

Kommunikation i Amager Øst Lokaludvalg 2023

I dette dokument gennemgås det tidligere arbejde med strategisk kommunikation for Amager Øst Lokaludvalg, samt et overblik over modtagerne af vores kommunikation og hvilken kommunikation vi laver i dag. Til slut giver sekretariatet et bud på, hvilke udfordringer vi står med i øjeblikket, og nogle ideer til tiltag, der kan medvirke til at forbedre kommunikationsindsatsen.

Tidligere kommunikationsstrategi - 2016

Den seneste kommunikationsstrategi er udarbejdet af sekretariatet i 2016.

Strategien blev udarbejdet på baggrund af en målgruppeanalyse, lokaludvalget fik foretaget af Epinion i slutningen af 2014 med fokus på Ama'røsten. Her blev der beskrevet en række udfordringer, bl.a. manglende kendskab til lokaludvalget, manglende kendskab til lokaludvalgets øvrige kommunikationskanaler og manglende deltagelse i lokaludvalgets arrangementer.

Det førte frem til følgende kommunikationsmål:

- Flere borgere engagerer sig i bydelens udvikling
- Flere borgere kender AØLU og mulighederne for samarbejde med lokaludvalget
- Opnå større synlighed

Kommunikationsmålene blev udmøntet i følgende konkrete mål:

- Flere tilmeldinger til nyhedsbrev
- Flere puljeansøgninger fra lokale
- Flere input til høringer
- Flere reaktioner på Facebook opslag (kommentarer/delinger/likes)
- Flere borgere deltager i AØLU's arrangementer

I 2017 blev der lavet en opfølgning på kommunikationsmålene, som bl.a. viste fremgang ift. facebook og nyhedsbrev.

Kommunikationspolitik – hvordan kommunikerer vi

På baggrund af strategien har sekretariatet i 2017 udarbejdet en kommunikationspolitik, der beskriver vores formål med kommunikationen, budskaber og principper. Desuden indeholder politikken en liste over lokaludvalgets forskellige kommunikationskanaler, og hvordan de bruges.

Bilag 1 – Kommunikationspolitik 2017.

Borgerkarakteristik 2023

Baseret på seneste datapakke fra KK statistikbank kan vi give følgende tal om borgerne i Amager Øst:

- 58% er i arbejde
- De 20-49årige udgør den største del af befolkningen
- Der er flest borgere ml. 20-29 år.
- Gennemsnitsindkomsten er den 7. højeste i Københavns Kommune
- Amager Øst har den tredjehøjeste andel af nybyggeri i København
- 57 % af boligmassen er privat udlejning, mens andelen af almennyttige boliger er mindre end i resten af byen.
- Stor udskiftning. Tilvækst af 20.000 nye beboere på 3 år jf. udsendelse i e-boks om borgerpanelet.

Disse tal kunne suppleres med oplysninger om f.eks.

- Kendskab til lokaludvalget
- Engagement og deltagelse i lokalområdet/lokale aktiviteter/fritidsliv
- Hvilke medier bruger folk

Kommunikationen i tal 2023 – overblik

Her følger et overblik over de forskellige kommunikationskanaler, antal følgere/brugere, vi når ud til.

Facebook: 4925 følgere. Flest kvinder ml. 35-54. Vi laver 1-3 opslag om ugen.

Instagram: 891 følgere. Flest kvinder ml. 25-44. Vi har gennem de seneste år ikke haft så meget aktivitet på Instagram. Ofte bliver det nedprioriteret pga. andre opgaver.

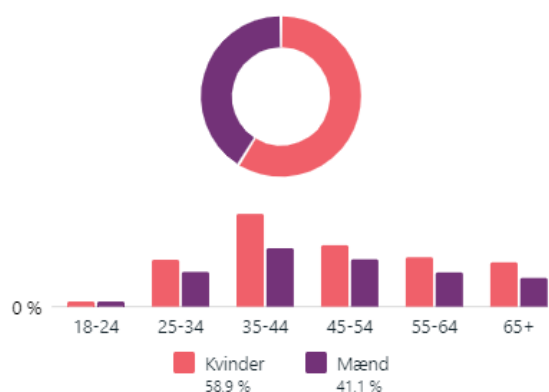
Følgere på Facebook-side ⓘ

4925

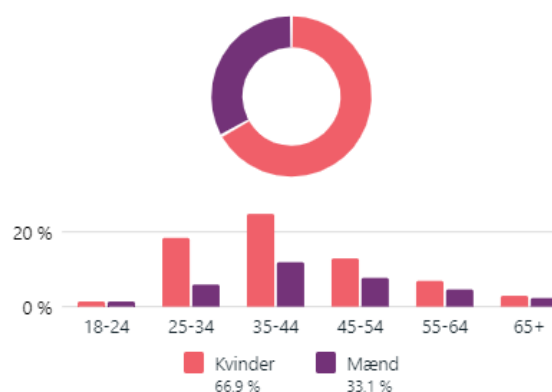
Instagram-følgere ⓘ

891

Alder og køn ⓘ



Alder og køn ⓘ



Ud over de følgere der er på facebookside, når vi ud til flere, når der oprettes betalte annoncer eller opslag. Betalte annoncer har desuden potentiale i forhold til at få nye følgere.

