

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

Platform	Funktion	2024	2025
Hjemmeside Christianshavns Lokaludvalg Christianshavns Lokaludvalg (kk.dk)	Hvad bliver hjemmesiden brugt til? Hjemmesiden bruges til at finde information om lokaludvalget, dets arbejde og arbejdsgrupper. Her finder man høringssvar, nyheder, kalender, byudviklingssager, som lokaludvalget følger. Hjemmesiden besøges oftest onsdag/torsdag, kl. 10, kl. 13 og 14. Hvilken enhed besøges hjemmesiden fra: 1) Stationær enhed 72,11% 2) Mobil 25,61% 3) Tablet 2,28 % Der er flest der bruger hjemmesiden den første uge i måneden. Det passer med, at sekretariatet oftest sender nyhedsbreve ud i ugen efter lokaludvalgsmødet.	Antal besøg i 2024 Unikke besøgende: 4.173 Antal sidevisninger: 12.821 Disse sider er besøgt oftest i 2024 (top-5): 1) Forsiden 2) Kalender 3) Søg penge 4) Gravearbejde i Torvegade påvirker bus 2A 5) Møder og høringer Trafik til hjemmesiden generes via: 1) Søgmaskiner 40,2%, 2) Direkte links 29,8 % (nogen skriver www.adressen eller bruge QR-kode, nyhedsbrev) 3) Via Facebook 19,6%.	Antal besøg i 2025 Unikke besøgende: 4.293 Antal sidevisninger: 14.449 Disse sider er besøgt oftest i 2025 (top 5): 1) Forsiden 2) Kalender 3) Medlemmer 4) Søg penge 5) Nyheder Trafik til hjemmesiden generes via: 1) Søgmaskiner 40,7%, 2) Direkte links 30,9 % (nogen skriver www.adressen eller bruge QR-kode, nyhedsbrev) 3) Via Facebook 21,3%.
Det viser tallene	Hjemmesiden har haft en mindre stigning i aktivitet: 120 flere besøg og 1.628 flere sidevisninger end sidste år. Der er sket små ændringer i de mest besøgte sider, hvor <i>Medlemmer</i> og <i>Nyheder</i> nu ligger i top 5. Det kan pege på, at flere læser nyhederne, muligvis pga. links fra Facebook og nyhedsbrevet – samt at valg til lokaludvalg giver interesse for lokaludvalgets medlemmer mv.		

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

	Planen i 2025: Sekretariatet ville forsimple hjemmesiden med færre menupunkter, samt opdateret sprog, links og datoer. Ønsket var at skabe en mere simpel og brugervenlig hjemmeside. - Forenklingen af hjemmesiden er endnu ikke gennemført pga. af manglende tid, bl.a. pga. valg til lokaludvalg og fravær i sekretariatet. Derudover skulle der oprettes en side om valg til lokaludvalg, og så ville vi øge besøg på hjemmesiden via sociale medier (Facebook og Instagram). - En valgside er oprettet: 69 har besøgt siden, og 16 har downloadet tilmeldingsblanketter. 1452 besøgende (21,3%) kommer fra Facebook, mens kun 22 (0,3%) kommer fra Instagram. Mål for 2026 - Slanke og opdatere hjemmesiden (fortsat fra 2025) - Herunder opdatere byudviklingsprojekterne på hjemmesiden - En flot præsentation af det nye lokaludvalg med opdaterede billeder.		
Platform	Funktion	2024	2025
Nyhedsbrev: Nyt fra Christianshavns Lokaludvalg	1 – 2 gange om måneden udsender sekretariatet et nyhedsbrev. Det sker typisk i ugen efter lokaludvalgsmøderne – og af og til forud for lokaludvalgsmøderne eller når der er et arrangement. Man kan tilmelde sig nyhedsbrevet på lokaludvalgets hjemmeside: Vær med i Christianshavns Lokaludvalg	Tal for nyhedsbrevet i 2024 I 2024 har vi udsendt 18 nyhedsbreve. Antal abonnenter Der er pr. januar 2025: 784 personer tilmeldte nyhedsbrevet Åbningsprocent for nyhedsbrevet spænder i 2024 mellem 120-146%.	Tal for nyhedsbrevet i 2025 I 2025 har vi udsendt 14 nyhedsbreve. Antal abonnenter Der er pr. 8. dec. 2025: 785 personer tilmeldte nyhedsbrevet Åbningsprocent for nyhedsbrevet spænder i 2024 mellem 123-150%.

