

# Kommunikationsplan 2024

Indre By Lokaludvalg

*Kendskab, fællesskab, engagement*

# Indhold

1. Potentialer
2. Målsætninger
3. Målgrupper
4. Overordnede formål med kommunikationen
5. Kommunikationsplatforme
6. Økonomi

# Potentialer

- Udbredelse af kendskabet til Indre By Lokaludvalg
  - Gennem øget annoncering på eksisterende kommunikationsplatforme
  - Gennem nye kommunikationsplatforme
- Udbredelse af muligheden for indflydelse gennem lokaludvalget
  - Informationskampagne på eksisterende og nye kommunikationsplatforme
- Lokaludvalget kan være et komplekst sted at søge indflydelse
  - Informationskampagne på eksisterende og nye kommunikationsplatforme
- Medlemmernes lokale viden og erfaring bliver ikke udnyttet tilstrækkeligt
  - Medlemmerne i spil på eksisterende og nye kommunikationsplatforme

# Målsætninger

1. Lokaludvalget kommunikerer i øjenhøjde med alle målgrupper
2. Lokale københavnere kender til lokaludvalgets sager, ambitioner og resultater
3. Flere søger lokaludvalgets pulje
4. Lokaludvalget opsøges af flere og mere forskellige lokale københavnere i lokale sager
5. Flere lokale københavnere engagerer sig i det lokale demokrati
6. Lokaludvalget får relevant input til lokale sager og temaer fra flere lokale københavnere

# Målgrupper

- Lokale københavnere i alle aldre
- Det lokale erhvervsliv
- Lokale foreninger, institutioner, organisationer og netværk
- Forvaltninger på rådhuset
- Politikere på rådhuset

# Overordnede formål med kommunikationen

1. at udbrede kendskabet til lokaludvalget til lokale københavnere i alle aldre, blandt andet med kommunikation til forskellige aldersgrupper på forskellige kommunikationsplatforme
2. at få flere abonnenter og brugere på egne kommunikationsplatforme
3. at aktivere og inspirere lokale københavnere til at give input til høringer, deltage i vores netværkstilbud og begivenheder (herunder den løbende samtale om Indre By), og generelt blive lokaldemokratisk oplyste og aktive københavnere.

Lokaludvalgets kommunikation udføres af lokaludvalgssekretariatet efter aftale med lokaludvalgets forperson.

# Kommunikationsplatforme

## Egne kommunikationsplatforme

Vi har kontrol og ejer data

- Dagsordener og referater på kk.dk
- Hjemmeside
- Nyhedsbrev
- Borgerpanel
- **NYT:** Mini-avis
- **NYT:** Bydelsplakat (2025)

## Eksterne kommunikationsplatforme

Vi lejer os ind og har mindre grad af kontrol

- Facebook
- Instagram
- Presse

## Betalte kommunikationsplatforme

Synlighed i det omfang vi betaler os fra det

- Facebookannoncer
- Instagramannoncer
- **Nyt:** Plakater i Indre Bys byrum



# Dagsordener og referater

- Dagsordener og referater er mødemateriale, men har også funktion af en kommunikationskanal til omverdenen
- Formål: At formidle information om lokaludvalgets mødeaktivitet. Pressen læser undertiden med – dog særligt i dagsordenerne 😊
- Målgrupper
  - Lokaludvalgsmedlemmer
  - Politikere
  - Forvaltninger
  - Pressen



# Hjemmeside

- Formål: At formidle information om lokaludvalget, dets aktiviteter og mulighed for at blive inddraget i bydelens udvikling. Hjemmesiden er hjemsted for al information om lokaludvalget og linker videre til fx dagsordener og referater
- Målgrupper
  - Lokaludvalgsmedlemmer
  - Lokale københavnere
  - Politikere
  - Forvaltninger
  - Pressen
- Udviklingsmål: At gøre hjemmesiden mere brugervenlig
- Metode: Oprydning på hjemmeside.

