

Værktøjer til bedre borgerdialog på Østerbro på baggrund af ideer fra ØLU-seminar

	Værktøj/ metode	Positivt	Negativt	Opsøgende	Inddragende	Meninger mødes	Meninger høres	Netværks- dannende
Gode værktøjer	Skabelon for hørings svar	* Huskeseddel * Hjælp til at holde fokus	Sovepude?					
	Pop-up aktiviteter Campingvogn	* Fleksibelt, genkendeligt og identitetsskabende for ØLU * Møde folk hvor de er * Synlighed * God til indsamling af umiddelbare input * Kan bruges til små møder i bydelen	* Kræver bemanding * Kræver opbevaring og vedligehold * Ikke velegnet til lange workshops (langstrakt idéudvikling) * Dyr investering der forpligter	God	God	Middel	God	God
	Surveys	* God overblik * Nemt * Mange synspunkter kan samles hurtigt	* Ingen dialog Meget opfølgning og efterbehandling	God	God	Middel	God	Dårlig
	iPads	* Mobilt og hurtigt * Henvender sig til unge * kan nemt lave statistik	* Tekniske problemer? * Risiko for tyveri?	God	God	Middel	God	Dårlig
	Måle interesseområder fx via elektroniske platforme	* Umiddelbar interessetilkendegivelse * Nemt for borgerne * Mange synspunkter kan samles hurtigt * Overblik og pejlemærker Kan skaleres op/ ned	* Meget opfølgning og efterbehandling * Ingen dialog	God	God	Middel	God	Dårlig
	Fast overskrift "Borgerdialog" i dagsordenen	* En tilbagevendende huskeseddel * Hjælp til at holde fokus * Dokumentation	* Sovepude?					
	Temalaboratorier	* God til åben dialog * Kan fungere godt i fagudvalg/temagrupper * Kan skaleres	* Kan være svært at holde fokus og proces * Ressourcekrævende * Kræver meget forberedelse og opfølgning	God	God	God	God	God
	Facebook - herunder ØLU- møder annonceres	* God til at skabe debat (Forudsætning at LU-medlemmer er aktive) * En målgruppe der kan være svær at ramme	* Uforpligtende * Svært at samle op på * Særlig målgruppe * Ressourcekrævende	Middel	God	God	Middel	God
Gode værktøjer men bruges sjældent	Infostandere el. A-skilte	* Formidlingsmedie * Skaber synlighed * God til korte budskaber * Kan skabe viden, nysgerrighed billigt * Kan benyttes til større projekter	* Kun god til korte budskaber * Skal kæmpe om opmærksomheden i bybilledet * Envejskommunikation * Tidskrævende at ajourføre * Svært at definere målgruppe	Dårlig	Dårlig	Middel	Middel	Middel
	Samarbejds møder	* God dialog * Meninger mødes * Løsningsfokuseret	* Kan være tidskrævende for deltagere * Kræver megen forberedelse					God
	e-boks-besked til alle borgere	* En måde at ramme alle borgere * nyttig i forbindelse med fx opstillingsmøde	* Ikke alle bruger e-boks * kan ses som spam * virker kun til enkelte situationer	God	Middel	Dårlig	Dårlig	Dårlig
	Etnografisk feltarbejde - undersøg hvert kvarter	* kan give et indblik i, hvem Østerbros borgere er * Bidrage med basisviden * Indblik i en praksisorientering fremfor mening	* Er en kvarterinddeling reelt meningsfuld? * Tidskrævende proces * Kræver ekspertviden	God	God	Dårlig	Middel	Middel
	Målgruppeanalyser	* Giver indblik i, hvem Østerbros borgere er * God til at målrette metoder	* Skal sættes i en sammenhæng for at give mening * Er ikke et inddragelsesværktøj i sig selv * Tidskrævende * Kræver ekspertviden	God	God	Dårlig	Middel	Dårlig
	Aktionsforskning i samarbejde med universiteterne	* Nye vinkler og input * Får begrebet koblet på * Formidling af holdninger * Test af metoder og holdninger * Gratis - flere ressourcer	* For teoretisk * Mangler konkret handling og virkelighedsnærhed * Vil kun kunne bruges i få situationer * Skal ikke bruges for ofte	God	God	Dårlig	Middel	Middel
	Årlig nytårskur			Middel	God	Middel	Middel	God
	Bydelrettet, hustandsomdelt avis, 1-2 gange årligt	* Skaber synlighed som formidlingsmedie * Identitetsskabende * Mulighed for at fortælle nuanceret historie om ØLU * Kan skabe viden og nysgerrighed	* Envejsdialog * Tidskrævende * Dyrt * Tvivl om målgruppen?	Dårlig	Dårlig	Middel	Middel	Middel