ÖPPET FÖR ALLA OCH HELT GRATIS

Rapport

Göteborgs Kulturkalas

2016

10
gånger har Göteborgs Kulturkalas genomförts.

1,5
miljoner besök under sex dagar.

1 300
programstarter.

82
platser med matförsäljning.

55
festplatser.

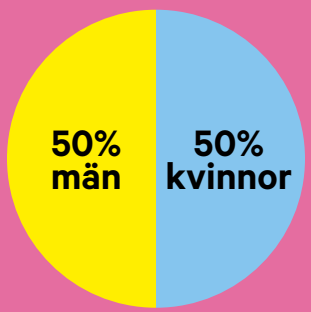
0 kr
Alla programpunkter var gratis för besökarna.

85%
tycker att det finns något för alla på Kulturkalaset.

3 500
medverkande.

150 000
besök på Barnens Kulturkalas.

35 000
upplevde konserten med Miriam Bryant och Göteborgs Symfoniker. Det är den programpunkt som drog störst publik under årets Kulturkalas.



på våra scener.

Vi är kranmärkta och miljödiplomerade.

86%

av besökarna gav oss något av de tre högsta betygen (5, 6 eller 7).

426 000

programtidningar.

265 000

hushåll fick programtidningen i brevlådan.

50 000

gratis glassar delade 70-årsjubilerande Triumf Glass ut.

15

meter upp i luften över Götaplatsen gick Basinga lindans.

200

samarbeten. Göteborgs kulturlivs största samarbetsplattform.

40%

av publiken på Najwa Karams konsert gör aldrig några andra kulturbesök under året.

64%

av besökarna uppger att Kulturkalaset ökar deras lust att ta del av kultur.

59%

av publiken på Najwa Karams konsert hade arabiska som modersmål.

Ansvarig utgivare:
Tasso Stafilidis

Textproduktion:
Fredrik Beckman, Filip Eklund, Emma Gunterberg Sachs, Therése Looström, Liselotte Marcusson, Mia Samuelsson, Peter Sandsjö, Tasso Stafilidis

Foto:
Emma Gunterberg Sachs, Liselotte Marcusson, Frida Winter

MILJÖMÄRKT 341 869

Från kulturfest till vardagskultur

Jag blir alltid lika fascinerad av hur duktiga vi är i den här stan på att ställa till med kalas. Det här är ett göteborgskt signum. Vi går ”all in”. Hela stan blir en festplats. Det kalasas på alla möjliga sätt och vis – och på alla möjliga håll och kanter. Det finns en otrolig mångfald – och ett otroligt engagemang.

Årets Kulturkalas var inget undantag. Snarare tvärtom. Min känsla var att denna upplaga kanske till och med blev den bästa någonsin. Det utvecklades en dynamik och en värme som vi nog inte riktigt haft förut. Som besökare gjorde vi inte bara massor av roliga och intressanta saker. Själv ägnade jag mig åt allt från rättvis handel till idéutbyte med unga. Som besökare tog vi också väl hand om varandra. Stämningen var god.

Efter en festivalsommar som runtom i Sverige präglats av övergrepp, ofredanden och trakasserier var det särskilt positivt att Kulturkalaset inte sögs med i denna dåliga trend. Folk var överlag både uppmärksamma och omtänksamma. Varför saker och ting går bra är ibland svårt att fullt ut förklara, men att arrangörerna länge jobbat hårt och målmedvetet med att förebygga och motverka denna typ av problem var garanterat en faktor som spelade in.

En sak som är lätt att glömma bort i myllret är att Kulturkalaset är så mycket mer än bara den där augustiveckan varje år. Det mesta som arrangeras är endast smakprov. Det handlar om små bitar av betydligt större verksamheter som i sin tur håller igång under hela året. Feststämningen på kalaset speglar ett mycket rikt kulturliv – en i högsta grad levande ”vardagskultur”.

Om man ska identifiera en förbättringspotential i kalaset är det rimligt att peka på just denna koppling till vardagen. Jag tror att det går att bli bättre på att använda kalaset till att öppna besökarnas ögon för vardagskulturen. Det borde gå att se till att kalaset får fler att engagera sig året runt. Kalaset är ett utmärkt läge att stärka och bredda rekryteringen till alla möjliga slags kulturaktiviteter.

Att lyfta det breda engagemanget är något som kontinuerligt bör ha högsta prioritet. Det går knappast att överskatta betydelsen av ett starkt kulturliv.

Kulturen gör massor av bra saker med oss: som individer och som samhälle. Den är ett av de bästa verktyg som vi har för att skapa glädje, förståelse och samhörighet. Den kan användas i flera olika syften: för att öka jämlikheten, minska utanförskapet, förebygga kriminalitet och stärka folkhälsan. Genom kulturen kan vi göra så mycket mer för att väva ihop stan och bygga ett starkare samhälle.

Med detta sagt vill jag passa på att lyfta fram och hylla volontärerna på Kulturkalaset. Besökare och evenemangsproffs i all ära men de första som möter upp oss i festivalvimlet är Team Göteborgs värdar. Ungdomar från alla Göteborgs stadsdelar och med rötter i hela världen. Volontärerna i Team Göteborg är en avgörande nyckel till framgång. Ni gör en fantastisk insats. Ni är hjältar!

Ann-Sofie Hermansson
KOMMUNSTYRELSENS ORDFÖRANDE,
GÖTEBORGS STAD

Varje år tillfrågas en av de medverkande aktörerna eller en besökare att skriva sin reflektion från Kulturkalaset.
Tidigare år har Alice Bah Kuhnke, kultur- och demokratiminister, besökaren Jonna Börjesson, Vera Suvalo Grimberg, konstnärlig ledare för Danskompaniet Spinn, artistenTimo Räisänen och Lasse Beischer från 123 Schtunk delat med sig av sina intryck.

Konst och kultur skapar möten som öppnar dörrar till nya världar

För tionde gången har Göteborgs Kulturkalas skapat möten genom konst och kultur. Möten som öppnat dörrar till nya världar och där upplevelsen stått i centrum. Årets Kulturkalas skapade en balans mellan det nyanserade programinnehållet och styrkan av att som en kulturplattform och mötesplats samla konstnärliga institutioner, fria grupper, olika andra kulturaktörer och enskilda kulturutövare. Men det slutar inte där. Kulturkalaset är även en plattform som samlar en rad andra samarbetspartners och aktörer som synliggör sin verksamhet för festivalbesökarna. Gemensamt för alla samarbeten är att dessa möjliggör att vi tillsammans lyckas skapa en festival som i år blev så där fantastisk som vi önskade. I den här rapporten redogör vi för resultat och hur vi uppfyller våra mål men vi beskriver också kulturens starka egenvärde och att vårt hållbarhetsarbete inte står i motsats till våra konstnärliga visioner.

Tionde året

I år genomförde vi Kulturkalaset för tionde gången och det har hänt mycket genom åren. Vissa envisas med att kalla festivalen för Göteborgskalaset, en del i positiv bemärkelse och några med fördomar om vår historia utan att ha följt med i den utveckling som stakades ut under hösten 2006. Under ledning av Göteborg & Co beslutade Göteborgs Stad, Västra Götalandsregionen och Näringslivsgruppen att välja en ny väg. De flesta verksamheter behöver förändras med jämna mellanrum eller genom en kontinuerlig utveckling där olika faser tar vid.

För Kulturkalaset har de huvudsakliga strukturförändringarna som gjordes 2007 betydelse än idag. Det är resultatet av dessa ihop med våra nya initiativ och metoder som tagit oss dit vi är idag. Då handlade strategin om både innehåll, struktur och utbud men också om att integrera åldrar och kulturgenrer samt att ta bort öltälten vilka ökade tillgängligheten på alkohol. De senaste åren har det handlat om att definiera vårt uppdrag och ta fram metoder för att stärka vårt hållbarhetsarbete. Med 1,5 miljoner besök och över 1 300 programstarter håller Kulturkalaset ställningarna som en av Nordens största kulturfestivaler, en inkluderande festival som förenar konst och kultur med mål om jämlikhet, mångfald och tillgänglighet.

