

Til BR

19. december 2018

Bilag 5: #københavnersnak - metode, resultater og erfaringerSagsnr.
2018-0312417**Konklusioner vedrørende metode, resultater og erfaringer**Dokumentnr.
2018-0312417-6

Københavns Kommune har med indsatsen #københavnersnak gået foran med en ny tilgang til borgerinddragelse med en kombination af fysiske arrangementer, debatter i byrum, Sociale medier og en survey. De definerede formål for dialogprocessen er opnået, der er nået bredt ud til københavnere og det vurderes at 3 ud af 4 definerede målgrupper har deltaget i debatten.

Sagsbehandler
Dorte Bay Høyerup*Metode og resultater*

#Københavnersnak har;

1. engageret et meget højt antal københavnere i samtalen – 6.873 københavnere har deltaget, hvilket er et historisk højt antal i forhold til de borgedialoger der tidligere har været afholdt under kommuneplanstrategien (ved offentlig høring til kommuneplanstrategi 2014 deltog 180 københavnere)
2. i høj grad fået nye målgrupper af københavnere i tale i form af børnefamilier og byens yngre borgere. Den brede målgruppe samt ejendomsbranchen, artikler mv. vurderes også at have deltaget i debatten.
3. fået samtalerne om byens udvikling ud af de traditionelle borgermøder, og har skabt en frugtbar samtale om Københavns udvikling borgerne imellem.
4. gjort emnet vedrørende byens udvikling nærværende bl.a. ved at tage udgangspunkt i 6 dilemmaer og ved at møde københavnere der, hvor de opholder sig i hverdagen.
5. skabt en 1:1 dialog mellem borgere og borgmestre
6. skabt ny viden om københavnernes holdninger til byens udvikling, herunder genereret kvantitativ viden om københavnernes holdninger via en online survey. Surveyen kan - med enkelte forbehold betragtes som repræsentativ for den københavnske befolkning. jf. afsnittet 'Er resultaterne repræsentative?'

Målgrupper og formål med dialogprocessen*Målgrupper*

Aktiviteter og proces var målrettet 4 målgrupper;

1. *Den brede målgruppe:* Borgere, foreninger, kultur- og fritidsinstitutioner, erhvervsliv, uddannelsesinstitutioner mv.
2. *Unge københavnere under uddannelse:* De 20-29-årige på ungdomsuddannelser, universiteter, produktionsskoler mv.

Team PlanlægningKøbenhavns Rådhus, Rådhuspladsen
|
1550 København VEAN nummer
5798009800176

3. *Københavnere i byens udsatte boligområder*: Borgere, erhvervsliv, foreninger mv. i Københavns udsatte byområder.
4. *Ejendomsbranchen og byggeriets aktører*: Ejendomsbranchen og byggeriets aktører.

Formål, output og succeskriterier for dialogprocessen

Formålet med den offentlige høring og københavnerdialogen var:

1. at skabe en folkelig dialog og debat om byens udvikling, som når bredt ud til københavnere og fungerer som realitetstjek på KPS18.
2. at skabe opmærksomhed, viden, forankring og ejerskab blandt københavnere og byens aktører om kommunens vision for byens udvikling.
3. at skabe en tidlig inddragelse af københavnere forud for revision af kommuneplanen i Kommuneplan 2019.

Det ønskede output var:

- Debatten skal give et billede af de strømninger, som eksisterer blandt københavnere vedrørende byens udvikling (Fx hvad fylder hos københavnere vedr. byens udvikling, hvad tænker københavnere om dilemmaerne i KPS18?).

Er resultaterne repræsentative?

Survey

I alt har 5.273 københavnere indsendt deres besvarelse. Surveyen indeholdt først en række baggrundsspørgsmål (køn, alder, bopæl etc.) derefter en række konkrete spørgsmål, heraf en række åbne/kvalitative spørgsmål samt 6 spørgsmål vedrørende de 6 dilemmaer udformet med et antal konkrete valgmuligheder (således kvantificerbare).

1.483 respondenter har alene besvaret baggrundsspørgsmålene, men ikke udfyldt resten af surveyens spørgsmål. Disse er derfor ikke talt med i den samlede opgørelse på 5.273. Det skal i øvrigt bemærkes, at ca. 167 respondenter yderligere er faldet fra løbende fra besvarelsen af det 1. dilemmas spørgsmål og frem mod det 6. dilemmas spørgsmål. I alt er 273 respondenter frem mod det sidste åbne/kvalitative spørgsmål faldet fra. Disse frafald rummer også respondenter som evt. har lukket spørgeskemaet ned forkert og dermed fremgår som 'ikke færdigt gennemførte' om end de kan have besvaret alle spørgsmål. Det skal bemærkes at de 1.483 samt øvrige 273 respondenter, som ikke har gennemført surveyen fuldstændigt ikke adskiller sig fra den samlede gruppe af respondenter hvad angår alder, uddannelse, bopæl mv. Det vurderes derfor, at dette ikke påvirker resultaterne eller hvorvidt surveyen er repræsentativ.