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

	Nyhedsbrevet bruges til at fortælle om: - Beslutninger fra lokaludvalgsmøderne, fx høringssvar - Promovering af lokaludvalgets arrangementet og pulje - Sager med særlig interesse for lokaludvalget og Christianshavn - Kommunale sager	I nyhedsbrevene klikkes der mellem 86-393 gange på de links, som indgår i nyhederne.	(Procenten er over 100%, fordi flere åbner nyhedsbrevet flere gange.) I nyhedsbrevene klikkes, der mellem 90-282 gange på de links som indgår i nyhederne. (Dvs. flere læser nyhedsbrevet uden at de klikker ind på nyheden på hjemmesiden.)
Det viser tallene	Tallene viser, at der ikke er sket væsentlige ændringer i nyhedsbrevet. Antallet af abonnenter er stort set uændret, der er udsendt lidt færre nyhedsbreve end året før, og åbningsraten er en smule højere end i 2024. Planen for 2025 Sekretariatet vurderede, at nyhedsbrevet fungerer godt i sin nuværende form, men at der er potentiale for flere abonnenter. Derfor ville vi løbende annoncere nyhedsbrevet på sociale medier. Dette er kun gjort i begrænset omfang. Hen over sommeren har vi desuden haft en plakat på torvet samt en annonce i Christianshavneren. Vi planlagde også en mindre ”makeover” af nyhedsbrevet, herunder ensretning af billedstørrelser og linkhenvísninger. Dette er gennemført. Lokaludvalget opfordres fortsat til at dele nyhedsbrevet med bekendte i bydelen. Mål for 2026 • Vil nyhedsbrevet fortsætte som hidtil, men sekretariatet har ideer til lidt nye formatblokke og yderligere to designskabeloner i skuffen, som kan give nyhedsbrevet et visuelt løft. • For eksempel kunne en ny formatblok være ”Vidste du, at... på Christianshavn”, ”Fik du læst...” og lign.		

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

Platform	Funktion	2024	2025
Plakater på Christianshavns Torv	Lokaludvalget har en plakatstander på Christianshavns Torv, hvor sekretariatet opsætter plakater om arrangementer og generel information. Tryk af to plakater koster 620 kr. Standeren udsættes jævnligt for hærværk, og i 2024 gav det en del udfordringer med udskiftning. Trods dette vurderes plakaterne som en billig og effektiv måde at skabe synlighed på. Medlemmer opfordres til at give besked til sekretariatet, hvis standen er blevet udsat for hærværk.	Sekretariatet udarbejdede en plan for plakatstaderen ud fra lokaludvalgets årshjul med det formål, at plakatstanderen ville blive holdt bedre ajour i 2025.	Tal 17 forskellige plakater er blevet sat op på torvet. Det har kostet 10.540 kr. Sekretariatet har fået udskriftet plakatstaderen mindst én gang for 800 kr.
Det viser tallene	Sekretariatet har i gennemsnit opsat 1,4 plakater om måneden. Flowet har været godt, og der er løbende blevet reklameret for lokaludvalgets arrangementer. Sekretariatet har desuden arbejdet på at være bedre til at holde plakatstanderen ajour, og oplevelsen er, at den har stået tom færre gange i 2025 end i 2024. ➔ Se et overblik over plakaterne sidst i dokumentet, som også vidner om lokaludvalgets aktiviteter i 2025. På Facebook har der været enkelte kommentarer om at plakatstanderen er grim og fylder for meget. Mål for 2026 • Sekretariatet vil fortsætte praksis som hidtil.		

