og frivillige, der har et forhåndskendskab til UFM. Der kan desuden tænkes endnu mere over multifunktionaliteten ved fortovet, for eksempel farvekoordinering af gulvet i særlige zoner, så man lettere kan finde rundt på pladsen. Der kan med fordel tænkes yderligere i at nå ud til målgruppen for tilgængelighedsindsatserne gennem SUMHs medlemsorganisationer og ved samarbejde med STU'erne (Særlig Tilrettelagt Ungdomsuddannelse).

## Tredje del

### 1. UFM fremadrettet

I et forsøg på at evaluere på et meget komplekst projekt med omfattende elementer og en lang tidslinje, kan vi i korthed konkludere at vi fra Ungdomsbureauets side, i al ubeskedenhed, er meget stolte af afviklingen af Ungdommens Folkemøde (UFM). Vi mener, vi har leveret et solidt og succesfuldt bidrag til unges demokratiske dannelse og samfundsengagement i 2016. Vores vigtigste målgruppe, de 20.000 deltagende unge, har fået en demokratisk vitaminindsprøjtning og inspiration til at tage større del i samfundet. Underviserne har udvist stor interesse og begejstring for det faglige og sociale udbytte og fortæller, at de allerede glæder sig til 2017. Og så har organisationerne leveret spændende arrangementer, fået en masse ud af deres deltagelse og ser frem til, at de kan deltage igen. Derudover har medierne udvist stor interesse for ungdommens ve og vel i dagene omkring UFM'16, hvilket giver os troen på, at UFM for fremtiden kan være stedet, hvor medier orienterer sig og bliver inspireret i unge-dagsordener. Vi kan derfor med sikkerhed sige, at vi har startet en dansk demokratisk tradition, som vi vil arbejde hårdt for at forankre endnu mere i den danske bevidsthed i de kommende år.

Mange af ambitionerne for UFM'16 er blevet indfriet, og vi har oplevet stor tilfredshed fra samtlige samarbejdspartnere og deltagere. Infrastruktur og de logistiske elementer fungerede over forventet, og indholdet levede også op til forventningerne. Der er heldigvis en del udviklings- og forbedringspotentialer. Frem mod 2017 vil vi især fokusere på følgende indsatsområder:

- Bedre tiltrækning af den ældre del af målgruppen
- Forbedre workshop-formatet og tilmeldingsproceduren
- Forøgelse af det generelle deltagertal om eftermiddagene
- Inddragelse af socialt udsatte unge
- Udvikling af en app, der i større grad gør det muligt at orientere sig i det mangefold af aktiviteter, der foregår i de to festival-dage
- Få unge fra hele Danmark til at deltage i endnu større grad

Vi arbejder med at udfolde de forskellige indsatsområder. Kort ridset op vil vi arbejde på at styrke indsatserne på følgende måder:

- Bedre tiltrækning af den ældre del af målgruppen.
  - o Dette vil vi sikre ved at lave fokus-grupper blandt studerende på videregående uddannelser for at høre, hvad der tiltrækker dem. Derudover

- vil vi forsøge at booke en intellektuel stjerne til at tale på en scene, der i større grad kan tiltrække studerende fra boglige studier.
- Bedre og mere fokuseret markedsføring til denne målgruppe
  - Forbedre workshop-formatet og tilmeldingsproceduren
    - Vi korter workshop-længden ned til 1.5 time. Derudover sørger vi for at etablere kontakt mellem workshop-tilmeldte og organisationer, så de kan kommunikere på forhånd. Derudover laver vi en workshop-skranke, hvor unge kan henvende sig for at få anvist plads i ledige workshops.
  - Forøgelse af det generelle deltagertal om eftermiddagene
    - I samarbejde med DRs Musikarium og Roskilde Festival arbejder vi med at lave et eftermiddagsprogram på Store Scene, der med en kulturel profil skal forsøge at holde på de deltagere, der er mætte af debat og samtale, samt tiltrække nye unge, der har været i skole eller på arbejde hele dagen.
  - Få unge fra hele Danmark til at deltage i endnu større grad
    - Vi forsøger at få et tog fra Aalborg og et fra Esbjerg, der sammenkobles i Fredericia, til at fragte unge fra hele landet til Søndermarken. Derudover har sekretariatet planlagt en turné i Jylland og på Fyn i vinteren 2017 for at rekruttere uddannelsesinstitutioner og undervisere fra alle fem danske regioner.

I forhold til inddragelsen af socialt udsatte unge har vi reelt ikke noget data på deres deltagelse i UFM'16. Vi ved ikke, om vi har formået at tiltrække og inddrage denne gruppe, men vores fornemmelse er, at det ikke er lykkedes i den grad vi ønsker. Derfor arbejder vi sammen med en række organisationer, som arbejder med forskellige former for udsatte unge, om at udvikle og søge en pulje midler hos en fond, som udsatte unge kan modtage til at udvikle aktiviteter og arrangementer under UFM'17.

# PARTNERE OG SPONSORER



**POLITIKEN**

**TUBØRG  
FONDET**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



KØBENHAVNS KOMMUNE



**ROSKILDE FESTIVAL**



**spar nord**  
FONDEN

F R E D E R I K S B E R G  
K O M M U N E



forlaget © columbus

# UFM '16

Tak til stædeholderne, fordi I lytter til ungdommen  
Hilsen Ungdomsbureauet, arrangerer af Ungdommens Folkemøde '16

## UNGDOMSBUREAUET

CEPOS  
Center for Political Studies

ROSKILDE FESTIVAL

ERHVERVSSKOLERNES  
ELEVORGANISATION

EN AF OS

Enhedslisten

BRANDBJERG  
HØJSKOLE

FAIRTRADE

FTF

FDF

FOLKEKIRKEN

Engineer  
the future

FRYSHUSET

Fuld  
af liv

#GADEIDRÆT

HØRT

POLITIKEN

GL  
GYMNASIESKOLERNES LÆRERFORENING

grundtvigskforum  
KIRKE SKOLE KULTUR SAMFUND

C

GRÆNSEFORENINGEN  
FOR EN ÅBEN DANSKHED

KFUM KFUK

MINISTERIET

Mission Øst  
- ryd op der, når frem

CePI

LA

danske  
gymnasieelevers  
sammenlutning

AKADEMIKERNES  
ambitiøse AKASSE

DI  
Dansk Industri

ALTERNATIVET

SOCIALDEMOKRATERNE

HOVEDSTADEN

NAU  
NETVERKET AF UNGDOMSRÅD

FRIVILLIG

Mellemfolkeligt Samvirke  
actionaid danmark

OLYMPISKE  
LEGEPLADER

FORBRUGERRÅDET  
TÆNK

ungdomsskolen

DEA  
VI FREMMER VIDEN

UN City  
COPENHAGEN

CONCITO

DGI

FU

OUF  
DANSK UNGDOMS FÆLLESRÅD

UU  
KØBENHAVN

EUROPEAN UNION

FINANSRÅDET

mino tænk

TVÆRS  
DR

TDC Group

PLS

Landsammenslutningen  
af Handelskoleelever

RAPOLITICS

FREDERIKSBERG  
KOMMUNE

norden  
Nordisk Råd

radikale B

Danske Professionshøjskoler  
University Colleges Denmark

Yngresagen

SF

Lænnen

UngEnergj

AMERICAN  
OVERSIGHT

VENSTRE

DEN RYTMISKE  
HØJSKOLE

ARBEJDERMUSEET  
& ARBEJDERFAGLIGENS BIBLIOTEK OG ARKIV