

# Skab synlighed lokalt

- og få flere deltagere



NORDEA  
FONDEN

18. november 2017

v/Birger Lenvig

Lej en Lenvig

# Min baggrund:



- Kommunikationskonsulent
- *Kommunikationschef i Ældre Sagen fra 2008 til 2015*
- Og i Apotekerforeningen fra 1996 til 2008
- Tidl: PR-bureau, Finansrådet, KL
- Har læst dansk på (KU 1986) – master i ledelse (Syddansk) 2001 og master i tværmedialitet (KU 2016)

# Mit projekt her i dag:



- Eksempel: Ældre Sagens frivillige i den lokale synlighed (fra 2011 til 2014)
- Opbygning af et pr-netværk med lokalafdelingernes presseansvarlige (ca 150 deltager)
- Evaluering af indsatsen – virker det?
- Hvad kan I bruge det til i Vild med Vand??
- Diskussion

# Hvor stor blev synligheden ?

- 2014: 6.500 "pressehits"
- 2013: 5.699
- 2012: 4.457
- 2011: 3.485



En stigning på over 20 % om året

Definition: medier på print og digitalt

(IKKE sociale medier, hjemmesider etc.)

# Er synligheden stor NOK?

- Stigningen ser måske imponerende ud
- Hvor meget skyldes medieudviklingen?
- Ingen tvivl om, at det er blevet lettere at få *presseomtale*
- Men samtidig er konkurrencen om *opmærksomheden* blevet hårdere
- Stor forskel på den lokale synlighed
- Stor forskel på den oplevede synlighed



# Mere synlighed – Strategien

- Bedre samspil mellem interesse- varetagelse og synlighed
- Fokus på planlagte temaer/kampagner og indsatsområder
- Fra "Klynk til konstruktiv" aktør
- Sociale medier
- Mere Lokal synlighed – fx aktiviteterne
- **PR-netværk**



# Projekt PR-netværk

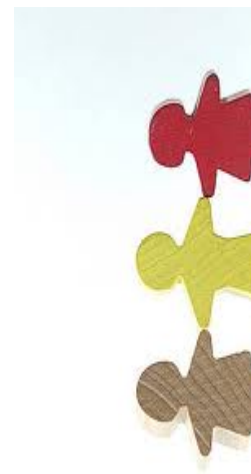
- 216 lokalforeninger og 18.000 frivillige
- Stor forskel på den lokale synlighed
- Stor forskel på tilfredsheden med egen indsats OG med sekretariatets
- Netværket fik opbakning på fællesmøde for lokalledelserne i september 2011
- Og så gik vi i gang.....



# Hvad laver netværket?

## Sekretariatet:

- Sender opfordringer til lokale presseaktiviteter
- Skabeloner (pas nu på....)
- Materialer til lokal/regional vinkling af landshistorier (undersøgelser – mærkesager)
- Beder om hjælp til cases mv
- Nyhedsbrev hver 14. dag
- Personlig sparring efter behov
- Undervisning – netværksmøder etc.





# Hvad laver netværket lokalt?

Melder tilbage

Kontakter lokalmedierne

Stiller op som kilder

Hjælper med/som cases

Finder selv på gode lokalhistorier

Giver sekretariatet gode ideer

Skriver debatindlæg/læserbreve

NETVÆRKER MED HINANDEN – gode ideer og erfaringer

# Kommer der noget ud af netværket? - lidt statistik

Ældre Sagen i pressen:

	2011	2012	2014
Artikler/indslag: (hele landet august)	<b>279</b>	<b>387</b>	<b>874</b>
Heraf lokale:	<b>160</b>	<b>218</b>	<b>684</b>
Landssekretariat som kilde:	<b>212</b>	<b>305</b>	<b>252</b>
Lokale kilder:	<b>27</b>	<b>25</b>	<b>577</b>

# Hvordan synes lokalformændene det går?

- vi spurgte dem

- 97 blev spurgt
- 65 har svaret
- 32 har ikke svaret



# Synligheden lokalt

Hvor tilfredse er lokalformændene med Ældre Sagens synlighed i lokalområdet?

	2012	2011
Særdeles tilfreds	21 %	15 %
Tilfreds	67 %	59 %
Mindre tilfreds	11 %	19 %
Utilfreds	0	6 %



# Synlighed på landsplan

Hvor tilfreds er lokalformændene med Landsforeningens synlighed generelt?

