Verksamhetsberättelse 2022

för Lokalt Ledd Utveckling Halland

Styrelsens sammansättning

Ordförande:	Tore Holmefalk, Glommen	Ideell sektor
Vice ordförande:	Susanne Thorsson, Köinge	Privat sektor
Övriga ledamöter:	Per Stané-Persson, Region Halland	Offentlig sektor
	Agnetha Åkerberg, Region Halland	Offentlig sektor
	Marianne Pleijel, Kungsbacka	Offentlig sektor
	Jenny Bolgert, Varberg	Offentlig sektor
	Rebecka Kristensson, Falkenberg	Offentlig sektor
	Micael Arnström, Hylte	Offentlig sektor
	Anders Blomqvist, Halmstad	Offentlig sektor
	Angela Magnusson, Laholm	Offentlig sektor
	Rose-Marie Eriksson, Fjärås	Ideell sektor
	Konstantia Karagiannaki, Varberg	Ideell sektor
	Karl Gottfridsson, Källsjö	Ideell sektor
	Sandra Hidgård, Halmstad	Ideell sektor
	Göran Nilsson, Trönninge	Ideell sektor
	Bo Westman, Hyltebruk	Ideell sektor
	Cecilia Paulsson, Simlångsdalen	Ideell sektor
	Emma Bergstrand, Vallda	Privat sektor
	Marie Torstensson, Tvååker	Privat sektor
	Martin Haraldsson, Falkenberg	Privat sektor
	Georg Larsson, Torup	Privat sektor
	Kjell-Åke Källén, Knallhult	Privat sektor
	Ulrika Algothsson, Ålstorp	Privat sektor
	Martin Ahlström, Trälshult	Privat sektor
Revisor	Jan-Ove Bengtsson, Falkenberg	Auktoriserad revisor
Ersättare:	Marianne Thorsson, Ullared	Godkänd revisor
Valberedning	Kristina Karlsson, Kungsbacka	Offentlig sektor
	Elisabeth Otterdahl, Valinge	Ideell sektor
	Magdalena Petersson, Oskarström	Privat sektor
Ersättare:		
	Margit Bik, Halmstad	Offentlig sektor
	Sima Benni, Halmstad	Ideell sektor
	Peter Nilsson, Gällared	Privat sektor

Ett lärande år

I början av 2022 var den allmänna förhoppningen om ljusare tider efter pandemins skugga stor och många av oss hade börjat tro på det också. Men den 24 februari angrep Ryssland sina grannar i Ukraina och miljontals liv förändrades för alltid. Pandemin fanns kvar, men Europa fick ett annat fokus. Även om ukrainska flyktingar i första hand inte sökte sig till Sverige, fick vi alla känna på konsekvenserna av kriget. Ökade energipriser, kombinerat med en inflation som gick snabbare än många av våra europeiska länders, samtidigt som bostadspriserna befann sig i nedgång, gjorde att hushållen behövde se om sina utgifter. Dessutom var det valår med allt vad det innebar.

Både idén om att inventera säkra boende för ukrainska flyktingar under våren och idén att installera en matmission för behövande under hösten, kunde inte genomföras pga. att det inte fanns tillräckliga resurser. Varje insats måste kopplas till resurser för att upprätthålla en hållbar arbetssituation för personalen, och för att kunna agera seriöst.

I de mer långfristiga, strategiska satsningarna ligger föreningen rätt i resurser. Arbetet med strategin är planerat och har haft tillräckliga resurser sedan 2021, åtminstone fram till sommaren, då en sjukskrivning förändrade situationen.
Under året startade smarta landsbygder i Halland upp, med resurser och rekrytering som genomför projektplanen enligt mall, och projektet har väckt mycket uppmärksamhet medialt och i beträffade byar. Med extra insatser kunde verksamhetskontoret tillsammans med intresserade medlemmar genomföra en landsbygdsdebatt med regionala och nationellt nominerade politiker från Halland innan valen.

Unga Landsbyggare har fortsatt att genomföras, även förstärkt genom ett internationellt samarbete finansierat genom ERASMUS+, där ELARD varit koordinerande part. Även Crowd4Regions och Crowdfunding Halland har fortsatt genomföras. Crowd4Regions avslutades till slutet av året och har gett fina resultat som kan delas med andra intresserade leaderområden i Sverige och Europa. Genomförandet av Västerhavsveckan genom projektet Ett utvecklat fiske i Kattegatt har överlämnats till Region Halland och vi hoppas att det där ska hitta långfristig finansiering.

Under året har vi sett att vi kan reagera snabbt, men inte utan resurser.

Möten under året

Lokalt Ledd Utveckling Halland höll sitt årsmöte den 24 mars i Ullared. Tore Holmefalk, Glommen, valdes om som ordförande. Nyval av tre ledamöter, en inom offentlig sektor, en inom ideell sektor och en inom privat sektor. En av de offentliga ledamöterna aviserade avgång under det kommande året, varför årsmötet gav styrelsen möjlighet att komplettera efter nominering av Region och kommuner.

LAG-styrelsen har sammanträtt 5 gånger under verksamhetsåret 2022: 3 mars, 24 mars (konstituerande), 2 juni, 10 oktober, och 7 december. Strategidagar genomfördes den 5 – 6 maj i Skårs Gård i Gällinge, Kungsbacka kommun, vilka till största delen handlade om den nya strategin och kommande programperiod.

LAG har under året å ena sidan arbetat med att färdigställa och lära känna den nya strategin, vilket varit ett tema på de flesta LAG-möten. Under strategidagar men även under resten av året har styrelsen påbörjat processen om vad som ska vara LAGs väg med

minskande medel och en spetsigare strategi. Den processen pågår än, samtidigt som det fortfarande finns en stor efterfrågan på samtliga fonder och medel. Ansökan om att starta leaderområde lämnades in 15 oktober. Samtidigt har pågående programperiod fortsatt. LAG-styrelsen har under året dessutom arbetat med att få ut de medel som återstår i den gamla programperioden och även att ta hand om det återflöde som kommer in från avslutade projekt. Många projekt har fått möjlighet att visa upp sina avslutade projekt vid LAG-styrelsens möten.

Arbetsutskottet har bestått av Tore Holmefalk, Susanne Thorsson, Marianne Pleijel, Sandra Hidgård och Martin Haraldsson. Dessa har berett ärende till LAG-mötena och har sammanträtt 7 gånger: den 8 februari, 6 maj, 8 juni, 30, juni, 1 september, 19 september och 15 november.
Sammanfattningsvis har mötena handlat om att förbereda möten med LAG-styrelsen, projektbeslut och presentationer, genomgång av personal och organisationsfrågor, samt planera för hur studiebesök ska organiseras. En del förberedelsearbete inför den kommande programperioden har också gjorts tillsammans med verksamhetsledaren.

Jordbruksverkets ansökningsköer
Handläggningstiderna har varit fortsatta långa under året som gått. Dock har de blivit kortare i slutet av året. I skrivande stund ligger handläggningen hos Jordbruksverket på LAG-klara projekt på ca tre månader och utbetalningsansökningar på ca fem månader. Jordbruksverket har uppgett att orsaken till detta delvis beror på att det är en del ny personal, men också att många arbetat med den nya programperioden med att bl.a. granska LEADER-föreningarnas nya strategier.

LLUH har under året haft 11 projektpresentationer, varav 8 projekt prioriterats till en summa av 2 798 092 kronor. SJV fattade beslut om 19 av LLUH:s projekt under år 2022.

I denna summan har inte redan prioriterade stöd som dragits tillbaka räknats med. 2 företag har dragit tillbaka sina ansökningar i år.

Kvalitetsarbete
Individuell rådgivning ges löpande till projekten avseende regelverk och bestämmelser vid genomförandet och hur ansökan om utbetalning går till och det regelverk som gäller där. Det har även genomförts uppstart- och redovisningsutbildning för flera intresserade projekt. Den 21/3 och den 5/4 hölls digitala utbildningar och den 4/4 var det en fysisk utbildning på plats på verksamhetskontoret. Ytterligare några individuella uppstarts- och redovisningsutbildningar har hållits under året.

Informationsinsatser
Sedan 2021 har Lokalt Ledd Utveckling Halland en renodlad kommunikatör som arbetar med spridning av vår verksamhet genom en kommunikationsplan som togs fram samma år. Våra kanaler är pressmeddelanden, websidan, nyhetsbrev, sociala medier; Facebook, instagram och tiktok. För information om hur kommunikationsarbetet fungerar, hänvisas till bilagan sociala medier analys.

Samverkan för lokalt ledd utveckling
Lokalt Ledd Utveckling Halland sätter ett stort värde i att delta och hämta kunskap från regionala och nationella nätverk. De nätverksträffar som Lokalt Ledd Utveckling Halland

återkommande deltar i är nationella landsbygdsnätverkets, Lokal Utveckling Sverige, södra leaderområdenas regionträffar och andra möjligheter till nätverk regionalt och internationellt. Halland har under året deltagit på 4 av de södra leaderområdenas regionala träffar samt den nationella LEADER-nätverksträffen i Högbo bruk, där samtlig driftspersonal och arbetsutskottet deltog.

Kontoret och aktiva ledamöter har deltagit på olika möten som Länsstyrelsen och Region Halland kallat till som berör vår verksamhet, exempelvis det regionala landsbygdsnätverket där kommunala och regionala tjänstepersoner samt LLUH träffas. Vidare har verksamhetskontoret medverkat i västsvenska EU-konferensen i samverkan med Region Halland och Europa Direkt. Genom våra projekt samverkar LLUH med flera regionala och kommunala aktörer. Europa Direkt arrangerar återkommande HIN (Hallands Internationella Nätverk) möten där LLUH deltar och även Bästa samverkansplatsen kallar till arbetsgrupps-möten där LLUH deltar genom Bo Westman.

Internationellt samarbete
Internationellt utbyte är ett från LAG och från EU prioriterat område, och därför bestämde LLUH att delta på ERASMUS+ projektet RURBEST som drogs igång av ELARD under början av året. Unga deltagare från Belgien, Sverige, Litauen, Polen, Grekland och Spanien fick möjlighet att medskapa den femte europeiska landsbygdsriksdagen i Kielce, Polen. Från Halland deltog 4 unga, utöver personalen. Därefter deltog koordinatorerna från respektive land även på spridningsresan till Bryssel, där de deklarationer och manifest som tagits fram med mer än 400 deltagare distribuerades via möten med EU:s institutioner.

LAG har dessutom ett transnationellt samarbetsprojekt, Crowd4Regions som avslutats under slutet av året. Två fysiska möten har ägt rum i Tyskland och i Österrike under året och flera webbaserade möten har ägt rum.
Projektet genomfördes för att bygga vidare på den kompetens som finns inom crowdfunding på en lokal nivå. Genom projektet såg vi möjligheter i att utbyta kunskap, verktyg och arbetssätt inom partnerskapet samt ta lärdom av varandras misstag och framgångar. Denna kunskap tas nu med in i projektet Crowdfunding Halland.
Projekt har resulterat i den framtagna verktygslådan som innehåller följande:
• en översikt över nyckelkomponenter i crowdfundingmekanismer, processer och interaktioner mellan olika aktörer som crowdfundingkampanjer bygger på,
• en sammanfattande analys av utredningen som gjorts inom projektet och en redovisning av goda exempel på tillämpningen av crowdbaserade lösningar inom LEADER nationellt och internationellt,
• en redovisning av Crowd4regions erfarenheter med att använda sig av olika crowdbaserade lösningar i sina lokala pilotinsatser,
• en rapport om slutsatser, lärdomar och rekommendationer om crowdbaserade lösningars användbarhet inom LEADER som andra LAG kan använda i sin verksamhet.

Verksamhetskontoret
Årsskiftet 2021/22 var sex personer anställda på verksamhetskontoret: Marion Eckardt, verksamhetsledare, Sven-Anders Svensson, projekthandläggare och ekonomiansvarig, Madelene Wahlström, projekthandläggare och administratör, liksom Annie Linsemark, kommunikatör. Som projektledare till LAG-ägda projekt har två personer arbetat: Teneal Solinas ansvarig för projektet ”Crowdfunding Halland” och ”Crowd4Regions”, Maria Wångsell för ”Unga Landsbyggare”. Under året har ett intensivt samarbete dessutom pågått med

konsulten Jennie Cederholm Björklund från Stios AB som hjälpt oss att ta fram vår strategi och som upphandlats redan under 2020.

Marion Eckardt arbetar 40 % i driften eftersom hon under 2020–22 verkar som ELARD:s ordförande under 60 % av sin tjänst. Annie Linsemark arbetade 80% i driften eftersom hon stöttat upp i ordförandeskapet under 20% av sin tjänst.

I maj påbörjade Rebecka Hansson sin tjänst som projektledare för det LAG-ägda projektet ”Smarta Landsbygder i Halland”. Maria Wångsell gick på föräldraledighet i maj, och som föräldravik anställdes Tessie Brink den 1.4.
Under sommaren hade vi en sommarjobbare, Giorgi Shoshev, som arbetade med att filma projekt för en framtida digital projektkatalog.

Personalen i driften har under året arbetat med att ta fram en ny strategi samtidigt som den gamla pågått för fullt då den utökats i budget. Pga. sjukskrivning föll färdigställandet av strategin tillbaka på verksamhetskontoret vilket åstadkom en hög arbetsbelastning.

Handläggare och administratör arbetar huvudsakligen med handläggning av projektansökningar, förbereda för AU och LAG och inför de beslut om projekten som tas där, utbildningar till projektledare och projektägare, samt stöd till de som ansöker och till de projekt som startat upp sin verksamhet. Verksamhetsledare har ansvar för utveckling av verksamhet och personalledning. Projektledare ansvarar för sina respektive projekt och kommunikatören för kommunikationen.

Vår Kommunikatör har tagit del av en kostnadsbunden webbutbildning med personlig handledning och är sedan hösten 2022 diplomerad Sociala Medie Manager.
Kursen är inriktad på sociala medier och genom att jobba med en verklig organisation har vår kommunikatör lärt sig att projektleda sociala medier, skapa content, arbeta med algoritmer, annonsering och mycket mer. Det vill säga specialisera sig inom sociala medier.
Verksamhetsledare har tagit del av kursen ”Leading Transformative Organisations” av handelshögskolan Stockholm.