Den konstnärliga bredden och spetsen

Varje år anstränger vi oss särskilt mycket för att boka ett innehållsrikt och mångfacetterat program, med såväl konstnärlig bredd som spets. En förutsättning för att uppnå Kulturkalasets höga kvalitet och pluralistiska utbud är våra över 200 samarbeten med olika kulturaktörer som skapar innehåll åt festivalen och bidrar med sin expertis. Det är alla dessa samarbeten som har ökat antalet programstarter på Kulturkalaset. Alla konstformer ska finnas representerade på festivalens arenor och flera genrer inom exempelvis musik. Kulturkalasets programinnehåll står för både kvalitet och kvantitet. Med tanke på att publikens efterfrågan är stor skulle ett färre antal programstarter få negativa konsekvenser, inte minst vad gäller vårt grundläggande uppdrag om att det ska finnas något för alla.

Genom programläggningen på de största scenerna skapar vi en rörlighet bland besökarna och på väg från en scen till en annan kan publiken möta nya konstformer och låta sig uppslukas av oväntade upplevelser. Kulturkalasbesökarna får på så sätt tillgång till mycket mer kultur. 64 % av besökarna, i publikundersökningen, svarar att deras besök på Kulturkalaset ökar deras lust att göra fler kulturbesök under året. Detta visar att Kulturkalaset bidrar till att sänka trösklar och öka intresset för att ta del av mer kultur. 17 % av Kulturkalasets besökare gör aldrig några andra kulturbesök under året.

Sveriges Nationalorkester – Göteborgs Symfoniker är ett bra exempel på ett långvarigt och mycket lyckat samarbete som vi har, även vad gäller det konstnärliga innehållet. Ett av många olika programsamarbeten med Symfonikerna var konserten med Miriam Bryant som dessutom lockade Kulturkalasets största publik i år med över 35 000 personer. I besöksundersökningen svarade majoriteten av de tillfrågade att de skulle titta/lyssna på Miriam Bryant och på andra plats kom den libanesiska stjärnan Najwa Karam.

På vår egen barnkulturfestival, Barnens Kulturkalas, utvecklade vi koncepten med flera scener i olika ny världar: nycirkusscenen Manegen, Slöjdklubben, Bokskogen, Labbet: Film, Bryggan och Ateljé Växthuset. Kulturkalaset möjliggör för barn att få ta del av professionell konst och kultur men också att på sina egna villkor få tillgång till eget skapande. Tillgänglighet är också ett konstnärligt mål, på Barnens Kulturkalas ska alla barn kunna delta i alla aktiviteter. Tillsammans med de aktörer som finns på plats tar vi aktivt bort de hinder som förhindrar. Barnens Kulturkalas hade över 150 000 besök i år.

Sabina Ddumba sjöng med musikprojektet Nästa Nivå.

Jämställdhet är socialt hållbart
Att skapa en jämställd festival är en självklarhet för oss, även om det innebär utmaningar inom vissa konstområden. I ett modernt och jämlikt samhälle skulle vi inte behöva definiera kön på våra medverkande men för att våra mål om ett jämställt utbud ska uppfyllas fortsätter vi att räkna. Sedan 2014 har Kulturkalaset räknat den ”faktiska” könsfördelningen på scenerna. Den faktiska med modifikationen att vi inte kan räkna personer som inte definierar sig som man eller kvinna. Den statistiken kan vi inte registrera då de medverkande inte själva svarar på frågan om sin könstillhörighet. Vi är medvetna om problematiken och synliggör dilemmat, samtidigt vet vi att samhället inte kommit längre än så här.

Antalet medverkande på scenerna i år har varit ca 3 500 personer. Vi har räknat könsfördelningen på 2 546 personer av de medverkande. Scenerna på Götaplatsen, Kungstorget, Basargatan och Stora Teatern-området har haft en majoritet kvinnor med 51–55 %. Den totala könsfördelningen på våra scener var 50 % kvinnor och 50 % män. Siffror som vi är mycket nöjda med, inte minst med tanke på att antalet medverkande på våra scener är så högt.

I de senaste årens systematiska hållbarhetsarbete har Kulturkalaset riktat in sig på dimensionen kring den sociala hållbarheten med fokus på jämställdhet, mångfald och tillgänglighet. Detta utvecklas i avsnitten om arbetet med de tre hållbarhetsdimensionerna och i avsnittet om konserten med Najwa Karam.

En trygg festival resulterade i noll anmälningar
Sommarens debatt kring de många anmälningarna om sexuella trakasserier och övergrepp på festivaler påverkade även oss. Kulturkalaset har genom ett medvetet värdegrundsarbete och en systematisk integrerad programläggning lyckats skapa en trygg och säker festival. Våra volontärer från Team Göteborg kommer från alla Göteborgs stadsdelar och många har dessutom rötter från länder i hela världen. Många av evenemangsvärdarna har även god kunskap och kännedom om de unga besökarna. Kulturkalasets strategiska beslut om att inte sätta upp öltält på festplatserna gör att tillgängligheten på alkohol begränsas markant, vilket resulterar i en nykter festival. Besökarna hänvisas istället till befintliga krögare. Tillsammans är dessa faktorer och vårt säkerhetsarbete samt ett mycket bra samarbete med polis och andra myndigheter ett lyckat koncept.

I början av sommaren reagerade vi och tog starkt avstånd från övergreppen som det rapporterats om från andra festivaler. Vi ville vara tydliga men också visa på vårt ansvar som festivalarrangörer. Visserligen hade vi inte haft några anmälningar på många år men vi var väl medvetna om hur det ser ut i samhället och festivaler är inga frizoner, tvärtom är vi en del av samhället. Genom nolltolerans mot alla övergrepp och en åtgärdsplan uttryckte Kulturkalaset att vi var beredda att agera om det skulle ske något även på vår festival. Vi skrev att vi som en sista utväg kunde komma att överväga införandet av trygga zoner framför två av våra största scener. Något sådant övervägande behövde vi aldrig göra.

Polisen beslutade att kameraövervaka de två största scenerna, Götaplatsen och Kungstorget, samt att inrätta ett provisoriskt poliskontor vid en av våra festplatser, Stora Teatern, för att enklare kunna ta upp anmälningar. Med tanke på att det finns ett mörkertal var det viktigt för oss att uppmuntra till att anmäla. Från scenerna och i vår programtidning uppmanade vi även festivalens besökare att agera och anmäla.

Vi är mycket glada över att kunna konstatera att vårt mångfaldsarbete ihop med de trygghetsåtgärder vi vidtar, vårt värdegrundsarbete samt det systematiska arbetssätt vi redovisat här resulterade i noll anmälningar av sexuella övergrepp/-trakasserier på Kulturkalaset. Och då vill vi påminna om att vi satsade särskilt mycket på att bjuda in unga ensamkommande flyktingar och nyanlända från hela regionen. På Kulturkalaset så är det mångfalden som skapar trygghet, inte tvärt om.

Vi fortsätter säga Hej!
Vi är stolta över det rika programutbud som Kulturkalaset presenterat i år men också att effekterna av en kulturfestival kan bidra till att göra skillnad i vardagen. Ett hej kan göra skillnad och till och med riva murar mellan människor. Vi fortsätter hälsa på varandra även nästa år och då ses vi som vanligt i vecka 33, den 15–20 augusti 2017.

Tasso Stafilidis
VERKSAMHETSANSVARIG

Mia Samuelsson
KONSTNÄRLIG LEDARE

Shirwan och Rana håller ställningarna på Götaplatsen.

Traditionell romsk dansuppvisning i Lilla Cirkustältet.

Talab Kalbeliya Dance Group, från Rajasthan Indien, gästade Bältespännarparken.

Stora som små provar turbaner.

Mbongwana Star från Kongo spelade på Kungstorget.

Sonja tillverkar en hatt på Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen.

Uppdraget och målgruppen

Göteborgs Kulturkalas har uppdraget att bjuda Göteborg och Västra Götalandsregionen på ett årligt kalas som bidrar till ett varmare, mänskligare och roligare samhälle.

