

Folkemødet

Guide til arrangører

Juni 2013

Ver. 1.0

Mark Benfeldt Kjær

prXpress.dk

mark@prxpress.dk

twitter: @markkjaer

Hvorfor Folkemødet?

Efterhånden er flere og flere organisationer, virksomheder og institutioner begyndt at valfarte til Folkemødet - og med god grund. Intet event kommer i nærheden af, at give så mange muligheder for at støde på toppolitikere, meningsdannere og andre beslutningstagere i Danmark.

Når man ser konkurrenterne lave prangende debatshows med kendte ordstyrere fra tv, ministre og eksperter fra branchen, får de fleste lyst til at være med. Når man har været der, er man ganske enkelt ikke i tvivl om, at det er vigtigt at være med.

Har du et politisk budskab, giver Folkemødet et slaraffenland af muligheder for at sætte dem i fokus og åbne døre til indflydelse. Selv hvis du beslutter dig for et typisk reklamearrangement, hvor man i princippet kan nøjes med at sætte et telt med en stor bannerreklame op, hyre et band og servere gratis øl.

Denne guide er primært baseret på erfaringerne fra Toftdal & Co Public Affairs' koncepttelt 'Borgen', som havde en række politiske events med både seminarer, debatter og workshops og sekundært baseret på inspiration fra deltagelse i andre events.

Tag udgangspunkt i CSR

Er du en virksomhed, er Folkemødet et oplagt sted til at fortælle om CSR-indsatserne. Ikke blot giver det mulighed for at bruge dem til at brande virksomheden overfor de mange besøgene, men CSR-indsatserne åbner også op for politikerne, der med større sandsynlighed vil respektere virksomheden, og finde den mere relevant som samarbejdspartner i politiske beslutningsprocesser.

Statistikken

Bornholms Regionskommune arrangerede og afholdt Folkemødet for første gang i 2011. Første år fik 256 events og ca. 10.000 deltagere fordelt på fire dage. I 2012 boomede festivallen med 748 events i det officielle program og fik ca. 32.000 deltagere. 2013 blev en endnu større succes, hvor over 500 organisationer deltog med tilsammen 1324 events. Ca. 60.000 deltagere besøgte Allinge henover de fire dage.

Følg med og deltag i Folkemødet-debatten på twitter: #FMDK

Sådan gør du

Planlæg tidligt

Skal du have et mindeværdigt arrangement, bør du starte tidligt. Indlogering kræver, at man er meget tidligt ude, da der er voldsom stor rift om hoteller og sommerhuse. Det kan være svært at finde et værdigt opholdssted til en kendiskunde i nærheden af Allinge, med mindre du er et år i forvejen. Herudover planlægger politikerne også deres arbejdsprogram lang tid i forvejen, så book aftaler med dem, så hurtigt som muligt.

Budskab

Gør det klart, hvad du og dit bagland vil med Folkemødet. Er det ren reklame, eller har I et politisk budskab, som I gerne vil være dagsordensættende indenfor? Næsten alle organisationer kommer med et politisk budskab, mens de fleste virksomheder vil forsøge sig med et reklamearrangement. Men har man været til Folkemødet bare én gang, vil de fleste virksomheder hurtigt opdage det potentiale, der er i at komme med et politisk budskab, ligesom de helt store virksomheder har.

Teltet

Skal du til Folkemødet, skal du have et telt, eller finde en anden arrangørs telt, at lave et event i. Har du store ambitioner, bør du finde en professionel arrangør, da det giver mulighed for mere eksponering. Du behøver ikke et enormt telt, da det mest af alt handler om kvalitet frem for kvantitet. Hvis det handler om politiske budskaber, er det vigtigere at få inviteret de rette folk frem for et stort publikum.

Et for stort telt kan også give folk en følelse af, at det er tomt og kedeligt, hvilket du for alt i verden vil undgå. Regner du kun med at have et enkelt event, kan du alternativt få fat i en båd i havnen eller benytte dig af bygninger i Allinge såsom biblioteket.



Billede: Folkemødet er fyldt med denne type af telte.

