

Kommunikationsstrategi for Brønshøj-Husum Lokaludvalg

2019 - Udkast

Målsætninger

- Lokaludvalget er bredt kendt blandt Brønshøj-Husums borgere
- Lokaludvalget bliver hørt på Rådhuset. Vi bliver tidligt inddraget i relevante sager, og bliver løbende taget med på råd og brugt som eksperter når forvaltningerne starter projekter op.
- Lokaludvalgets puljer bliver søgt af et bredt udsnit af Brønshøj-Husums foreninger og borgere.
- Lokaludvalgets borgerrettede arrangementer er generelt interessante og velbesøgte, om det er traditionelle borgermøder, kulturdagen eller andre former for borgerdialog.
- Brønshøj- Husum som bydel skal have en stærkere identitet i København. Vi skal ind på 'lystavlen'!
- Det skal være attraktivt for unge / børnefamilier at være aktive i Lokaludvalget
- Der er kampvalg til pladserne i Brønshøj-Husum Lokaludvalg.

Lokaludvalgets udfordringer

- For få borgere i Brønshøj-Husum kender til Lokaludvalget, og muligheden for at opnå indflydelse på bydelens udvikling
- Lokaludvalget savner tilbagemeldinger fra forvaltninger og rådhus og synlige resultater på den dialog, som finder sted mellem forvaltninger og lokaludvalg (fx høringssvar og møder i forbindelse med tidlig inddragelse). Det sker også stadig at forvaltninger ikke husker at inddrage lokaludvalget i lokale sager.
- Der er mange gengangere i ansøgerne til Bydelspuljen. Der burde være flere forskellige foreninger og borgere, der kunne have glæde af puljemidlerne
- Brønshøj-Husum har en svag identitet i København
- For få Brønshøj-Husumborgere har lyst til at stille op til en periode i lokaludvalget. Dette er et problem for nærdemokratiet

Indsatser

1. Kendskabet til lokaludvalgets arbejde iblandt Brønshøj-Husums borgere styrkes ved at:
 - Være til stede på sociale medier, som giver en direkte kontakt med mange borgere
 - Være synlig i lokalpressen med aktuelle høringer, begivenheder og projekter
 - Lokaludvalget bliver tydelig som afsender hver gang der er borgerrettede aktiviteter
 - Der er flere borgerrettede aktiviteter i forbindelse med høringer og opstart af projekter og vi anstrenger os for at designe disse aktiviteter så de er tiltrækkende og engagerende.

- Bydelsplanen skal kommunikeres mere effektivt – også på de indre linjer.
- Flere steder at hænge plakater op.
- Bydelsguiden er som husstandsomdelt introduktion til Lokaludvalget og bydelen en vigtig kommunikationskanal.

2. Lokaludvalget får en tydeligere stemme blandt BR's politikere ved at:

- Aktuelle sager gøres synlige i lokalaviser og på landsdækkende medier
- Flere af politikerne i BR bliver modtagere af Brønshøj-Husum Lokaludvalgs nyhedsbrev
- Flere BR politikere inviteres til arrangementer i bydelen.
- De politisk repræsenterede i Lokaludvalget bliver bedre til at bruge deres netværk i BR-udvalg

3. Kendskabet til muligheden for at søge lokaludvalgets puljer til lokale projekter øges ved at:

- Gøre en målrettet indsats for at flere foreninger får information om puljerne, f.eks. gennem nyhedsbrev, begivenheder, borgermøder og klummen m.m.
- Projekter der opnår støtte gøres mere synlige på Lokaludvalgets hjemmeside og sociale medier
- Støttemodtagerne gør det mere synligt ved f.eks. at tagge lokaludvalget i opslag, skrive på hjemmesiden, i pressen og i annoncering

4. Flere kandidater til pladserne i lokaludvalget ved næste valg opnås ved at:

- Brønshøj-Husumborgernes kendskab til udvalget generelt bliver styrket gennem øvrige tiltag i strategien
- Udvalgets resultater bliver mere synlige i pressen, på sociale medier og i nyhedsbrev
- Lokaludvalgets medlemmer bliver ambassadører for deres arbejde til deres venner, bekendte og i medierne