Övrig personal har sporadiskt tagit del av kostnadsfria utbildningar. Närvaron på regionala och nationella nätverksträffar är ett led i att höja ny personals kompetens inom sakfrågor som LLUH arbetar med, exempelvis: Nationella nätverksträffar runt landsbygdsutveckling, redovisning och handläggning, lokal ekonomidagarna, social innovation i Skåne, m.m.

Slutord
2022 har varit ett år där vi har sett att de förutsättningar under vilka vi verkar, kan förändras snabbt. När förändringens vindar blåser känns det bra att veta att vi har en prioriterad strategi som vi kan börja omsätta under 2023. i den finns både nya medel och flexibilitet så att vi kan tillsätta resurser där det mest behövs.

LAG-styrelsen vill tacka alla medlemmar och andra berörda parter för gott samarbete under det gångna året!

LAG (Local Action Group) styrelsen Lokalt Ledd Utveckling Halland 2022

Bilaga 1

Prioriterade projekt under 2022

Nr.	Projektnamn	Prioriterat stöd EU, stat	Prioriterad stöd Region Halland	Privat/Kommun
1	Fiskevårdsplan för sjön Bolmen	127 732 kr	62 913 kr	
2	Catfish	155 062 kr	76 374 kr	
3	Smarta Landsbygder i Halland	351 974 kr	351 974 kr	
4	AVE Kafferosteri, ett lokalt och hantverksmässigt kafferosteri i Hallands inland	197 358 kr		197 358 kr
5	Kungsgärdets Byaodling	592 950 kr	292 050 kr	
6	Flammabyggets Gille och event	233 830 kr	115 170 kr	132 000 kr
7	Besöksmål HemmaJord	41 190 kr		41 190 kr
8	Samverkan för honungskvalitet	199 515 kr		199 515 kr
Total omslutning		**1 899 611 kr**	**898 481 kr**	**570 063 kr**

Bilaga 2

Ekonomisk redovisning 2022

Lokalt Ledd Utveckling Halland 221231

Balansrapport LLUH

TILLGÅNGAR		Not.	IB	Perioden	UB
Fordringar					
1510	Kundfordringar		3 060 184,00	-3 060 184,00	0,00
1520	Kundfordringar SJV		0,00	14 370,54	14 370,54
1610	Projektstöd SJV	1	4 991 293,51	646 030,70	5 637 324,21
1620	Förutbetalda kostnader		37 748,00	15 401,00	53 149,00
1630	Skattekonto		0,00	10 873,00	10 873,00
1640	Strategi 2023–2027		554 259,77	-181 814,77	372 445,00
1680	Fordringar övriga		230,00	-230,00	0,00
	***S:a fordringar**		**8 643 715,28**	**-2 555 553,53**	**6 088 161,75**
Kassa och bank					
1930	Bankkonto 83469 030860183		18 773,66	41 845,32	60 618,98
1931	Placeringskonto		2 537 247,92	-271 786,32	2 265 461,60
	***S:a kassa och bank**		**2 556 021,58**	**-229 941,00**	**2 326 080,58**
	*** S:A TILLGÅNGAR		11 199 736,86	-2 785 494,53	8 414 242,33
EGET KAP/SKULDER					
Eget kapital					
2010	Eget kapital, LLUH		-702 400,25	169 982,48	-532 417,77
2098	Resultat tidigare år		0,00	-445 342,30	-445 342,30
2099	Redovisat resultat		-250 214,94	-267 096,70	-517 311,64
	***S:a eget kapital**		**-952 615,19**	**-542 456,52**	**-1 495 071,71**
Kortfristiga skulder					
2430	Kortfristiga skulder		-9 759,00	-22 407,55	-32 166,55
2431	Resekassa Hallandstrafik		505,60	-505,60	0,00
2710	Personalskatt		-61 282,00	-21 796,00	-83 078,00
2720	Semesterlöneskuld		-176 862,42	-31 318,38	-208 180,80
2730	Sociala avgifter		-64 706,00	-25 425,00	-90 131,00
2731	Soc avg semesterlöneskuld		-52 587,71	-12 822,70	-65 410,41
2740	Särskild löneskatt		-132 414,34	18 301,84	-114 112,50
2820	Medfin. Region Halland	2	-9 750 015,80	3 423 924,44	-6 326 091,36
	***S:a kortfristiga skulder**		**-10 247 121,67**	**3 327 951,05**	**-6 919 170,62**
	*** EGET KAP/AVS/SKULDER		-11 199 736,86	2 785 494,53	-8 414 242,33
	*** Kapitalförändring		0,00	0,00	0,00

Not 1:
Fordran på Jordbruksverket för drift och egenägda projekt som ännu inte redovisats.

Not 2:
Skuld till externa projekt, drift och egenägda projekt av Region Hallands medfinansiering.

Årsredovisning 2022

Resultaträkning

INBETALNINGAR	Perioden	Förgående år
Finansiering (beräknat stöd)	4 792 910	4 287 059
Övriga intäkter	2 167 054	565 968
****S:A INBETALNINGAR**	**6 959 964**	**4 853 027**
UTBETALNINGAR		
Strategi 2023-2027	1 174 055	0
Indirekta kostnader	459 128	325 821
Direkta faktiska kostnader	1 031 165	505 174
Personal	2 742 326	2 660 855
Löneomkostnader	1 036 022	1 110 961
Finansiella int/kostn	-44	0
****S:A RÖRELSEKOSTNAD**	**6 442 652**	**4 602 812**
*** R E S U L T A T	517 312	250 215

Härmed godkänner styrelsen verksamhetsberättelsen inklusive det ekonomiska bokslutet från året 2022.

2023-03-02

Tore Holmefalk, ordförande	Susanne Thorsson, vice ordförande	Per Stané-Persson, ledamot
Agneta Åkerberg, ledamot	Marianne Pleijel, ledamot	Jenny Bolgert, ledamot
Rebecka Kristensson, ledamot	Micael Arnström, ledamot	Anders Blomkvist, ledamot
Angela Magnusson, ledamot	Rose-Marie Eriksson, ledamot	Konstantia Karagiannaki, ledamot
Karl Gottfridsson, ledamot	Bo Westman, ledamot	Sandra Hidgård, ledamot
Göran Nilsson, ledamot	Cecilia Paulsson, ledamot	Emma Bergstrand, ledamot
Marie Torstensson, ledamot	Martin Haraldsson, ledamot	Georg Larsson, ledamot
Kjell-Åke Källén, ledamot	Ulrika Algothsson, ledamot	Martin Ahlström, ledamot

Min revisionsberättelse har avgivits den

Jan-Ove Bengtsson

Auktoriserad Revisor



Februari 2023

Social Rapport 2022

Lokalt Ledd Utveckling Halland

Innehållsförteckning

1. **Facebook** **s.2-7**
2. **Instagram** **s.8-19**
3. **Konkurrenter** **s.19-23**
4. **LinkedIn** **s.24-27**
5. **Nyhetsbrev** **s.26-34**

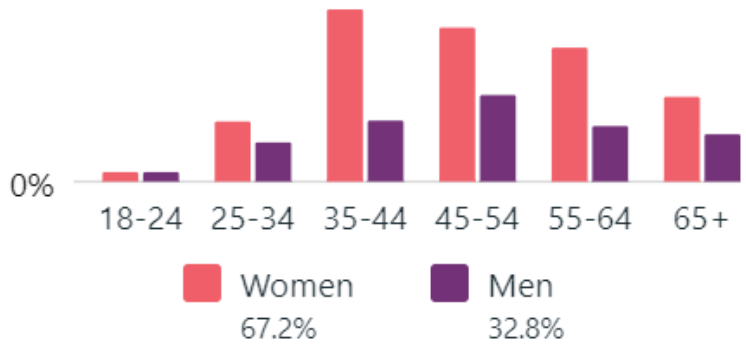
Facebook

Audience

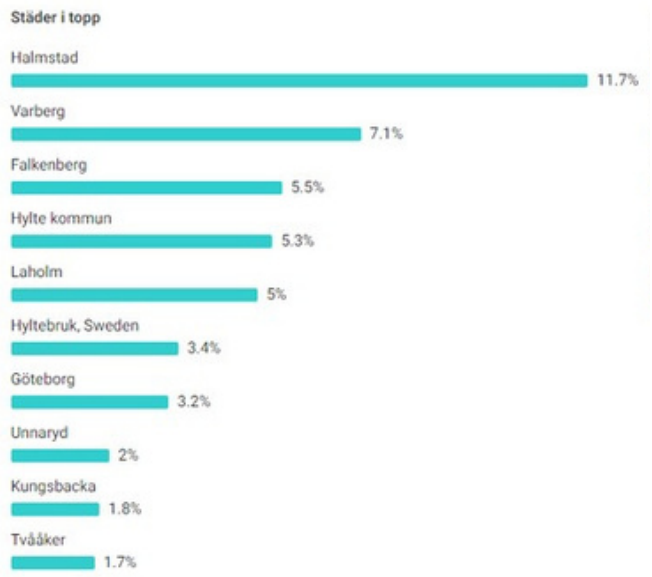
Facebook Page followers

1,200

Age & gender



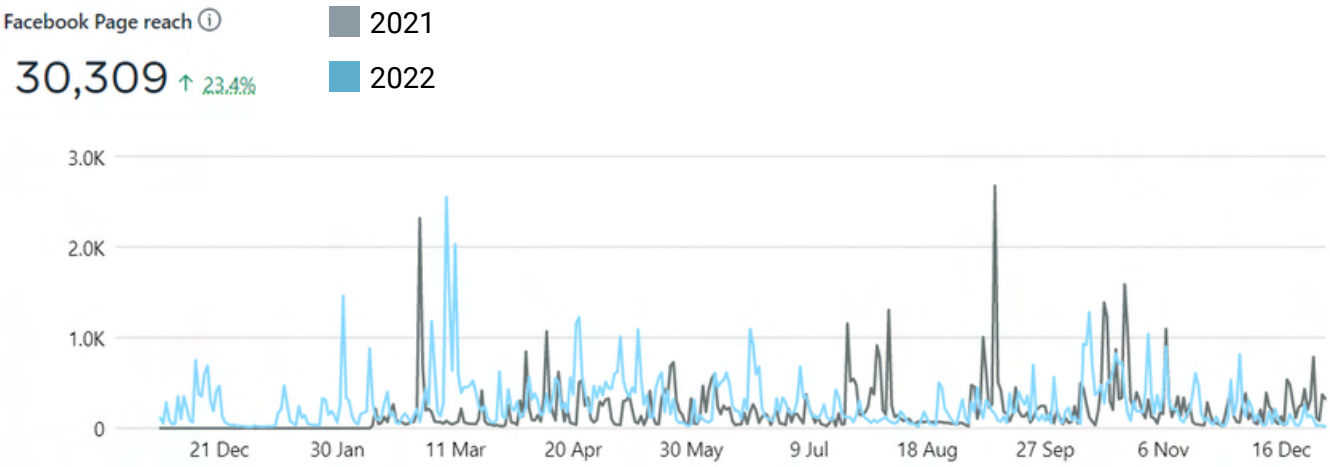
Städer i topp



Facebook

*Algoritmerna har förändrats under det senaste åren. Det är svårare att nå ut till en stor grupp utan att betala för annonsering.

Totala räckvidden 2021 & 2022



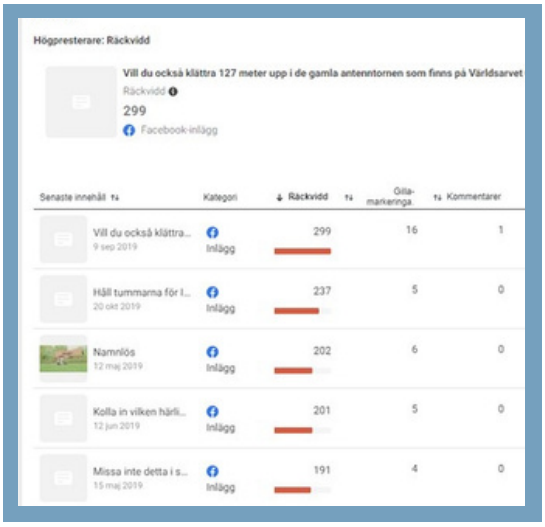
Page and profile visits



New likes and follows

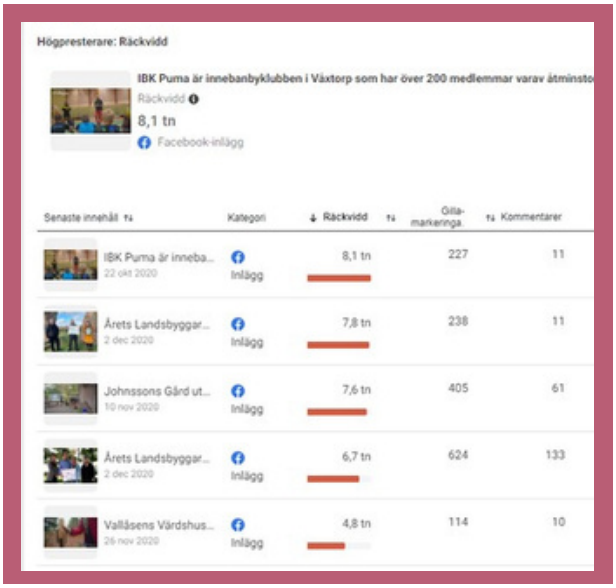


Inlägg med störst räckvidd



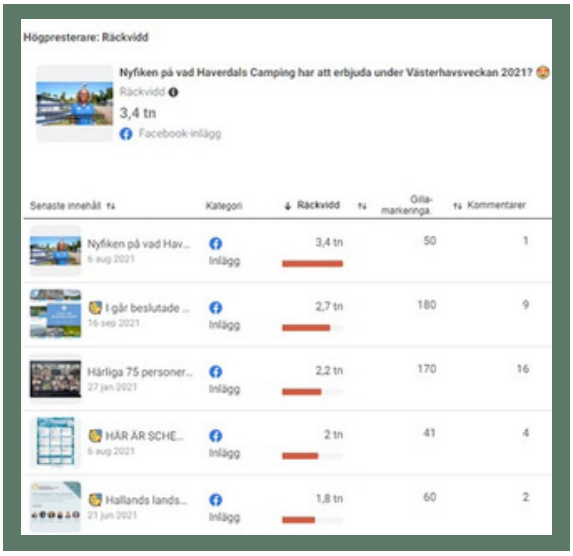
2019

Räckvidd 299



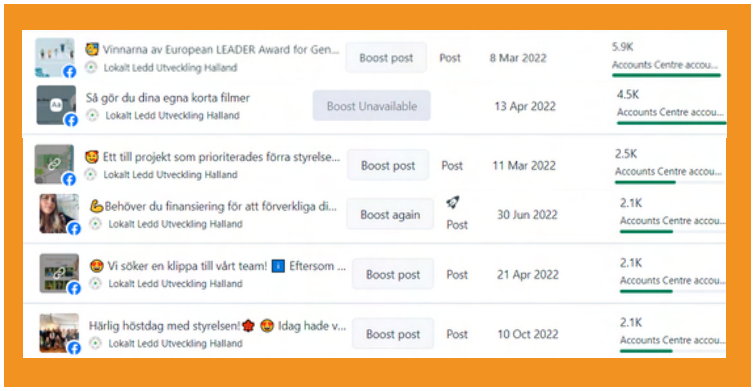
2020

Räckvidd 8100



2021

Räckvidd 3400



2022

Räckvidd 5900

Inlägg med mest gillamarkeringar & kommentarer



Senaste innehåll	Kategori	Räckvidd	Gilla-markering...	Kommentarer
Hej! Jag heter Sima... 17 jun 2019	Inlägg	24	61	12
Deltar idag på årsm... 21 maj 2019	Inlägg	0	53	1
Några av oss är på ... 7 okt 2019	Inlägg	2	50	1

