

Svar fra Teknik- og Miljøforvaltningen



Til Alex Vanopslagh

31. januar 2019

Teknik- og Miljøforvaltningens besvarelse af politikerspørgsmål om reklamer og kampagner gennemført i offentlige busskure og reklamestandere i 2017 og 2018

Sagsnr.
2019-0023996

Dokumentnr.
2019-0023996-4

I dette notat svares der på spørgsmål, stillet af Alex Vanopslagh (I) om,

"hvilke reklamer og kampagner forvaltningen har gennemført i offentlige busskure og reklamestandere i 2017 og 2018, og i hvilken tidsperiode den enkelte kampagne har været gennemført, samt om de enkelte kampagner har været gennemført på baggrund af politiske beslutninger i Borgerrepræsentationen".

Spørgsmålet blev stillet til alle forvaltningerne i Københavns Kommune den 23. januar 2019.

Besvarelse fra Teknik- og Miljøforvaltningen

Teknik- og Miljøforvaltningen har i 2017 og 2018 brugt byens plakatsøjler til serviceinformation og adfærdskampagner målrettet københavnere. Forvaltningen har ikke produceret reklamematerialer (i kommerciel forstand) eller benyttet offentlige busskure i 2017-2018.

Kampagner og informationsmaterialer understøtter dels politisk besluttede visioner som Fællesskab København (vedtaget af Borgerrepræsentationen 26. november 2015), planer og politikker, dels myndighedsarbejdet.

I alle tilfælde, bortset fra "Reduktion af madspil", er det alene den bagvedliggende strategi eller målsætning, der er politisk vedtaget.

KAMPAGNER

- **Reduktion af madspild:** Adfærdskampagne i efteråret 2017 mod madspild (2017 uge 42 + 43). Kampagnen er direkte vedtaget i forbindelse med Ressource- og Affaldsplan 2012-2018, vedtaget i [BR 13.12 2012](#)
- **Genbrug er guld:** Adfærdskampagne for at få flere københavnere til at sortere affald og genbruge ressourcerne (2017 **Kommunikation** uge 14 + 18 + 52, 2018 uge 17 + 18 (delt) + 29 + 50). Kampagnen understøtter målene i RAP18 vedtaget i [BR 13.12 2012](#)

Njalsgade 17, 2.
Postboks 457
2300 København S

EAN nummer
5798009809452

- **Bioaffald som ny fraktion:** Information om ny beholder til bioaffald (2017 uge 36 + 37 + 38).
- **Sikker cykelby:** Vis hensyn på cykelstierne (2017 uge 21, 2018 uge 36)
Indsatsen understøtter bl.a. Københavns Cykelstrategi 2011-25 vedtaget af [BR 1.12.2011](#) samt Nulvisionen 2025 vedtaget af [BR 14.12.2017](#).
- **Supercykelstier:** Opfordring til at bruge byens supercykelstier (2017 uge 16 + 41). Informationen understøtter målet om 50 % af ture til arbejde og uddannelse skal ske på cykel, der bl.a. indgår i Københavns Cykelstrategi 2011-25 vedtaget af [BR 1.12.2011](#) og Fællesskab KBH vedtaget af [BR 26.11.15](#).
- **REN kærlighed til København:** Adfærdskampagne for at få københavnere til at bruge byens skraldespande – også til skod (2017 uge 26, 2018 uge 23 + 26 (delt) + 27)

SERVICEINFORMATION TIL KØBENHAVNERNE:

Der er i nedenstående indsats ikke tale om kampagner, men information til københavnere.

