

# Bilag 1

## Kommunikationsstrategi

Kommunikationsstrategien har en konkret tilgang til det kommunikationsarbejde Valby Lokaludvalg fremover skal sætte i værk. Strategien skal kunne bruges i praksis og skal anvise løsninger til hvordan, Valby Lokaludvalg når målene. Kommunikationsstrategien bør løbende revideres i forhold til Valby Lokaludvalgs udvikling.

Formål:

Formålet med strategien er, at identificere Valby Lokaludvalgs kommunikative udfordringer og på baggrund heraf, udarbejde en målrettet strategi, der kan imødekomme udfordringerne.

## SWOT: Kommunikation Valby Lokaludvalg

For at lokalisere de kommunikative udfordringer, Lokaludvalget står overfor, har sekretariatet udarbejdet en SWOT-analyse. SWOT-analysen bygger på Lokaludvalgsevalueringen fra Als Research, på ønsker fra formanden og menige medlemmer af Valby Lokaludvalg, på sekretariatets erfaringer samt på den Code of Conduct, Lokaludvalget udarbejdede under seminaret i maj 2010:

*Code of Conduct*

*Hvad er de tre vigtigste ingredienser i Valby Lokaludvalgs eksterne kommunikationsform?*

- Stærk flerstrengt kommunikationsstrategi
- Markedsføring af lokaludvalget på alle niveauer
- Aktivt udvidelse af repræsentanternes bagland / netværk
- Fysisk tilstedeværelse i gadebilledet
- Fast genkendeligt og opslag i lokalavisen
- Opgradering af elektronisk platform
- Facebook-gruppe der henviser til dinby.dk og lokalia.dk
- Nyhedsmail, plakatopslag, flyers
- Borgermøder

**SWOT:**

<p><b>Styrker (Internt)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokalt kendskab</li> <li>• Sikker drift</li> <li>• Gammel i gænge</li> <li>• Godt lokalt ry</li> <li>• Resultatskabende</li> <li>• Strategisk</li> <li>• Troværdigt</li> <li>• Bagland!</li> </ul>	<p><b>Svagheder (Internt)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommunikativ slagside mangel på flerstrengt kommunikationsstrategi</li> <li>• Projekter og resultater kommunikeres ikke i tilstrækkelig grad</li> <li>• Kommunikation er ikke tilstrækkeligt integreret i Lokaludvalgets projektarbejde</li> <li>• Manglende politisk debat</li> <li>• Utidssvarende kommunikation</li> <li>• Utidssvarende borgerdialog</li> <li>• Ikke synlige nok i bydelen</li> <li>• Ikke nok borgerdialog – ikke nok fysisk tilstedeværelse overfor borgerne der hvor borgerne er.</li> <li>• Har ikke formået at aktivere baglandet i tilstrækkelig grad</li> <li>• Manglende fokus på kommunikation (også i sekretariatet)</li> <li>• Manglende kommunikative kompetencer i sekretariatet</li> <li>• Manglende kommunikative kompetencer og kommunikativ indsigt hos lokaludvalgsmedlemmerne</li> <li>• Ikke nok dagsordenssættende mediemæssigt</li> <li>• Lokaludvalget mødes KUN en gang om måneden i samlet plenum</li> </ul>
<p><b>Muligheder (Eksternt)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Godt ry</li> <li>• Godt samarbejde med de lokale medier</li> <li>• Godt samarbejde med forvaltningen</li> <li>• Netværk i bydelen/foreninger</li> <li>• 45.000 borgere</li> <li>• Erfaringer fra andre Lokaludvalg</li> <li>• Projekt borgerdialog</li> <li>• Nye dialogredskaber</li> <li>• Godt samarbejde med kulturinstitutionerne i bydelen</li> <li>• Mulighed for ansættelse af medarbejder i løntilskud</li> </ul>	<p><b>Trusler (Eksternt)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedlæggelse</li> <li>• Lokaludvalgene har tilsammen et dårligt ry og får hovedsagelig dårlig omtale i den landsdækkende presse</li> <li>• Negativ omtale</li> <li>• Valby Lokaludvalg – hvem, hvor, hvad?</li> <li>• Borgernes interesse kan ikke fanges</li> <li>• Borgere, foreninger, BR og forvaltninger kan oplever ikke, at der er et behov for Lokaludvalgene</li> </ul>

**Kommunikationstrategiens overordnede mål:**

På baggrund af SWOT.analysen opstilles i tabellen nedenfor udfordringer, mål samt strategi/løsning og tidshorisont. Det er meningen at Lokaludvalget løbende reviderer tabellen for at holde arbejdet med udviklingen af kommunikation i gang.