Evenemangets kraft skall också ge uppmärksamhet åt och stärka det rika kulturutbudet och på så sätt bidra till att Göteborg och Västra Götalandsregionen upplevs som än mer attraktiva att leva och verka i samt att besöka.

Kulturkalaset är en tradition vars festplatser återkommer samma tid år efter år. På så sätt ges även möjlighet att skapa en långsiktigt fungerande infrastruktur utmed stråket, vilket på sikt gynnar såväl Kulturkalaset som andra evenemang.

Målgruppen är alla. Det är viktigt att förstå att definitionen alla inte är en omskrivning för ”den grå massan”. Var och en är precis så unik och speciell som var och en känner sig. Förutom alla besökare ser vi också Kulturkalasets medverkande, leverantörer, partners och medier som målgrupper, där alla har en viktig uppgift som bidrar till helheten.

Ambitionen är att skapa ett så brett programutbud som möjligt så att ingen känner sig exkluderad. I vårt gemensamma och tillfälliga ”Underland” där vi skrattar, förundras, äter och skapar minnen kan vi upptäcka varandra på nytt. Det är folkets Kulturkalas – en festival för alla människor och för all sorts kultur.

Titiyo uppträder på Kungstorget.

35 000 personer upplevde Miriam Bryant och Göteborgs Symfoniker på Götaplatsen.

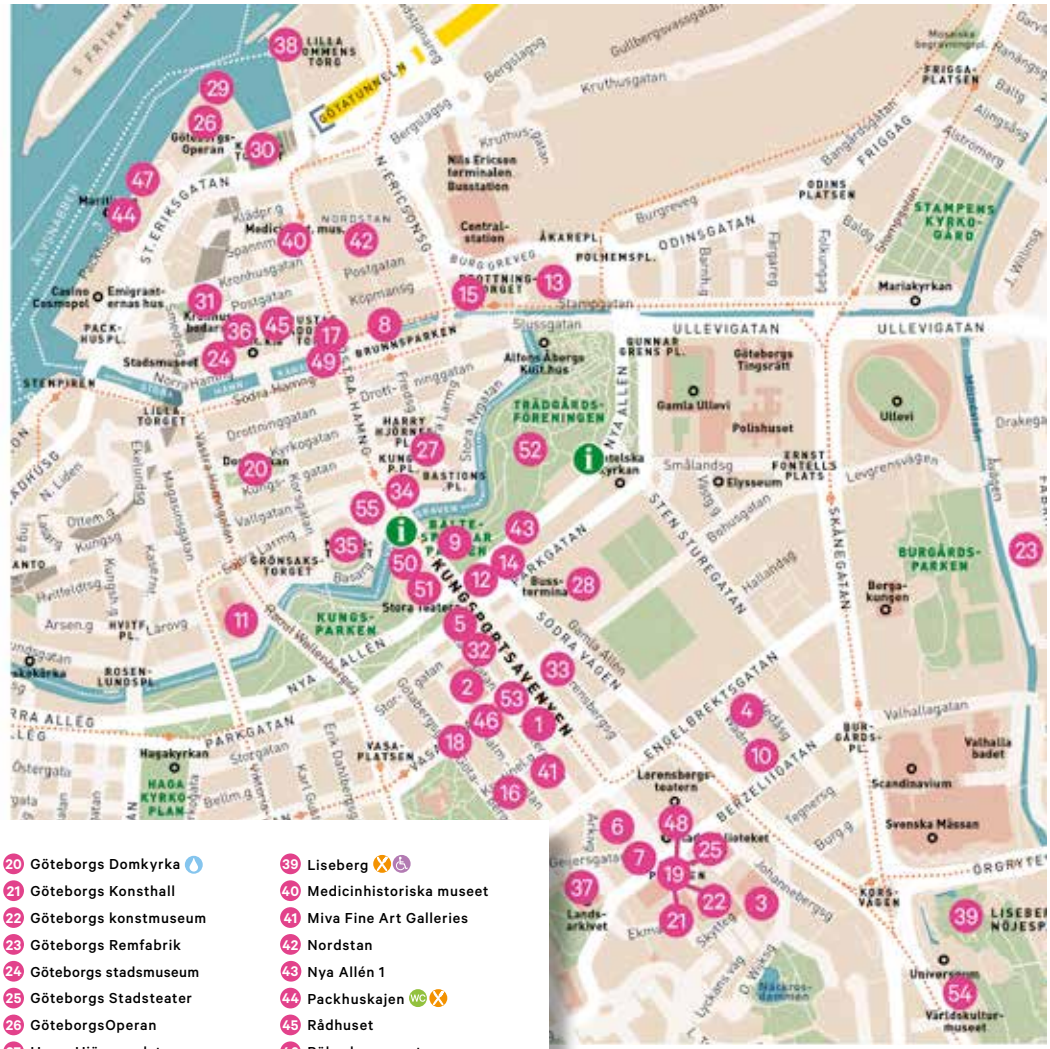
Festplatser

Med 55 festplatser sprider Göteborgs Kulturkalas ut sig i ett tre kilometer långt festivalområde – från Liseberg och Världskulturmuseet i söder till Packhuskajen och Göteborgs-Operan i norr. Charmen och tillgängligheten ligger i att det är gångavstånd till allt. Vi bygger upp stora scener på Götaplatsen, Kungstorget och i Bältespännarparken, men evenemangets storhet ligger i alla de mindre festplatserna som tillsammans binder ihop evenemanget och skapar ett enda stort kulturkalas.

2016 tillkom festplatsen Stora Teatern-området där vi satsade stort på kulturen med ett cirkustält som var fullsatt under de flesta programpunkter. Flera organisationer, som t ex FAIR och Göteborgs 400-årsjubileum 2021 tog också plats på parkeringen med tält fyllda av aktiviteter.

Inne på Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen var den stora nyheten att festplatsen var indelad i olika ”världar” där den allra största var Manegen, som bestod av ett stort cirkustält. Några av de andra världarna var Bokskogen, Slöjdklubben och Ateljé Växthuset och programpunkterna var anpassade till respektive värld.

Kvällarna avslutades som tidigare år på Clarion Hotel Post, Kulturkalasets hotellpartner, som öppnade sin veranda när de övriga festplatserna stängde.



1 A-venue
2 Akademin Valand
3 Artisten, Högskolan för scen och musik
4 ArtPhotoCollection
5 Avenyn (Kungsportsavenyn)
6 Bio Roy
7 Biograf Göta
8 Brunnsparken
9 Bältespännarparken
10 Café Taktik
11 Carolus Dux
12 Charles Felix Lindbergs plats
13 Clarion Hotel Post
14 Dicksonska Palatset
15 Drottningtorget
16 Galleri Thomassen
17 Gustaf Adolfs Torg
18 Götabergsgatan 16–32
19 Götaplatsen
20 Göteborgs Domkyrka
21 Göteborgs Konsthall
22 Göteborgs konstmuseum
23 Göteborgs Remfabrik
24 Göteborgs stadsmuseum
25 Göteborgs Stadsteater
26 GöteborgsOperan
27 Harry Hjörnes plats
28 Heden
29 Jussi Björlings plats
30 Kanaltorget
31 Kronhusgården - Kronhusparken
32 Kungsportsavenyn 13
33 Kungsportsavenyn 18
34 Kungsportsplatsen
35 Kungstorget
36 Köpmansgatan 5
37 Landsarkivet
38 Lilla Bommen
39 Liseberg
40 Medicinhistoriska museet
41 Miva Fine Art Galleries
42 Nordstan
43 Nya Allén 1
44 Packhuskajen
45 Rådhuset
46 Röhsska museet
47 S/S Marieholm
48 Stadsbiblioteket
49 Stora Hamnkanalen
50 Stora Teatern
51 Stora Teatern-området
52 Trädgårdsföreningen - Barnens Kulturkalas
53 Valand
54 Världskulturmuseet
55 Östra Hamngatan 45

Mat & dryck · Vattenstation · Information · Toaletter · Ramp för rullstol

Utan bredd ingen spets – en gemensam plattform för kulturlivet

Tack vare alla ambitiösa och kunniga kultursamarbetspartners blir Göteborgs Kulturkalas den generösa och omfattande viktiga kulturfestival som den är. Hos dessa finns kulturkompetensen och kontaktnäten till alla våra gemensamma kulturutövare och kulturbrukare.