2019

61 gillamarkeringar

2020

624 gillamarkeringar



Senaste innehåll	Kategori	Räckvidd	Gilla-markering...	Kommentarer
Årets Landsbyggar... 2 dec 2020	Inlägg	6,7 tn	624	133
Årets Landsbyggar... 2 dec 2020	Inlägg	3,7 tn	432	67
FINALISTERNA TIL... 27 feb 2020	Inlägg	4,7 tn	418	99



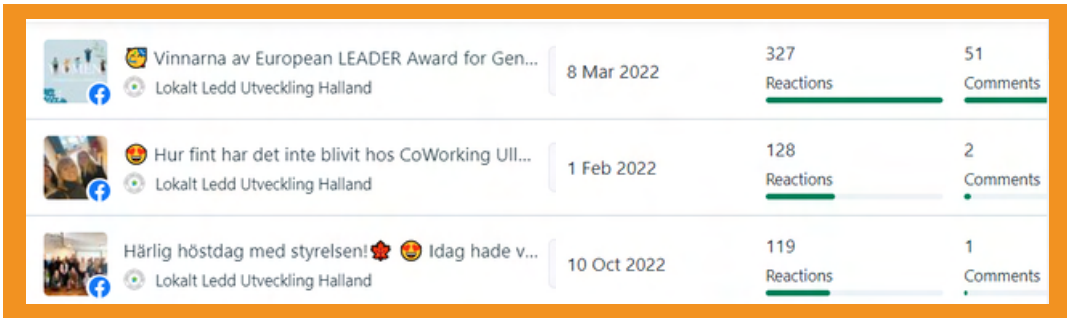
Senaste innehåll	Kategori	Räckvidd	Gilla-markering...	Kommentarer
WOHOOO då va... 7 okt 2021	Inlägg	1,4 tn	219	35
I går beslutade ... 16 sep 2021	Inlägg	2,7 tn	180	9
Härliga 75 personer... 27 jan 2021	Inlägg	2,2 tn	170	16

2021

219 gillamarkeringar

2022

327 gillamarkeringar



Vinnarna av European LEADER Award for Gen... Lokalt Ledd Utveckling Halland	8 Mar 2022	327 Reactions	51 Comments
Hur fint har det inte blivit hos CoWorking Ull... Lokalt Ledd Utveckling Halland	1 Feb 2022	128 Reactions	2 Comments
Härlig höstdag med styrelsen! Idag hade v... Lokalt Ledd Utveckling Halland	10 Oct 2022	119 Reactions	1 Comments

Slutsats

Sammanfattning

- De populäraste inläggen är västerhavsveckan, landsbyggaredagen och prioriterade projekt. En gemensam faktor här är att vi visar upp framgångar och att vi kan tagga fler personer, vilket ökar spridningen.

- Våra följare gillar bilder på människor och höra om deras och våra framgångar.

- Facebooksidan har fått färre nya likes och personer klickar in mer sällan på sidan. Vi har aktivt inte arbetat med att försöka få personer att gilla vår facebooksida.

- Vi får mer likes på inlägg och når fler personer 2022 än vad vi gjorde 2021, vi har arbetar mer med att skilja inläggen på Facebook och Instagram så att våra följare inte ska behöva känna att inlägg kopieras utan istället upprepas.

- Vi har arbetat mer med betalade annonser för att kunna nå rätt målgrupp.

- Vi arbetar med att tagga personer för att få mer spridning och engagemang.

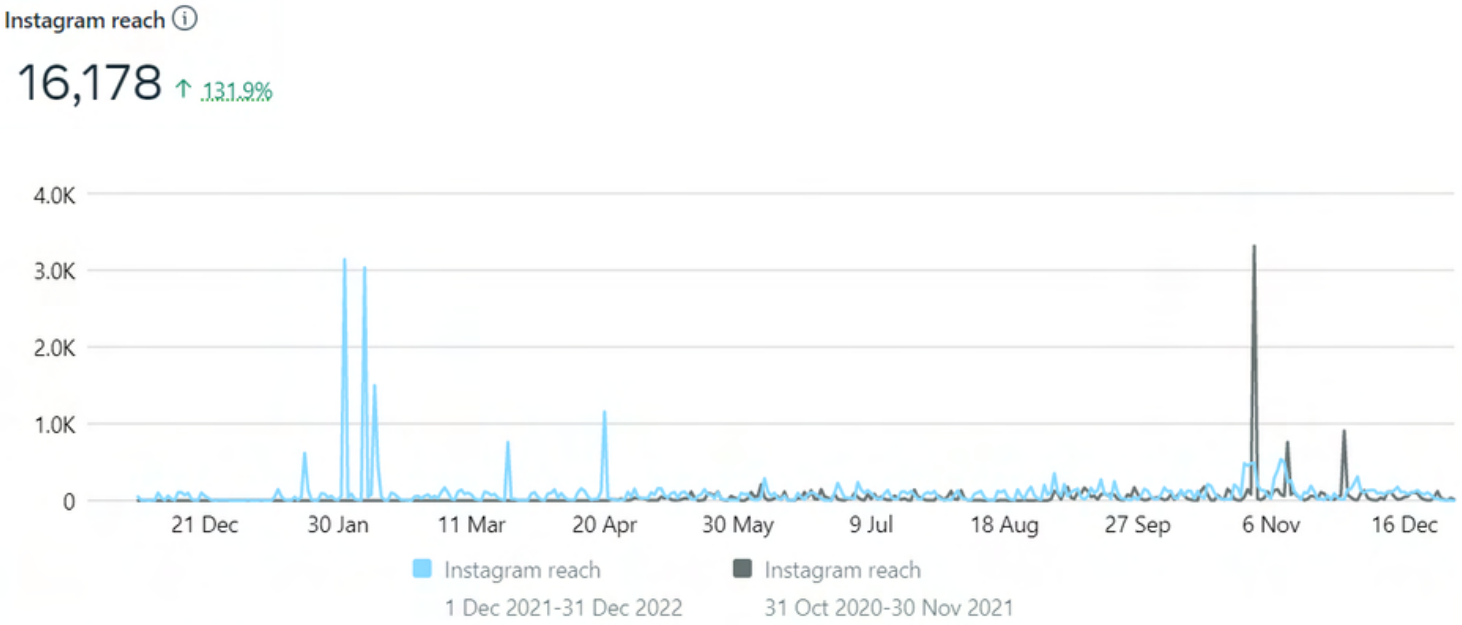
Mål 2023

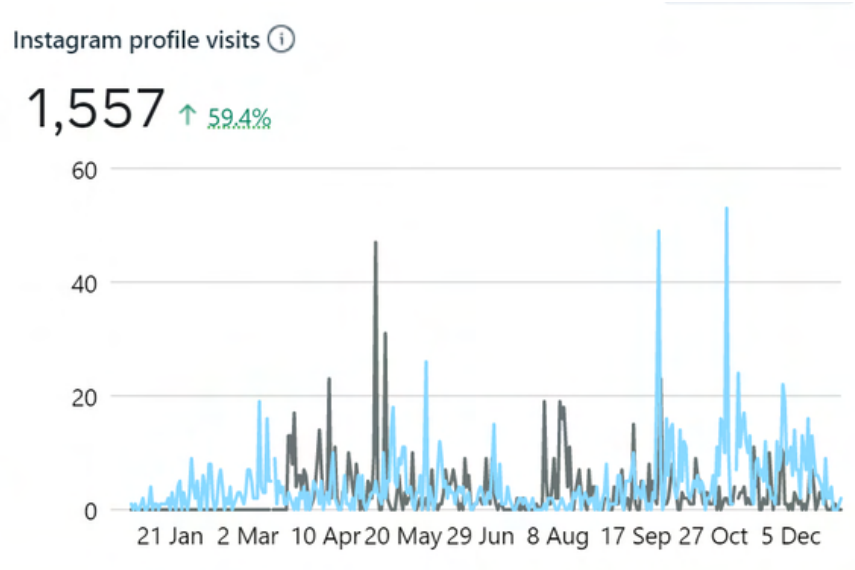
- Fortsätta arbeta med att få större spridning och engagemang genom att publicera höjdpunkter och arbeta mer effektivt med att tagga personer.

- Vi ska arbeta mer med att få personer att gilla vår facebooksida, bland annat att skriva det till våra projektägare, när vi får nya beviljade projekt.

- Arbeta mer med att integrera med följare från vårt LLUH konto.

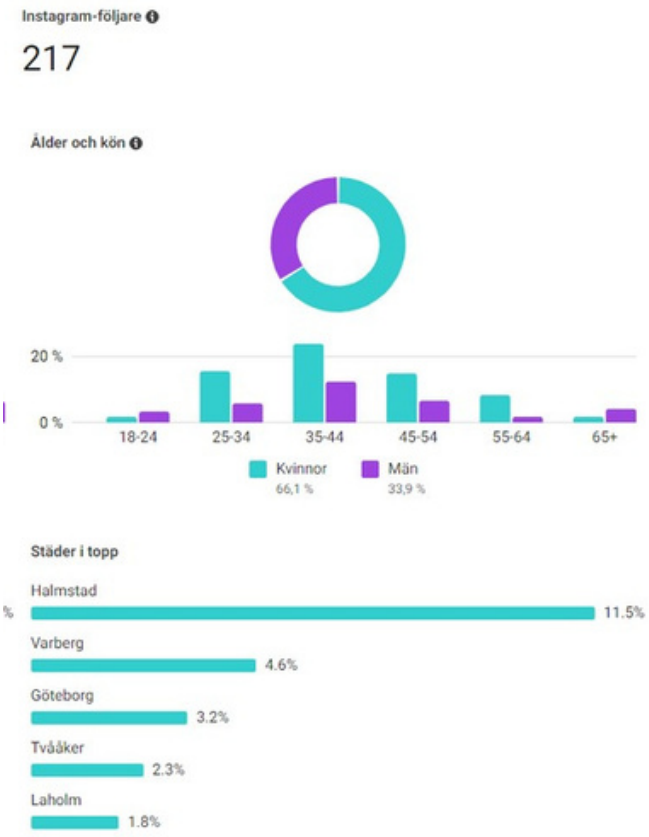
Instagram


Instagram reach
16,178 ↑ 131.9%
4.0K
3.0K
2.0K
1.0K
0
21 Dec
30 Jan
11 Mar
20 Apr
30 May
9 Jul
18 Aug
27 Sep
6 Nov
16 Dec
Instagram reach
1 Dec 2021-31 Dec 2022
Instagram reach
31 Oct 2020-30 Nov 2021

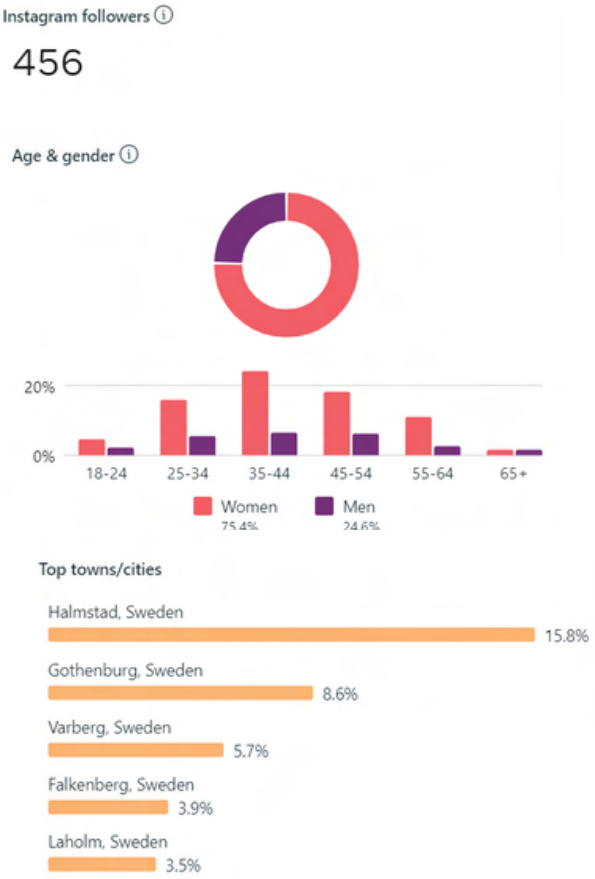

Instagram profile visits
1,557 ↑ 59.4%
60
40
20
0
21 Jan
2 Mar
10 Apr
20 May
29 Jun
8 Aug
17 Sep
27 Oct
5 Dec

