

Kommunikationsstrategi 2023 for Indre By Lokaludvalg

Indhold

Strategiens formål	2
Møder.....	2
Borgermøder	2
Debatvognsarrangementer	2
Netværksmøder.....	3
Kommunikationsplatforme	3
Hjemmeside.....	3
Facebook.....	3
Instagram.....	4
Annoncering i lokalaviser.....	4
Borgerpanel	4
Nyhedsbrev.....	5
Presse.....	5
Konklusion: Fremadrettet kommunikationsstrategi	5

UDKAST

Kommunikationsstrategi 2023 for Indre By Lokaludvalg

Strategiens formål

- Skabe synlighed i bydelen
- Styrke den lokaldemokratiske rolle, og at sikre at lokaludvalget når ud til flest mulige målgrupper ved at variere i valget af dialogformer
- Gøre det nemmere for lokale københavnere at komme med input i forhold til bydelens udvikling og at fastholde deres engagement
- Styrke kommunikationen mellem lokaludvalget og bydelens beboere, erhvervsdrivende og interessenter og dermed skabe grundlag for øget samarbejde og engagement.
- Videreudvikle Indre By Lokaludvalg som initiativrigt og proaktivt organ – og dermed skabe grundlag for øget samarbejde og engagement i bydelen, Københavns Kommunes forvaltninger og Borgerrepræsentation
- Udvikling af lokaludvalgets tilstedeværelse på digitale medier
- Rammesætte og påvirke den offentlige samtale om sager og emner af betydning for Indre By
- Sikre en effektiv prioritering af lokaludvalgets midler og sekretariatets ressourcer

Møder

Borgermøder

Borgermøder egner sig til at dykke ned i særlige emner, som kræver en dybdegående debat. Ofte indeholder borgermøderne oplæg fra relevante fagpersoner samt gruppediskussioner, workshop eller debat i plenum. Det er ofte en særlig gruppe der mest dedikerede og engagerede lokale københavnere, som vil deltage i borgermøderne, og det kræver derfor en mere omfattende kommunikationsindsats for at få en bredere gruppe til at deltage. Fremadrettet skal politikere inviteres tidligere via e-mail eller via Facebook, da det vil også øge den politiske bevågenhed på lokaludvalgets arbejde. Borgermøder skal ikke placeres samme dag, hvor der er møde i Borgerrepræsentationen.

Debatvognsarrangementer

Debatvognen er et godt middel til hurtigt at møde mennesker, der ikke af egen kraft dukker op til et traditionelt borgermøde og dem, der kommer fordi de er særligt interesseret i en aktuel sag. Debatvognen er med til at synliggøre lokaludvalget for bydelens beboere og erhvervsdrivende, og debatvognen placeres ofte på stedet, der er centrum for sager af betydning for bydelen.

Kommunikationsstrategi 2023 for Indre By Lokaludvalg

Debatvognen egner sig primært til det korte, kvalitative møde med københavneren, hvor denne kan give sin mening til kende via et (analogt eller digitalt) spørgeskema eller anden måling og snakke med udvalgets medlemmer. Debatvognen egner sig ikke til længere eller mere dybdegående debatter – dels pga. vejrforhold, og dels fordi de fleste fanges på et tidspunkt, hvor de ikke nødvendigvis har særlig meget tid til rådighed. De bedste og fleste resultater ved debatvognen fås i sommerhalvåret. Det er vigtigt, at formålet med mødet altid overvejes grundigt – herunder placering, årstid mm.

Netværksmøder

Møderne henvender sig til en kreds af mennesker, der har en særlig interesse eller en særlig viden om bestemte områder eller emner. Deltagerne er ofte medlemmer af lokaludvalget eller fagpersoner, og møderne er altid åbne for offentligheden. Møderne kan skabe rum for dybdegående diskussioner og skabe erfaringsudveksling. Denne type møder kan danne grundlag for relativt selvkørende grupper og sikre en høj faglighed i de projekter og forslag, som gruppen arbejder med.

Kommunikationsplatforme

Indre By Lokaludvalg råder over en række kommunikationsplatforme, som bidrager til at sprede kendskab til og information om lokaludvalgets virke og om aktuelle sager.

Hjemmeside

Indre By Lokaludvalgs hjemmeside formidler aktuelle sager og giver lokale københavnere mulighed for at fremsøge information og orientere sig i aktuelle sager. Hjemmesiden appellerer til en bred målgruppe – både til dem, der ønsker at gå i dybden med tingene, og dem, der kun har tid og interesse for/i en specifik sag/ arrangement. Hjemmesiden er fokuseret omkring information om lokaludvalget (herunder dets virke og sammensætning), nyheder og arrangementer.