Av de 1 300 programstarter vi presenterar så står våra över 200 kultursamarbetspartners för flertalet. Detta visar vilken gigantisk samverkansplattform Kulturkalaset är genom den infrastruktur vi skapar som möjliggör alla samarbeten. Under sex dagar möblerar vi tillsammans stadens offentliga vardagsrum, eller varför inte stadens gemensamma scenrum. Gator, torg, museer och parker förvandlas till ett kulturlaboratorium där Västra Götalandsregionens och Göteborg Stads kulturaktörer visar upp sin kompetens och nyfiket. De testar nya metoder, möter nya publikgrupper och skapar nya samverkansformer.

Spets och bredd är värdeord hämtade från Kulturkalasets verksamhetsplan för den kulturupplevelse besökarna ska erbjudas. Tillsammans kan vi erbjuda denna kulturdrivande mix av spets och bredd genom att vi samlas, samarbetar och förtätar under de sex dagar vi lämnar våra egna trygga zoner. Vi har alla samma mål, att nå invånarna med samtidsfrågor, konstnärliga uttryck, reflektioner och upplevelser. Under Kulturkalaset gör vi det på en samlad plattform.

Några av de nya samarbetena och en del av de som tagit samverkan ett steg längre och under flera år fördjupat det är:

- De Nationella Minoriteterna som för femte året i rad sökt egna pengar och skapat sin egen budget. Tillsammans presenterade de ett brett program med dans, musik och samtal i Lilla Cirkustältet under en heldag samt även stadsvandringar, seminarier, konserter på våra andra scener och på museer och bibliotek.

- Min Röst – fotoutställning av nyanlända på Stadsbiblioteket i samarbete med Individuell Människohjälp.

- Seniorkalaset skapades i år tack vare att stadens samtliga tio stadsdelar som arbetar med kultur och hälsofrämjande verksamhet för seniorer bestämde sig för att gå samman med en gemensam budget. Så skapades en hel dag i Lilla Cirkustältet med programpunkter och samtal som riktade sig till stadens seniorer.

- Ungdomssatsningen – alla fem ungdomssatsningar samverkade i ett gemensamt tält och arrangerade programaktiviteter under alla dagar.

- Filmkonsten fick mycket ljus på sig genom att Film Lab GBG hade verksamhet under hela veckan där Kultur i Västs filmkonsulent samlade viktiga filmaktörer – för att sprida kunskap och hålla workshops så att alla som kan och vill ska komma vidare med sitt eget filmskapande.

- Sensus som tillsammans med flera olika kulturaktörer levererat ett stort och varierat programkoncept från många olika konstnärliga discipliner, exempelvis programpunkter där medverkande konstnärer hade en funktionsvariation.

- På festplatsen Barnens Kulturkalas intensifierades arbetet med olika ”världar”/konstformskluster där varje område hade en egen arbetsgrupp med många aktörer. Arbetsgruppen till världen Labbet: Film bestod av Göteborgs Lilla Filmfestival, Filmcentrum, Kultur i Väst och Folkets bio och Kulturskolan som skapade stora delar av innehållet och upplägget, som exempel.

- Fem av kulturhusen i Göteborg – för första gången medverkade fem av stadens kulturhus på Kulturkalaset tillsammans. Det var Frölunda Kulturhus, Kulturhuset Blå Stället, Kulturhuset Kåken, Kulturhus Bergsjön och Kulturhus Backaplan.

Tusen tack till alla våra kultursamarbets-partners som bidrog med programinnehåll till Göteborgs Kulturkalas 2016.

Abecita Konstmuseum, Abecita museum, ABF media Lab, Adena Asovic, Agenda: Jämlikhet, Akademin Valand, Alfons Åbergs kulturhus, Art Photo Collection, Artisten - Högskolan för scen och musik, Artistique, Artscape, A-venue, Avenyföreningen, Avenyn kokar, Bakluckeloppis, Barnbiblioteken, Berättarcentrum väst, Berättarnät väst, Besporty, Bilda Studieförbund, Biskopsgårdens dag, Bio Roy, Biograf Göta, BlueBoat, Bohus lin, Bohuslän Big Band, Bonnierförlagen AB, Borås Konstmuseum, BoråsBorås AB, Brandmuseet Storgöteborg, Brewhouse, Bäx Krukmakeri, Cirkus Unik, Civilförsvarsförbundet, Clandestino Institut, ConFusion, föreningen med blicken mot Östasien, Cosplay – Confusion, Danscentrum, Dansforum, De Nationella Minoriteterna - Romerna, Resandefolket, Judarna och Sverige-Finnarna, Djurens Rätt, Donnum Ferrum, Drottning Silvias Barnsjukhus, Eventlabbet, FAIR, Fairtrade City Göteborg, Feministiskt självförsvar Göteborg, Festival för Blåsare, FHP, FilmCloud, Folkets bio, Folkteatern, Folkuniversitetet, Formverkstan, Forsviks bruk, Fotografiska föreningen, Framtiden fastighetskoncern, Frilagret, Frölunda kulturhus, Frölundaskolan åk 5, Fysiken, Föreningen Art Norden, Föreningen Får ja lov, Författarcentrum väst, Galleri GKA, Galleri Mitt i centrum, Galleri Thomassen, Gallery and More, Gbg Impro, Gerlesborgskolan, GIL/Göteborgskooperativet för Independent Living, Glios (Green Light International Organisation Sweden), Global Musix, Globalmusix/Torslanda, Gothenburg Fringe Festival, Gothenburg Studios, Gothenburg Wind Orchestra, Grunden media, Gårdstensdagen, Göteborg 2021, Göteborg Classic Jazz, Göteborg stadsmuseum, Staden där vi läser för våra barn, Göteborgs Bluesförening, Göteborgs Domkyrka/Svenska Kyrkan, Göteborgs Fyrverkerifabrik, Göteborgs Fäktklubb, Göteborgs historiska fäktskola, Göteborgs internationella Dans- och Teaterfestival, Göteborgs Internationella Film Festival, Göteborgs Interreligiösa råd, Göteborgs konsthall, Göteborgs konstmuseum, Göteborgs kulturförvaltning, Enheten för barnkultur, Göteborgs kyrkliga Stadsmission, Göteborgs Litteraturhus, Göteborgs naturhistoriska museum, Göteborgs Pianofestival, Göteborgs Remfabrik, Göteborgs scoutdistrikt, Göteborgs Stad Lundby, Göteborgs Stads Kulturförvaltning, Göteborgs Stadsbibliotek, Göteborgs Stadsmuseum, Göteborgs Stadsteater, Göteborgs Symfoniker, Göteborgs Ungdomsorkester, GöteborgsOperan, GöteborgsOperans Danskompani, Göthenburgo, Halmens hus, Hammarkullekarnevalen, Hammarkullsskolan åk 2, Havets hus, HDK, Helena Gibson Glas, Hemslöjdsföreningarna, Higab, Hjärnkoll, Hovåsskolan åk 5, Hyresgästföreningen, Högskolan för design och konsthantverk, Idrott utan gränser, Imagine Sweden, India Unlimited, Indian Council for Cultural Relations, Indiska Ambassaden, Individuell Människohjälp, Interreligiösa centret, Ivrakurser, Kafé Taktik, Kaidi Taekwondo, Karl Johansskolan åk 4, Kinesiska konsulatet, Konstepidemin, Konsthantverkscentrum, Kronhusgårdens aktörer, Kronhusteatern, Kultur 4ür Göteborg, Kultur i Väst, Kulturhuset Backaplan, Kulturhuset Bergsjön, Kulturhuset Blå Stället, Kulturhuset Kåken, Kulturlabbet, Kulturskolan Örebro, Kulturskolan Östra Göteborg, Kultursommarjobbarna, Landsarkivet, Laura Didion, Liba Bröd, Lineup4dance, Liseberg, Live action, Lunchbeat, Medicinhistoriska museet, Miva Fine Art Galleries, Mosaikfabriken, Musikcentrum väst, NBV Väst, Nia Movement, Nordstan, One Stop Future Shop, Parkourföreningen Stampede, Passalen, Planket GBG, Positivparken, Q´ente ateljé, REAGL Capoeira, Recycle Me, Rep Yo Set, Riksteatern Väst, RIX FM Festival, Royal Scottish Contry Dance Society, RUM - Riksförbundet Unga Musikanter, Röhsska museet, RÖST - om alla lyssnade, Senior Göteborg, Sensus, Sensus Studieförbund, SF bio, Sjöfartsmuseet/Akvariet, Slottskogsobservatoriet, Slöjd i väst, Sportfiskarna, Stadsbiblioteket, Studiefrämjandet, Svartedalsskolan, grundsärskola blandade åldrar, Svenska Budo & Kampsportsförbundet, Sveriges Radio, Ta i Hand, Teater Kattma, Teater Surra, Teatercentrum Väst, Textilmuseet Borås, TNB - Tidsnätverk Bergsjön, Tordenskiöldarna, Triumf Glass, Trädgårdsföreningen, Tynneredsdagen, Twisted Feet, Ung Handlingskraft Ideell Förening, Ungdomsfullmäktige, West Coast Jitterbugg, Vinga rockers, World Dance Company, Världskulturmuseet, Västarvet - Västra Götalandsregionen, Västra Hisingen/Sjumilahallen, Västra Landhockeyförbundet, Västsvenska Paketet, Väv i Väst, Yoko DJ's, Äkta-Spåman-Podcast, Älvateatern/Lidköping/Studiefrämjandet