Store events frem for mange små

Der er intet mere kedeligt end en messestand, der kun kan byde på foldere, og et par praktikanter, som fortæller om deres organisation. Men det går længere end det. Har du fået arrangeret et ellers fint lille event med en enkelt toppolitiker og nogle debattanter, kan du nemt risikere, at politikerne aflyser lidt før launch, da rigtig mange andre aktører konkurrerer om at få kendisserne med. Da



Folkemødet er i stadig vækst, vil dette være endnu mere relevant til næste år. Laver du dit arrangement meget interessant for deltagerne, ved at sørge for, at de hver især møder personer, som de kan bruge til noget, eller er på god fod med, vil deltagerne omvendt aflyse aftaler med konkurrerende arrangører, som vil have fat

[prXpress](#)

Tlf: +45 4142 3635

mark@prxpress.dk www.prxpress.dk

i dem. Desuden vil promovning af eventet blive meget nemmere.

Teknik og lyd

Vær sikker på, at der ikke er knas med mikrofonerne og lyden, for så kan et dyrt arrangement nemt gå i vasken. Hyr en tekniker, der har styr på sagerne, og sørg for at få skruet godt op, da det motiverer både deltagere og publikum, og da lyden udenfor teltet nemt kan forsvinde i larmen fra folkemængden.

Dokumentation

Det er sjovt nok de færreste, der har tænkt på at dokumentere deres events, selvom de ofte skaber en masse ny viden, som andre kan være interesserede i. De fleste smartphones har mulighed for at lave lydoptagelser af arrangementerne, hvis ikke I har en kameramand med. En efterfølgende gennemlytning af arrangementet kan desuden gøre dig opmærksom på andre fejl og mangler, som kan forbedres til næste gang, og de væsentligste punkter kan renskrives og sendes til evaluering eller medierne.

Inviter relevante folk til arrangementet

Gør opmærksom på dit arrangement ved at invitere de meningsdannere og beslutningstagere, som emnet vedrører. Hvis bare de rigtige folk er med, bliver et stort publikum ofte irrelevant, men vil sikkert alligevel dukke op, hvis der er kendisser med.

Fængende eventbeskrivelser

Det kan være ganske uoverskueligt at finde frem til spændende events til Folkemødet, når man læser i programmet, der drukner i et hav af arrangementer. Men har du en fængende overskrift til eventet, vil det automatisk tiltrække tilhørere. Til næste år vil endnu flere komme til, og derfor er denne pointe endnu mere vigtig.

Billede: Screen-shot af Folkemødets app, hvor du kan scrolle over tusinde arrangementer ned. Forestil dig, hvor vigtig overskriften bliver, når ingen fremhæves mere end andre.

Uddel flyers og opsæt plakater

Den meget uoverskuelige programguide med over tusinde arrangementer, gør uddeling af flyers endnu mere relevant, hvis man vil sikre sig nogle tilhørere. De fleste sætter pris på, at modtage en flyer, da det som regel betyder at eventet er har en vis størrelse og betydning.

Desuden kan du tiltrække folk til dit telt, ved at opsætte plakater rundt omkring til Folkemødet. Flere og flere gør det samme, så du er nødt til at gøre plakaterne iøjenfaldende mht. størrelse, farver og kreativitet. Sørg for, at plakaterne også kan modstå et par regnskyl med laminering. Kom om onsdagen, dagen før det går løs, og sæt nogle få store plakater de gode steder, inden andre snupper pladserne før dig.



prXpress

Tlf: +45 4142 3635

mark@prxpress.dk www.prxpress.dk

Lad være med at skrive for meget tekst på dine plakater - folk mister hurtigt fokus, når så meget andet spændende foregår i nærheden.

Billede ovenfor: Tydelig skiltning hjælper folk med at finde frem til spændende events, i mellem de mange kedelige.

Borde og stole

Du behøves ikke at fylde hele teltet op med borde og stole, men en 10-30 stk. alt eftter hvor stort teltet er, bør være nok. For mange stole kan få et lokale til at føles lukket, gøre tilhørere passive, og blokere for en eventuel øl- og vandbar i teltet.

Længde af arrangementer

Folk er ofte på farten, og koncentrationen falder hurtigt ved for lange arrangementer. Mindeværdige events bør derfor ikke vare meget mere end 45 min., selv hvis emnet og deltagerne er meget interessante. 45 min. pr. event passer også godt i tråd med Folkemødets prædefinerede program, hvor partierne har faste tider på hovedscenen, hvor andre aktører ikke må afholde events. Og kendisserne, som du har inviteret til eventet, har tid til en kort pause inden de går direkte videre over til at deltage i et andet event.