- **Ny gul p-zone:** Betalingsområdet for parkering udvides (2017 uge 10)
Beslutning om gul p-zone vedtaget med [Budget 2016 i BR](#).
- **Partnerskabstræer:** Information om muligheden for at få et partnerskabstræ (2017 uge 11 + 47). Informationsindsatsen er udmøntning af Københavns Kommunes træpolitik, der blev vedtaget af [BR 26. maj 2016](#)
- **Skybrudssikring:** Information til københavnere om skybrudssikring (2017 uge 22 + 29, 2018 uge 25 + 35).
- **Ryd sneen:** opfordring til borgere om at rydde sne foran deres hjem (2018 uge 1)
- **Gårdhavernes dag:** information om gårdhavernes dag (2018 uge 18 (delt))
- **Bemandede legepladser:** information om tilbud til byens borgere om bemandede legepladser (2018 uge 25)
- **Opfordring til at give input til Affalds- og Ressourceplan 2019-24:** opfordring til borgerne om at involvere sig i høring af RAP24 (2018 uge 30). RAP24 er efterfølgende vedtaget af [BR 13.12. 2018](#).

Med venlig hilsen
Anna Schou Johansen

Svar fra Kultur- og Fritidsforvaltningen



KØBENHAVNS KOMMUNE

Kultur- og Fritidsforvaltningen

Administrerende direktør

Alex Vanopslagh, medlem af Borgerrepræsentationen

31. januar 2019

Sagsnr.
2019-0031823

Dokumentnr.
2019-0031823-2

**Spørgsmål stillet til skriftligt besvarelse den 23. januar 2019 af
Alex Vanopslagh vedr. reklamer og kampagner i 2017 og 2018**

Spørgsmål

Alex Vanopslagh (I) ønsker de følgende to politikerspørgsmål besvaret af de syv forvaltninger i Københavns Kommune:

1. Hvilke reklamer og kampagner har forvaltningen gennemført i offentlige buskure og reklamestandere i 2017 og 2018, og i hvilken tidsperiode har den enkelte kampagne været gennemført?
2. Har de enkelte kampagner været gennemført på baggrund af politiske beslutninger i Borgerrepræsentationen? Hvis ja, ønskes henvisninger til beslutningen om den enkelte kampagne.

Svar

Som svar for Kultur- og Fritidsforvaltningens vedkommende på både spørgsmål 1 og 2 henvises til tabellen på næste side.

Med venlig hilsen

Mette Touborg

Rådhuset

I. sal vær. 83
1599 København V

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

www.kk.dk

2017	Før- Uge	valt.	Indhold	Besluttet af BR
	2	KFF	Kulturtilbud: Midvinterfestival	Nej
	6	KFF	Kulturtilbud: Kulturhavn365/Havnekulturpuljen	Nej
	7	KFF	Kulturtilbud: Arrangementer i Kultur Syd	Nej
	7	KFF	Informationsindsats om byens biblioteker	Nej
	14	KFF	"Bliv viet i det fri" – tilbud til borgere	Nej
	15	KFF	Promovering af borger-til-borger-platform (Boblberg)	Nej
	17	KFF	Kulturtilbud: 48 timer festival	Nej
	18	KFF	Tidsbestilling i Borgerservice	Nej
	27	KFF	Kulturtilbud: Jazzfestival i Huset KBH	Nej
	28	KFF	Kulturtilbud: Aktiviteter for børn på Amager Strand	Nej
	34	KFF	Kulturtilbud: Kulturhavn	Nej
	46	KFF	KL's kampagne for at stemme til kommunalvalget (på tværs af kommuner)	Nej
	48	KFF	Kulturtilbud: 24 dage med kultur	Nej
2018				
	7	KFF	Kulturtilbud: Kbh Læser	Nej
	10	KFF	Kulturtilbud: Kulturhavn 365	Nej
	14	KFF	Kulturtilbud: Christianshavns Bogfestival	Nej
	34	KFF	Kulturtilbud: Kulturhavn	Nej
	42	KFF	Læsning for førskolebørn	Nej
	47	KFF	Kulturtilbud: 24 dage med kultur	Nej

Svar fra Sundheds- og Omsorgsforvaltningen



4. februar 2019

Sagsnr.
2019-0032612

Dokumentnr.
2019-0032612-1

Sagsbehandler
Stine Dupont

Til Alex Vanopslagh (I)