Facebook

Lokaludvalgets Facebook-side er et godt værktøj til at skabe engagement og uformel debat. Det er sekretariatet, der administrerer lokaludvalgets Facebook-side og løbende opdaterer/ justerer den. Lokaludvalgets medlemmer kan med fordel understøtte udbredelsen af lokaludvalgets aktiviteter ved at trykke "synes godt om", "kommentere" eller "dele" dem.

Kommunikationsstrategi 2023 for Indre By Lokaludvalg

Facebook har fortsat et stort potentiale for at øge rækkevidden og derved graden af kendskab til lokaludvalget. Foruden den organiske debat, der skabes via interaktioner i form af "synes godt om", "kommentarer" eller "delinger" af et opslag, fungerer Facebook også som redskab for annoncering. Gennem annoncering kan lokaludvalget nå specifikke målgrupper med et forholdsvis lavt budget. Det er med facebookannoncer muligt at følge med i, hvordan en annonce klarer sig. Altså; hvem ser annoncen og hvem interagerer med den. Det giver sekretariatet en ide om, hvad der fungerer og ikke fungerer, og derved også muligheden for at optimere.

Instagram

Lokaludvalgets sekretariat opretter og driver en Instagramprofil med navnet "Vi_er_Indre_By".

Formålet med profilen er

- at fejre bydelen og samles om glæden ved den smukke bydel
- at samle fotografisk input til fx debatmøder
- at afvikle kampagner, der kan understøtte lokaludvalgets dialogaktiviteter
- at nå en yngre målgruppe end via Facebook, nyhedsbrev og hjemmeside og gå i dialog med denne

Også på Instagram er det muligt at annoncere.

Annoncering i lokalaviser

Indre By Lokaludvalg annoncerer efter behov KBH Liv. Annoncerne bruges til at synliggøre aktuelle sager og arrangementer.

Borgerpanel

I 2016 og igen i 2018 blev alle københavnere i Indre By over 16 år inviteret til at tilmelde sig i lokaludvalgets digitale borgerpanel via e-Boks. Medlemmerne modtager med jævne mellemrum digitale spørgeskemaer om bydelens udvikling. Det er et godt redskab til at inddrage og indsamle mange besvarelser i forhold til aktuelle sager. Forvaltningerne i Københavns Kommune har enkelte gange forhørt sig om muligheden for at låne lokaludvalgets borgerpanel. Det er ikke negativt at låne borgerpanelet ud såfremt kvaliteten vurderes, at være god. Udlån af borgerpanelet er med til styrke bindeledsfunktionen til rådhuset. Videre er det vigtigt, at fremtidige borgerpanelundersøgelser har en vis kvalitet. Det forudsætter, at der afsættes tid til opsætning og til behandling af resultaterne.

Kommunikationsstrategi 2023 for Indre By Lokaludvalg

Nyhedsbrev

Lokaludvalget har et nyhedsbrev, der udkommer med jævne mellemrum eller hvis der er sager, der kræver en særlig kommunikation. En stor del af abonnenterne får deres information om igangværende sager og kommende arrangementer via nyhedsbrevet. Det er også herigennem, at sekretariatet kan få hurtig feedback på forskellige problemstillinger, der optager lokaludvalget og lokale københavnere.

Presse

Lokaludvalgets holdninger og aktiviteter bliver ofte omtalt i lokale og regionale medier og enkelte gange i nationale medier. Det er ofte sekretariatet, der henvender sig til journalisterne, hvis lokaludvalget har et budskab eller en aktivitet, der kræver omtale. Andre gange er det journalisterne, der henvender sig til sekretariatet eller tager direkte kontakt til formanden i forbindelse med aktuelle sager. På den baggrund bør sekretariatet opdrive et fast pressenetværk, som kan holdes orienteret om sager, der har lokaludvalgets bevågenhed. Der er et potentiale i at arbejde mere offensivt med læserbreve og kronikker fra lokaludvalget til udvalgte medier.

Konklusion: Fremadrettet kommunikationsstrategi

Indre By Lokaludvalg har forskellige dialogformer og kommunikationsredskaber. Den fremtidige kommunikationsindsats skal koncentreres omkring udvikling af den digitale tilstedeværelse - herunder særligt Facebook og Instagram, der har et stort potentiale. En sådan udvikling vil kunne sikre et kendskab til lokaludvalget og engagement fra flere lokale københavnere. Det vil også gøre det lettere for de grupper, der er dårligst repræsenteret, som børnefamilier, unge og ressourcesvage at stifte bekendtskab med lokaludvalget og dernæst opretholde deres engagement, hvis de møder lokaludvalget på Facebook og Instagram. Det er videre et mål, at der varieres mellem lokaludvalgets dialogformer, og på den måde nå flest muligt lokale københavnere. Endelig kan potentialet omkring opinionsstof til udvalgte medier udforskes.