Valg af tidspunkter

Skal du have størst mulig opmærksomhed om et videnstungt emne, er det mest optimalt at afholde eventet mellem kl. 12-18. Folkemødet starter traditionelt kl. 15 om torsdagen, og tidligere arrangementer får ikke lov til at blive nævnt i programmet, selvom det er tilladt at lave events inden da. Det er ikke helt dumt, at lave events inden, hvis du deler flyers ud, og indbyder deltagere pr. mail eller sociale medier, da mange for længst er ankommet, og går sultne rundt efter at se, hvad Folkemødet har at byde på.



Billede: Du risikerer tomme telte, hvis du starter for tidligt på dagen, mens folk stadig sover ovenpå aftenens fest og networking.

Da de fleste går i byen om aftenen, kan tidlige formiddagsarrangementer fredag, lørdag og søndag ofte ikke tiltrække et ret stort publikum. Er du rent logistisk nødt til at afholde eventet tidligt, så inviter pressen - fx radio - til at dække eventet, så deltagerne viser større engagement.

De sene aftener er også dårlige til seriøse og videnstunge arrangementer, såsom debatter eller seminarer, da folk højst sandsynligt har fået deres første par genstande. Her fungerer underholdning bedre, om det så er comedy, live-musik eller øltelt.

Søndag plejer de fleste at være taget hjem, og er derfor heller ikke den mest optimale dag at udføre arrangementer.

Få en professionel ordstyrer

En ordstyrer kan gøre en kæmpe forskel for at skabe mindeværdige arrangementer. De får deltagerne engageret, afbryder når deltagerne gentager sig, eller kommer af sporet, og fungerer som trækplaster for potentielle tilhørere. Selvom de er dyre, er de som regel pengene værd at hyre.

Billede: Mette Vibe Utzon sikrer god stemning og opmærksomhed til en debat på Folkemødet.



Kendis-effekten

Der er ingen tvivl om, at ministre og andre kendte politikere og eksperter automatisk tiltrækker mange flere tilhørere end ukendte. Får du fx en ordstyrer kendt fra tv og et par ministre med til et arrangement, kan du være næsten sikker på, at ingen aflyser, samt at flere borgere vil finde det interessant.

Placering af telt

Generelt set er Folkemødet vokset så stort, at tidspunkterne for dine arrangementer har meget større betydning for antal tilhørere end placeringen af dit telt. Men for folk som ikke kender Allinge, kan det kan være rart, at vide hvad der kendetegner de forskellige områder. Skal du søge om ny teltplads via Folkemødets sekretariat, er der flere mere eller mindre attraktive steder at opholde sig alt efter hvad formålet med dine events er.



Ved hovedscenen på *Cirkuspladsen* myldrer det med mennesker hele tiden, hvilket gør det legende let at få tilhørere, men hvor larm fra både mennesker, bands eller et tilfældigt naboltefs utidige test af motorcykler til tider kan virke forstyrrende.

Langs havnen er et meget eftertragtet sted, som også er tæt trafikeret, med lidt mindre risiko for generende musik i dagtimerne og et ellers interessant område at gå rundt i, omend enkelte placeringer kan være lidt afskåret fra trafikken. En vigtig overvejelse om havnen er, at teltene ofte ikke kan være ret store, hvilket har betydet, at mange messeagtige



prXpress

Tlf: +45 4142 3635

mark@prxpress.dk www.prxpress.dk

telte er placeret her. De fleste, som har været heldige at få fat i en båd, får ofte lov at beholde den igen, hvilket gør det svært at få tildelt en ny attraktiv plads ved havnen. Her skal der noget exceptionelt til, som skal præsenteres godt i ansøgningen.

Billede: Allinge havn har telte og både, og smelter sammen med indre by.

Danschels Anlæg har de to første år været mindre populært grundet den afsides beliggenhed, men er ved at udvikle sig som et mere attraktivt sted med mindre tivolisering og smuk natur, med rigtig god plads til store telte, som indbyder til enten afslappende lounges eller seriøse debatter, også med bedre plads til eventuel tv-dækning. Næste år vil Folkemødets sekretariat forhåbentlig forbedre den ellers lidt ringe stiadgang til *Danschels Anlæg*.