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

Platform	Funktion	2025																																																								
Presse og omtale i eksterne medier.	Christianshavneren Lokaludvalget er synlig i Christianshavneren på månedlig basis. Sekretariatet leverer 2-3 historier, samt annoncer til avisen hver gang den udkommer.	Oversigt over annoncer i Christianshavneren i 2025 (CLU's egne aktiviteter) <table><tr><th>Aktivitet</th><th>Antal</th><th>Pris (u. moms)</th><th>Bemærkning</th></tr><tr><td>Mødekalender for 2025</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Svaneflåder</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Ren Vold</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Havnens Pris</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Bydelsmøde</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Christianshavnerdagen</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Borgermøde om stormflodssikring</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Turismemøde</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Vælgermøde</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Byttemarked</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Juletræstænding</td><td>1</td><td>1.926,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>Nytårskur</td><td>1</td><td>2.036,25 kr.</td><td></td></tr><tr><td>I alt</td><td>12</td><td>24.325,00 kr.</td><td></td></tr></table>	Aktivitet	Antal	Pris (u. moms)	Bemærkning	Mødekalender for 2025	1	2.036,25 kr.		Svaneflåder	1	2.036,25 kr.		Ren Vold	1	2.036,25 kr.		Havnens Pris	1	2.036,25 kr.		Bydelsmøde	1	2.036,25 kr.		Christianshavnerdagen	1	2.036,25 kr.		Borgermøde om stormflodssikring	1	2.036,25 kr.		Turismemøde	1	2.036,25 kr.		Vælgermøde	1	2.036,25 kr.		Byttemarked	1	2.036,25 kr.		Juletræstænding	1	1.926,25 kr.		Nytårskur	1	2.036,25 kr.		I alt	12	24.325,00 kr.	
	Aktivitet		Antal	Pris (u. moms)	Bemærkning																																																					
Mødekalender for 2025	1	2.036,25 kr.																																																								
Svaneflåder	1	2.036,25 kr.																																																								
Ren Vold	1	2.036,25 kr.																																																								
Havnens Pris	1	2.036,25 kr.																																																								
Bydelsmøde	1	2.036,25 kr.																																																								
Christianshavnerdagen	1	2.036,25 kr.																																																								
Borgermøde om stormflodssikring	1	2.036,25 kr.																																																								
Turismemøde	1	2.036,25 kr.																																																								
Vælgermøde	1	2.036,25 kr.																																																								
Byttemarked	1	2.036,25 kr.																																																								
Juletræstænding	1	1.926,25 kr.																																																								
Nytårskur	1	2.036,25 kr.																																																								
I alt	12	24.325,00 kr.																																																								
	Annoncer til Christianshavneren Plakaterne på torvet er ofte de samme, som de annoncer, lokaludvalget sender til Christianshavneren. En annonce i Christianshavneren koster ca. 2036,25 kr. u. moms. I alt har lokaludvalget brugt 24.325 kr. på annoncer i 2025.																																																									
	Andre medier Lokaludvalget er kun i begrænset opfang opsøgende i forhold til andre medier. I forbindelse med omtaler og pressemeddelelser er sekretariatet i tæt dialog med forretningsudvalget, og benytter desuden bydelsplanen som vejledning til at formulere lokaludvalgets holdninger mv. Det er fortsat oplevelsen at lokale medier følger med i lokaludvalgets	I 2025 har vi haft et godt samarbejde med Altinget og Kosmopol, som vi selv har lavet debatindlæg til og koordineret historier med. Her er nogle eksempler på medieomtale i 2025 Debatindlæg i Altinget.dk: Christianshavns Lokaludvalg: Før vi bruger milliarder på CO2-fangstanlæg, må vi kende det reelle klimaregnskab - Altinget Christianshavns Lokaludvalg: Turisterne har overtaget havnebusserne, mens christianshavnerne efterlades på kajen - Altinget																																																								