Instagram

2021



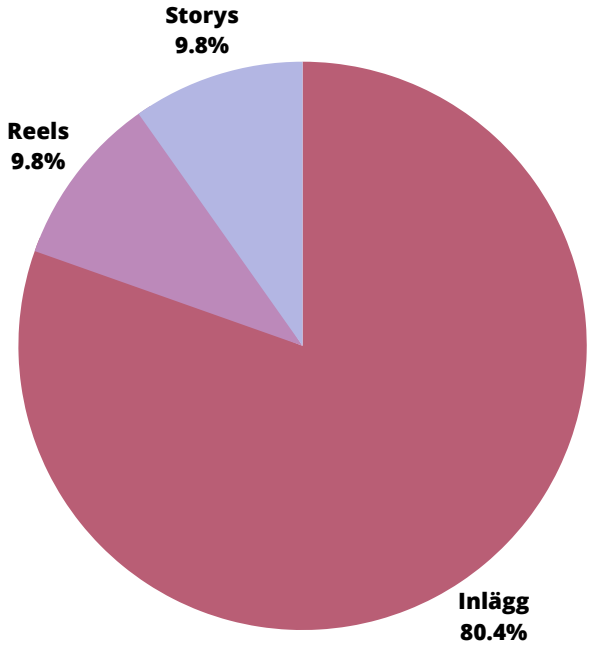
2022



Antal Reels & Inlägg

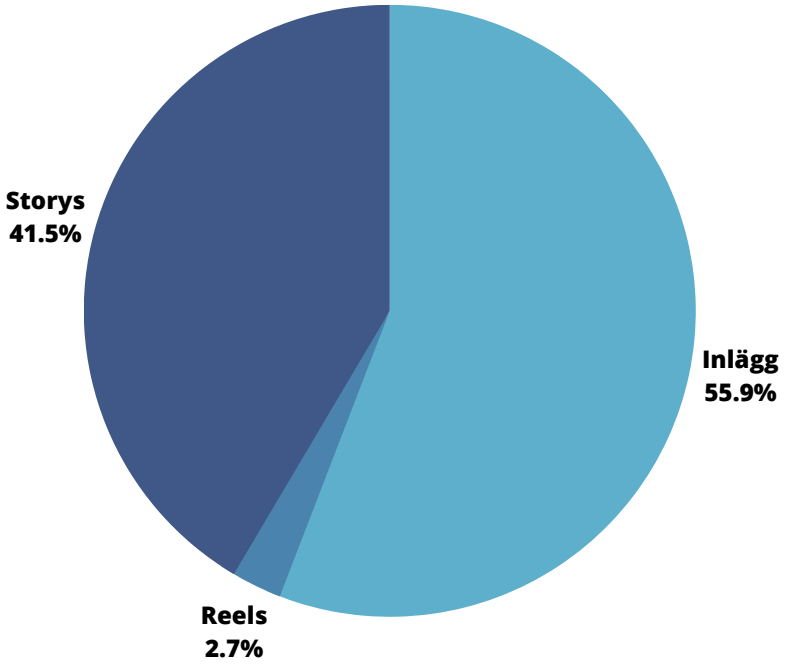
2022

- 156st Inlägg
- 76st Storys
- 19st Reels



2021

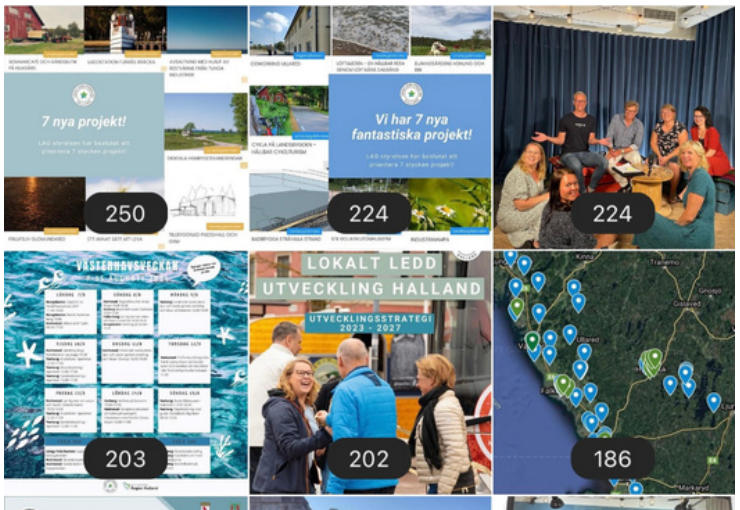
- 105st inlägg
- 78st Storys
- 5st Reels



