



Karina Bergmann, medlem af Borgerrepræsentationen

Spørgsmål stillet til skriftlig besvarelse den 8. juni 2020 af Karina Bergmann om bl.a. udgifter til SoMe og Brugbyen.nu

18. juni 2020

Sagsnummer
2020-0136391

Dokumentnummer
2020-0136391-2

Spørgsmål 1

Hvad er budgettet for BrugByen.dk og hvordan fordeler det sig på medarbejdere, årsværk, annoncering (fx på sociale medier), eksterne konsulenter (til fx grafik eller videoproduktion), kampagner (fx outdoor kampagner), kurser og workshops for medarbejdere?

Svar på spørgsmål 1

Udgifterne for brugbyen.nu har fordelt sig som følger i de seneste 3 år:

| Udgifter brugbyen.nu 2018-08.06.20 | |
|--|---------|
| 2018 | |
| Udgifter til udvikling, leverandør og licens | 257.000 |
| 1 ÅV | |
| 2019 | |
| Leverandør, videreudvikling, licens mv. | 458.325 |
| Koncern IT | 12.987 |
| Plakatsøjler | 6.848 |
| Digitale markedsføringsindsatser | 56.185 |
| 1 ÅV | |
| 2020 | |
| Leverandør, udvikling, licens, konsulentyd. | 186.553 |
| Koncern IT | 371 |
| SoMe-markedsføring iht. covid-19 mv. | 30.000 |
| 1 ÅV | |

Administrerende direktør
Rådhuset
1. sal vær. 83
1599 København V

Telefon
33 66 23 31

E-mail
Mette.touborg@kff.kk.dk

www.kk.dk

Spørgsmål 2

Vil det være muligt at få samme tal for hele KFF's marketings- og kommunikationsarbejde? Hvad bruges der eksempelvis på sociale medier i det hele taget? Har afdelingen nogensinde udloddet præmier som fx en iPad såfremt man deltog i en kommunal konkurrence eller tilmeldte sig et nyhedsbrev?

Svar på spørgsmål 2

Det er vanskeligt at opgøre præcist, hvor mange ressourcer der i Kultur- og Fritidsforvaltningen anvendes på marketing og kommunikationsarbejde. Det skyldes, at mange medarbejdere forventes at varetage mange forskelligartede opgaver, jf. forvaltningens mål om medarbejdernes effektive og agile indsats.

Det kan dog oplyses, at forvaltningen i 2018 opgjorde antallet af fuldtidsbeskæftigede kommunikationsmedarbejdere således:

| Primære job-funktion | Antal årsværk | Lønsum eks. pension. | Lønsum inkl. pension, feriegodtgørelse, forsikringer, redskaber mv. |
|------------------------|---------------|----------------------|---|
| Intern kommunikation | 3,4 | 1.55 mio. kr. | 1.87 mio. kr. |
| Web og sociale medier* | 5 | 2.28 mio. kr. | 2.7 mio. kr. |
| Ekstern kommunikation | 4 | 1.8 mio. kr. | 2.2 mio. kr. |
| Pressearbejde | 4 | 1.8 mio. kr. | 2.2 mio. kr. |

* To årsværk i KFF varetager driften af SoMe for hele KK

Udgifterne til driften af Københavns Kommunes fire overordnede social medie platforme (Facebook, Twitter, Instagram og LinkedIn) fordeler sig således for 2019:

| | |
|---|-------------------|
| 2 årsværk | Ca. 1.100.000 kr. |
| Facebook annoncering | 207.400 kr.* |
| Årlig licens til Falcon (system til administration) | 96.160 kr. |
| Evalueringsrapport | 9.000 kr. |
| Administrationsomkostninger | 17.758 kr. |

* I gennemsnit 29.628 kr. pr. forvaltning pr. år.

Kultur- og Fritidsforvaltningen har ikke udloddet præmier i størrelse af f.eks. en iPad. Når forvaltningen har kørt konkurrencer (cirka en til to gange om året), har præmien f.eks. været en billet til en rundvisning på Rådhuset eller biografbilletter i overensstemmelse med de juridiske retningslinjer på området.

Spørgsmål 3

Er tallene sammenholdt med budgetterne fra Oslo og Stockholms kommuner? Hvad er deres tal i så fald? Ellers er grafen ikke retvisende.

Svar på spørgsmål 3

Kultur- og Fritidsforvaltningen har ikke kendskab til hhv. Stockholm og Oslo kommuners allokering af SoMe ressourcer.

Formålet med grafen i præsentationen til Kultur- og Fritidsudvalget var at vise, at københavnere overordnet set er tilfredse med det indhold, der præsenteres for dem, og at de som borgere engagerer sig mere, end det er tilfældet i andre sammenlignelige kommuner. Det betyder, at forvaltningen er lykkedes med strategien, jf. mål om nærhed til københavnere, øget tilgængelighed iht. varetagelse af kommunens myndighedsansvar og et styrket brand.

Spørgsmål 4

Er det muligt at få tal fra BrugByen.dk ift. trafik/besøg/unikke brugere?

Svar på spørgsmål 4

Det totale antal besøg i perioden 1. april 2019 - 15. juni 2020 var 35371.

Antallet af unikke brugere/profiler var 1460.

Spørgsmål 5

Er det muligt at få strategien for BrugByen.dk?

Svar på spørgsmål 5

Formål, vision samt strategisk sigte for brugbyen.nu:

- *Primært udmønter investeringen i platformen pålagte effektiviseringskrav på tværs af KFF i overensstemmelse med KFU's indsatsområder vedtaget v. OFS18*
- *At skabe én samlet indgang til arrangementer og tilbud i KFF-regi samt i samarbejde med eksterne aktører*
- *At sikre københavnere et overskueligt overblik over aktiviteter*
- *At reducere KFF's annonceringsmæssige ressourceforbrug ved at stille én formidlingsplatform til rådighed finansieret fra centralt hold – herunder også markedsføringsmæssige udgifter*
- *Algoritmebaseret personalisering understøtter målrettet markedsføring af aktiviteter iht. den enkeltes interesser*
- *At øge københavnernes kendskab samt deltagelse i KFF-aktiviteter, tilbud og arrangementer iht. optimering samt udmøntning af profitmæssigt potentiale*
- *At understøtte optimal kapacitetsudnyttelse fsva. brugen af KFF's fysiske lokationer*

Med venlig hilsen

Mette Touborg

/Cecile Christensen