Kommunikationen

Uppdraget med Kulturkalasets kommunikation är att göra invånarna i Göteborg med omnejd uppmärksamma på att Göteborgs Kulturkalas äger rum samt att berätta om årets program. I Göteborg är kännedomen om Kulturkalaset hög, men det finns fortfarande människor i de yttre stadsdelarna som inte känner till Kulturkalaset. Sedan två år tillbaka riktar vi därför kommunikationen till människor som inte brukar besöka evenemanget. Målet är att få fler att komma och känna sig välkomna.

Ett hej öppnar dörrar till nya världar!
Vi har i år arbetat vidare med den kampanj som togs fram till 2015. Budskapet, förutom att förmedla Kulturkalasets rika programinnehåll, är en uppmaning att säga hej. Ett hej öppnar dörrar till nya världar! På Göteborgs Kulturkalas träffar du nya människor, känner rytmen och upplever massor av kultur tillsammans. En viktig komponent i kommunikationen är också budskapet Öppet för alla och helt gratis! Rent grafiskt använder vi starka färger och porträtt av nio olika personer. Uppmaningen, att säga hej till dem du möter, till någon du inte känner eller till den som står bakom dig i publiken, användes inte bara på affischer och i annonser utan också av konferencierer och värdar kring Kulturkalasets scener. Att hälsa på varandra är att sänka garden, bjuda in till samtal och se en annan människa. Precis det som Kulturkalaset handlar om – att vi ska mötas och upptäcka massor av kultur tillsammans.

För att nå ut till fler nya besökare genomfördes en stadsdelskampanj som handlar om att möta nya människor och skapa i mosaik. Det var andra året av tre som stadsdelskampanjen genomfördes i skolor och på stadsdelsfestivaler, under maj månad. Kulturkalasets kampanjmanér syntes på runt 200 affischtavlor runtom i Göteborg och mindre affischer med programinnehåll spreds på andra platser löpande under sommaren. I Metro syntes annonser för Kulturkalaset under hela sommaren och i RIX FMs stationer i Borås, Göteborg, Trollhättan, Uddevalla och Vänersborg sändes radioreklam under fem veckor. Staden flaggades med Kulturkalasets banér och utanför Scandinavium och Ullevi visades en kampanjfilm. Vid stadens infarter exponerades Kulturkalaset på ljustavlorna. MTR Express, partner till Göteborgs Kulturkalas, stripade ett av sina tåg med Kulturkalasets kampanj. I år producerades även 18 stycken beachflaggor för att tydligare markera mindre festplatser och institutioner som deltog i Kulturkalaset.

Helsidesannons i Metro

Stadsinfotavla

Mätning av annonser i Metro

Under en dag i juni genomförde tidningen Metro en undersökning bland 196 av sina läsare om hur pass uppmärksammad en annons för Kulturkalaset blivit. Undersökningen syftar till att mäta om läsaren såg annonsen och i så fall vad personen tyckte om annonsen samt hur annonsen påverkade läsaren. 74 % uppgav att de sett annonsen, 64 % tittade noga eller mycket noga. 64 % tycker om annonsen, flera av dem tycker mycket om den. Överlag gav undersökningen ett mycket positivt utfall.

Programmet i tryck och på vår nya webbsajt

I år satsades det extra stort på programtidningen. Antalet sidor utökades till totalt 44 jämfört med 36 sidor 2015 och upplagan utökades till totalt 426 000 exemplar jämfört med 253 000 exemplar 2015. Majoriteten av hushållen i Göteborgsregionen fick en programtidning i brevlådan helgen före Kulturkalaset. Den 15 augusti delades 110 000 programtidningar ut som inlaga till Metro. Utöver detta fanns programtidningen på knutpunkter såsom caféer, bibliotek, turistbyråer och biografer över hela Västra Götalandsregionen samt på våra festplatser på stan. Denna satsning genomfördes för att bjuda in invånarna i Göteborgs alla stadsdelar till Kulturkalaset. På sista sidan i tidningen kunde man läsa om Kulturkalaset på både engelska och arabiska. Programtidningen producerades i samarbete med Metro.

Under våren lanserades Kulturkalasets nya hemsida. Tidigare sida var fem år gammal och den behövde aktualiseras samt anpassas för mobiltelefoner. En viktig milstolpe är att den nya hemsidan är responsiv då närmare 70 % av våra besökare kommer in via mobila enheter. Programpresentationen har fått tydligare filterfunktioner och designen är överlag mer uppdaterad. 42 000 personer besökte hemsidan under Kulturkalasets första dag och totalt under veckan var besökarna strax över 172 000. Facebook, Twitter och Instagram är ytterligare digitala kanaler som allihop genom en ökad grad av interaktion har fungerat som en slags kundservice gentemot Kulturkalasets besökare. Vår största sociala plattform är Facebook med nära 30 500 gilla-markeringar. Till skillnad från förra året är all ökad närvaro i sociala medier organisk i år. Det vill säga, inget av inläggen har marknadsförts genom betalning.

ANTAL FÖLJARE SEPTEMBER 2016	
Twitter	3 142
Instagram	2 440
Facebook – Genomsnittligt engagemang per inlägg under genomförandet 3,7 % (mål: 1 %)	30 490

Kulturkalaset @Gbg_kulturkalas **13 aug.**

Vi älskar hej-filmen som vår huvudpartner @metrosverige gjort! #kulturkalaset #metrosverige

HumanistenGU @HumanistenGU **14 juni.**

Studenter låter barn representera Göteborg under #Kulturkalaset #gbgftw @Gbg_kulturkalas

Studenter smyckade festplatser

I år kunde du upptäcka att Kulturkalasets festplatser utsmyckades lite extra med fyra olika estetiska verk. Idéerna och verken är framtagna av studenter från kandidatprogrammet Medier, estetik och kulturellt entreprenörskap vid Göteborgs Universitet. De fem olika arbetsgrupperna har tillsammans skapat bokstäver i trä ”Säg Hej” vid Stora Teatern, vimpelspel skapat av barn från Göteborgs olika stadsdelar som hängde över Götaplatsen, cykelfickor för cykelställen vid Stora Teatern samt tryck med hållbara budskap till ståbord vid restaurangstråket Basargatan. I år är första året som Göteborgs Kulturkalas samarbetar med studenterna på utbildningen, som hör hemma vid Institutionen för kulturvetenskaper. Tanken är att samarbetet ska bli en långsiktig investering för båda parter.