**Besvarelse af spørgsmål fra Alex Vanopslagh (I)
Vedrørende kampagner i Sundheds- og Omsorgsforvaltningen i
2017-18**

Medlem af Borgerrepræsentationen Alex Vanopslagh (I) har e-mail den 23. januar 2019 stillet spørgsmål til Sundheds- og Omsorgsforvaltningen om kampagner gennemført i Sundheds- og Omsorgsforvaltningen i 2017-18

Spørgsmål

- 1. Hvilke reklamer og kampagner har forvaltningen gennemført i offentlige buskure og reklamestandere i 2017 og 2018, og i hvilken tidsperiode har den enkelte kampagne været gennemført?*
- 2. Har de enkelte kampagner været gennemført på baggrund af politiske beslutninger i Borgerrepræsentationen? Hvis ja, ønskes henvisninger til beslutningen om den enkelte kampagne.*

Svar

Sundheds- og Omsorgsforvaltningen har i perioden 2017-2018 gennemført nedenstående kampagner. Det er efter spørgerens ønske anført, når disse kampagner er gennemført på baggrund af en politisk beslutning i Borgerrepræsentationen.

Forvaltningen gør desuden opmærksom på, at kampagner som oftest udspringer af politiske drøftelser, tilkendegivelser og beslutninger i Sundheds- og Omsorgsudvalget og jf. forvaltningens opgave i at oplyse borgerne om kommunens tilbud.

For kampagner vedr. rygestop henviser forvaltningen til Borgerrepræsentationens beslutning i budgetaftalen 2013, hvoraf det fremgår; *Der afsættes 10,0 mio. kr. i drift i 2013 og frem til gratis rygestopkurser på private og offentlige arbejdspladser, partnerskab og rygestopkampagner.*

**Betjening af Borgmester,
Udvalg og Direktion**

Rådhuspladsen I
1599 København V

EAN nummer
5798009290304

2017	
Uge 1 – Tilbud til borgere om hjælp til rygestop: “3 ud af 4 rygere vil gerne stoppe. Vil du?”	Budgetbeslutning vedr. Røgfri København, Budget2013 Godkendt i BR den 4. oktober 2012
Uge 6 – Uge sex-kampagne: Spørg før du deler – opbakning til Sex og Samfunds kampagne om deling af billeder	
Uge 17-18-19 – ’Bedste, skal vi drikke kaffe?’ Danmark spiser sammen. Ensomhedskampagne med fokus på ældre	
Uge 20 – Tilbud om hjælp til rygestop: “3 ud af 4 rygere vil gerne stoppe. Vil du?”	Budgetbeslutning vedr. Røgfri København, Budget2013 Godkendt i BR den 4. oktober 2012
Uge 33 – Tilbud om hjælp til rygestop: “3 ud af 4 rygere vil gerne stoppe. Vil du?”	Budgetbeslutning vedr. Røgfri København, Budget2013 Godkendt i BR den 4. oktober 2012
Uge 40 – Vis ID - undgå ulovligt salg af tobak til unge under 18 år	Budgetbeslutning vedr. Røgfri København, Budget2013 Godkendt i BR den 4. oktober 2012
Uge 49 – Alkohol – Grib ind, når barndommen er fuld af alkohol. Kampagne for at hjælpe børn i alkoholfamilier	
Uge 51 – Tilbud om hjælp til rygestop: 3 ud af 4 rygere vil gerne stoppe. Vil du?	Budgetbeslutning vedr. Røgfri København, Budget2013 Godkendt i BR den 4. oktober 2012