## 2023 i tal

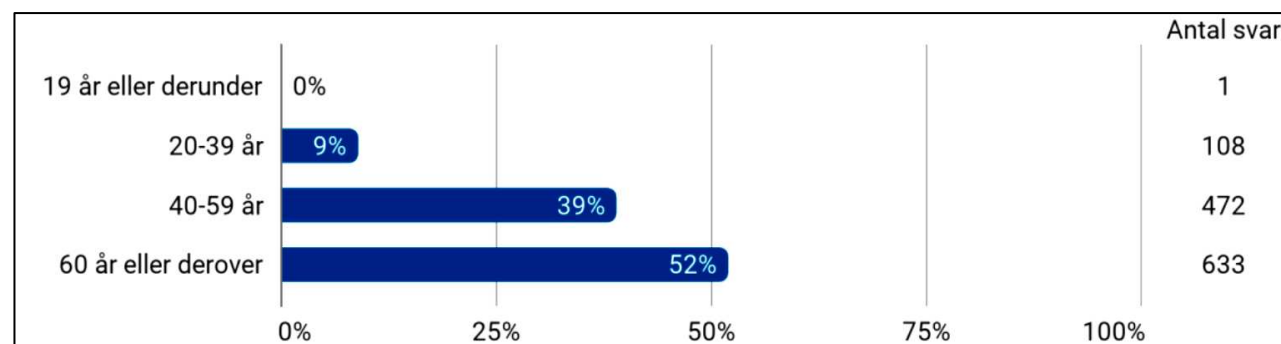
- Besøg på siden: 5.741
- Unikke besøgende: 3.702
- Antal sidevisninger: 15.543

# Nyhedsbrev

- Formål: At oplyse og engagere
- 3.818 abonnenter pr. 21. februar 2024
- Målgrupper
  - Den engagerede, lokale københavnere
  - Politikere, der holder sig lokalt opdateret
  - Forvaltningen, der læser med og bidrager med indhold
  - Presse
- Regelmæssig udsendelse sikrer genkendelighed og engagement
- Fokus på relevant, oplysende og engagerende indhold
- Udsendes før hvert lokaludvalgsmøde, og som temanyhedsbreve afhængig af mængden af relevante nyheder, fx borgermøder
- Udviklingsmål 2024: 4.400 abonnenter
- Metode: omtale og annoncering på lokaludvalgets øvrige kommunikationsplatforme.