Indre by mod øst trækker ofte også mange besøgene, og foregår gerne i offentlige bygninger, som stiller lokaler til rådighed for bookning. Eksempelvis havde biblioteket 21 arrangementer i 2013 med vidt forskellige afsendere, og DI hørte til i Klostergården med luftballoner, så byen ikke er i tvivl om hvor de er placeret. Ulempen er mindre eksponering af mere "jordnære" bannerreklamer og knap så frie tøjler for indretning af- og kreativitet i lokalerne.

Nordlandspladsen er generet af at ligge på den anden side af hovedvejen, hvilket hinder et naturligt flow af mennesker i at komme forbi. Men de mere rolige omgivelser giver plads til seriøse arrangementer og lidt bedre teltplads. Hvis Folkemødet stadigt vokser, vil det alligevel være attraktivt at have plads her.

Inviter medierne

Næsten alle regionale og landsdækkende medier er tilstede til Folkemødet, og surfer rundt mellem arrangementer for at fange hurtige indslag. Derfor er det oplagt at invitere udvalgte medier til at komme forbi, enten via mail, eller ved at gå forbi deres telt, og forklare hvorfor dit event fortjener at blive omtalt. Tilbyd at sende materiale og lave interviews med nøglepersoner.

Vær kreativ

Man kan lære meget af Roskilde Festival og andre større musikfestivaler, der har haft mange flere års erfaringer med at tiltrække tilhørere til små events på pladsen imellem koncerterne. Desuden tiltrækker musikfestivaler ofte kreative hjerner, som har kapaciteten til at gøre tunge emner interessante. Vil du og din organisation eller virksomhed opfattes som innovativ og inspirerende, bør du sætte kreativiteten i fokus.



Billede: Domen er hurtigt blevet et vartegn for Folkemødet, der med sin kreative udformning

prXpress

Tlf: +45 4142 3635

mark@prxpress.dk www.prxpress.dk

indbyder mange nysgerrige sjæle til at kigge forbi.

Skab en tradition

Det kan være svært at skabe en tradition, for selvom Folkemødet kun er ganske få år gammelt, har enkelte arrangører allerede etableret traditioner for hvor folk mødes grundet mindeværdige events fra de første år. Det gælder særligt for de sene timer på døgnet, hvor De Konservative torsdag aften har gratis fadøl ved havnen i deres båd, samt Rud Pedersen og Kastors, der sørger for fadøl om fredagen, og PrimeTime, som har øltelt om lørdagen ved havnen. Det er god reklame, at folk lang tid efter kan fortælle historier om hvordan Frank Jensen næsten gik kold, og dansede med VU'erne på bordene til dit event. Og også svært at stille sig i konkurrence med. Men det er ikke umuligt, så måske du kan starte din egen tradition, som ikke nødvendigvis behøver at være et øltelt?

Hvad eventet skal indeholde

Der er et hav af muligheder for hvordan du kan skabe opmærksomhed. Her præsenteres nogle af de typiske:

Seminar: Foredrag med efterfølgende spørgsmål er den mest benyttede præsentationsform til Folkemødet, som er et sikkert valg for de fleste, hvis bare der nogle enkelte trækplastre er med.

Debat: Debatter er også meget brugt, og skaber en lidt mere dynamisk stemning blandt deltagere og tilhørere.

Performance: Fx comedy eller livemusik kan skabe stor opmærksomhed, men er knap så anvendeligt til at fremme en politisk dagsorden.

Workshops: Interaktive workshops hvor publikum involveres, kan ende i meget mindeværdige events, men er også vanskelige at arrangere. Sørg for at den kreative konceptudvikling er i top, og tovholderen ved hvad han laver.

Mad og drikke: Mange steder byder på gratis mad og drikke for at tiltrække tilhørere. Skal det bruges strategisk i sammenhæng med et seminar om dagen, bør der fx være kaffe og vand, mens øl passer bedre til livemusik om aftenen.

I tvivl? Så hyr en professionel

Enhver, der er seriøs med sit arrangement, og ønsker at sætte en politisk dagsorden, bør hyre professionelle som sørger for:

- Sparring og rådgivning før Folkemødet med efterfølgende evaluering
- At vinkle et skarpt budskab i samarbejde med jer
- Teknik og lyd
- Opmærksomhed om eventet via relevante invitationer, flyers, skiltning, m.m.
- Indkvartering
- Presseomtale
- Filmproduktion
- Annoncekampagne
- Åbne for politikere

Held og lykke!



Mark Benfeldt Kjær