



Kommunikationsgruppens handlingsplan for 2025

Handlingsplanen beskriver konkrete tiltag, som gruppen planlægger for at opfylde det formål, som visionen for kommunikation har opstillet. Hvor det er muligt, er der opstillet kvantitative mål for indsatsen.

- at øge synligheden af såvel museet som foreningens arbejde
- at øge antallet af medlemmer
- at rekruttere flere frivillige
- at øge besøgstallet på museet

I 2023 gennemførte vi en spørgeskemaundersøgelse blandt Gudhjem Museums gæster, som har hjulpet med at afdække, fra hvilke kanaler gæsterne har hentet deres information om museet og udstillingerne. Undersøgelsen var grundlag for kommunikationsgruppens handlingsplan 2024 og er fortsat baggrund for valget af formidlingskanaler i 2025. Som konsekvens af gæsternes besvarelser, har vi i 2024 gjort forsøg med større synlighed omkring museet med bannere ud mod vejen. Et tiltag, som også gentages i handlingsplan for det kommende år.

Foreningens målgrupper er:

- Foreningens medlemmer
- Borgere i Gudhjem
- Øvrige bornholmere
- Personer med tilknytning til byen, fx ferieboligejere
- Turister

Spørgeskemaundersøgelsen indikerede, at 2/3 af alle museets gæster i 2023 var turister. Nogle informationskanaler henvender sig primært til turisterne og andre primært til lokale borgere og medlemmer.

Plan og mål 2025

Printmedier:

Egne publikationer

- Udarbejdelse af **værklister** til udstillinger.
- Udarbejdelse af **plakater og postkort** til alle udstillinger.
- Beholdning af **generel folder** om museet (opdateret og genoptrykt i 2024) forventes at række til forbrug i 2025
- **Hæfte om sommerfuglemarken**. Beholdning forventes opbrugt i 2025. Genoptryk er ikke besluttet pt.
- Beholdning af **"Gudhjem til fods" kortet** er næsten opbrugt. Genoptryk og sprogversioner vil ligge som aktivitet hos bygruppen.

Annoncering på print

- 1/3 side i magasinet **Destination Bornholm**.
- Annoncering i **Denne uges Bornholm** i åbningsperioder, ca. 8 indrykninger

Digitale medier:

Egne kanaler: Primær informationskanal er hjemmesiden, og nyhedsbreve og opslag på sociale medier henter stof herfra.

Blandt de sociale medier er Facebook fortsat den kanal, hvor foreningen rammer flest i sin målgruppe. Flertallet af opslag vedrører aktiviteter på museet. Det er ønskeligt, at de øvrige arbejdsgrupper i foreningen bidrager med mere indhold til sociale medier. For Facebookgruppen Gudhjem Arkiv gælder det, at mange opslag er deling af opslag fra hovedsiden, og dermed ikke er udformet af Arkivgruppen og derfor heller ikke omhandlende denne gruppes arbejde. Dog har sidste halvdel af året givet en fremgang og dermed forbedret værdi for de særligt lokalhistorisk interesserede.

Tilstedeværelsen på Instagram fungerer især godt over for kunstinteresserede, både udøvende kunstnere på Bornholm og kunstinteresserede besøgende på øen og museet.

- **Løbende opdatering på www.gudhjemmuseum.dk** med udstillinger og arrangementer på museet, samt forbedret orientering om arbejdet i bygruppen.
- **Antal sidevisninger 2025: 60.000** (Åtd. 2024: 56.802) (2022: 32.735)
- **Antal unikke brugere 2025: 15.000** (Åtd. 2024: 14.229)
- **Antal nyhedsartikler 2025: 25** (Åtd. 2024: 17)

Skift i metode fra Google Analytics betyder, at vi mangler målinger fra perioder i 2023. Derfor anvendes 2022 som sammenligning.

- **Antal ordinære nyhedsbreve 2025: 4** (Åtd. 2024: 3)
- **Antal øvrige meddelelser pr mail 2025: 10** (Åtd. 2024: 6)
- **Antal modtagere 2025: 550** (Åtd. 2024: 527)
- **Åbnings % 2025: 67%** (Åtd. 2024: 67%)
- **Klik på link 2025: 14%** (Åtd. 2024: 14%)
- **Antal opslag på Facebooksiden 2025: 110** (Åtd. 2024: 83) Gns. 2 ugl. opslag
- **Antal følgere på Facebooksiden 2025: 1.100** (Åtd. 2024: 1.018)
- **Rækkevidde på Facebooksiden 2025: 43.000** (Åtd. 2024: 38.937) (2023: 41.027)
- **Antal opslag i Facebookgruppen 2025:**
- **Antal opslag på Instagram 2025: 80** (Åtd. 2024: 66)
- **Antal følgere på Instagram 2025: 750** (Åtd. 2024: 687)

- Rækkevidde på Instagram 2025: 3.000 (Åtd. 2024: 2.573)

Betalt annoncering:

- Facebook og Instagram
- Øvrige digitale platforme, som vurderes individuelt

Tilstedeværelse på kalendere – både analoge og digitale:

- Alle arrangementer og udstillinger i **Det sker, Bornholms Tidende**
- Alle arrangementer og udstillinger i **eventkalender på www.bornholm.info** med tilhørende app.
- Særarrangementer og events i **Tid og Sted** i Denne uges Bornholm

Skiltning:

- Ophængning af **banner** om aktuel særudstilling over stenen på hjørnet ved landevejen.
- Muligheden for **store infotavler** på de 3 P-pladser oven for byen undersøges. Samarbejde med svømmehal og forældrenetværk, så infotavlen viser aktivitetsmulighederne "på toppen af Gudhjem". Var planlagt til 2024, men ej gennemført.

Presse:

- Pressemeddelelser om alle udstillinger og øvrige aktiviteter på museet udarbejdes til lokale medier.
- Koordinatorer for henholdsvis Bygruppe og Museumsgruppe kontakter selv pressen med aktuelle emner.

Andet:

- Plakat med QR-koder, der henviser til tysk omtale af aktuelle udstillinger ophænges på museet. (link til omtalen på hjemmesiden)
- Plakat med QR-koder, der opfordrer til at følge med i museets aktiviteter på hjemmeside og sociale medier.
- Opfordring til at anmelde museet på Google – og dele billeder fra museet med #gudhjemmuseum.

Besøgs- og medlemstal samt frivillige i foreningen:

- **Antal gæster 2025: 5.000** (Åtd: 2024: 4.827) (2023: 2.914) (2022: 3.675)
- **Gns. pr dag 2025: 35** (Åtd: 2024: 35,5) (2023: 24,6) (2022: 21,1)
- **Medlemstal 2025 i alt, registreret betalt: 400** (Åtd 2024: 373) (2023: 388)
- **Medlemstal 3760 2025, registret betalt: 200**
- **Antal frivillige 2025: 40** (2024: 34)

Medlemmer 2024 fordeler sig med:

Bopæl i 3760:	182
Andre bornholmere:	106
Ikke bornholmere:	85
I alt:	373

Kommunikation

Budget

Hjemmeside, drift og support	5.000,00
Annoncering print	
Magasinet Destination Bornholm 1/3 side	10.625,00
DUB 8 x 1/4 side	17.053,75
Annoncering, digital	
SoMe	5.000,00
Tryksager, plakater, skilte, bannere mv.	25.000,00
I alt	62.678,75