2018	
Uge 6 – Uge sex-kampagne: Min krop er forkert – opbakning til Sex og Samfunds kampagne om krop og kropsidealer	
Uge 16 – ‘Bedste, skal vi ses?’ Ensomhedskampagne	
Uge 19-20 – ‘Har du stress, mand?’ - oplysning om stresssymptomer og KK’s Stressklinikker.	
Uge 38 – Demenskampagne: Taber du tit tråden?	
Uge 44-45 – Fertilitetskampagne med fokus på mænd: Spiller din sæd?	
Uge 52 – Tilbud om hjælp til rygestop: Tag en røgfri rygepause. Spil et skodspil.	Budgetbeslutning vedr. Røgfri København, Budget2013 Godkendt i BR den 4. oktober 2012

Katja Kayser

/Thomas Brahm

Svar fra Børne- og Ungdomsforvaltningen

Til Alex Vanopslagh (I)

Besvarelse af spørgsmål fra Alex Vanopslagh (I) vedr. kampagner i Børne- og Ungdomsforvaltningen.

Svar: Skema til besvarelse af politiker-spørgsmål.

I tabellen nedenfor fremgår det:

- Hvilke informationsindsatser BUF har gennemført ved brug af plakatsøjler – blandt andet ved offentlige busskure – i 2017 og 2018, og i hvilken tidsperiode den enkelte informationsindsats har været gennemført.
- Om de enkelte informationsindsatser har afsæt i en BR-beslutning. Som en ekstra service fremgår det også, hvem som beslutter informationsindsatserne, hvis ikke BR.
- **NB:** Brug af plakatsøjlerne i byrummet er den mest kost-effektive kommunikationskanal vi har til at nå bredt ud til københavnere. Selve annonceringen er gratis, det er kun tryk af plakaterne vi har udgifter til. I omegnen af 10-12.000 kr. pr. plakat/informationsindsats.

2017	Hvad	Link til politisk beslutning
Uge 3	Tilmelding til 10. klasse er åben (Ungdomsskolen)	Borgerrepræsentationen fastsætter de overordnede økonomiske og organisatoriske rammer for ungdomsskolen og regulerer virksomheden gennem de årlige budgetvedtagelser. Efter ungdomsskoleloven udarbejder bestyrelsen budget for ungdomsskolevirksomheden inden for den tildelte beløbsramme og fastlægger på denne baggrund ungdomsskolens indhold og omfang. Herunder informationsindsats.
Uge 32	Tilmeldingen til ungdomsskolens fritidsundervisning er åben	Borgerrepræsentationen fastsætter de overordnede økonomiske og organisatoriske rammer for ungdomsskolen og regulerer virksomheden gennem de årlige budgetvedtagelser. Efter ungdomsskoleloven udarbejder bestyrelsen budget for ungdomsskolevirksomheden inden for den tildelte beløbsramme og fastlægger på denne baggrund ungdomsskolens indhold og omfang. Herunder informationsindsats.
Uge 40	Info om EAT/skolemad	Beslutningen om at have skolemad i Københavns Kommune er fra Budget 2008. Via forskellige holdere vi borgerne orienteret om den politiske prioritering. https://www.kk.dk/sites/default/files/budgetaftale_2008.pdf

Uge 44	Info om at man kan stemme til Ungerådet	Med budget 2017 blev det vedtaget at oprette et Ungeråd i København. Vedlagt link til budgetnotatet. https://www.kk.dk/sites/default/files/edoc/70662b1e-98d2-4a51-92f4-94023bd2614e/e35bba81-1491-400b-9ab4-d6561c15ed60/Attachments/16576402-20707247-4.PDF
Uge 45	Info om at indskrivning til folkeskolen er åben	Der foreligger ikke en politisk beslutning om at informere forældre i byen om at den digitale indskrivning til skolerne er åben. Den er åben tre uger i november. Uge 45-47. Informationsindsatsen er en serviceinformation til byens forældre og plakaterne er ude i byrummet i den første uge