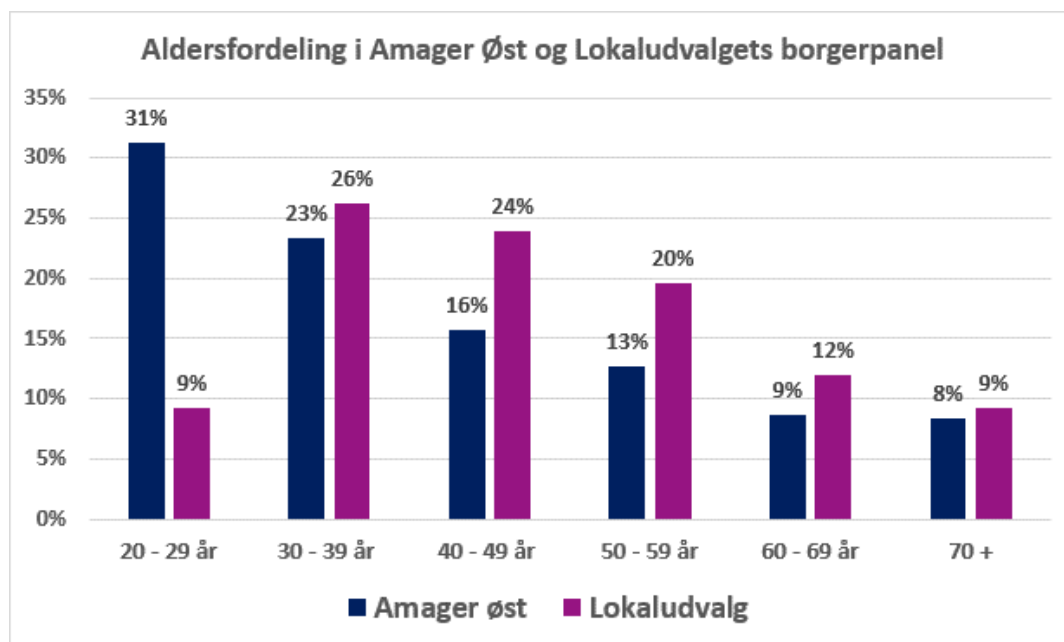
Hjemmeside: Hjemmesiden er flyttet over til ny platform i december 2021. Vi har ingen aktuelle tal.

Nyhedsbrev: 1790 abonnenter. Sendes ud en gang om måneden, oftest umiddelbart efter lokaludvalgsmøderne.

Ama'røsten: Oplag 25.000. Husstandsomdeles, dog ikke til haveforeninger og postkasser med "Nej tak til gratisaviser". Ligger også på hjemmesiden og som digital version på Issuu.com.

Anden kommunikation: Der er udarbejdet ny folder om lokaludvalget i 2021.

Borgerpanelet: 4700 medlemmer. Aldersgruppen 20 – 29 årige er stærkt underrepræsenteret i lokaludvalgets borgerpanel imens alle øvrige aldersgrupper er overrepræsenteret i forskellig grad. Særligt de 40 – 59 årige er overrepræsenteret.



Udfordringer 2023 – ifølge sekretariatet

Sekretariatet har drøftet hvilke udfordringer, vi ser i kommunikationen.

- Der er flest 20-29 årige i bydelen. Dem har vi ikke så godt fat i jf. tal fra facebook og borgerpanelet.
- Mange ved ikke hvad lokaludvalget er og hvad de kan bruge os til
- Vi skriver om kommunale ting og høringer – det kan være en udfordring at gøre det spændende og vedkommende
- Få flere folk til at deltage i vores arrangementer
- Konkurrence med de mange ting, der foregår i byen, og de mange andre der gerne vil have folks opmærksomhed på fx facebook
- Der er stor udskiftning blandt beboerne. Det skal vi huske når vi kommunikerer.

Sekretariatets ideer til forbedring af kommunikation

- Vores forskellige kanaler reklamerer for hinanden. F.eks. annonce for nyhedsbrevet i Ama'røsten osv.
- Lokaludvalgsmedlemmer kan engagere sig mere i debatter på sociale medier (hvis der er interesse for det).
- Afsætte et årligt budget til generel kommunikation (fx til at booste opslag og annoncere efter flere følgere).
- Vi bør rette os mod forskellige målgrupper på Facebook og Instagram, da der er forskel på brugernes alder. Målet med Instagram er at få fat i yngre målgrupper og på sigt få dem over på vores andre kommunikationskanaler. Indhold kan være flotte fotos, kunst i byrummet, "mit lokalområde", indhold om lokale aktører.