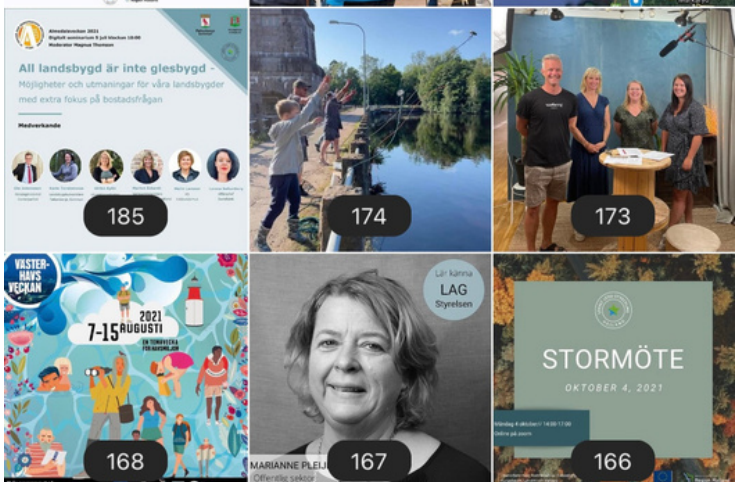
Inlägg med störst räckvidd



2022



2021



Inlägg med mest gillamarkeringar

2022

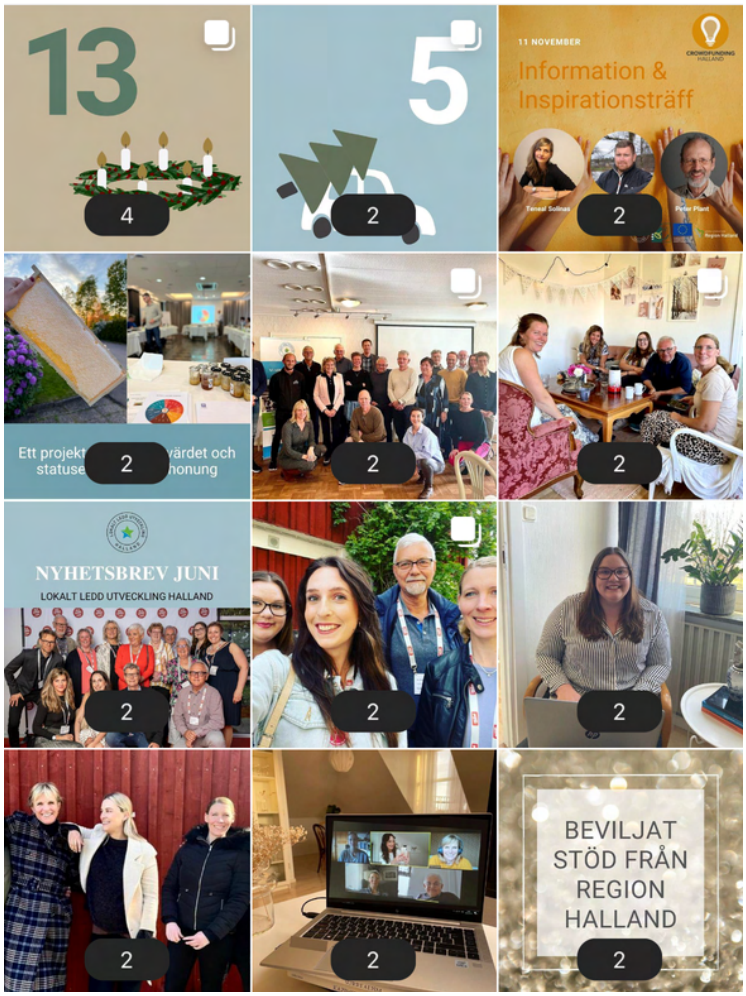


2021

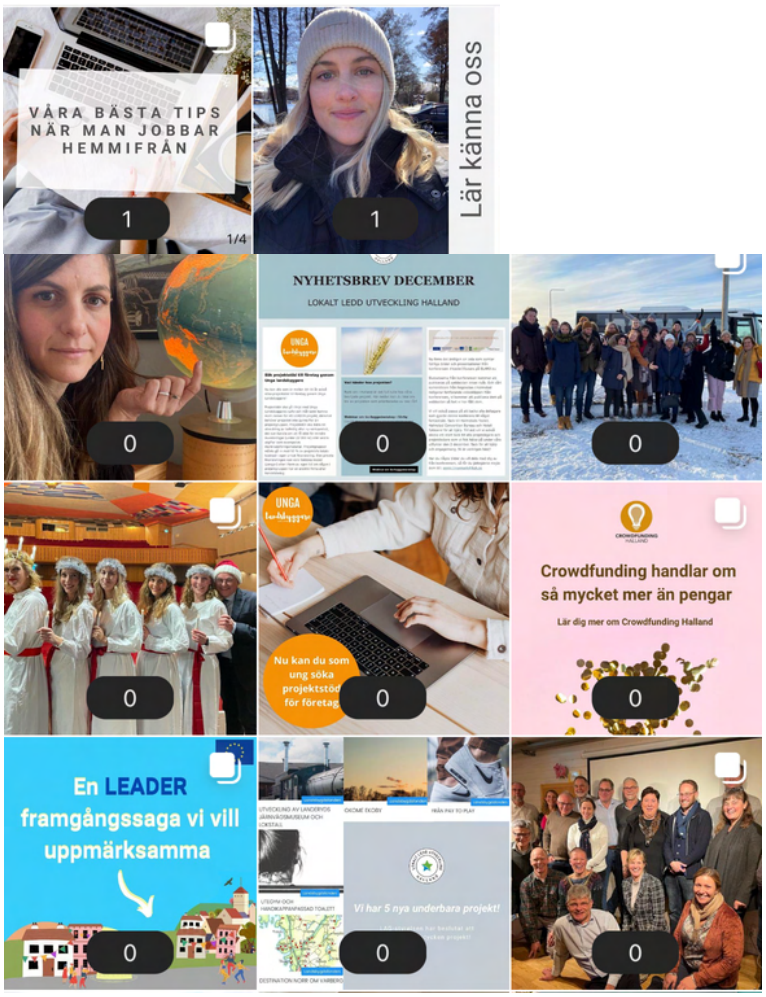


Inlägg med mest kommentarer

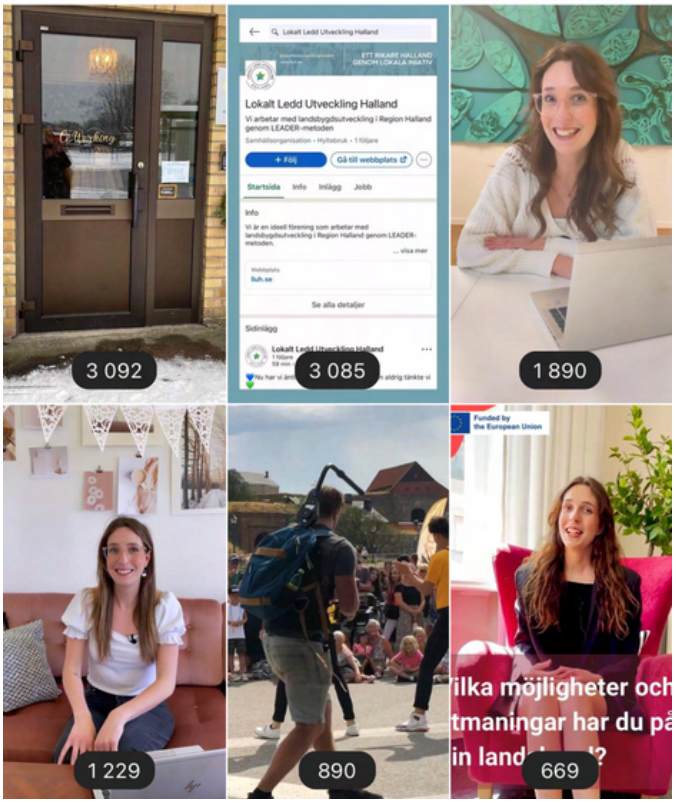
2022



2021



Reels med störst räckvidd



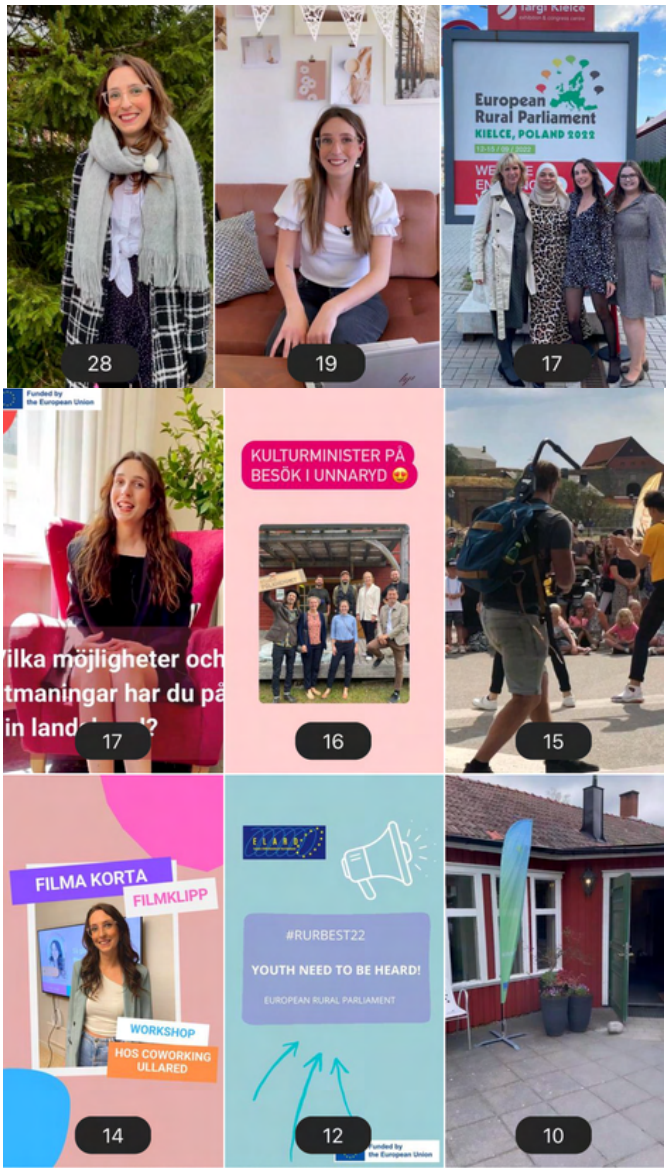
2022

2021

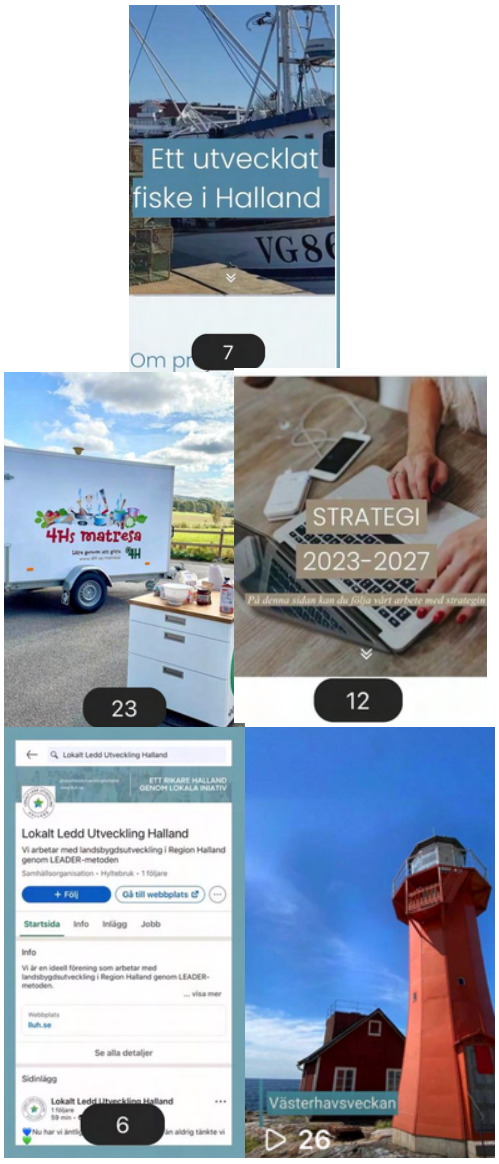
Senaste innehåll	Kategori	Räckvidd
I söndags, den ... 1 okt 2021	Inlägg	3,8 tn
Äntligen har vår... 28 okt 2021	Inlägg	977
Nu kan du hitta ... 11 okt 2021	Inlägg	771
Igår på styrelsemöt... 6 maj 2021	Inlägg	251
Vilket seminarium ... 5 jul 2021	Inlägg	224