Bilden i media av Göteborgs Kulturkalas

Totalt har 919 publiceringar i svenska tidningar gjorts där Göteborgs Kulturkalas nämns. Av dem är 391 i tryckt press och 528 på webb. Inslag i radio och tv är inte inkluderade. Radio P4 Göteborg gjorde åtta intervjuer och reportage under Kulturkalaset, radions Kulturnyheterna i P1 gjorde två längre reportage. Många av artiklarna har nått rikstäckning. Det beror på att flera artiklar kommer från nyhetsbyrån TT som har nationell spridning.

För första gången har Dagens Nyheter recenserat en enskild akt på Göteborgs Kulturkalas. Recensionen handlade om Najwa Karams uppträdande, som även nådde en stor medial spridning utomlands. Bland annat skrev Magasinet Laha (samhälle, kultur, musik, skönhet, mode), ett av de största och äldsta magasinen med utgivning i Beirut, Kairo och Dubai, om Najwa Karams konsert.

Utifrån målet att uppfattas som den festival som är en förebild i mångfalds- och jämställdhetsfrågor har medieexponeringen varit mycket positiv. Det gäller även de artiklar där meningen varit negativ kritik till enskilda förslag som Göteborgs Kulturkalas lagt. Mycket uppmärksamhet gavs till förslaget om trygga zoner. Eftersom Göteborgs Kulturkalas har uppnått hög trovärdighet i mångfalds- och jämställhetsfrågor (bland annat fick Kulturkalaset Rättvisepriset 2015) har förslagen från Kulturkalaset refererats till som konkreta förslag när debatten om sexuella kränkningar på festivaler tagits upp. Göteborgs Kulturkalas har tagit aktiv del i den diskussionen. Även den samverkan Kulturkalaset har haft med polismyndigheten har media rapporterat om, liksom det faktum att det var noll anmälda sexuella kränkningar under genomförandet.

Medieexponeringens annonsvärde uppgår, enligt Retriever, till 35 miljoner kronor och antalet läsare, enligt Orvesto, till 94 miljoner.

Under juni och juli kretsade alltså mycket av exponeringen kring säkerhet och sexuella trakasserier på festivaler. Inför Kulturkalaset tog polisen beslut om att kameraövervaka Götaplatsen och Kungstorget. Press och media på Göteborg & Co hjälpte till att sprida den informationen till medier för att publiceringen skulle ske veckan före Kulturkalaset. Därmed lyckades vi få mediefokuseringen att handla om artisterna, festen och utbudet under själva kalasveckan.

Marita Lindman 22 aug.

Tack Göteborgs stad för denna fantastiska fest! Gediget, varierat program som lockar såååå många, alla sorters människor, i alla åldrar! Det skapar en glad, varm och öppen atmosfär som jag är säker på skapar positiva ringar i många sammanhang!

Hållbarhetsarbetet

Ekologisk hållbarhet

Göteborgs Kulturkalas är sedan flera år tillbaka ett miljödiplomerat evenemang. Det innebär att vi använder oss av miljöledningssystemet Svensk Miljöbas vilket kontrolleras av Göteborgs Stads Miljöförvaltning. Evenemanget miljöanpassas efter ett antal kriterier och arrangören såväl som medverkande ska följa de riktlinjer som sätts upp. För att bli miljödiplomerade krävs det att vi arbetar systematiskt med hållbarhet samt uppfyller ett antal obligatoriska miljökrav. Områden som inkluderas och kontrolleras i samband med miljödiplomeringen är exempelvis energi, livsmedel, transporter, inköp, avfall och organisation.

Ett av många områden som berörs i hög grad är maten. För att få sälja mat på Göteborgs Kulturkalas måste du uppfylla ett flertal miljökrav. Kraven innebär bland annat att matförsäljarna ska använda sig av minst fyra ekologiska basingredienser, att fisk och skaldjur kommer från hållbara bestånd, att allt kaffe som serveras är ekologiskt och rättvisemärkt samt att all mjölk är ekologisk. Minst ett vegetariskt alternativ ska erbjudas. Nytt för 2016 var också att samtliga engångsartiklar som används ska vara komposterbara. Vidare måste rengöringsprodukter vara miljöanpassade och allt avfall ska källsorteras, även matavfall. Miljökraven kontrolleras genom en internrevision samt en extern revision utförd av Göteborg Stads miljöförvaltning.

Kulturkalaset är, likt föregående år, kranmärkt och vi har utökat antalet vattenstationer i samarbete med förvaltningen Kretslopp och Vatten. Att vara kranmärkt innebär att det upprättas ett flertal vattenstationer på festplatserna, där det ges en möjlighet att fylla på en vattenflaska med kranvatten.

För kampanjaffischer, programtidning och övriga trycksaker användes Svanen-märkt papper. Vi strävar även efter att återanvända material i så stor utsträckning som möjligt samt att minska onödiga trycksaker till exempel. Bland annat genom att förbjuda utdelning av till exempel reklam och flygblad.

Vårt hållbarbetsarbete ska prägla hela vår organisation och utgångspunkten är att alla som är involverade i Göteborgs Kulturkalas ska bedriva ett aktivt hållbarhetsarbete. Alla partners ska arbeta i enighet med vår hållbarhetspolicy. 2016 lyckades vi inleda ett flertal samarbeten med företag som har ett utpräglat hållbarhetstänk. För att ta några exempel så har vi samarbeten ett kollektivtrafikbolag, med ett klädföretag som försåg hela projektledningen samt alla volontärer med ekologiska rättvisemärkta kläder och med taxibolag som enbart kör med miljöbilar. Även elen är ett viktigt område och Kulturkalaset drevs även i år av förnyelsebar miljömärkt el.

Hållbarhetspolicy för Kulturkalaset 2016

Vi ska bidra till:

- Utvecklingen av Göteborg som en hållbar och nyskapande destination och evenemangsstad.
- En långsiktigt hållbar utveckling av evenemanget.
- Minimerad miljöbelastning och miljömedvetna val.
- Minskad segregation och ökad tillgänglighet.
- Jämställdhet och mångfald i vårt arbete, såväl inom organisationen som bland våra medverkande och besökare.
- Att ingen ska exkluderas på grund av kön, etnicitet, funktionalitet, sexuell läggning, könsidentitet och/eller könsidentitetsuttryck, religion eller ålder.
- Att bryta segregeringen och stärka samhörigheten.
- En positiv utveckling av samhället och våra intressenter.
- Att våra avtalspartners ska arbeta med de tre hållbarhetsdimensionerna: ekologisk-, social- och ekonomisk hållbarhet samt att plattformen Kulturkalaset ska kunna stärka och synliggöra arbetet.
- En positiv utveckling av den lokala ekonomin och ett ökat intresse för regionen.

SVENSK MILJÖBAS

Social hållbarhet

Kulturkalaset har under de senaste åren ökat intensiteten i det sociala hållbarhetsarbetet med fokus på mångfald, jämställdhet och tillgänglighet. Vi arbetar systematiskt och tar fram metoder som vi följer och mål som vi mäter. Vi utvecklar också vårt arbetssätt och delar med oss av kunskaper och erfarenheter. Till exempel så gör vi inte längre några uppskattningar av könsfördelningen bland våra medverkande artister utan räknar det faktiska antalet på scenerna. Att könsfördelningen i princip är jämn innebär inte per automatik att vi är bäst på jämställdhet då det är flera olika faktorer som påverkar detta. Det gäller inte minst den ekonomiska aspekten och rådande normer i det omgivande samhället. Därför är det viktigt att Kulturkalaset som en kommunal verksamhet också bejakar de övergripande mål som staden sätter upp.

