

# Tips og trick til det lokale arbejde med Facebook



I kan som lokal afdeling eller repræsentant oprette en Facebookside – forudsat, at I har ressourcer til at fortælle om den, så der kommer følgere til den, og lægge indhold på den.

En Facebook-side gør jeres lokale arbejde synligt for offentligheden, og I får jeres egen kanal, hvor I ikke er afhængige af, at andre vil bringe jeres historier og meninger.

Side versus gruppe: Ønsker I at række ud til offentligheden bredt set, bør I oprette en 'side'. Ønsker I, at lokale medlemmer kan drøfte ting internt, kan I oprette en 'gruppe'. Den kan I vælge at gøre privat, så kun medlemmer af gruppen kan se opslag og medlemmer.

I kan godt have begge dele, hvis der er så mange lokale medlemmer i jeres kommune, at det giver mening at have en gruppe – de kan supplere hinanden. Men husk, at alting tager tid, også at lave opslag og holde øje og kommentere.

Logo: Der er udarbejdet lokale logoer til alle kommuner – hent både jeres lokale logoer og Cyklistforbundets logo via: [cyklistforbundet.dk/frivilligportalen/hjaelp-til-afdelinger](http://cyklistforbundet.dk/frivilligportalen/hjaelp-til-afdelinger)

| Facebook-side                                                                             | Facebook-gruppe                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Bruges af virksomheder, organisationer, foreninger, politikere eller offentlige personer. | Bruges til fællesskaber og dialog mellem medlemmer.                    |
| Har typisk én eller flere administratorer, som styrer indholdet.                          | Alle medlemmer kan som regel oprette opslag og deltage i diskussioner. |
| Følges af personer via "Følg" eller "Synes godt om".                                      | Man melder sig ind som medlem.                                         |
| Indholdet er normalt offentligt og synligt for alle.                                      | Kan være offentlig, privat eller skjult.                               |

Velegnet til 'officiel' kommunikation, nyheder og markedsføring.

Velegnet til erfaringsudveksling, debat og fællesskab.

## Hvilket indhold bør I lægge på jeres offentlige side:

- Indhold, der giver følgerne værdi. Opslag og indhold skal have relevans for dem.
- Egne fotos, af mennesker, cykler og/eller video. I kan af hensyn til ophavsrettigheder ikke 'låne' fotos fra andre fx medier. I kan bruge fotos, som andre i lokalsamfundet har taget og giver jer lov til at bruge.
- I kan også dele andres opslag.
- Engager følgerne: Hvad synes du? Oplever du også det her? (Fx at biler parkerer på cykelstien, eller cykelstien er dårlig vedligeholdt)
- Læg op til dialog frem for envejskommunikation. Spørg folk, hvad de mener. Husk at besvare kritiske kommentarer.
- Læg noget op 1-2-3 gange ugentlig. Det kan algoritmerne godt lide.
- Husk stories og reels. Videoer, I lægger op, bliver til 'reels', som har god gennemslagskraft. Videoer virker. Brug jeres smartphone.
- Evt: Brug lidt penge på de bedste opslag...50-200 kr. (kræver opsætning af annoncekonto, så ikke for alle).

## Strategi:

### 1. Fokus og muligheder:

- Mindre generel kommunikation - mere **'her og nu i din by eller kommune'**
- Gode emner: Tryghed, fremkommelighed, hverdagscykling, oplevelser, indignation, humor, cykelglæde, natur, ture, børnecykling, cyklistforbundets nationale kampagner

### 2. Aktivér eksisterende netværk

Få følgende personer til konsekvent at like/kommentere inden for 1–2 timer. Det er afgørende for reach:

- bestyrelse
- frivillige
- lokale aktive
- Tip jeres venner og forbindelser, så de deler jeres opslag,
- Hvis I (som nævnt i starten) har oprettet en medlemsgruppe, så læg en post i den med opfordring til at dele opslaget, der er lagt på jeres offentlige side.

### 3. Del i lokale grupper

Del jeres opslag i relevante lokale grupper – ofte skal man meldes ind i gruppen og godkendes. (Eksempler: Det sker i Vanløse, Vores Herning, Det sker i Odense)

#### 4. 'Tag' og samarbejd

'Tag' evt. følgende med navn i jeres opslag – det øger synlighed markant:

- Jeres kommune
  - Relevante lokalpolitikere
  - Evt. samarbejdspartnere
  - Evt. medier
- 

#### Presse:

Det er også en mulighed at skrive pressemeddelelser og debatindlæg – både til de store aviser og til lokale. Det kan være svært at komme i – jo mere kritisk, fx over for bystyret og/eller cykelforholdene desto større er chancen nok. Til de helt lokale medier skal det være lokalt og vedrøre emner i den bydel eller by. I kan også gøre chancen større ved at samarbejde med andre, så der er flere afsendere.

Læs mere om lokalt pressearbejde på [cyklistforbundet.dk/frivilligportalen/hjaelp-til-afdelinger](https://cyklistforbundet.dk/frivilligportalen/hjaelp-til-afdelinger)

#### Gode links:

- Tilmeld jer Cyklistforbundets pressemeddelelser: [Pressemeddelelser | Cyklistforbundet](#)
- Få vores nyhedsbrev Pedalkraft: [Få nyhedsbrevet](#)
- Følg os på Facebook, Instagram, X, BlueSky og LinkedIn

PS:

Husk, at nu AI er kommet, kan I altid finde hjælp hos en AI til, hvordan man udfører bestemte handlinger eller funktioner på fx Facebook. Den kan også hjælpe med at skrive opslag ud fra noget materiale, I har, og komme med gode råd.