**Projektbeskrivelse – De unges kommunalvalg 2017**

Demokrati- og Borgerudvalget arbejder løbende på at fremme politisk engagement og deltagelse blandt Fredericias borgere. Den 21. november 2017 afholdes der kommunalvalg i Danmark. En undersøgelse fra KL’s Nyhedsbrev, Momentum, viser at 63 procent af de 17-24 årige ikke ved, hvad valget handler om.

Derfor ønsker Demokrati- og Borgerudvalget at fremme forståelsen for valgets betydning i de unge menneskers hverdag og skabe en dialog i øjenhøjde med de unge. Det skal bidrage til, at flere unge blander sig i den politiske debat og motivere til højere valgdeltagelse blandt de 18-24 årige.

Derfor opretter Demokrati- og Borgerudvalget et valgprojekt, der skal være med til:

* At gøre opmærksom på at lokalpolitik og kommunalvalget har stor indflydelse på hverdagen for Fredericias unge.
* At skabe en dækning af problemstillinger, der er relevante for Fredericias unge ved at give de unge deres egen stemme.
* At afprøve andre måde at ramme Fredericias unge med relevante nyheder om politik – det gælder f.eks. valg af emner, vinkling, sprog og medier – herunder sociale medier.

For at skabe en troværdig vurdering af relevante emner og en formidling i øjenhøjde vil udvalget få unge i Fredericia til at formidle valget til deres jævnaldrende.

Projektet oprettes som et samarbejde med Fredericia Dagblad, der står for både den redaktionelle ekspertise og vejledning af en række unge Fredericianere, der med forskellige udgangspunkter (geografisk, uddannelsesmæssigt mm.) skal rapportere om valget.

Projektet omfatter:

* Udnævnelse af en projektleder hos Fredericia Dagblad, der har det daglige ansvar for projektet.
* Ansættelse af 6-8 unge/studerende fra Fredericia som valgreportere.
* Undervisning, vejledning og sparring til de unge valgreportere, der med fast interval skal producere nyheder og debat om valget.
* Fast spalteplads til projektet i Fredericia Dagblad – på print og på nettet.
* Afprøvning af sociale medier i dækningen – f.eks. Instagram, Facebook live og Snapchat.

Projektperioden er på 3 måneder med opstart 1. september 2017. Projektet evalueres efter kommunalvalget.

**Økonomiske konsekvenser**

Der afsættes 100.000 kr. til projektet. Herudover afsættes 60.000 kr. til annoncering bredt i lokale medier, bl.a. i forbindelse med KL’s kampagne: ”Tænk dig om før du ikke stemmer”.