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

	dagsordner og på Facebook, og at medierne selv finder vej til lokaludvalget, når det er relevant.	Kosmopol: • Mor med opråb: Børn må søge tilflugt i apotek for at undgå uroligheder på torv TV 2 Kosmopol • Christianshavns Torv er scene for omfattende kriminalitet TV 2 Kosmopol • Christianshavns Torv er plaget af stoffer, slåskampe og utryghed - her er borgmesterens løsning TV 2 Kosmopol • Bydele rustet sig til lukningen af Pusher Street TV 2 Kosmopol KøbenhavnLiv • 2000 københavnere har fået nok. Nu kaldes luksuskubbens planer ved havnen for en 'uhørt skændsel' københavnliv.dk • Kan madmarked blive næste store hit på Christianshavn? københavnliv.dk • Buslinje 2A svigter passagererne gang på gang - nu kræver lokaludvalget svar fra Movia og kommunen københavnliv.dk
Det viser omtalen	Lokaludvalget har et potentiale til at kunne blande sig yderligere i den offentlige debat. I 2025 forventede vi, at flere pressehenvendelser vil komme som følge af lokaludvalgets opslag på sociale medier, bl.a. som følge af øget aktivitet på Facebook og oprettelse af lanceringen Instagram-profilen. Den forventning er blevet indfriet. Blandt andet har Kosmopol lavet flere historier om torvet på baggrund af lokaludvalgets opslag på Facebook. Mål for 2026 I 2026 forventer vi; - at fortsætte som hidtil - at lokaludvalget fortsat vil tage aktiv del i den offentlige debat, når det er særlig relevant. - at medierne fortsat vil følge med på lokaludvalgets Facebookprofil og enten skriver om eller henvende sig i forbindelse med historier, der vedrører Christianshavn.	

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

Platform	Funktion	2024	2025
Facebook: Facebook	Lokaludvalget Facebook bliver brugt til at: - Formidle lokaludvalgets synspunkter og mærkesager - Skabe synlighed om lokaludvalgets aktiviteter (arrangementer, borgermøder, borgerpanelundersøgelser og lokaludvalgets pulje) - Dele information om Christianshavn - og om København så længe, det har en relevans for bydelen, fx information om trafikafspærring eller lign. - Dele relevant information fra Københavns Kommune – fx kommunevalg, puljer man kan søge, høringsportalen Bliv Hørt, og relevant serviceinformation. - Indsamling af input fra borgerne, som kan være med til at kvalificere og styrke lokaludvalgets arbejde. - Siden fungerer også som en termometermåler for borgernes holdninger til både lokaludvalgets arbejde og de temaer, der fylder i bydelen.	Antal følgere: 1.962 Interaktioner: 7.394 (alle likes, kommentarer og delinger) Besøg: 9.700 (hvor mange gange FB-siden er besøgt) Link clicks: 2.620 (hvor mange gange borgere har klikket på links) (Dataene er trukket for hele 2024. Vi har ikke konkrete tal for rækkevidde og visninger i 2024) Opslag om ugen Som udgangspunkt om ca. 3 opslag om ugen på Facebook.	Antal følgere: 2.162 – 200 nye følgere Interaktioner: 13.835 (alle likes, kommentarer og delinger) steget med 87,1% Besøg: 10.084 (hvor mange gange FB-siden er besøgt) steget med 4% Link clicks: 5271 (hvor mange gange borgere har klikket på links) steget med 87,1% Rækkevidde: 105.194 (hvor mange unikke personer, der har set indholdet) steget med 330,1% Visninger: 714.277 visninger (hvor mange gange indholdet er blevet vist) (Dataene er trukket for d. 1. januar 2025 til 1. november 2025) Opslag om ugen Vi stræber desuden efter, at lave opslag og svare på kommentarer alle hverdage.