Reels med mest gillamarkeringar

2022



2021



Reels med mest kommentarer

2022







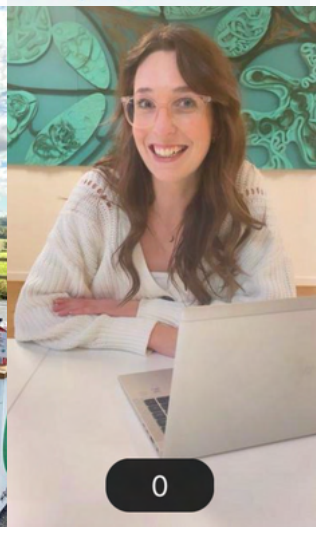


2021





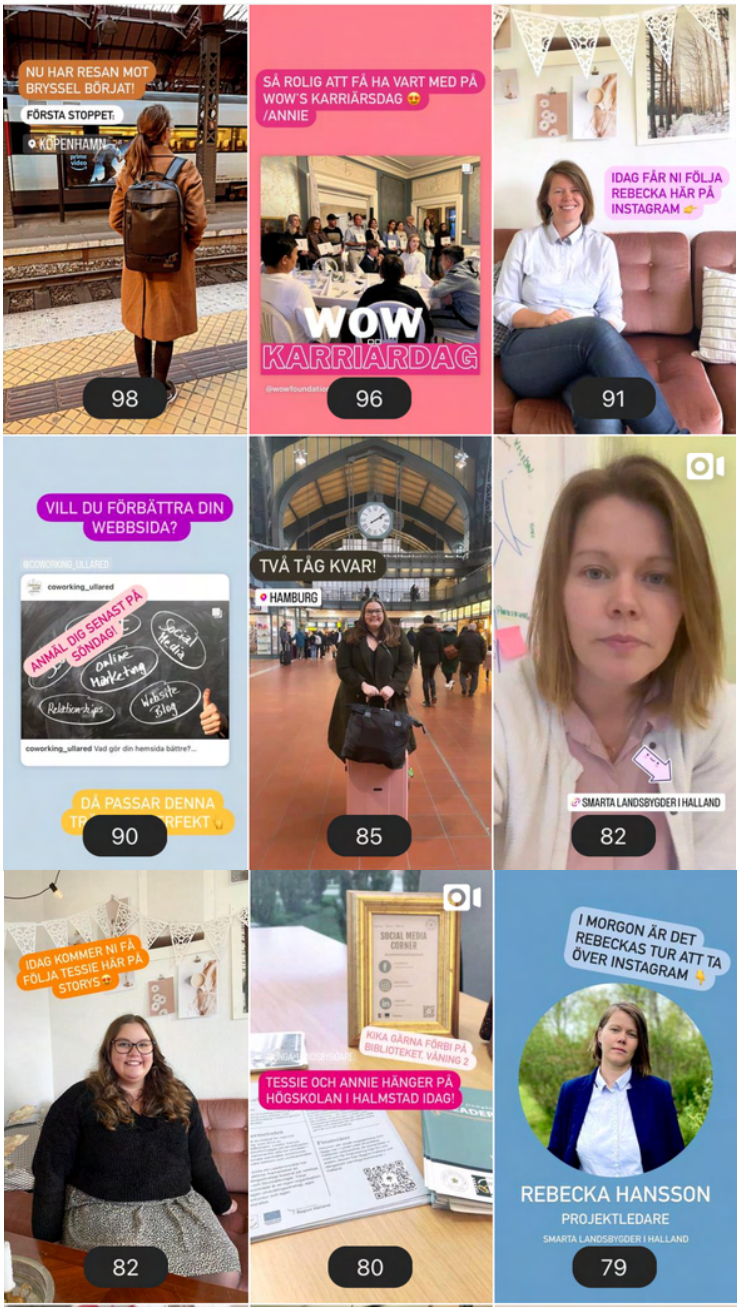




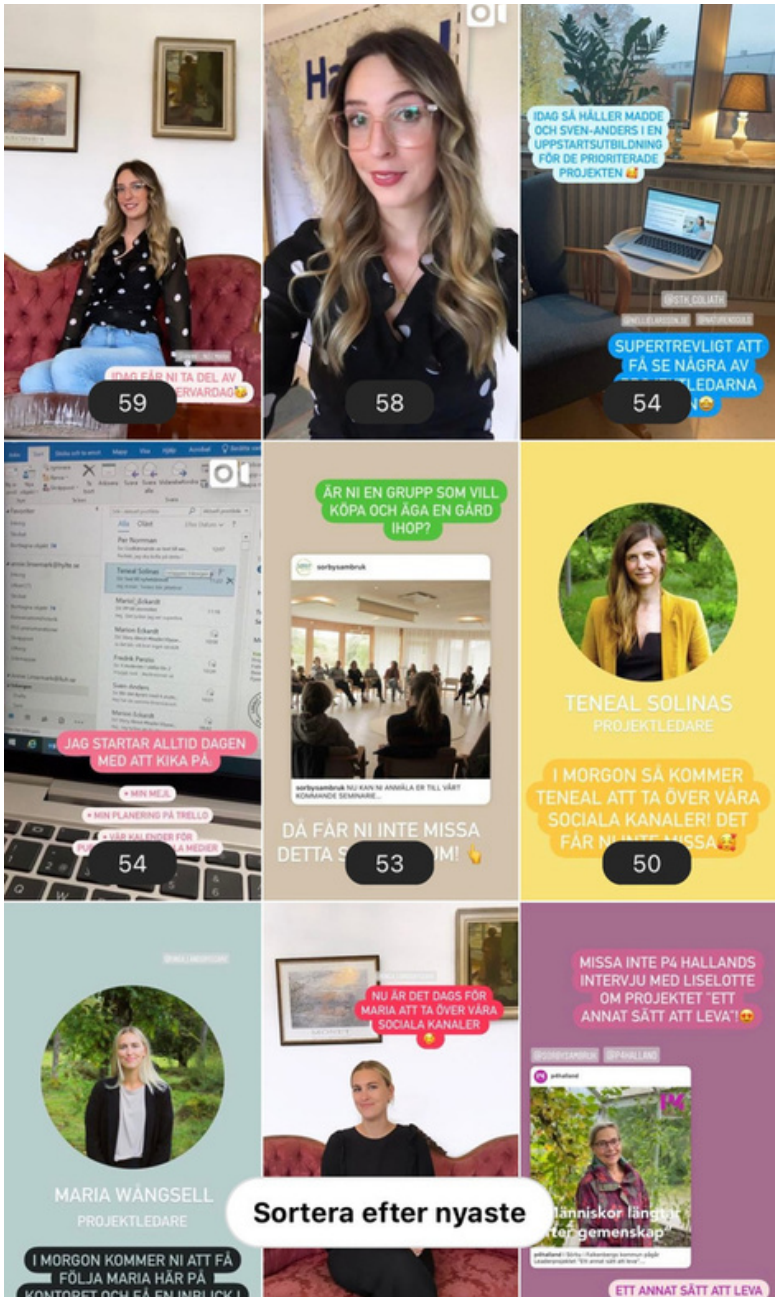
Storys

STÖRST RÄCKVIDD

2022



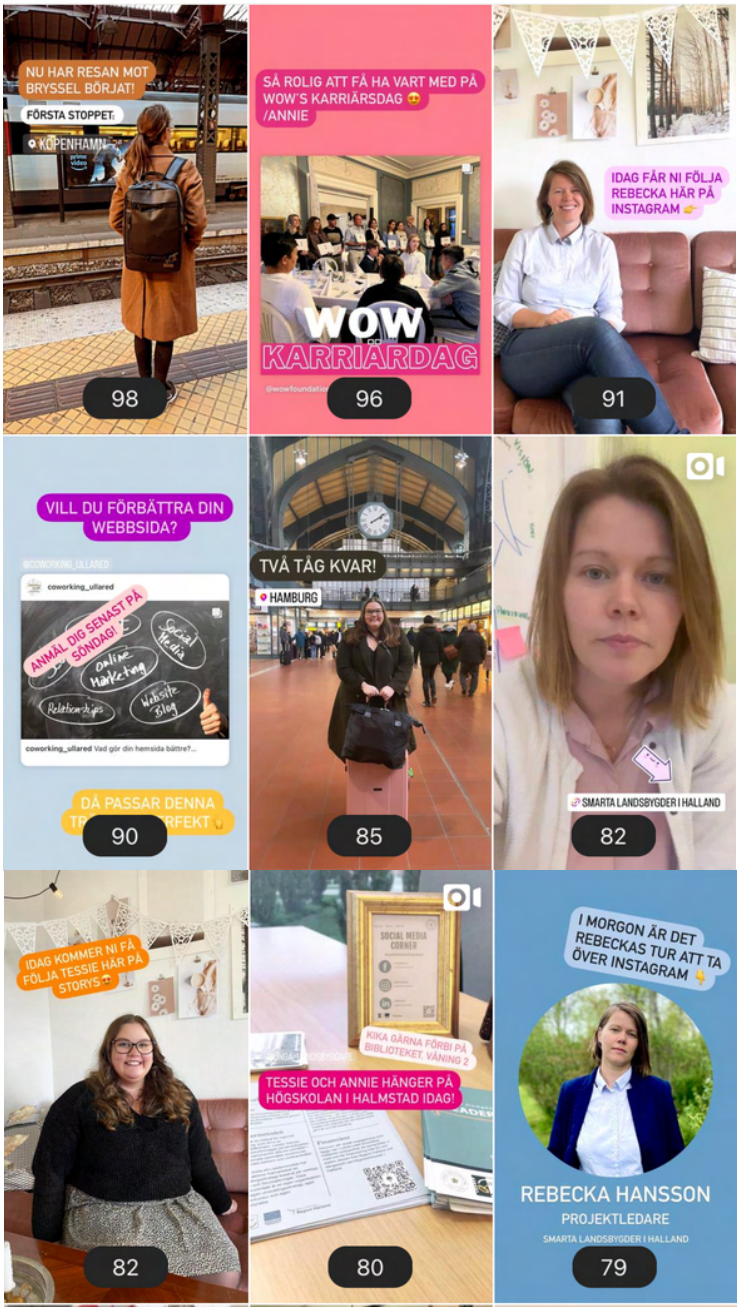
2021



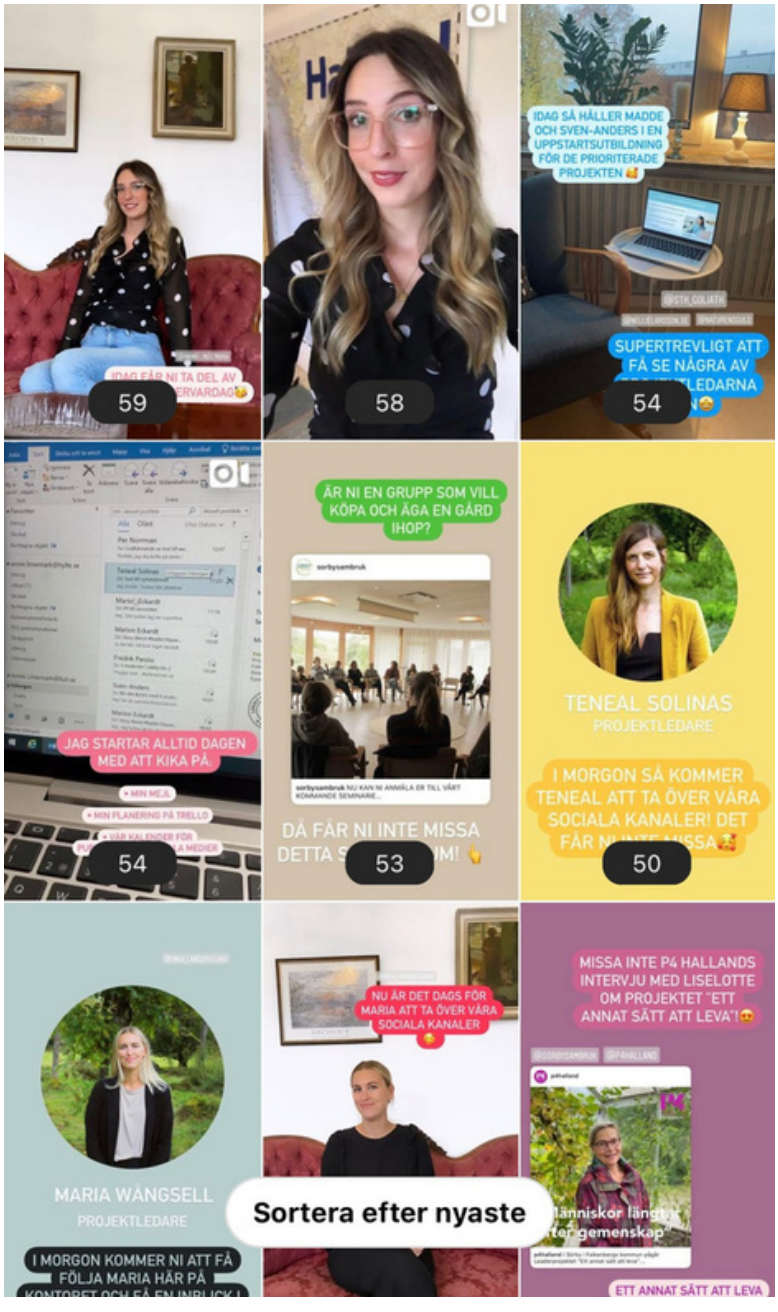
Storys

STÖRST RÄCKVIDD

2022



2021



Slutsats

Sammanfattning

- Vi har blivit bättre på alla undersökta områden från 2021 till 2022, (förutom en reel som fick mer spridning). Vi har aktivt arbetat med att följa fler personer och integrera mer på instagram vilket har givit resultat. Vi får fler följare, fler likes och även fler kommentarer.

- Vi har publicerat fler reels och fler inlägg vilket också skapar bra förutsättningar i algoritmerna. Vi har även haft förplanerade inlägg under sommarledigheten vilket också skapade förutsättningar för ett jämt flöde.

- Bilder på oss på verksamhetskontoret får mer likes än andra inlägg. Folk följer inte bara föreningen utan vill också ha en personlig inblick.

- Korta filmklipp ger fortsatt större räckvidd än vanliga bilder.

Uppsatta mål för 2022

✔ Arbeta med mer länkar i storys, för att kunna leda besökarna dit vi vill.

✔ Fortsätta med ett jämt flöde och med följ oss en dag på kontoret.

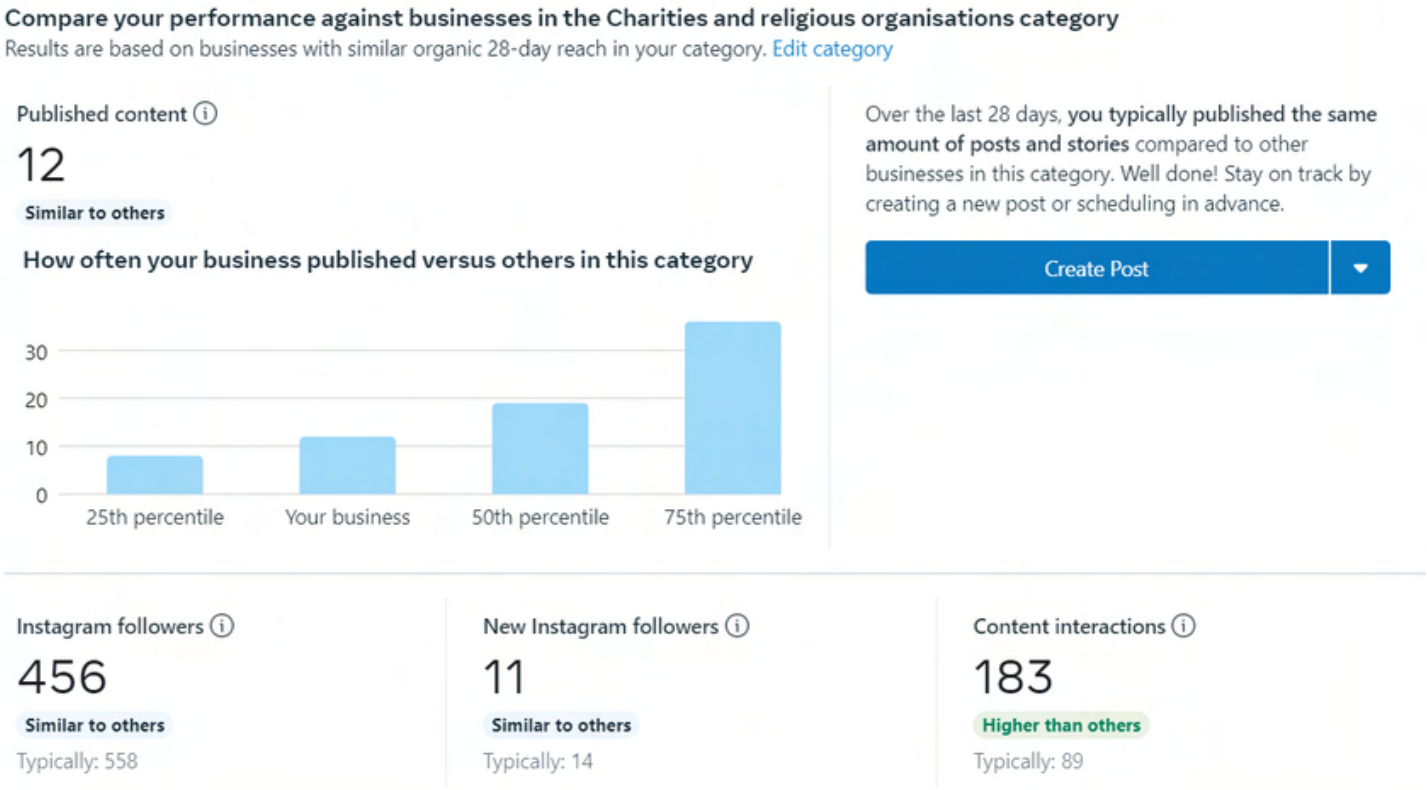
✔ Publicera mer korta filmklipp.

Kommande mål för 2023

- Fortsätta med att integrera våra följare, för att förbättra våra resultat.
- Tagga personer för att öka chansen till integration.
- Publicera inlägg med våra projekt för att öka räckvidden.

Kollegor + Konkurrenter = Konkollegor

Instagram



Omvärldsbevakning- så jobbar våra konkollegor

Vi har flera olika konkurrenter, eller samarbetspartner, beroende på hur man ser på det. Men ett konton som vi inspireras mycket av är: @Hallandsmatgille.
Hallands matgille använder sig av tre olika sociala kanaler, det är:

- Instagram
- Facebook
- Linkedin

På Facebook publicerar de ungefär två inlägg per vecka. Inläggen handlar om kommande event, tips på härliga restauranger i Halland, bransch nyheter och personliga inlägg om vad de håller på med inom organisationen. De är väldigt bra på att hylla sig själva och skriva om vinster och populära aktiviteter som de själva har skapat. Här har de 874 personer som gillar sidan och får mellan 2- 40 gillningar.

På Instagram publicerar det cirka två inlägg per vecka och inläggen har ungefär samma innehåll som Facebook. Det är en lite personlig känsla på Instagram, mer bilder på dem som driver projektet. På Instagram har de 2,380 följare och får mellan 50-100 gillningar. På Linkedin publicerar de ungefär en gång i veckan. Här publicerar de egna inlägg med delar väldigt mycket från andra producenter som skriver om Hallands matgille. Vilket gör att dessa inlägg får mer spridning, väldigt smart. Här har de 259 följare och får mellan 2-30 gillningar.

Hallands matgille är starkast på Instagram, här har de mest följare och även mest engagemang. Följarna gillar när de delar med sig av kunskap och bilder på människor. Detaljbilder på mat och annat ger färre likes än bilder på människor.

- De använder sig av en personlig, positiv och peppig tonalitet.
- De använder ett mer vardagligt språk, dock inte så mycket emojis.
- De använder sig av cirka 1-2 # i snitt på varje inlägg.
- De publicerar detaljfoton och selfies blandat med grafiska designer i flödet.
- De är väldigt bra på att tagga personer som har med inlägget att göra, vilket ökar engagemanget hos följarna.

Engagemangsgrad

Våran engagemangsgrad, 30 dagarna (december 2022)

Engangemangsgrad

Gillningar: 17, 13, 15, 3, 10, 18, 8, 10, 12, 14, 11, 20, 13, 13, 10, 13, 12, 11, 14, 13, 13, 14, 18, 25 = 320
Kommentarer: 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 1, 0, 4, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 0, 1, 1, 0, 0, 0 = 7
Följare: 460

327/465 = 0,7

Engagemangsgrad= 0,7

Engangemangsgrad poängsystem

Gillningar: 327/2=163
Kommentarer: 7x2=14
Följare: 460

177/460 = 0,38

Engagemangsgrad= 0,38

Konkurrent 1: Hallands Matgille

Engangemangsgrad

Gillningar: 38, 20, 226, 44, 40, 71, 20, 25 = 484
Kommentarer: 1, 0, 0, 0, 6, 0, 3, 0, 0 = 10
Följare: 2,758

494/2758 = 0,17

Engagemangsgrad= 0,17

Engangemangsgrad poängsystem

Gillningar: 484/4 = 121
Kommentarer: 10x2= 20
Följare: 2,758

141/2758 = 0,05

Engagemangsgrad= 0,05

Konkurrent 2: Coompanion

Engangemangsgrad

Gillningar: 16, 18, 21= 55
Kommentarer: 1, 3, 0= 4
Följare: 457

59/457 = 0,12

Engagemangsgrad= 0,12

Engangemangsgrad poängsystem

Gillningar: 55/4 = 14
Kommentarer: 4x2= 8
Följare: 457

22/457 = 0,04

Engagemangsgrad= 0,04

Slutsats

Sammanfattning

- Vi har lagt ner mer tid under 2022 på att integrera med våra följare vilket ger goda resultat som visar en högre engangemangsgrad än våra konkollegor.

- Vi lägger även ut fler inlägg än våra konkollegor vilket också kan ge bättre algoritmer och därigenom eventuellt öka engagemangsgraden.

Kommande mål för 2023

- Fortsätta med att integrera våra följare, för att förbättra våra resultat.

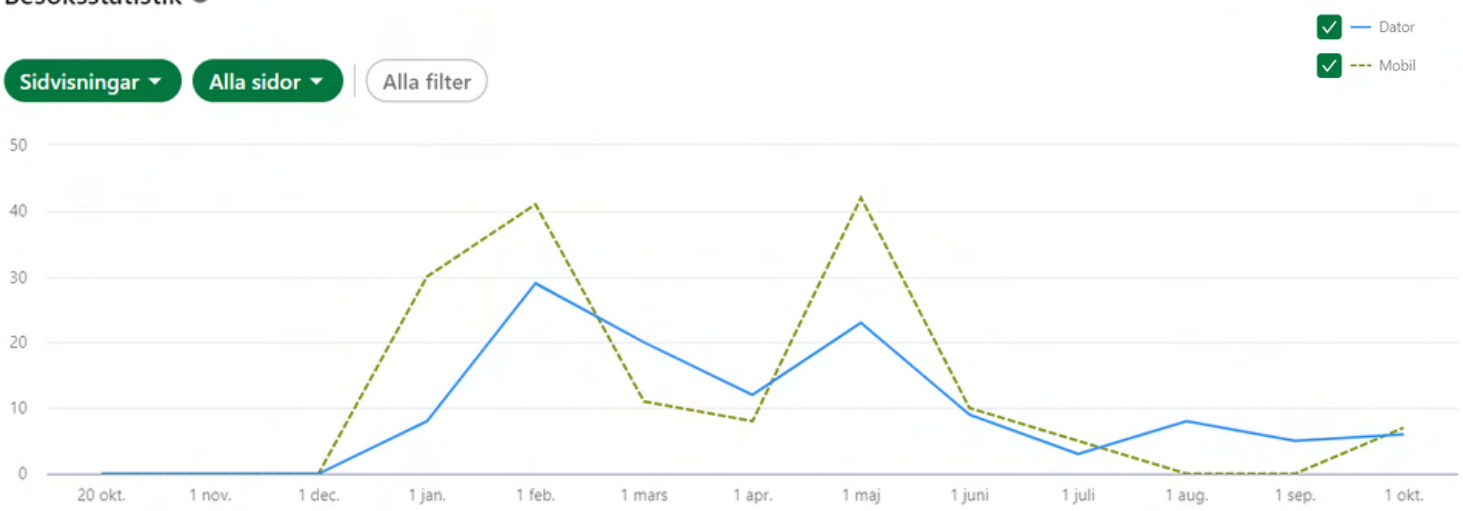
- Inspireras av hur våra konkollegor arbetar

- Arbeta för kvalité före kvantitet, hellre att vi har följare som verkligen är vår målgrupp, en följare som inte är det. Landsbygdsfokus.