# Borgerpanel

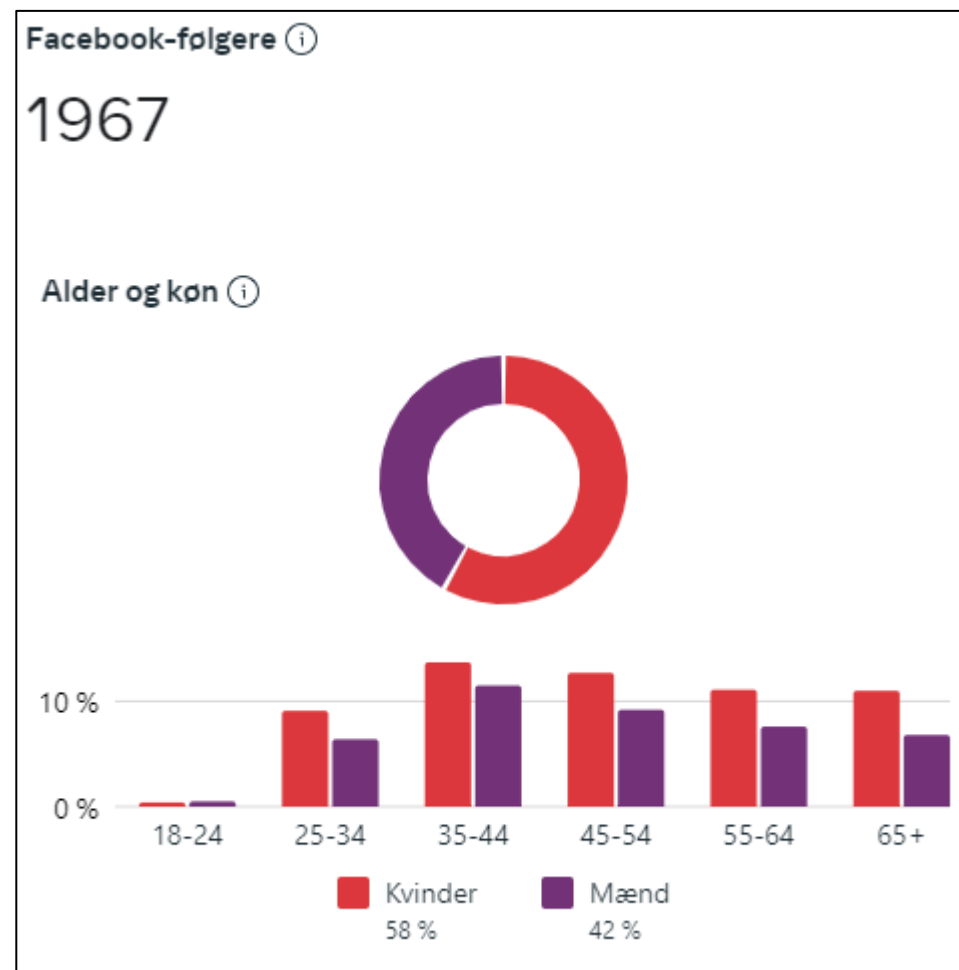
- Formål: At spørge bydelens beboere til råds om byens udvikling og bruge deres svar i lokaludvalgets videre arbejde
- 3.635 panelister pr. 21. februar 2024
- Udviklingsmål: Udbredelse af kendskabet til borgerpanelet, især til yngre målgrupper.
- Metode: digital og analog annoncering samt omtale på sociale medieplatforme. Vi vil gerne op og ramme de 4.400 gennem omtale og annoncering på lokaludvalgets øvrige kommunikationsplatforme.



Demografisk data fra seneste borgerpanelundersøgelse (KPS, august 2023)

