

11. Evaluering fast annoncering (2011-135923)

Østerbro Lokaludvalg skal evaluere forsøg med fast ugentlig annoncering

INDSTILLING OG Beslutning

Formanden indstiller til Østerbro Lokaludvalg,

1. at Lokaludvalget beslutter at fortsætte ordningen med en fast annonce i Østerbro Avis i resten af 2011, idet der bevilges et rammebeløb på 65.000 kr. i 2011-puljemidler hertil.
2. at Lokaludvalget beslutter at ordningen med en fast annonce gøres permanent, og at der afsættes midler hertil i budget for puljemidler 2012.
3. at Lokaludvalget foretager en fornyet evaluering af ordningen i 2. kvartal af 2012.

Problemstilling

Østerbro Lokaludvalg besluttede på ordinært møde den 12. maj 2011 at godkende et medlemsforslag om fast annoncering i Østerbro Avis i en forsøgsperiode frem til sommerferien og igen efter sommerferien og frem til 1. oktober 2011.

Annoncen har været bragt på ugentlig basis som en halvside i stort set samme udseende hver gang. Indholdet har bestået af annoncering af aktuelle sager, projekter og invitationer til arrangementer/borgermøder.

Derudover har puljemodtagere haft mulighed for at annoncere de støttede arrangementer, og annoncen har været anvendt til at annoncere for Lokaludvalgets månedlige møde.

Der er i løbet af forsøgsperioden forhandlet en mængderabat, og ordningen har pr. 13. oktober 2011 kostet i alt 90.636 kr. i puljemidler.

Løsning

På grundlag af nedenstående evaluering og de heri indeholdte forslag, foreslås det, at ordningen nu gøres permanent, idet der dog samtidig foreslås en fornyet evaluering i 2. kvartal af 2012, dvs. efter at ordningen har løbet i yderligere ½ år.

Evaluering af forsøg med fast annonce

Overvejelser om annoncens formål og virke

Fordele ved ordningen:

- Genkendelighed og forudsigelighed; læserne ved at der kommer nyheder fra Lokaludvalget samme tid og sted hver uge. Dvs. at vi får en fast kommunikationskanal til en gruppe borgere.
- Annoncen henviser til hjemmesiden, hvilket formentlig betyder flere besøg på hjemmesiden.
- Annoncen er en hjælp til puljemodtagerne, der måske ikke har midler at annoncere deres arrangement.

- Annoncen er en god måde at få kommunikeret lokaludvalgets arbejde.
- Annoncen skaber generel synlighed om lokaludvalget.

Problemer ved ordningen:

- Ikke alle målgrupper nås via lokalavisen. Dvs. at annoncen kan blive en ”sovepude” for ikke, at kommunikere målrettet med andre udvalgte målgrupper. Der kan laves meget målrettet kommunikation for de penge og den tid, der anvendes på annoncen.
 - a. Med ’målrettet kommunikation’ menes medie- og strategivalg tilpasset det enkelte arrangement og den relevante målgruppe(r).
Eksempelvis direkte og opsøgende kontakt til udvalgte grupper af borgere, der er relevante at invitere/inddrage/høre afhængig af tematik. Det kan være via facebookgrupper, mail, sms, breve, artikler, mødeforaer, annoncering i fagblade, foreningsblade o. lign. Ligesom det kan være ansigt-til-ansigts møder med folk, der hvor de befinder sig (gaden, klubber, foreninger, institutioner, rekreative områder).
 - b. Informationsmedarbejderens tidsforbrug på at udarbejde annoncen varierer fra uge til uge, afhængigt af indhold. Men et gennemsnittidsforbrug er 3-4 timer ugentligt (inkl. udarbejdelse og udvælgelse af materiale, layout, rettelser).
- Den faste skabelon rummer ikke mulighed for rent visuelt at fremhæve et projekt/event. Eksempelvis Kulturatten, hvor der vil være plakater med et individuelt grafisk udtryk sat op rundt om i byen. Dvs. at annoncen rummer ikke visuelle muligheder for at målrette kommunikationen om særlige begivenheder mod udvalgte målgrupper.
- Annoncen ligger i gråzonen mellem en klumme, en annonce og et nyhedsbrev/kalender, hvilket stiller forskelligartede krav til struktur og sprog i annoncen, der kan være vanskelige at forene.
- Det liggende format giver begrænsede muligheder for at skabe en visuel struktur i de mange, ofte forskelligartede oplysninger annoncen rummer.
- Det kan overvejes om det er nødvendigt med en stor annonce hver uge – indholdet skal være relevant og nyhedspræget ellers mister annoncen sin aktualitet/virkning.

Forslag på baggrund af overvejelser

- Størrelsen og format kan variere, dog skal annoncen bevare det samme visuelle grundudtryk, så modtagerne ikke er i tvivl om afsenderen. Annoncen kan både være en 1/3del liggende eller mindre opretstående.
- Ved større arrangementer/events 1-2 årligt kan den faste annonce ”byttes” med en annonce, der er udarbejdet særligt til det enkelte arrangement. Dvs. at den faste annonce ikke bliver bragt, men i stedet bliver en særligt udarbejdet annonce, med et helt anderledes udtryk tilpasset det enkelte arrangement, bragt.

Arbejdsgang

- Annoncen udarbejdes af sekretariatet hver torsdag/fredag og sendes til kommentering hos formanden og evt. relevant fagudvalgsformand fredag.
- Som udgangspunkt er det kun formanden der godkender annoncen, dog skal den eller de relevante fagudvalgsformænd også godkende annoncen, hvis indholdet vedrører deres arbejdsområde.
- Det er åbent for alle ØLU-medlemmer at melde forslag til annonce indhold ind til sekretariatet. Sådant annonceindhold skal være sekretariatet i hænde senest torsdag kl. 10.00.

Økonomi

Puljemidler til fortsættelse af ordningen i resten af 2011: 62.000,00 kr. ex. moms

Der er i løbet af forsøgsperioden forhandlet en mængderabat, og ordningen har pr. 13. oktober 2011 kostet i alt 90.636 kr. i puljemidler.

PULJEMIDLER 2011

	Budget	Reelt disponeret	Udbetalt pr. 27. september
Østerbropuljen	3.096.000		
Ansøgte projekter		1.860.107	716.131
Egne projekter		985.241	612.376
Miljøpunkt	450.000	450.000	450.000
Ansættelser	800.000	800.000	
Fakturaer fra 2010		8.800	8.800
I alt	4.346.000	4.104.148	1.787.307
Resterende til disposition pr. 27. september 241.852 kr.			

I 2012 budgetteres med puljemidler på et maximum beløb på 270.050 kr. ex. moms, der baseres på uændret praksis, under forudsætning af at millimeterprisen ikke ændres. Budgettet kan løbende justeres, afhængigt af den faktisk anvendte størrelse af annoncen samt efter eventuelle ændringer af ordningen på baggrund af evaluering i 2. kvartal.

bilag

[Medlemsforslag om fast annoncering](#)

