



HR og Udvikling
Strategi og HR

10. august 2015
Sagsid.: 330-2015-58829

Kontaktperson:
Mette Bjarnt

NOTAT

Evaluerings- og presse eksponeringer – Folkemøde, Bornholm 2015

Formål

Formålet med Slagelse Kommunes deltagelse på Folkemødet 2015 er i beslutningsreferat af 7. januar 2015 bl.a. fastsat til at:

- Slagelse Kommune skal være debatskabende og dagsordensættende
- Det overordnede tema skal være medvirkende til at aflive "udkants Danmark" begrebet
- Gruppen ser deltagelse i Folkemødet som et i udgangspunkt 3-årigt initiativ/sigte, hvor fokus i 2015 også er at opsamle erfaringer
- Byrådet og Kommunikation og Marketing bliver klædt på til at skabe/fastholde netværk samt sociale, interaktive medier som eksempelvis budskaber formidlet via det sociale medie, Twitter
- 1. års mål således er branding, kendskabsværdi til Slagelse Kommune, eksponering og fastsegmentering af bl.a. "Camp4200"

Resultater

- 29 eksponeringer/artikler i diverse medier, jf. efterfølgende skematiske gengivelser, samt vedlagte PDF filer af artikler
- 8 direkte, landsdækkende vejrudsigter med eksponeringer, panorama og omtale af #Camp4200
- 2 indslag på TV2 Bornholm
- 2 Indslag på TV2 Øst
- 2 direkte Indslag på SAMTLIGE lokale TV2 lokalstationer (landsdækkende)
- Artikler på diverse hjemmesider
- 41.000+ eksponeringer på Twitter

- Nr. 1 i InfoMedias top 3 torsdag for størst engagement på Twitter
- Nr. 3 i InfoMedias top 3 fredag for mest aktive på Twitter
- Nr. 3 i InfoMedias top 3 lørdag for mest aktive på Twitter
- #Camp4200 blev det 15. mest brugte hashtag under Folkemødet på Twitter (iflg. Overskrift.dk)
- Både @SlagelseKommune og @Sten Knuth nåede under folkemødet at være i top 8 over mest aktive profiler under folkemødet (jf. Overskrift.dks liveblog-side)
- Vi blev kåret som Årets Videndeler af Dansk Industris videncenter, som under Folkemødet havde en konkurrence om at dele viden på tagget #viden.
- På et morgenarrangement ved Geelmuyden Kiese blev vi ydermere fremhævet som en kommune, der ville Twitter på folkemødet og var kommet godt i gang.

Økonomi – hvad er omtale og eksponeringer værd

- Direkte, landsdækkende TV opgøres efter listepriser på reklame TV taksten, hvilket alt andet lige betyder 50.000,00 for 30 sekunder. (Samlet eksponering 120 sekunder = 200.000,00)
- Lokal regional TV eksponering (TV2 Øst) efter listepriser på reklame TV taksten, hvilket alt andet lige betyder kr. 10.000,00 for 30 sekunder. (Samlet eksponering 180 sekunder = 60.000,00)
- Omtale og artikler i kommune lokale medier opgøres efter listepriser på annoncer, hvilket i gennemsnit betyder 20.000,00 pr. side (Samlet antal helsider, skønnet til 6 = 120.000,00)
- Omtale og artikler i kommune regionale medier (Eksponering i Sjællandske Mediers dagblade, hhv. Slagelse, Næstved, Ringsted, Roskilde, Køge, Holbæk og Kalundborg) opgøres efter listepriser på annoncer hvilket i gennemsnit betyder 80.000 pr. side (Samlet antal helsider, skønnet til 1 = 80.000,00)
- Forsideeksponering på Sjællandske vurderes til en værdi på 25.000,00 = 25.000,00
- Eksponering i Bornholms Tidende og Rytterknægten opgjort efter listepriser hvilket i gennemsnit betyder 12.000,00 pr. side (samlet antal helsider skønnet til 2 = 24.000,00)
- Hjemmesideeksponering, TV2 Øst, VD-Online og sn.dk vurderes til 10.000,00 pr. eksponering (Samlet antal eksponeringer skønnes til 5 = 50.000,00)

Såfremt Slagelse Kommune skulle købe sig til den omtale som Folkemødet har givet, vil det således beløbe sig til:

Direkte TV	Kr. 200.000,00
Lokal/regionalt TV	Kr. 60.000,00
Omtale lokale printmedier	Kr. 120.000,00
Omtale, Regionale Dagblade	Kr. 80.000,00
Forsideeksponering	Kr. 25.000,00
Bornholms Tidende og Rytterknægten	<u>Kr. 24.000,00</u>

Samlet omtale, skønnet værdi **Kr. 509.000,00**

Dette beløb er som nævnt fiktivt, og kan modregnes den totale, kommunale investering i Folkemødet.

Side3/3

*Markedsføringsværdien er **kun** til intern dokumentation, overfor Direktion og Byråd, m.fl.*

Beløbet

Konklusion

Første års mission konkluderes at være opfyldt og opnået, jf. formålsparagrafferne.

Der indstilles til en gentagelse af Slagelse Kommunes deltagelse på Folkemødet også i 2016 og 2017, jf. udgangspunktet om samme, benævnt under formål.

PDF filer vedlægges dette dokument til behageligt gennemsyn.

Kommunikation & Marketing, den 30. juni 2015

Svend-Erik Kristensen
Kommunikations- og marketingchef