LINKEDIN

Besöksstatistik

Sidvisningar | Alla sidor | Alla filter



Besöksdemografi

Befattning

Media and Communication · 83 (30.0%)

Program and Project Management · 32 (11.6%)

Operations · 21 (7.6%)

Business Development · 17 (6.1%)

Engineering · 10 (3.6%)

Marketing · 10 (3.6%)

Information Technology · 8 (2.9%)

Besöksdemografi

Bransch

Samhällsorganisation · 71 (25.6%)

Offentlig förvaltning · 45 (16.2%)

Ideell organisationsförvaltning · 20 (7.2%)

Företagsrådgivning · 13 (4.7%)

Vidareutbildning · 9 (3.2%)

IT · 9 (3.2%)

Marknadsföring och reklam · 7 (2.5%)

Inlägg med störst räckvidd

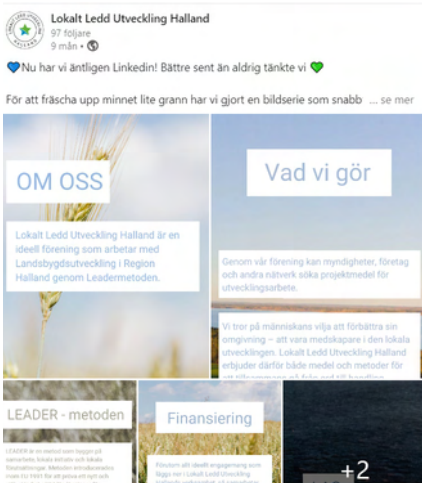
Räckvidd 1245



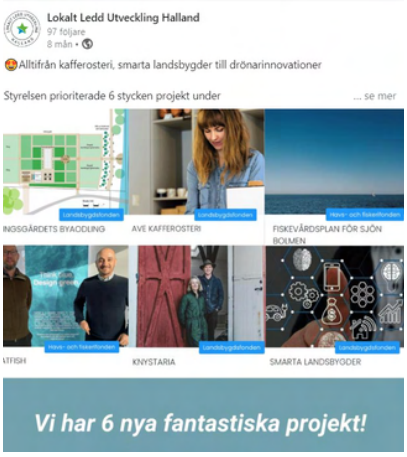
Räckvidd 181



Räckvidd 176



Räckvidd 165



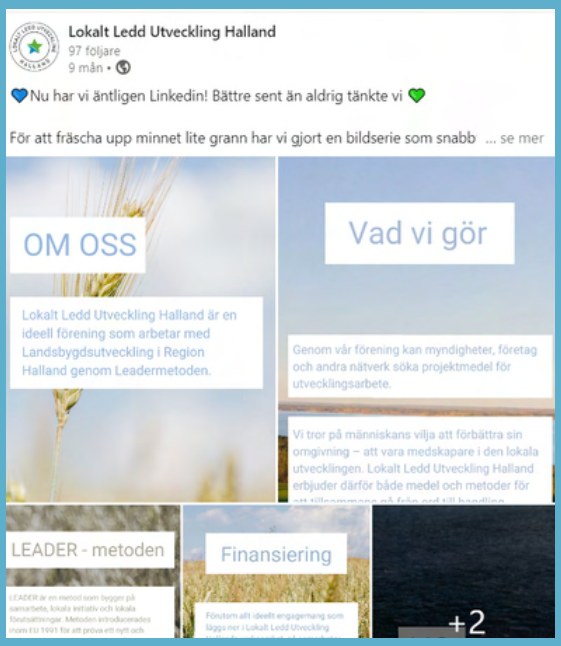
Räckvidd 147



Inlägg med mest gillamarkeringar



49 gillamarkeringar



12 gillamarkeringar



7 gillamarkeringar

Slutsats

Varför har vi Linkedin?

- Linkedin använder vi för att nå en större del av vår målgrupp, verka business to business, lägga ut arbetsannonser och öka varumärkeskännedomen. På Linkedin postar vi inte lika personliga inlägg som på Facebook och Instagram. Inläggen ska vara lite mer formellt med färre emojis. Linkedin är även väldigt positivt i SEO sammanhang, eftersom att inläggen vi publicerar på Linkedin kan hittas via google. Informationen som publiceras på detta media är fokuserad på vår organisation, vi kommer inte dela annan information i den utsträckningen vi gör i andra sociala kanaler.

Hur vi ska använda Linkedin

- Tagga personer och företag är viktigt för att få bra spridning.Viktigt när vi möter personer att vi försöker ta bild och delar detta.

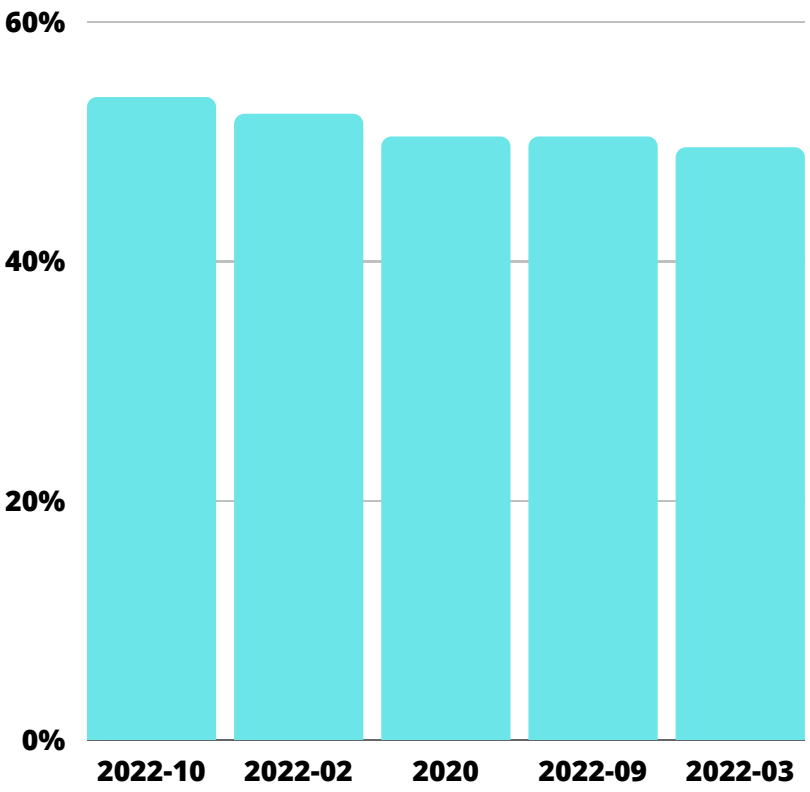
- Ett inlägg per vecka

- Nuvarande statistik från LinkedIn visar att den bästa dagen att publicera är på tisdagar mellan 10 -11. Våra personas använder Linkedin under arbetstid, vilket gör att det fungerar att publicera inlägg under vanliga arbetstimmar.

Nyhetsbrev

Topp fem mest öppnade nyhetsbreven - procentuellt %

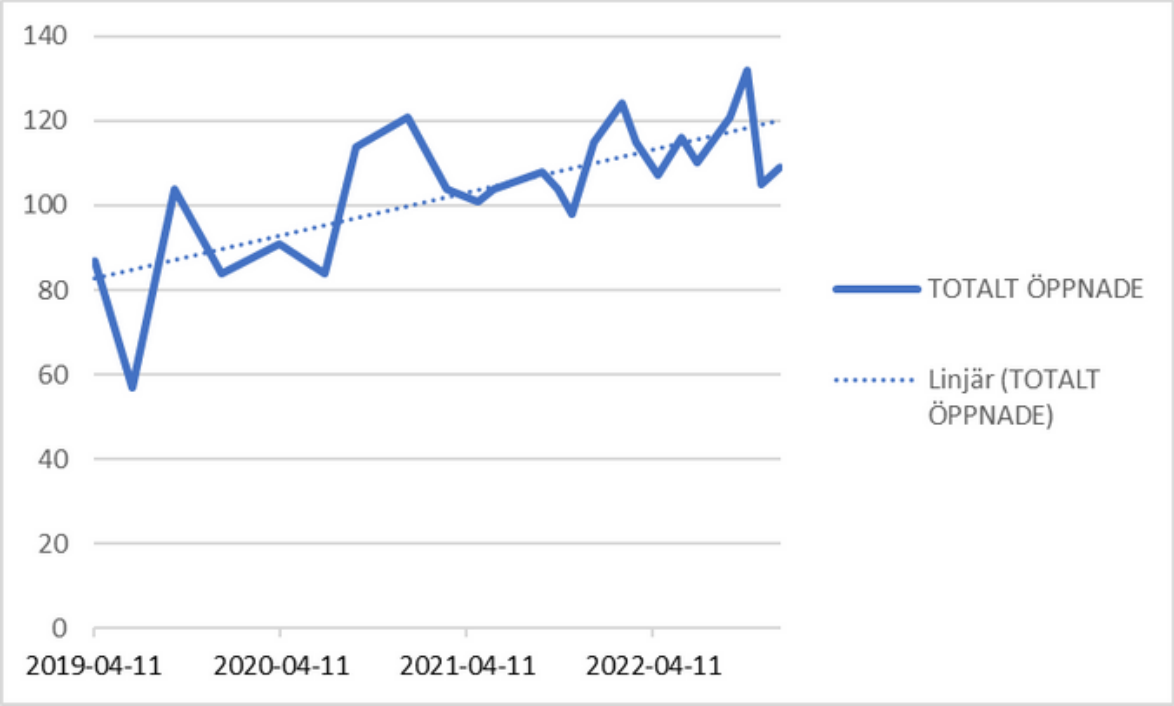




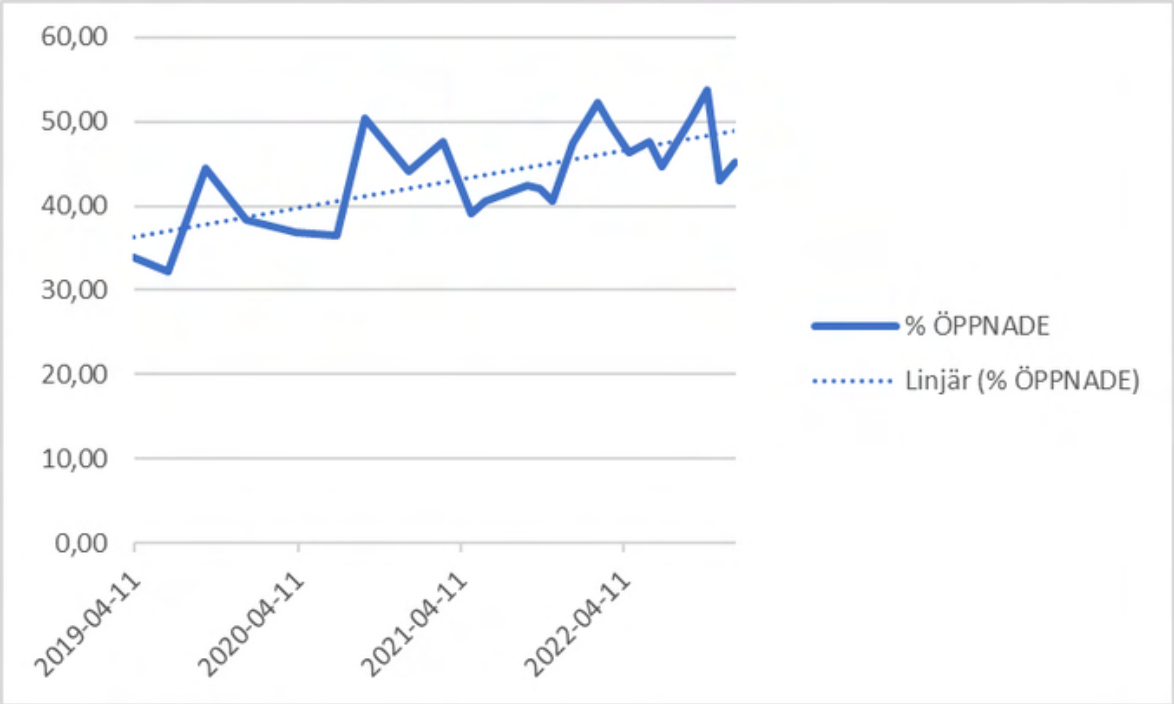
SPIRO

Översiktlig utvecklingen av öppnade nyhetsbrev

Antal öppnade nyhetsbrev

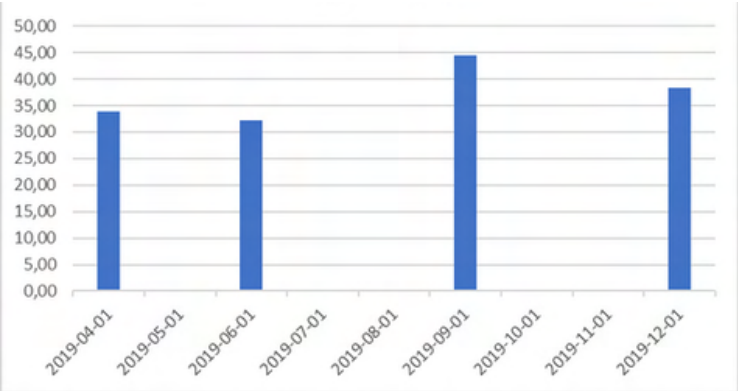


Procentuellt öppnade nyhetsbrev



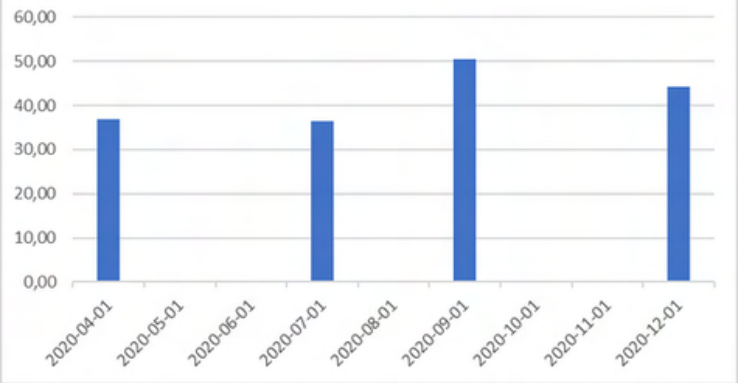
Procentuellt antal öppnade nyhetsbrev

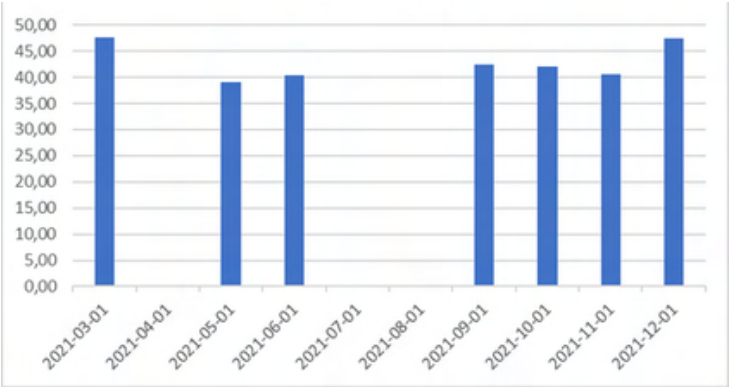
* Vi vill ha en öppningsstatistik på 40% (om inte mer)