Samarbete över gränserna

I Kulturkalasets verksamhet ser vi inga avgörande motsättningar mellan vårt bolags destinationsmål och stadens prioriterade budgetmål. Om vi kan bidra till att minska segregationen och öka jämlikheten så bidrar även det på ett positivt sätt för både turist-/besöksnäringen och invånarna i staden och regionen. Vi har fortsatt vårt samarbete med Mosaikfabriken och besökt flera stadsdelsfestivaler. Men den största skillnaden har vi gjort genom att få barn och ungdomar från olika stadsdelar att mötas med sina klasser, över stadsdelsgränserna, lära känna varandra och skapa bilder tillsammans med mosaik. Symboliken med att Kulturkalaset sedan placerar mosaiken på Kungstorget, ett våra mest centrala torg, är mycket vidare än det kan se ut. Barnen och ungdomarna kan plötsligt känna en tillhörighet till stadens centrum och därigenom få den identifikation som många saknar. Lägg sedan till att många av dessa ungdomar aldrig hade mötts om det inte hade varit för mosaikprojektet. Idag står det 28 betongfundament som är klädda i mosaik på Kungstorget. Vi värdesätter samarbetet med Mosaikfabriken och Kulturskolan i Östra Göteborg mycket högt och resultatet visar vikten av fler samarbeten där befintliga verksamheter i exempelvis Göteborg kan få en mer central betydelse.

En trygg och viktig mötesplats

Kulturkalaset är en viktig mötesplats, för människor och upplevelser. Besöksundersökningen bekräftar att atmosfären, stämningen, folkfesten och samhörigheten är det som i högst grad framhålls som det bästa med Kulturkalaset. Den visar också att Kulturkalaset uppfattas som en plats som underlättar för människor att mötas. Kulturkalaset gör staden tryggare. Under 2016 års Kulturkalas förekom liksom de senaste åren få polisutryckningar. Efter sommarens debatt kring sexuella övergrepp på festivalerna är det också viktigt att lyfta hur vårt långsiktiga värdegrundsarbete även gett resultat med noll anmälningar på Kulturkalaset.

Medvetet programutbud

Kulturkalaset arbetar aktivt i programläggningen för att få till en bra blandning av åldrar och kulturformer på våra scener och festplatser. Detta sammantaget med att vi inte ställer upp några öltält har visat sig vara ett framgångsrecept för en lugn och trygg festival, utan fylla och bråk. På Kulturkalaset ska ingen känna sig exkluderad på grund av kön, etnicitet, funktionalitet, sexuell läggning, könsidentitet/-uttryck, religion och ålder. I största möjliga mån skapas fysisk tillgänglighet som exempelvis läktare för rullstolar och syn- och teckentolkning. Mixen av artister och uttryck ska vara så heltäckande och inkluderande som möjligt. Inte minst kulturinstitutioners och fria gruppers medverkan från Göteborg och Västra Götalandsregionen bidrar starkt till att programutbudet blir mångfacetterat och håller hög kvalitet. Just bredden i Kulturkalasets utbud är en av de aspekter som nämns som en av de bästa sakerna med Kulturkalaset, 80 % anger att bredden är bra eller mycket bra. Alla har möjlighet att hitta något de tycker om. Besöksundersökningen visar dessutom att 64 % av besökarna säger sig ha fått ökad lust att besöka Göteborgs kulturliv efter sitt besök på Kulturkalaset.

Våra värdar och volontärer

Kulturkalaset samarbetar med Team Göteborg när det gäller volontärer. Det är ett socialt projekt där unga människor engageras i en rad stadsangelägna evenemang året runt, med syftet att ge meriter och erfarenheter som ger bättre förutsättningar att komma ut i arbetslivet. På årets Kulturkalas deltog 123 värdar från Team Göteborg varav 25 var anställda som gruppledare eller gruppledarassistenter, 2 som platschefer, 7 som mentorer, 9 som serverings–personal, 3 som chaufförer och en som projektledningsassistent, resterande på volontär basis. Utöver dessa hade vi ytterligare 12 volontärer som trygghetsvärdar och en artistvärd. Tillsammans talade värdarna över 34 olika språk, vilket gör festivalen ännu mer tillgänglig. I samarbete med föreningen Passalen fick också unga med olika funktionsvariationer möjlighet att vara värdar.

Ekonomisk hållbarhet

Kulturkalasets omsättning var ca 24,2 miljoner kronor i år. Göteborgs Stad står för den största delen av finansieringen genom ett bidrag på 13,5 miljoner kronor. Kulturnämnden i Västra Götalandsregionen ökade bidraget med 500 000 kr till 1,5 miljoner kronor samt ett särskilt programbidrag till konserten med Najwa Karam på ytterligare 250 000 kr. Näringslivsgruppen på Göteborg & Co bidrog med totalt 800 000 kr varav hälften avsåg delfinansieringen av Najwa Karam. Kulturförvaltningen i Göteborgs Stad bidrog med 300 000 kr. Resterande 7,85 miljoner kronor kommer huvudsakligen från våra sponsorer, både kontantersättningar och värdet av samarbetsavtalen. Här finns även några mindre kulturbidrag samt intäkter från de

Anders Börjesson @Andbor_anders **16 aug.**

Fått del av kollegornas sammanfattning av arbetet under @Gbg_kulturkalas. Konstaterar en bra samverkan och mycket gott polisarbete!

utställar- och försäljningsplatser som Kulturkalaset upplåter på festplatserna. Kostnaderna är uppdelade på fem huvudområden: program, marknadsföring, bygg/scen/teknik, säkerhet och personal/administration. Vår budget ska vara balanserad, underskott ska inte förekomma och eventuellt överskott kan inte sparas till kommande verksamhetsår. Kulturkalaset är ingen vinstdrivande verksamhet men vi använder pengarna mycket effektivt. De stora ekonomiska värden som våra kultursamarbetspartners går in med genom sitt programinnehåll är inget som värderas ekonomiskt i vår budget.

Att Kulturkalaset är gratis ökar tillgängligheten

Göteborgs Kulturkalas genererar såväl intäkter som andra värden vilka kommer staden och regionen till nytta. Alla programpunkter på Kulturkalaset är gratis för besökarna. Det är en central del i vårt uppdrag som ökar tillgängligheten för kultur och även uppfyller Göteborgs Stads budgetmål om vikten av fler gratisevenemang. Fri entré är också en av de faktorer som besökarna anser vara bland det bästa med Kulturkalaset. Intäkter kan mätas med de arbetstillfällen som skapas, eller den konsumtion som sker i samband med Kulturkalaset. 2016 års mätning visade att 31 % av besökarna kom från orter utanför Göteborg, av dessa uppgav 43 % att Kulturkalaset var den främsta anledningen till besöket.

Ett annat sätt att se på ekonomisk hållbarhet är att mäta nöjdheten för regionen, kulturell förnyelse samt ökat intresse och investeringar som görs i staden och regionen som en effekt av positiva evenemang som når alla. I publikundersökningen ger besökarna 6 av 7 möjliga poäng, på en 7-gradig skala, för helhetsintrycket av Kulturkalaset vilket motsvarar 86 % som tycker att Kulturkalaset är bra eller mycket bra, 6 % svarar mindre bra och 8 % vet ej/svarar inte. Ingen anser att det är mycket dåligt. Göteborg som evenemangsstad får i samma mätning 6,1 vilket också motsvarar en nöjdhetsgrad på 86 %.

Även mediabilden är viktig för att stärka den immateriella intäkten. Kulturkalaset 2016 genomsyrades överlag av den goda stämningen på stan som en trygg, nykter och säker festival. Festivalen har också stärkt sin inkluderande värdegrund vilket sänder positiva signaler till omgivningen. Ett evenemang för också med sig kostnader som måste beaktas. Förutom de medel som kommunen och regionen avsätter gör samhället insatser som omläggning av spårvagnstrafik, ökad renhållning och uteblivna parkeringsintäkter (på de platser som dessa dagar blir festplatser). Kulturkalasets besöksundersökning visar att ”missnöjet” är försvinnande lågt.