Af gruppen af respondenter er lidt flere mænd (57%) end og kvinder (43%). I forhold til alder, er de unge op til 20 år tydeligt fraværende og dermed underrepræsenterede. Dette kan bl.a. skyldes at surveyen især er udsendt via Økonomiforvaltningens borgerpaneler samt borgerpaneler fra Bispebjerg, Nørrebro og Vanløse Lokaludvalg. Københavnerne under 20 år kan forventeligt være dårligt repræsenteret i disse. Idet de helt unge københavnere ikke var målgruppe for dialogprocessen, er dette ikke et primært opmærksomhedspunkt. Til gengæld er fordelingen af de resterende aldersgrupper repræsentativ for resten af Københavns befolkning. Det gælder også for respondenternes beskæftigelsesmæssige baggrund, som stemmer godt overens med beskæftigelsen blandt københavnere generelt. Antallet af respondenter i kategorien ledige samt pensionister er lig niveauet blandt københavnere generelt. Antallet af respondenter i kategorien 'funktionær (med og uden ledelsesansvar) er en anelse højere end niveauet blandt københavnere generelt. Det samme gælder respondenterne 'lønmodtagere med ledelsesansvar' samt 'lønmodtagere på højeste niveau'. Der er tre bydele i byen, der er stærkt overrepræsenterede i surveyen, nemlig Nørrebro, Vanløse og Bispebjerg – dette er forventeligt idet netop borgerpaneler i disse bydele har modtaget surveyen. Læser man ned i besvarelserne opdelt per bydel viser det sig, at holdningstilkendegivelser fra disse tre geografiske områder generelt ikke afviger fra det øvrige København. Kun enkelte tilfælde er der mindre afvigelser, som vurderes at have en mindre betydning for den samlede besvarelse. Eksempelvis har knap så mange københavnere bosat i Amager vest - sammenlignet med de øvrige bydele – svaret at de ønsker at skabe flere boliger ved at 'Udvide byen'. Der er i stedet et større ønske om at fortætte eller bygge højere. Sagen vedrørende Amager Fælled må tænkes at have en betydning for dette. En analyse af besvarelserne i forhold til baggrundskategorierne viser, at der kun ses en lille variation i besvarelser på tværs af alder, køn, beskæftigelse og bykvarter. Derfor er vurderingen, at surveyen - med ovenstående forbehold - kan betragtes som repræsentativ for den københavnske befolkning.

Middag med mening

772 københavnere har deltaget i de 5 middage. 337 dækkeservietter med konkrete spørgsmål til byens udvikling blev udfyldt og dermed har, som minimum, 337 københavnere aktivt debatteret byens udvikling. I forhold til at konkludere på input fra middagene må data behandles med visse forbehold, da gæsterne på de københavnske folkekøkkener ikke nødvendigvis er repræsentative for hele Københavns befolkning. Det kan dog konstateres, at input fra middagene stemmer fint overens med de øvrige input fra processen, herunder den gennemførte survey samt debat på SoMe.

Sociale medier

I alt har hashtagget i løbet af kampagnen være brugt 238 gange, og det har afstedkommet debatter i sociale medier med samlet 641 kommentarer fra borgere. Det skal bemærkes, at det ikke har været muligt at måle private opdateringer på Facebook, så der kan sagtens være borgere, der har delt deres holdninger eller oplevelser i en privat Facebook-profil, som kun rammer deres venner og bekendte. Debatten på sociale medier er naturligvis ikke statistisk repræsentativ for københavnernes, men den har bidraget til at brede debatten længere ude, end man normalt ville kunne opnå ved traditionelle høringer. Det kan desuden konstateres, at holdninger og input afgivet på de sociale medier stemmer fint overens med de øvrige input fra processen eksempelvis vedrørende københavnernes bekymring vedrørende de stigende boligpriser og fastholdelse af byens kvaliteter og særegenhed.

Erfaringer og læring

Dialogprocessen #københavnersnak har givet en række erfaringer og læring som med fordel kan bruges i fremadrettede dialogprocesser med københavnernes, herunder bl.a.;

1. Brug af online survey er en effektiv metode, som med fordel kan udsendes i samtlige af kommunens borgerpaneler således størst mulig geografisk fordeling af respondenter opnås. Desuden bør særlige målgrupper (fx studerende, borgere i udsatte byområder mv.) nås via en fokuseret distribuering fx i samarbejde med de for målgruppen relevante samarbejdspartnere og foreningsliv, hvis det er muligt.
2. Dialogproces på sociale medier skaber en stor tilgængelighed til debatten, men kræver en løbende indsats. Skal debatten løftes ud på andre platforme end kommunens egne skal der laves grundige samarbejdsaftaler om dette med relevante aktører forud for dialogprocessen.
3. Målgruppen 'Københavnere i byens udsatte boligområder' vurderes ikke i særlig grad at have deltaget i #københavnersnak om end dette var målet.

Dette selvom der blev gennemført en række initiativer for netop at fremme dette; 'middag med mening' arrangementet afholdt i Energicenter Voldparken, Husum med nærhed til Tingbjerg, specifikt PR-materiale om #københavnersnak blev ophængt i en række almene boligområder, en pop-up debat afholdt på den Røde Plads med stor nærhed til fx Mjølnerparkens beboere. Erfaringer peger på, at dialog med denne målgruppe i en fremadrettet proces skal ske via endnu mere fokuserede dialogaktiviteter, som møder dem i helt egne sammenhænge fx i samarbejde med boligforeninger eller andre.