2019

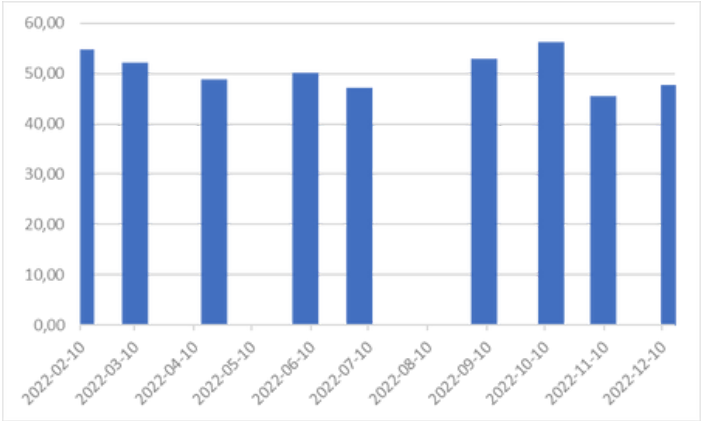
2020





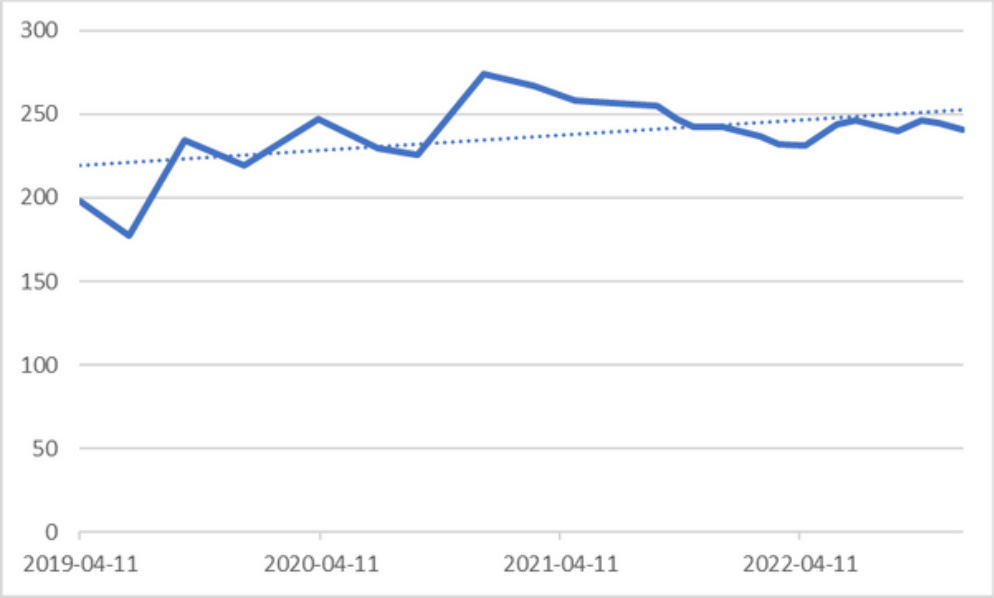
2021

2022

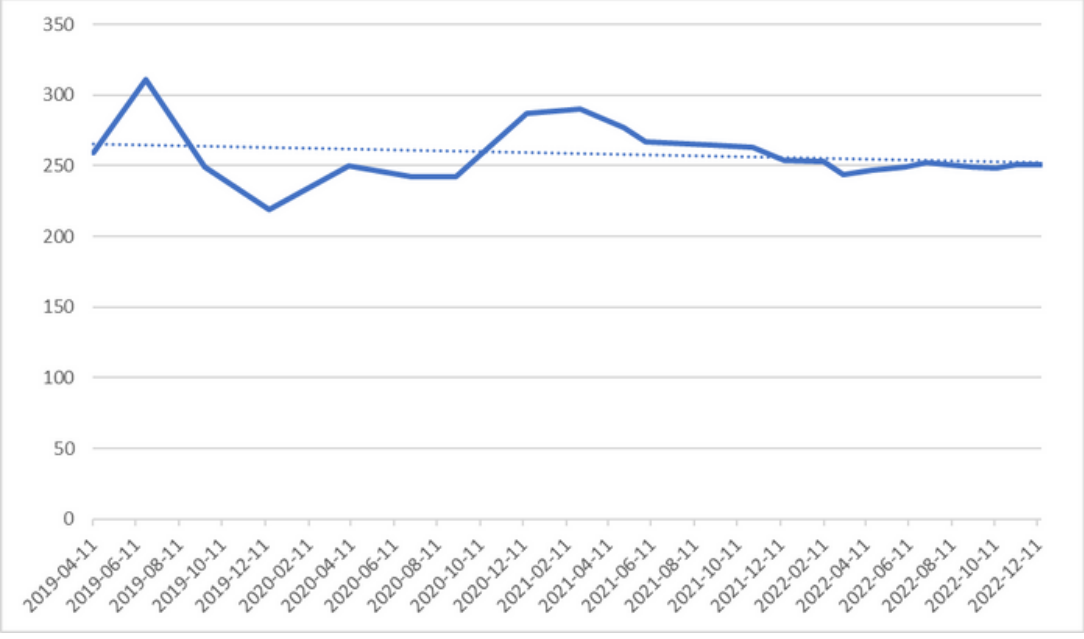


Flest levererade och öppnade nyhetsbrev

Antal levererade nyhetsbrev

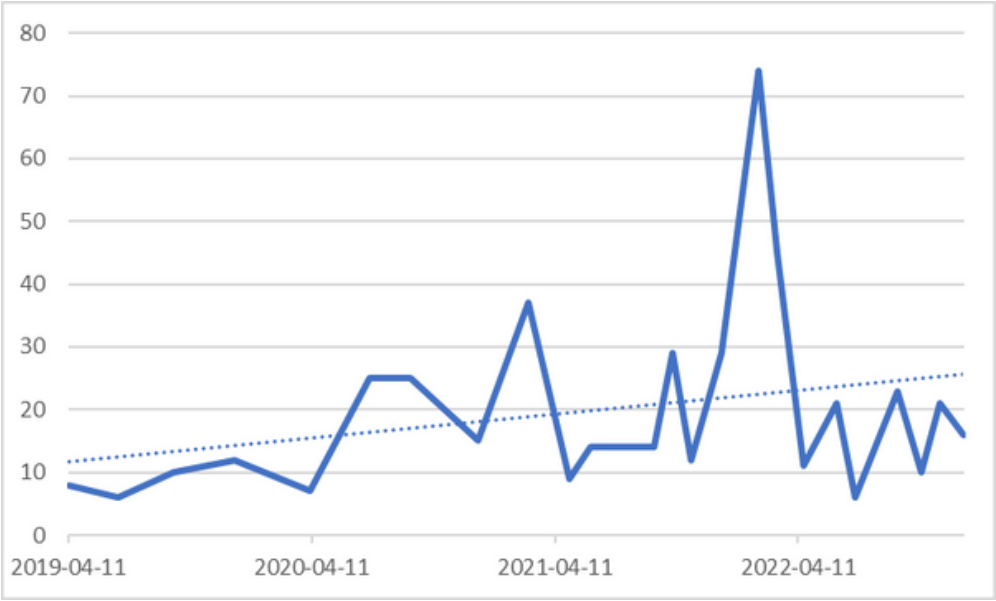


Antal skickade nyhetsbrev

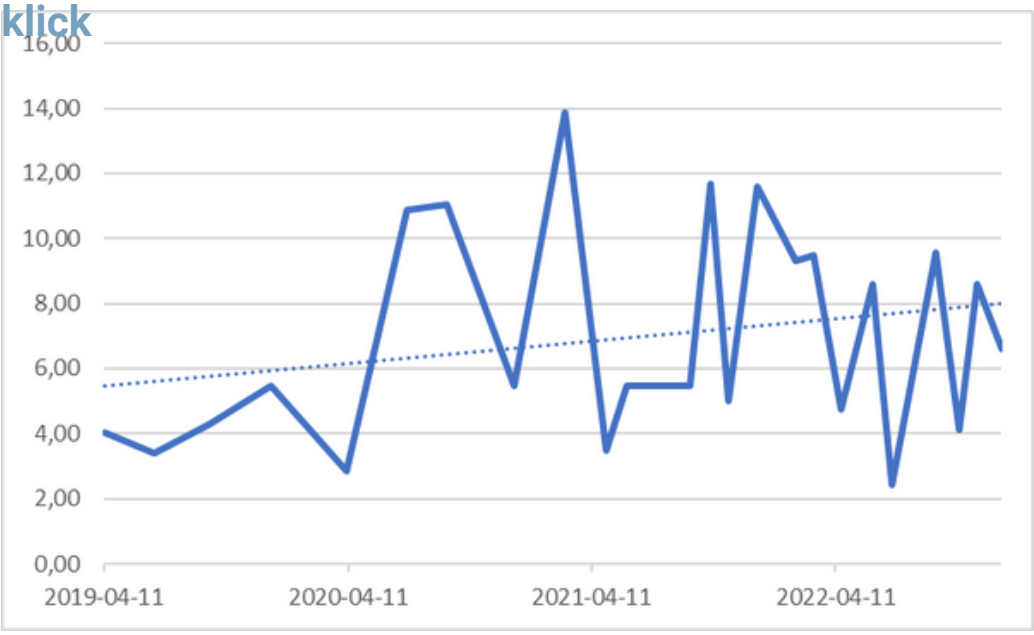


Översikt utvecklingen av klickande i nyhetsbrev

Antal klick

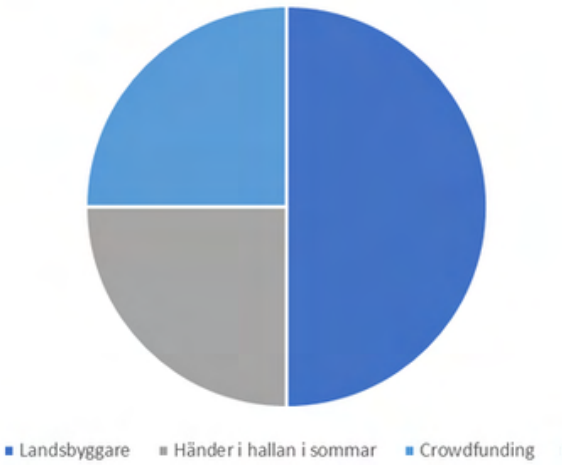


Procentuellt antal klick

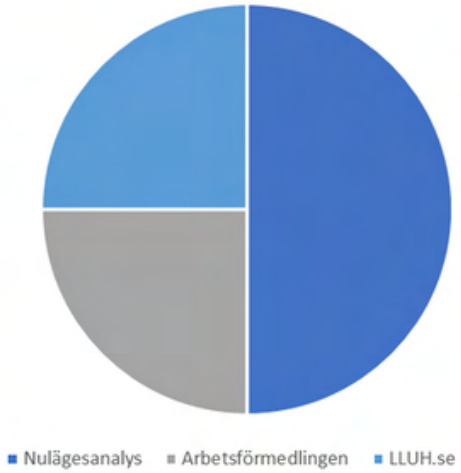


Populäraste länkarna

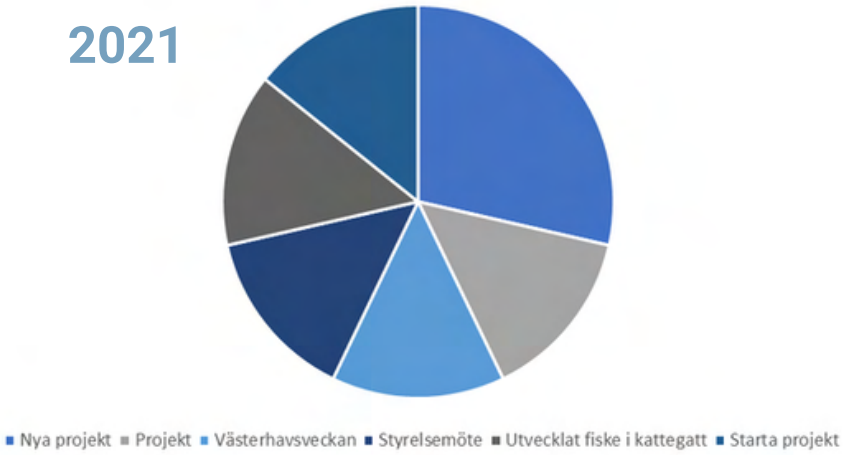
2019



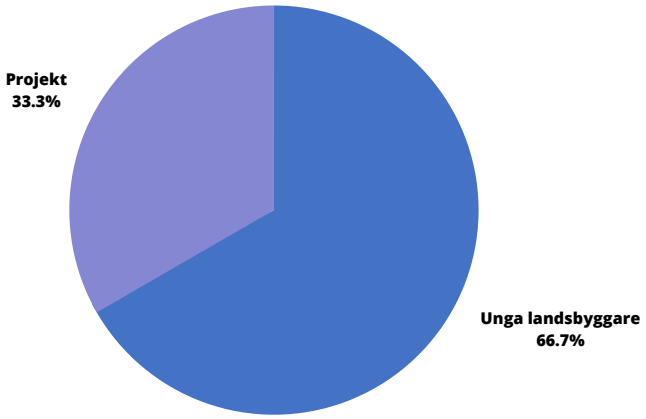
2020



2021



2022



Slutsats

Sammanfattning

- Under 2022 har vi en positiv trend att fler personer öppnar våra nyhetsbrev. Även fast vi skickade ut till fler personer tidigare år, har vi fler som öppnar dem nu.

- Vi har arbetat mer med att posta mer inlägg med CTA för att börja prenumerera på nyhetsbrevet, vi ser en svag uppgång i antal utskickade nyhetsbrev.

- Vi har även länkat på förstasidan, så att de ska vara enkelt att hitta till prenumentationen.

- Populäraste inläggen är Unga Landsbyggare.

Mål 2023

- Rekommendera våra projekt att följa våra nyhetsbrev.

- Testa att skicka ut lite olika tider.

- Arbeta mer med att få läsaren att klicka på länkarna, för att få bättre resultat på den fronten.


LOKALT LEDD UTVECKLING
HALLAND