	2012	2011
Særdeles tilfreds	49 %	26 %
Tilfreds	48 %	48 %
Mindre tilfreds	3 %	15 %
Utilfreds	0	2 %



# Samarbejde med sekretariatet

Hvor tilfredse er lokalformændene med samarbejdet med sekretariatet?

	2012	2011
Særdeles tilfreds	41 %	26 %
Tilfreds	56 %	48 %
Mindre tilfreds	3 %	20 %
Utilfreds	0	6 %



# Mere synlighed?

I lokalområderne vil lokalformændene have mere synlighed af:

	2012	2011
Social-humanitære	51 %	48 %
Arr. og aktiviteter	35 %	28 %
Politiske resultater	48 %	50 %
Andet	15 %	7 %



## 2 eksempler

- DR – Radioavisen den 5. oktober 2014 klokken 11: "Frivillige brandmænd i Herning".



- JP Aarhus den 29. september 2015: Ældre Sagens OG Ældrerådets lokalformænd i fælles kritik af kommunen

**Jyllands-Posten** 



# Hvad er en god historie.....

- Nyhedskriterierne (Aktualitet, Væsentlighed, Identitet, Sensation, Konflikt)
- ...og i praksis for Jer:
  - NYT (aldrig før...)
  - Populært (Mange gik forgæves sidste år)
  - Kendte (Lokal landsholdsspiller/politiker etc)
  - ?? Har I eksempler

# Vigtige steps og reflektioner...



- Formuler projektets mål og indhold tydeligt og gå efter fuld opbakning i landsledelse og sekretariat
- Forandringer tager tid – og ikke alle lokale vil/kan være med fra dag 1
- Accepter "alternative" beslutningsgange lokalt (ikke kun formænd må, kan og vil)
- Motivere lokale/frivillige til indsats gennem ros og gode eksempler

# Flere vigtige reflektioner...

- Følge op i det daglige – ideer til nyhedsbrev og til lokale historier
- Best practice – "Månedens vinder"
- Undervise i pressekontakt, medieoptræden og budskabsaflevering
- Effektmåle og følge op med nye mål
- Formidl resultaterne – hold dampen oppe
- Ikke spor svært – men det tager tid !!

# Lobbyisme og politik.....

- Vigtigt at fremme sine egne interesser
- Men hold balancen.....
- Peg på problemer og forhindringer (plads, peng, praktiske forhold...)
- Men gå efter alliancer og god dialog..
- Samarbejd med alle de vigtige lokale institutioner (skoler, børnehaver, spejdere, virksomheder, lokalaviser etc)

# Den svære selvkritik.....

- Får vi den omtale vi selv synes vi fortjener? Hvis ikke – hvorfor ikke??
- Har vi ikke de rigtige aktiviteter?
- Gør vi ikke nok ud af "salgsarbejdet"
- Er vi på de sociale medier
- Skal vi få nogle frivillige ildsjæle til at hjælpe (unge sejlere/skoleelever etc.)
- Har vi nok fokus på udvikling og nye mål?

# Mere omtale hele året.....

- Flere aktiviteter hele året.....
- Klar strategi for aktiviteter på Havnens Dag ("strøgkunder") – og for hvilke vi vil tilbyde på andre tidspunkter (aftaler, samarbejder, klubber etc.)
- Lav fx et årshjul over aktiviteter, så de er spredt og timet (og afpaset efter lokale forhold)
- Hold øje og gentag det, der virker

# Lokalpressen – artikler eller annoncer?

- Vil lokalredaktionen hellere have annoncer?
- JA – men det skal de ikke bestemme
- Går i med én gang så.....
- Tilbyd et godt alternativ – tekst, materiale, besøg etc.
- Eller find en anden løsning – fx sociale medier (lokalavisen vil jo også gerne..)

# Hvad siger I



- Spørgsmål og kommentarer til strategi og aktiviteter?
- Spørgsmål til PR-Netværket?
- Kan I bruge erfaringerne i jeres organisationer?
- Har I selv gode eksempler – så del dem gerne med os andre?



Tag hjem og byg eller udbyg  
det lokale pr-netværk

Motiverende – sjovt – og så virker det!

Både synligheden OG samarbejdet med  
de frivillige bliver bedre

Held & Lykke !