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

	Hvem når vi på Facebook? - Flest kvinder 57,4%, færre mænd 42,6%. - Flest i aldersgruppen fra 35-54 år. - Følgerne er hovedsageligt fra København. - Aldersgruppen 18-24 år når vi <i>ikke</i>. De er kun repræsenteret med 1-2 % af den samlede følgegruppe. - De unge har typisk en Facebookprofil, så de kan gå på Facebooks Messenger – dvs. chatfunktionen.		
Det viser tallene	Fra 2024 til 2025 har Christianshavns Lokaludvalgs Facebookside oplevet markant vækst på visninger af indholdet, besøg på siden, interaktioner og link/kliks. Væksten er forårsaget af, at sekretariatet nu dagligt drifter profilen, så der på daglig basis ligges indhold op på profilen og kommentarer fra borgerne bliver besvaret. Et enkelt tal som skiller sig lidt ud er sidebesøg, som kun er vokset med 4%. Det kan skyldes, at lokaludvalget deler opslag både på deres egen Facebook-side og i gruppen 'Os fra Christianshavn', hvor mange ser og interagerer med indholdet direkte uden at klikke videre til siden. Lokaludvalgets Facebookside er samlet set blevet mere synlig og mere relevant for christianshavnerne, og lokaludvalget får i højere grad lavet nogle opslag, som borgerne har lyst til at interagere med via kommentarer, likes og delinger. Forventninger til Facebook i 2025 var 1. Øget dialog med borgerne Vi ønskede mere debat og dialog, og det lykkedes især med opslag, der lagde op til debat. Borgerne deltog mere aktivt, og vi besvarede dagligt spørgsmål og kommentarer.		

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

2. Mere aktivitet i *Os fra Christianshavn*

Vi kommenterede oftere på opslag og arbejdede på at blive mere konsekvente ved dagligt at tjekke og besvare kommentarer i gruppen.

3. Kampagner og betalt indhold

Vi afprøvede annoncer og boostet indhold og brugte 3.716,83 kr. Det gav markant større rækkevidde og visninger.

4. Synlighed for projekter med puljemidler

Her nåede vi ikke målet. Vi lavede kun to opslag, da andre opgaver blev prioriteret, og fordi puljemidlerne var opbrugt, hvilket gjorde det mindre relevant at reklamere for dem.

Highlight fra top-fem opslag



- Nr. 1. Vi har lige fået at vide, at Soho House har trukket deres ansøgning tilbage!
- Nr. 2. Årets vinder af Havnens Pris
- Nr. 3. I dag kan man desværre igen læse om, hvor galt det står til på torvet i nyhederne
- Nr. 4. Hvad gør vi når vandet kommer?
- Nr. 5. Så er beslutningen truffet - der kommer en bro mellem Refshaleøen og Østerbro

De mest populære opslag i 2025 har handlet om ting, der lige er sket – konkrete beslutninger, udfordringer eller ændringer i bydelen. De engagerer borgerne, fordi de vækker følelser, lige fra glæde og lettelse til bekymring og frustration. Det giver os en forståelse for, at det er vigtigt for borgerne at følge med i hvad der sker i bydelen her og nu.

Det er desuden en god viden at tage med videre, når vi producerer de mere debatskabende opslag, hvor det er vigtigt at kombinere aktualitet, konkrete beslutninger og et klart følelsesmæssigt element, hvis vi gerne vil have borgerne til at engagere sig og deltage i debatten.

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

	Mål for 2026 • I 2026 vil vi øge brugen af stemningsbilleder fra bydelen – fx årstidernes skiften eller tænding af julelys – for at styrke den lokale identitet på siden. • Etablere en tydelig procedure for indsamling og opbevaring af kommentarspor til videre brug i lokaludvalgets arbejde – for eksempel i forbindelse med høringssvar. • Øge synligheden af lokaludvalgets støtte til aktiviteter gennem bydelspuljen. • Øge fokus på kendskab til hvem lokaludvalget er, hvordan arbejder I og hvordan kan man bruge jer.		
Platform	Funktion		2025
Instagram Instagram	Ny Instagramprofil I 2025 oprettede vi en ny Instagramprofil med det formål at nå en yngre målgruppe og sikre tilstedeværelse på flere platforme. Sekretariatet stræber efter at lave opslag og svare på kommentarer alle hverdage. Indholdet har indtil videre bestået af: • Reels (for eksempel ”Kom med på en tur gennem Christianshavns kvarterer”, ”Hvem er Christianshavns Lokaludvalg”, ”Sommer i Wildersgade” og ”5 lokale perler på Christianshavn”). • Deling af stemningsfulde billeder fotograferet af christianshavnerne og hobbyfotografer. Vi deler billederne for at hylde bydelen og styrket fællesskabet omkring glæden ved Christianshavn.	Nøgletal fra 2025 • Antal følgere: 423 • Visninger: 38.958 visninger (hvor mange gange indholdet er blevet vist) • Konti, der er nået ud til: 7.541 (profiler som har set indholdet) • Link clicks: 8 (hvor mange gange borgere har klikket på links) • Besøg: 375 (hvor mange gange profilen er besøgt) • Interaktioner: 741 (antal gange følgerne har liket, delt og kommenteret på indhold) (Dataene er trukket for perioden 2. september til 30. november)	