2018	Hvad	Politisk ophæng
Uge 5	Tilmelding til 10. klasse er åben (Ungdomsskolen)	Borgerrepræsentationen fastsætter de overordnede økonomiske og organisatoriske rammer for ungdomsskolen og regulerer virksomheden gennem de årlige budgetvedtagelser. Efter ungdomsskoleloven udarbejder bestyrelsen budget for ungdomsskolevirksomheden inden for den tildelte beløbsramme og fastlægger på denne baggrund ungdomsskolens indhold og omfang. Herunder informationsindsats.
Uge 14	Info om valg til skolebestyrelsen	Folketinget har vedtaget, at der på alle folkeskoler i Danmark skal være en skolebestyrelse, og at der skal være valg til skolebestyrelsen hvert 4. år. Børne- og Ungdomsborgmesteren bad forvaltningen om at informere borgerne i København om valg til skolebestyrelsen, da de er vigtige aktører i skolerne ledelse.
Uge 33	Tilmeldingen til ungdomsskolens fritidsundervisning er åben	Borgerrepræsentationen fastsætter de overordnede økonomiske og organisatoriske rammer for ungdomsskolen og regulerer virksomheden gennem de årlige budgetvedtagelser. Efter ungdomsskoleloven udarbejder bestyrelsen budget for ungdomsskolevirksomheden inden for den tildelte beløbsramme og fastlægger på denne baggrund ungdomsskolens indhold og omfang. Herunder informationsindsats.
Uge 38	Info om at man kan stemme til Ungerådet	Med budget 2017 blev det vedtaget at oprette et Ungeråd i København. Vedlagt link til budgetnotatet. https://www.kk.dk/sites/default/files/edoc/70662b1e-98d2-4a51-92f4-94023bd2614e/e35bba81-1491-400b-9ab4-d6561c15ed60/Attachments/16576402-20707247-4.PDF

Uge 42	Info om skolemad	Beslutningen om at have skolemad i Københavns Kommune er fra Budget 2008. Via forskellige holder vi borgerne orienteret om den politiske prioritering. https://www.kk.dk/sites/default/files/budgetaftale_2008.pdf
Uge 45	Info om at indskrivning til folkeskolen er åben	Der foreligger ikke en politisk beslutning om at informere forældre i byen om at den digitale indskrivning til skolerne er åben. Den er åben tre uger i november. Uge 45-47. Informationsindsatsen er en serviceinformation til byens forældre og plakaterne er ude i byrummet i den første uge.

Svar fra Økonomiforvaltningen



Svar til Alex Vanopslagh (I) vedr. Økonomiforvaltningens
kampagner på Københavns Kommunes plakatsøjler/abribuspladser

Vedlagt er en oversigt over Økonomiforvaltningens kampagner på kommunens abribuspladser i 2017 og 2018 med de efterspurgte oplysninger.

Bemærk, at kampagnen "Et bedre København" gennemføres af Økonomiforvaltningen på vegne af alle kommunens syv forvaltninger, og at informationsindsatsen vedr. Københavns Erhvervspris gennemføres i samarbejde med Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen, Kultur- og Fritidsforvaltningen og Teknik- og Miljøforvaltningen.

2017 Plakat (uge)	Kampagne -periode	Kampagne	BR-beslutning
10	Februar- maj	Nu kan du indstille en af byens virksomheder til Københavns Erhvervspris	Ja. Godkendt i BR i marts 2015, som et initiativ i Københavns Erhvervs- og Vækstpolitik 2015-20
13	Uge 13	"Et bedre Kbh" – information til københavnernes om, hvordan København udvikler sig og hvad der kommer ud af de politiske beslutninger, så de på den baggrund kan deltage i den demokratiske debat om byens udvikling	Nej
17	Foråret	Information om lancering af CO2-neutrale busser på ny buslinje 5C	Nej. Informationsindsatsen er gennemført af Movia og finansieret inden for kommunens busbudget. Den skulle derfor ikke godkendes af BR. KK og andre kommuner, der bestilte og betalte busserne på linjen, deltog i en projektgruppe vedr. indsatsen og stillede kommunens abribuspladser langs den nye linje til rådighed.
24	Uge 24	"Et bedre Kbh" – information til københavnernes om, hvordan København udvikler sig og hvad der kommer ud af de politiske beslutninger, så de på den baggrund kan deltage i den demokratiske debat om byens udvikling	Nej
25	Uge 24- 25	"Pickpockets Love Distractions" – oplysningskampagne for at forebygge lommetyveri i København	Ja. Godkendt af BR som en del af budgetaftalen for 2017, hvor der bl.a. står: "1,3 mio. kr. i drift i 2017-2020 til projekt Din Betjent, som styrker samarbejdet mellem politi og kommunale medarbejdere samt igangsætte kriminalitetsforebyggende