<b>Udfordring</b>	<b>Mål</b>	<b>Strategi / løsning</b>	<b>Tidshorisont</b>	<b>Hvem?</b>
Utidssvarende it-kommunikation	Tidssvarende it-kommunikation	Lære af Vanløse og Bispebjerg Lokaludvalgs kommunikation Iværksættelse af ny hjemmeside Iværksættelse af ”like” side på Facebook. (Facebook seminar) Lukning af database.	Endelig beslutning vedr. hjemmeside og database tages på LU-møde i marts. Herefter iværksættelse ved sekretariatet.	
Manglende kompetencer i sekretariatet	Kommunikationskompetent sekretariat	Ansættelse af kommunikationsmedarbejder i løntilskud. Sparring med Kultur Valby. Specialistuddannelse af medarbejder i borgerdialogværktøjer (Dorthe).	Er i gang og kører med sikkert drift fra midten af april	
Valby Lokaludvalg er ikke synlige nok i bybilledet	Flere samarbejdsprojekter med Kultur Valby og evt. Områdefornyelsen omkring synlighed som eksempelvis banneret på Kulturhuset.	Ex plakatstandere i bydelen, projektrelaterede busreklamer, reklame på DSBs elektroniske søjler på stationerne. Fast ugentlig annonceplads i Valby Bladet. Evt. ambassadørmetoden som i Brønshøj/Husum Lokaludvalg. Vores logo og navn i vinduerne i Kulturhuset Etc	Løbende med start fra Kommunikationsstrategiens vedtagelse.	

Metodesvag og ustringent borgerdialog	Det skal være naturligt at LU i samarbejde med sekretariatet ved hver høring og ved opstart af alle projekter udarbejder en projektbeskrivelse indeholdende interessentanalyse, målgruppeorienteret kommunikationsstrategi og pressestrategi.  Hvordan skal vi i dialog?	Sekretariatet udarbejder let tilgængelige projektværktøjer.	Udarbejdelse når der ansættes en medarbejder i løntilskud.	
Valby Lokaludvalg møder ikke borgerne der hvor borgerne er	At VLU målrettet tilrettelægger aktiviteter i forhold til den definerede målgruppes laden og færden.	Jfr. ovenfor...  Evt. Et fast månedligt borgermøde som Chr. Havns Lokaludvalg.  Opdateret Lokaludvalget mht. dialogværktøjer (Dorthe).  Planlægning borgerinddragende aktiviteter i forhold til allerede eksisterende arrangementer.	Går i gang når kommunikationsstrategien er vedtaget	
Ikke nok dagsordenssættende	Målet er, at lokaludvalget sætter dagsordenen i mange sager af betydning for bydelen og reagerer, når andre gør det. Valby Lokaludvalg skal bestemme og skabe historien og være opsøgende i forhold til at afsætte historier i pressen.	Der udarbejdes en overordnet pressestrategi med sparing fra Jannik Knudsen som revideres løbende hvert halve år.	Går i gang når kommunikationsstrategien er vedtaget. Opstartsmøde med samtlige af lokaludvalgets udvalgsformænd primo april 2011.	
Visuelt ikke helt skarpt	Visuelt genkendeligt	Der udarbejdes en simpel designmanual evt. i forbindelse med ny hjemmeside og i samarbejde med Kultur Valby	Går i gang når kommunikationsstrategien er vedtaget	
Kompetenceudvikling af Lokaludvalget	Mere kompetent kommunikativt lokaludvalg	Kursus i politisk debatkultur/formidling, Facebook seminar, Eventyrlig Borgerdialog,	Alt efter interesse arrangerer sekretariatet kurser	

Ikke tilstrækkelig aktivering af medlemmernes bagland	Overblik over lokaludvalgsmedlemmernes plan for aktivering af bagland.	VLUs medlemmer giver en kort status for hvorledes de på nuværende tidspunkt aktiverer baglandet og redegør for hvorledes de fremover kunne tænke sig at aktivere deres respektive bagland. Sekretariatet udarbejder på baggrund heraf en samlet strategi for	Går i gang når kommunikationsstrategien vedtages	
For vag kontakt til det centrale politiske niveau i Kommunen	Opbyggelse af stringent og rutinepræget kontakt til det centrale politiske niveau	Lokaludvalgets politisk udpegede medlemmer udarbejder strategi for kontakten til det centrale politiske niveau.	Går i gang når kommunikationsstrategien vedtages	