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

	• Reklame for lokaludvalgets arrangementer, aktiviteter og priser for eksempel Christianshavnerdag og cykeltur med socialborgmesteren. • Sager som lokaludvalget beskæftiger sig med for eksempel torvet. • Valg til Christianshavns Lokaludvalg (videoer, reels og billeder), som opfordrer borgerne til at stille op samt stemme til valget i 2026.	
Det viser tallene	Profilen har 423 følgere. Første opslag blev lavet den 10. april, og siden da er 96 opslag publiceret. For perioden 2. september til 30. november har vi publiceret 45 opslag, som samlet blev set 38.958 gange – i gennemsnit 865 visninger pr. opslag, altså dobbelt så mange som antallet af følgere. Interaktionen følger dog ikke samme tempo. Indholdet får typisk 5–20 likes og få eller ingen kommentarer. For at øge engagementet vil vi fremover stille flere spørgsmål til borgerne, fx ”Hvad synes I om...?” eller ”Har I oplevet...?”. Alder og køn Data viser en klar overvægt af kvindelige følgere. Det er Instagrams generelle kønsfordeling, men vi bør være opmærksomme på det, da det også gælder Facebook. Aldersfordelingen er jævn, men de 18–24-årige er fortsat svære at nå og udgør kun 3,7 % af følgerne. Til gengæld har vi flest følgere i gruppen 25–34 år, hvilket er positivt, da denne gruppe er underrepræsenteret på Facebook. Instagram-profilen har dermed styrket vores kontakt til borgere under 35 år. Highlight fra top-fem opslag	

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG



- **Nr. 1 - opslag:** Der var liv og glade dage i Sankt Annæ Gade i går!
- **Nr. 2 - opslag:** Skal I med til børne- og familiedemo på Christianshavns Torv!?
- **Nr. 3 - opslag:** Christianshavns Torv skal ikke syltes!!
- **Nr. 4 - opslag:** I går trodsede vi regnen for at deltage i børne- og familiedemonstrationen...
- **Nr. 5 - opslag:** Glæd jer til et glædeligt gensyn med Cirkus Aroma...

Når vi ser på det indhold, der har klaret sig bedst på profilen – altså de opslag, som har været mest populære blandt følgerne – er det iøjnefaldende, at tre ud af fem handler om torvet. Det bekræfter, at torvet er et tema, der optager christianshavnerne, og som vækker stærke følelser.

Vi kan også se, at både udråbstegn og spørgsmålstegn går igen i alle opslagene, hvilket hjælper til at fange opmærksomheden og skabe interaktion. Derudover omhandler fire ud af fem af de mest populære opslag lokale arrangementer, herunder Christianshavnerdagen og familiedemonstrationen på torvet (arrangeret af Nina Lisfeldt).

Det giver også et indtryk af, at lokale arrangementer indtil videre har vækket størst interesse hos følgerne på Instagram. Også i højere grad end på Facebook. Det vidner om, at det er vigtigt at prioritere, at alt der vedrører lokaludvalgets arrangementer kommer på Instagram.