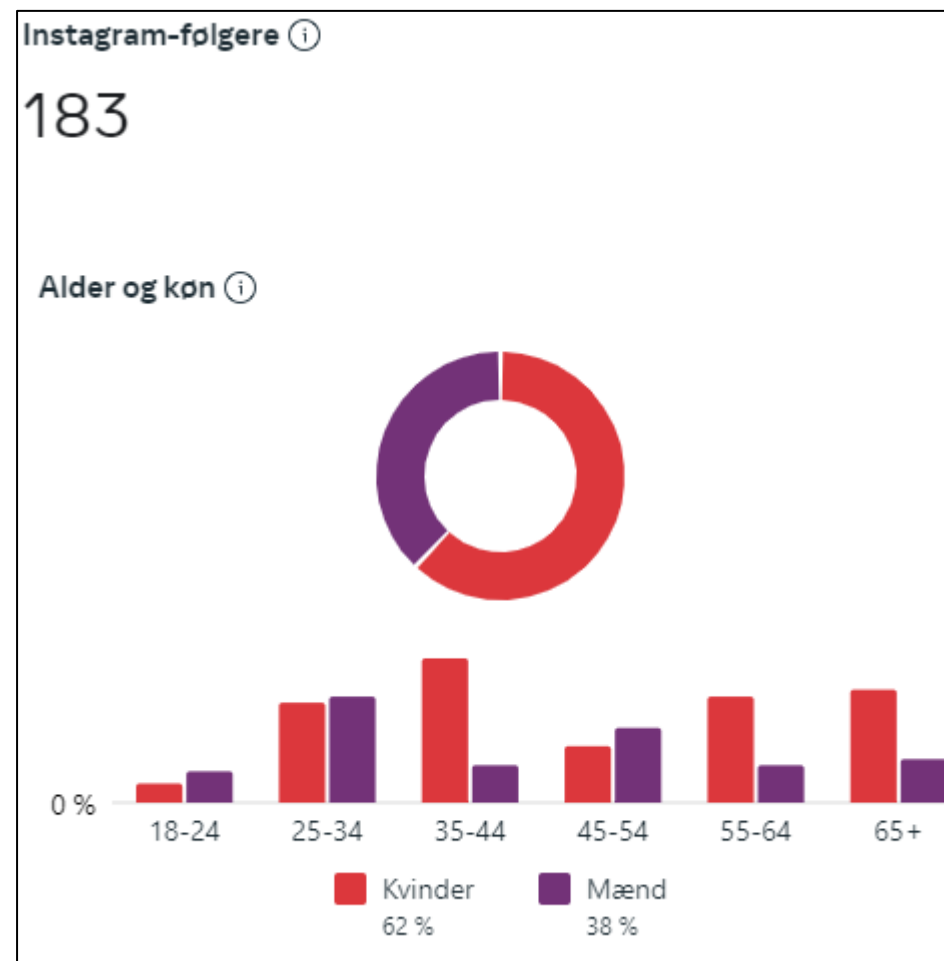
# Facebook

- Formål: At orientere og engagere - også igennem borgerdialog på platformen
- 1.967 følgere pr. 21. februar 2024
- Udviklingsmål: Flere interaktioner (kommentarer, delinger, likes)
- Metode: løbende algoritme- og følgervenligt indhold, løbende annoncering
- Flere (unge) følgere - kræver annoncering - men her skal vi da gerne op på de 4.400 følgere også
- Foreslået budget: to boosts á 750 kr. pr. måned 2024 = 18.000 kr. (boost er en annonceringsform på Facebook og Instagram).












# Instagram

- Formål: Udbrede kendskabet til Indre By Lokaludvalg, særligt til en yngre målgruppe
- Lanceret primo november 2023
- 183 følgere pr. 21. februar 2024
- Udviklingsmål 2024: 4.400 følgere og mindst fire interaktioner pr. opslag/reel/story – metode: løbende algoritme- og følgervenligt indhold, løbende annoncering
- Foreslået budget: to boosts á 750 kr. pr. måned 2024 = 18.000 kr.



# Facebook og Instagram

Oversigt over opslag med flest interaktioner januar 2023- januar 2024

Titel	Type	Interaktioner
 Hvidt i hvidt ved Dronning Louises Bro ❤️🌸 Tak for lån af billeder, @a.c.dahlhansen #v... vores_indre_by	Boost opslag Opslag	75 Interaktioner
 Umistelige Palads 🌈 På mandag, den 19. juni 2023, drøfter Teknik- og Miljøudvalget... Indre By Lokaludvalg	Boost opslag Opslag	48 Interaktioner
 NU er det lige opover med at få Dragespringvandet og tilhørende bassin op og stå p... Indre By Lokaludvalg	Boost opslag Opslag	48 Interaktioner
 Bygningen her har også vores bevågenhed. Vi ønsker om muligt, at Lille A... Indre By Lokaludvalg	Boost er ikke tilgængeligt Opslag	43 Interaktioner
 Hvad skal der være i stedet for cykelstativer til bycyklen? Teknik- og Miljøforvaltningen... Indre By Lokaludvalg	Boost igen Opslag	40 Interaktioner
 Julen varer længe for lokaludvalget i år – for i starten af 2024 er vi inviteret workshop o... Indre By Lokaludvalg	Boost opslag Opslag	39 Interaktioner
 Slut med udeservering efter kl. 22 fra søndag til torsdag! Det er resultatet af gårsdagens... Indre By Lokaludvalg	Boost opslag Opslag	36 Interaktioner
 ❤️ Lokalnissen går i detaljen - første låge ❤️ Lokalnissens fantasi løber løbsk ved synet a... vores_indre_by	Boost opslag Opslag	35 Interaktioner
 Smukt uvejr - pas på hinanden derude ❤️🌸❤️ #voresindreby #sne #vinte... vores_indre_by	Boost er ikke tilgængeligt Opslag	32 Interaktioner