			<i>kampagner</i> ". Budgetnotatet ØK27 specificerer, at Din Betjent-aktiviteter skal indebære " <i>Minimum to årlige kampagner målrettet særlige indsatsområder</i> "
39	Uge 39	"Et bedre Kbh" – information til københavnernes om, hvordan København udvikler sig og hvad der kommer ud af de politiske beslutninger, så de på den baggrund kan deltage i den demokratiske debat om byens udvikling	Nej
43	Uge 43	"Sammen om byen" – information om, hvordan og hvor københavnernes kan være i dialog med kommunen og få indflydelse på byens udvikling	Ja. Baggrund i BR-beslutning om øget dialog med københavnernes. Beslutnet 28.1.16 (mødematerialet ligger tilgængeligt på www.kk.dk)
48	Uge 48	"København – stolt værtsby" – oplysning til københavnernes om kommende store sportsevents, der kommer til byen.	Nej
50	Uge 49-50	"Indbrudstve elsker Åbent Hus" – oplysningskampagne for at forebygge indbrud i København	Ja. Godkendt af BR som en del af budgetaftalen for 2017, se ovenstående.
51-52	Uge 51-52	"Et bedre Kbh" – information til københavnernes om, hvordan København udvikler sig og hvad der kommer ud af de politiske beslutninger, så de på den baggrund kan deltage i den demokratiske debat om byens udvikling	Nej
2018	Kampagne	Kampagne	BR-beslutning
Plakat (uge)	-periode		
2	-	Valg til byens lokaludvalg, afvikles hvert 4. år.	(<i>lokaludvalgene svarer særskilt</i>)
3	Uge 3-4	"København mod social dumping"	Ja. BR blev 22. juni forelagt en evalueringsrapport vedr. KKs indsats mod social dumping (udarbejdet af forskere ved Center for Arbejdsmarkedsforskning i Aalborg (CARMA)) samt en indstilling om en justering af KKs indsats mod social dumping med bl.a. en styrket kommunikationsindsats både internt og eksternt, som rapporten anbefaler.
11	Februar-maj 2018	Nu kan du indstille en af byens virksomheder til Københavns Erhvervspris	Ja. Godkendt i BR i marts 2015, som et initiativ i Københavns Erhvervs- og Vækstpolitik 2015-20
22	Uge 22-23	"Pickpockets Love Distractions" – oplysningskampagne for at forebygge lommetyveri i København	Ja. Godkendt af BR som en del af budgetaftalen for 2017, se