Forventninger til 2025

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

	Sekretariatet har haft et ønske om at prioritere indhold som “stafetter med portrætter”, “klimaoplysning” og “samarbejder med det kreative miljø og foreninger i bydelen”. Det har dog været en udfordring at realisere, da andre opgaver er blevet prioriteret – for eksempel kommunikationsarbejdet i forbindelse med valg til lokaludvalg og andre driftopgaver. Mål for 2026 • Øge dialogen med borgerne samt følgerantal ved at opfordre til mere interaktion og ved at booste udvalgt indhold. • Skabe større forståelse for, at lokaludvalget også repræsenterer Holmen, Refshaleøen og Margretheholm gennem mere målrettet indhold. • Udarbejde en procedure for samarbejdsopslag med puljemodtagere og tydeliggøre, at vi gerne vil være medafsende på deres opslag om aktiviteter, som lokaludvalget har støttet. • Øge produktionen af reels (små korte videoer).		
Platform	Funktion	2024	2025
Christianshavns Borgerpanel	Christianshavns Lokaludvalg har et digitalt borgerpanel, hvor de kan spørge christianshavnerne til råds eller afprøver forskellige holdninger til sager om Christianshavn. Borgerpanelet kan også ses som en form for kommunikationskanal til christianshavnerne. Der går dog af og til lang tid i mellem, at lokaludvalget udsender en undersøgelse til panelet. Borgerpanelet er en digital dialog, der kan supplere dialogen på Facebook mm. I borgerpanelet er det	I 2024 har lokaludvalget gennemført to borgerpanelsundersøgelser: 1) én i januar om sundhed og trivsel på Christianshavn (449 besvarede) 2) én i juni om oplevelsen af trafikken på Christianshavn i forbindelse med branden på Børsen. (330 besvarede) Borgerpanelet havde 1.246 medlemmer – heri blandt en del dubletter.	For at holde platformen levende vil det være fint at med 1-2 borgerpanelsundersøgelser i løbet af 2025. I 2025 har lokaludvalget gennemført borgerpanelsundersøgelsen: At Bo på Christianshavn. 394 gennemførte undersøgelsen sidst i november 2025. Borgerpanelet har 1.318 medlemmer – heri blandt en del dubletter.

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

	umiddelbart de ældre christianshavner vi når.		
Det viser tallene	Lokaludvalget bruger i dag borgerpanelet i begrænset omfang. I forhold til den digitale borgerdialog på sociale medier er det mere ressourcekrævende både at sætte i gang og følge op på – men til gengæld giver det også mulighed for at arbejde med mere dybdegående og komplekst indhold. Det er hovedsageligt den ældre målgruppe, lokaludvalget når i panelet. Mål for 2026 - Sekretariatet forventer at borgerpanelet vil blive taget yderligere i brug i forbindelse med bydelsplansarbejdet i efteråret 2026.		
Platform	Funktion	2025/2026	
Alle - særindsats Valg til lokaludvalg	I 2026 afholdes der Valg til lokaludvalg. I den forbindelse er der lavet en fælles kampagne på tværs af lokaludvalgene med titlen ”Klart en lokaludvalgstype”. Kampagnen sætter fokus på, at der gemmer sig flere potentielle lokaludvalgskandidater rundt omkring i bydelene, end man måske lige går og tror. Blandt andet ved at fremhæve, at kompetencer som ambition, engagement og sociale evner er værdifulde at bringe i spil som kandidat. Samtidig med, at det er kvaliteter, borgerne forhåbentlig kan spejle sig i.	Kampagnen består af: • Plakater • Flyers • Flyers med quiz • Video • Breve/emails • Nyhedsbrev • Opslag på Facebook og instagram – bl.a. også reels Kampagnen vil køre fra november og frem til at valget er slut. Efterfølgende vil vi formidle hvordan det nye lokaludvalg ser ud, og hvordan borgerne kan bruge lokaludvalget. Målsætninger er at 30 stiller op og 60 melder sig til at stemme.	

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG

	Formålet med kampagnen er at motivere borgerne til både at stille op og til at stemme. Sekretariatet har derudover produceret egne opslag og reels (korte videoer) målrettet borgerne på Christianshavn med afsæt i lokale emner og sager, som optager bydelens borgere. Det kan for eksempel være temaer som korttidsudlejning, parkering, legepladser og torvet, hvor borgerne netop kan få indflydelse gennem deres engagement i lokaludvalget.	
--	---	--

KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG



KOMMUNIKATIONSOPGØRELSE FOR 2025 FOR CHRISTIANSHAVNS LOKALUDVALG**Økonomisk overblik**

Annoncer i Christianshavneren	24.325 kr.
Plakater på Torvet	10.540 kr.
Boost på Facebook	2.015 kr.
I alt	36.880 kr.