

16. Evaluering af VI KBH'R' kampagnen (2011-3280)

INDSTILLING OG Beslutning

Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen indstiller,

1. at Beskæftigelses- og Integrationsudvalget tager evalueringen af VI KBH'R' kampagnen til efterretning.

Problemstilling

Borgerrepræsentationen disponerede 3 mio. kr. i 2008, 2009 og 2010 med budgetaftalen 2008 til markering af kulturel mangfoldighed i København (BR 371/07). Her blev det besluttet, at markeringen skal medvirke til, at alle byens borgere har en oplevelse af at være inkluderet i byen uanset national, religiøs eller kulturel baggrund.

Formålet med kampagnen har været at markere den kulturelle mangfoldighed, for dermed at give alle borgere oplevelsen af at være inkluderet og accepteret i København, uanset kulturelt, religiøst og socialt ophav. Markering af mangfoldigheden i København blev udmøntet i kampagnen VI KBH'R' (læses: "Vi københavnere"), som blev forelagt Beskæftigelses- og Integrationsudvalget (BIU 249/2007), hvoraf det fremgår at kampagnen skal evalueres.

Løsning

VI KBH'R' kampagnen blev lanceret 19. maj 2008. Kampagnen fulgte tre spor;

- (i) Events, som skal anerkende borgere uanset deres kulturelle, etniske, sociale og religiøse baggrund samt skabe fællesskab mellem byens borgere,
- (ii) Kommunikation, der skal synliggøre, fejre og anerkende mangfoldigheden i byen.
- (iii) VI KBH'R' puljen, som støtter lokale initiativer, der fejrer og markerer mangfoldigheden i København.

Igennem disse tre spor har Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen skabt rammerne for, at byens borgere kunne fejre byens kulturelle mangfoldighed, og anerkende hinandens forskellighed.

Kampagnen har skabt et positivt sprog omkring den rummelige københavnere identitet ved at synliggøre, fejre og markere de positive aspekter af København, som en multikulturel metropol. Kampagnens budskaber, er nået bredt ud, idet 21% af Københavns befolkning, svarende til 110.924 københavnere, har kendskab til kampagnen, imens kampagnens og puljens events tilsammen har tiltrukket 280.542 københavnere. Kampagnens positive resultater og effekter, fremgår både af de årlige kampagneevalueringer og af dialog med såvel lokale som internationale samarbejdspartnere.

Kampagnen har opnået følgende resultater:

Område	Antal aktiviteter	Antal deltagere
Spor 1- Kampagnesekretariatets events	40 events	150.777 deltagere
Partnerskaber og samarbejdspartnere	<ul style="list-style-type: none"> • 9 etablerede partnerskaber • 2 ressourcegrupper 	Samarbejde med 186 eksterne aktører
Spor 2-Kommunikations aktiviteter	<ul style="list-style-type: none"> • 107 artikler samt indgået i flere indslag på landsdækkende samt lokalt tv. • 25.928 borgere har besøgt kampagnens hjemmeside www.blanddigibyen.dk • 406 blogindlæg på hjemmesiden. • 3.927 københavnere er enten blevet venner med eller medlem af kampagnen på facebook. • Plakatsøjler i sammenlagt 19 uger, svarende til 133 dage. 	
Sport 3-VI KBH'R' Puljen	Tilskud til 110 projekter, hvoraf 25 projekter fik et tilskud over 30.000 kr.	129.765 deltagere

Med henblik på at videreføre elementer fra VI KBH'R' kampagnen anbefales følgende:

Område	Anbefalinger
Kampagnesekretariatets events:	<p>Alle københavnere skal deltage i inklusionsaktiviteterne, således at byens borgere tager ansvar for integrationen og blandes på tværs af kulturel, etnisk, religiøs og sociale diversitet.</p> <p>Eksterne aktører skal prioriteres og der bør bygges videre på kampagnens partnerskaber. Særligt kan partnerskaberne vedr. International Dag, Eid-festen og Byens Stemmer, fortsættes.</p>
Kommunikation i byrummet:	<p>Kombinationen af forskellige medier, f.eks. facebook og hjemmesiden, fortsættes. Herudover bør der linkes til andre websider, hvilket vil øge synligheden på nettet.</p> <p>Facebookstrategien, der fordrer interaktion mellem forvaltning og borgere, fortsættes. Man bør involvere borgerne i konceptudvikling for derved at øge ejerskabet til kampagneaktiviteterne.</p>
VI KBH'R' puljen:	<p>Puljemidlerne gøres mere fleksible i forhold til den dynamiske projektverden ved at benytte procedurer med løbende ansøgningsfrist og dermed kort behandlingstid.</p> <p>Puljeretningslinjer skal fortsat fordrer samarbejde mellem ansøgere, da det skaber lokal forankring. Man skal dog sikre, at samarbejdskravet ikke ekskluderer ansøgningsberettigede parter.</p>

Økonomi

Kontor for Integrationservice fik bevilget 9. mio. kr. til VI KBH'R' kampagnen. Midlerne er disponeret, som følger:

Aktivitet	Beløb
Kampagne 2008	2.003.030,20 kr.
Pulje 2008	720.054,00 kr.
Kampagne 2009	2.108.664,60 kr.
Pulje 2009	1.234.093,00 kr.
Kampagne 2010	1.464.324,10 kr.
Pulje 2010	953.792,00 kr.
I alt	8.483.957,90 kr.

NB: VI KBH'R' puljen er blevet tilført ekstra midler i 2009 og 2010. Da puljen fungerer som underskudgaranti, viser ovenstående regnskab de faktiske udbetalinger.

Videre proces

VI KBH'R' kampagnen blev afsluttet ved udgangen af 2010. Dele af VI KBH'R' kampagnen vil blive videreført under Bland dig i Byen Programmet, som blev vedtaget af Beskæftigelses og Integrationsudvalget i december 2010 (BIU 2010-172054). Programmet udmønter en Bland dig i Byen Pulje, hvor der fortsat fejres International Dag, Byens Stemmer samt en religiøs fejring. Bland dig i Byen Programmet vil fortsat føre en facebookstrategi, der fordrer interaktion mellem programmet og københavnere både via sociale medier og programmets hjemmeside.

BILAG

1. Evaluering af VI KBH'R' Kampagnen 2010

Morten Binder

/Kaj Ove Christiansen

bilag

[Evaluering af VI KBH'R' 2010](#)