			beskrivelse ved "Pickpockets Love Distractions" 2017
24	Uge 24	"Et bedre Kbh" – information til københavnernes om, hvordan København udvikler sig og hvad der kommer ud af de politiske beslutninger, så de på den baggrund kan deltage i den demokratiske debat om byens udvikling	Nej
28	Uge 28	"København – stolt værtsby" – oplysning til københavnernes om kommende store sportsevents, der kommer til byen.	Nej
34	4 uger på SoMe; uge 34, 37, 48, 51	"Sammen om byen" – hvordan og hvor københavnernes kan få indflydelse på byens udvikling. Videokampagne med fire små videoer, bl.a. med Københavns politikere.	Ja. Baggrund i BR-beslutning om øget dialog med københavnernes. Besluttet 28.1.16
39	Uge 39	"Et bedre Kbh" – information til københavnernes om, hvordan København udvikler sig og hvad der kommer ud af de politiske beslutninger, så de på den baggrund kan deltage i den demokratiske debat om byens udvikling	Nej
40	Uge 40-48 (dvs. i høringsperioden)	"#københavnersnak" – indsats for at inddrage københavnernes i udviklingen af deres by i forbindelse med den offentlige høring af Kommuneplanstrategi 2018	Ja. Baggrund i BR-beslutning om øget dialog med københavnernes. Besluttet 28.1.16
44	Samme	"#københavnersnak" – Indsats for at inddrage københavnernes i udviklingen af deres by i forbindelse med den offentlige høring af Kommuneplanstrategi 2018	Ja. Baggrund i BR-beslutning om øget dialog med københavnernes. Besluttet 28.1.16
46	Uge 46	"København – stolt værtsby" – oplysning til københavnernes om kommende store sportsevents, der kommer til byen.	Nej
48	Uge 48-49	"Indbrudstyve elsker Åbent Hus" – oplysningskampagne for at forebygge indbrud i København	Ja. Godkendt af BR som en del af budgetaftalen for 2017, se beskrivelse ved "Pickpockets Love Distractions" 2017
49	Uge 49	"Sammen om byen" – kampagne for at inddrage københavnernes i byens udvikling. Denne gang med fokus på frivillighed.	Ja. Baggrund i BR-beslutning om øget dialog med københavnernes. Besluttet 28.1.16
51	Uge 51	"Et bedre Kbh" – information til københavnernes om, hvordan København udvikler sig og hvad der kommer ud af de politiske beslutninger, så de på den baggrund kan deltage i den demokratiske debat om byens udvikling	Nej

Svar fra Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen



Til
Alex Vanopslagh, MB

E-mail: Alex_Vanopslagh@kk.dk

Kære Alex Vanopslagh

Tak for din henvendelse af 24. januar 2019, hvor du har stillet spørgsmål vedr. reklamer og kampagner i Københavns Kommunes syv forvaltninger

De spørgsmål, du har stillet, er oplyst nedenfor med Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningens svar angivet efter hvert spørgsmål.

Spørgsmål 1

Hvilke reklamer og kampagner har forvaltningen gennemført i offentlige buskure og reklamestandere i 2017 og 2018, og i hvilken tidsperiode har den enkelte kampagne været gennemført?

Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningens svar

Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen har i 2017 gennemført reklamer og kampagner som følger:

<u>Kampagneperiode</u>	<u>Kampagneindhold</u>
Uge 5	Information til unge om fritidsjob
Uge 8	Kampagne mod diskrimination i nattelivet
Uge 12	Kampagne, der opfordrer virksomheder til at ansætte nyuddannede akademikere med tilskud
Uge 16	Kampagne, der opfordrer virksomheder til at ansætte nyuddannede akademikere med tilskud
Uge 20	Information om årets designfestival/Danish Design Celebration
Uge 35	Kampagne mod homofobi i sportens verden
Uge 38	Information om social kontrol og vejledning til, hvor man kan søge hjælp

25. januar 2019

Sagsnr.
2019-0000199

Dokumentnr.
2019-0000199-16

Direktion

Rådhuspladsen I
1550 København V

Telefon
3366 3366

www.kk.dk

- Uge 42 Information til virksomheder om muligheder for at ansætte flygtning
- Uge 50 Information til unge om fritidsjob.

Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen har i 2018 gennemført reklamer og kampagner som følger:

<u>Kampagneperiode</u>	<u>Kampagneindhold</u>
Uge 15	Invitation til deltagelse i dialogmøder om udvikling af den kommende integrationspolitik
Uge 21	Information om årets designfestival/Danish Design Celebration
Uge 26	Kampagne målrettet virksomheder om at ansætte en udsat ledig
Uge 37	En tak til virksomheder, der er med til at ansætte ledige i virksomhedsrettede praktikker og løntilskud
Uge 43	Kampagne målrettet virksomheder om at ansætte en udsat ledig, del 2
Uge 49	Kampagne mod diskrimination i nattelivet.

