

Evaluering af Slagelse Kommunes deltagelse på Folkemødet på Bornholm 2015 (B)

Sagsfremstilling

15. Evaluering af Slagelse Kommunes deltagelse på Folkemødet på Bornholm 2015 (B)

Sagsnr.: 330-2015-58829

Dok.nr.: 330-2015-400461

Åbent

Kompetence: Økonomiudvalget

Beslutningstema

Økonomiudvalget skal drøfte evalueringen af Slagelse Kommunes deltagelse på Folkemøde 2015 og på baggrund her af tage beslutning om, på hvilken måde Slagelse Kommune skal deltage i Folkemøde 2016.

Baggrund

Økonomiudvalget besluttede på mødet den 29. september 2014 Slagelse Kommunes deltagelse i Folkemøde 2015 som arrangør. Som udgangspunkt ønskede Økonomiudvalget et samarbejde med andre lokale aktører. VisitVestsjælland og Slagelse Erhvervscenter blev inddraget i forberedelserne og finansieringen og en arbejdsgruppe med politikere og administration udarbejdede et inspirationsoplæg til Økonomiudvalget. Også en række andre lokale aktører blev involveret som fx Harboe og Gerlev Idrætshøjskole.

Der blev opstillet 3 primære formål med deltagelsen:

1. Debatskabende og dagsordenssættende
2. Markedsføring af kommunen
3. Netværks- og kontaktskabende

Folkemøde-arbejdsgruppen har et 3-årigt sigte for deltagelsen i Folkemødet, hvor 2015 som det første år er et erfaringsår. Samtidig er det aftalt, at dette års engagement i Folkemødet følges op af en konference på Christiansborg.

Der er lavet en evaluering af selve deltagelsen i Folkemødet (se bilag 1)

-

Evaluering:

1. Debatskabende og dagsordenssættende

Generelt lykkedes det samlet set for den fælles indsats at skabe debat og sætte en tydelig dagsorden om "vækst i hele Danmark". Det var både gennem egne debatarrangementer, deltagelse i en række andre debatter, en massiv kommunikationsindsats (se bilag 2). Det potentielle udbytte vurderes af alle aktører til at kunne have været større, hvis teltet (Camp4200) havde ligget mere centralt placeret – dvs. i Allinge i stedet for i Sandvig.

2. Markedsføring af kommunen

Jvnf. bilag 2 har Slagelse Kommune på især de sociale medier formået at markere sig synligt og gøre opmærksom på både kommunen, lokale aktører og ikke mindst vist vilje til at gå ind på den nationale scene. "Markedsføring og Kommunikation" har lavet en beregning (se bilag 2) på markedsføringsværdien af antal eksponeringer og konkluderer, at værdien af eksponeringerne svarer til kr.509.000,00.

3. Netværks- og kontaktskabende

Deltagerne udtrykker hver især, at tilstedeværelsen på folkemødet har givet mulighed for at etablere nye kontakter, som ellers ikke ville have været etableret. Deltagelse i andres debatter har ligeledes eksponeret Slagelse Kommune og affødt nye forbindelser.

Økonomi:

Økonomien forbundet med engagementet har været båret af Slagelse Erhvervscenter, VisitVestsjælland og Slagelse Kommune som hver især har medfinansieret med 100.000 kr. således at budgettet for aktivitet og ramme har været 300.000 kr. Af disse er 250.000 kr. blevet forbrugt.

Markedsføring og annoncering har beløbet sig til i alt 25.000 kr.

Der til kommer transport, dagpenge og indkvartering med et samlet beløb på 124.000 kr. Den enkelte organisation (her under afdeling i Slagelse Kommune) har afholdt udgifter for egne medarbejdere.

Retligt grundlag

Kommunalfuldmagten

Handlemuligheder

Folkemødet 2015 var første gang, at Slagelse Kommune sammen med lokale aktører deltog som arrangør på folkemødet. Her under oplistes muligheder for det fremadrettede engagement:

1. Fortsætte engagementet som arrangør på folkemødet med eget telt (i samarbejde med andre) – placering af telt i Allinge
2. Fortsætte engagementet som arrangør ved at købe sig ind i professionelle firmaers (typisk kommunikationsfirmaer) telte.
3. Fortsætte deltagelsen dog ikke som arrangør. Aktiviteterne vil da begrænse sig til deltagelse i andre arrangørers debatter som enten paneldeltager eller publikum.
4. Ikke deltage i Folkemødet.

Vurdering

Administrationen anbefaler handlemulighed nr. 1. Herved vil Slagelse Kommune bygge videre på sit engagement i Folkemødet som arrangør og med synlig tilstedeværelse, hvilket af politikere, samarbejdspartnere og de øvrige lokale aktører vurderes som værdifuldt.

Formålene med deltagelsen i år er et langt stykke hen ad vejen indfriet, selv om det ikke på alle parametre er muligt at lave målbare succeskriterier. Markedsføringsværdien - beregnet som synlighed i medierne - har vist sig at være en tydelig gevinst og er med til at understøtte formålet om at skabe debat og sætte dagsordener.

Samtidig anbefales det, at Slagelse Kommune søger at udvide samarbejdskredsen med fx nabokommuner med henblik på at få en stærkere stand med flere debatter.

Økonomiske og personalemæssige konsekvenser

Ingen bemærkninger

Konsekvenser for andre udvalg

Ingen bemærkninger

Indstilling

Borger- og udviklingsdirektøren indstiller,

1. **at** Økonomiudvalget godkender deltagelsen i Folkemødet 2016 som arrangør med eget telt/stand.
2. **at** Økonomiudvalget anmoder om, at mulighederne for at udvide samarbejdskredsen omkring standen undersøges.
3. **at** Økonomiudvalget anmoder direktionen om at etablere en administrativ organisering omkring kommunens

deltagelse i folkemødet 2016.

Bilag

330-2015-403710	Bilag 1: Evaluering af kommunens deltagelse i folkemøde 2015
330-2015-410170	Bilag 2: Oversigt over markedsføringsværdi fra Folkemøde 2015
330-2015-426415	Redaktikoneldokumentation folkemøde 2015.pdf

Beslutning i Økonomiudvalget den 17. august 2015:

Fraværende:

Rapporten "Redaktionel dokumentation for Slagelse Kommunes deltagelse ved Folkemødet på Bornholm, 2015" blev omdelt på mødet.

Muligheden for at deltage ved at forsøge at præge de eksisterende debatter frem for selv at have et telt blev drøftet.

Økonomiudvalget besluttede at arbejde videre med muligheden for deltagelse i Folkemødet 2016. I forhold til økonomi og ressourcer tages det med i det igangværende arbejde omkring Nævn og Råd. Arbejdet fortsættes i den nedsatte arbejdsgruppe.