← Boostet opslag

# Presse

- Formål: Synlighed og positionering – også over for politikerne i Borgerrepræsentation og Folketing
- Metode: Opsøgende pressearbejde
- IBLU og CLU sek. har ansat pressemedarbejder pr. 1. februar 2024
- Forår 2024 udarbejdes en pressestrategi, der fokuserer på synlighed og positionering over for udvalgte målgrupper
- Presseindsatsen koordineres med forpersonerne for CLU og IBLU
- Udviklingsmål følger

# Mini-avis

## Husstandsomdelte bydelsnyheder



- Formål:
  1. at oplyse om IBLUs arbejde og hvad der fra lokaludvalgets perspektiv rører sig i bydelen til alle københavnere, der modtager husstandsomdelte tryksager i IBLUs område
  2. at nå københavnere, der ikke modtager nyt om IBLU via nyhedsbrev, Facebook og Instagram
- Lokaludvalgets forperson er ansvarshavende redaktør på mini-avisen.
- Mini-avisen udkommer en gang i kvartalet og har et omfang på mindst fire sider/A4
- Den første mini-avis udkommer i fjerde kvartal 2024. Anslået produktionstid 8 uger
- Omkostninger:
  - Udgiftposter indbefatter layout (ved første udgave), tryk og husstandsomdeling
  - Første udgave (ved fire sider, anslået): 56.000 kr.
  - Derefter pr. udgivelse (ved fire sider, anslået): 36.000 kr., pr. år 144.000 kr.



Amar'Østen er Amager Øst Lokaludvalgs egen avis.



# Plakater i Indre Bys byrum

**Ny indsats**

- Formål: At øge kendskabet til lokaludvalget; herunder dets aktiviteter og øvrige kommunikationsplatforme
- Metode: Plakater opklæbes på en bystander i hvert af Indre Bys syv kvarterer. Plakaten skiftes mindst en gang i kvartalet
- Omkostninger:
  - Tryk og opsætning: 1.500 kr./plakat x syv kvarterer x fire kvartaler = 42.000 kr. årligt



*Bystander i Bispebjerg lokaludvalgsområde.*

# Plakater i Indre Bys byrum, eksempler



**Bor du i nærheden?**  
Så har du måske en holdning til, hvad der sker i Indre By. Det har vi i hvert fald som dit lokaludvalg.



#Voresindreby

**Deltag i samtalen:**  
Følg med på vores platforme eller del din idé på et af vores månedlige møder.



**Flere åndehuller i Indre By?**

Som dit lokaludvalg vil vi gerne høre, hvad du har brug for i Indre By. Deltag i samtalen på vores platforme, kom med til næste møde eller følg med, hvis du blot er nysgerrig på, hvad der sker i vores bydel.

Du finder os her:



#Voresindreby



# Bydelsplakat

**Ny indsats**

- Under overvejelse som indsats til 2025
- Formål: At øge kendskab til lokaludvalget og styrke fællesskabet omkring det.
- Metode: Lokaludvalget kan vælge at afholde en årlig konkurrence for kunstnere om at designe en bydelsplakat for det pågældende år. Bydelsplakaten uddeles ved borgermøder, evt. i kulturhuse og på biblioteker
- Format: A3
- Omkostninger:
  - Grafiker: 10.000 kr. (anslået)
  - Tryk: 5.000 kr. (anslået)



*Bydelsplakat fra Amager Øst Lokaludvalg*

# Økonomi - overslag over udgifter 2024

- Annoncering på Facebook og Instagram
  - 36.000
- Bydelsplakat
  - 15.000
- Plakater i Indre Bys byrum
  - 42.000
- Mini-avis
  - 77.000
- **I alt 170.000 kr.**