Spørgsmål 2

Har de enkelte kampagner været gennemført på baggrund af politiske beslutninger i Borgerrepræsentationen? Hvis ja, ønskes henvisninger til beslutningen om den enkelte kampagne.

Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningens svar

Ingen af Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningens reklamer og kampagner fra årene 2017 og 2018 har været gennemført direkte på baggrund af politiske beslutninger i Borgerrepræsentationen. Dog er kampagnerne fra uge 8 i 2017 samt uge 49 i 2018 en udløber af budget 2016, hvor Borgerrepræsentationen i perioden 2016-2019 afsatte 0,5 mio. kr. årligt til indsatsen "Trygt Natteliv".

Med venlig hilsen

Tanja Franck
Adm. direktør

**KØBENHAVNS KOMMUNE**

Socialforvaltningen

Adm. direktør

30. januar 2019

Sagsnr.
2019-0023860Dokumentnr.
2019-0023860-2

Til Alex Vanopslagh, MB

Kære Alex Vanopslagh,

Tak for din henvendelse af 23. januar 2019, hvor du stiller følgende spørgsmål til forvaltningen:

”

1. *Hvilke reklamer og kampagner har forvaltningen gennemført i offentlige buskure og reklamestandere i 2017 og 2018, og i hvilken tidsperiode har den enkelte kampagne været gennemført?*
2. *Har de enkelte kampagner været gennemført på baggrund af politiske beslutninger i Borgerrepræsentationen? Hvis ja, ønskes henvisninger til beslutningen om den enkelte kampagne.”*

Socialforvaltningens svar

Ad 1) Hvilke reklamer og kampagner har forvaltningen gennemført i offentlige buskure og reklamestandere i 2017 og 2018, og i hvilken tidsperioden har den enkelte kampagne været gennemført?

Socialforvaltningen henviser til nedenstående tabel 1.

2017 Uge	Forvalt.	Indhold	Samlet kampagne- periode
2	SOF	Information om anonym hjælp og rådgivning til unge under 25 år med problemer med rusmidler	1 uge
4	SOF	Information om hjælp og tilbud målrettet unge alkoholmisbrugere. Plakaterne var en del af en landsdækkende kampagne og samarbejde mellem Københavns Kommune, Alkohol & Samfund og Trygfonden.	1 uge

DirektionenRådhuset
1599 København VTelefon
33 66 33 66Direkte telefon
33 66 24 55E-mail
NinaEg.Hansen@sof.kk.dk

www.kk.dk

9	SOF	Oplysning om hjælp og rådgivning til unge københavnere med handicap	1 uge
22	SOF	Rekruttering af pleje- og aflastningsfamilier	3 uger
31	SOF	Information om Københavns Kommunes akuttilbud med personlig støtte og rådgivning til københavnere, der oplever en akut psykisk krise eller til pårørende	1 uge
2018			Samlet kampagneperiode
Uge	Forvalt.	Indhold	
4	SOF	Information tilbud om alkoholbehandling. Plakaterne var en del af en landsdækkende kampagne og samarbejde mellem Københavns Kommune, Alkohol & Samfund og Trygfonden.	1 uge
8	SOF	Information om frivillige aktiviteter til fordel for hjemløse	4 uger

Kampagnernes samlede perioder varierer. Kampagner på 1 uge indeholder typisk plakater og intern kommunikation. Kampagner på 3-4 uger indeholder både plakater, indhold på sociale medier, pressearbejde og intern kommunikation.

Ad 2) Har de enkelte kampagner været gennemført på baggrund af politiske beslutninger i Borgerrepræsentationen? Hvis ja, ønskes henvisninger til beslutningen om den enkelte kampagne.

Ingen af Socialforvaltningens kampagner i perioden 2017-2018 har været gennemført på baggrund af politiske beslutninger i Borgerrepræsentationen.

Med venlig hilsen



Nina Eg Hansen