Najwa Karam på Kulturkalaset

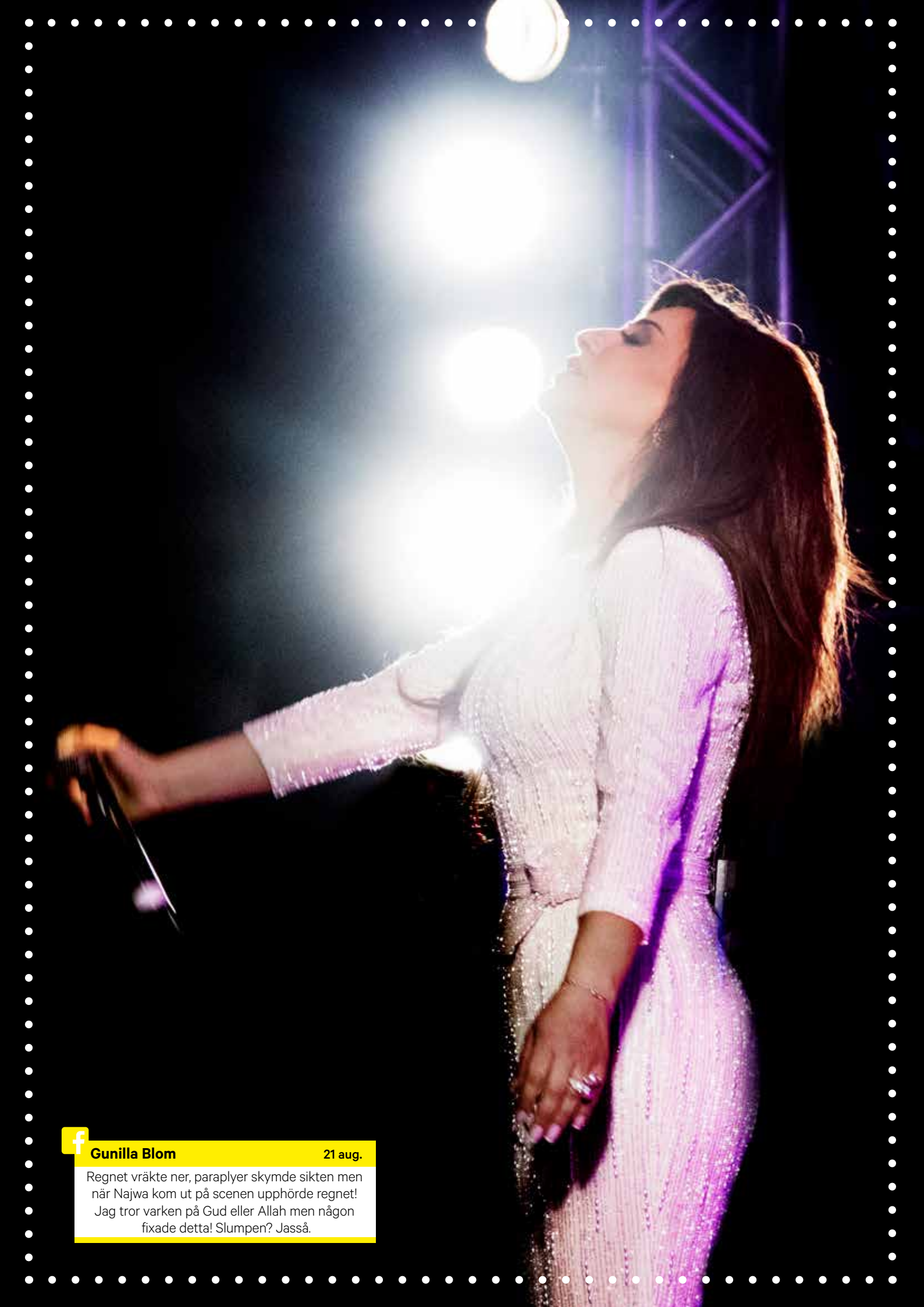
För andra året i rad har Kulturkalaset bokat en världskänd arabisk artist. I år bokade vi den libanesiska stjärnan Najwa Karam och förra året var det Elissa som drog en stor publik och visade att vi nådde en helt ny målgrupp. Najwa Karam har sålt över 60 miljoner album världen över och är känd för sin kraftfulla och intensiva sångröst. Hon har överskridit de orientaliska musikgränserna genom att skapa en egen mix av traditionell och modern arabisk musik och på så sätt bidragit till att förändra den arabiska musikindustrin.

Kulturkalaset har inga ekonomiska möjligheter att själva finansiera så stora artister då omkostnaderna blir stora och därför är vi beroende av extern finansiering för en sådan programakt. I år var det Näringslivsgruppen på Göteborg & Co, Liba Bröd och Kulturnämnden i Västra Götalands län som stod för den huvudsakliga finansieringen och möjliggjorde bokningen av Najwa Karam. Utan engagemanget och stödet från finansiärerna hade konserten inte blivit av. Förra året var det Göteborgs Stads evenemangsfond som stod för finansieringen.

Varför boka en arabisk stjärna igen?
Det finns många skäl till att vi åter bokade en så stor arabisk artist till Kulturkalaset. Först och främst så var förra årets resultat att vi nådde nya målgrupper en viktig ögonöppnare. Sedan hade vi samarbetspartners som var villiga att finansiera en sådan bokning av såväl konstnärliga musikaliska skäl som integrationsskäl. Kulturnämnden i Västra Götalandsregionen lyfte bland annat fram möjligheten att nå de 40 000 nyanlända i vår region, där de flesta är arabiskspråkiga. Och Kulturkalaset är kanske det bästa första mötet med kulturlivet i Sverige där många möten sker utifrån vår inkluderande värdegrund. Ett annat skäl är att vi för två år sedan bestämde oss för att under tre år undersöka möjligheterna och effekterna av att boka stora arabiska artister till Göteborg. Orsaken till detta är att arabiska är den största språkgruppen i Göteborg efter svenska.

Många hitresta för konserten
Konserten på Götaplatsen den 20 augusti kl. 21:30 lockade en stor publik på över 18 000 personer. I vår flödesräkning kunde vi också se att ytterligare ca 30 000 besökare rörde sig i området jämfört med veckan innan. Bland publiken genomfördes 198 intervjuer som tillsammans med vårt riktade kommunikationsarbete under året gav oss en bra bild av publiken. Publikundersökningen är en av flera källor som vi väger samman i våra slutsatser. Vår arabiskspråkiga grupp på Facebook, Mahragan Gothenburg Al Thqafy, var en av kanalerna men vi genomförde även riktad marknadsföring mot den arabiskspråkiga målgruppen i Sverige, de nordiska länderna samt Tyskland, Belgien, Nederländerna, Frankrike och England.

Att resultaten i en publikundersökning inte är vetenskap blir tydligt när vi ska utröna varifrån besökarna kom. Undersökningen visar till exempel att de utländska besökarna till konserten kom från England och Norge, men visar inte att vi hade några besökare från Tyskland, Belgien och Frankrike. Men genom vårt uppsökande arbete, som ibland är slumpmässigt, identifierade vi flera busslaster av publik från både Berlin och Antwerpen men också från Paris och Amsterdam. 46 % av de inresta angav att orsaken till vistelsen i Göteborg var konserten med Najwa Karam.



Gunilla Blom 21 aug.

Regnet vräkte ner, paraplyer skymde sikten men när Najwa kom ut på scenen upphörde regnet! Jag tror varken på Gud eller Allah men någon fixade detta! Slumpen? Jasså.

Många nyanlända på plats
Efter förra årets konsert fick vi in många önskemål om att boka en ny arabisk artist för 2016 där det överlägset mest förekommande önskemålet var Najwa Karam. I publikundersökningen ser vi att 41% av besökarna var på Elissas konsert 2015. 20% hade gärna kommit på förra årets konsert, men kunde inte och 27% visste inte att Elissa spelade på Kulturkalaset förra året.

Av den grupp i publiken på Najwa Karams konsert som hade varit på Elissas konsert förra året hade 86% arabiska som modersmål och 6% svenska som modersmål. Bland gruppen som inte hade varit på Elissas konsert förra året hade 55% arabiska som modersmål 35% svenska som modersmål. 48% av dessa besökte Kulturkalaset för första gången.

I samband med konserten kunde vi på olika sätt identifiera att många i publiken inte pratade svenska, vilket sammantaget gjort att vi kunnat dra slutsatsen att många av besökarna var nyanlända till Sverige eller utländska besökare. 59% av Najwa Karams publik hade arabiska som modersmål, mot förra årets 38%. En annan indikation som stärker vår slutsats om att vi nådde en helt ny publikgrupp av bland annat nyanlända är att 40% aldrig gör några andra kulturbesök under året, jämfört med Kulturkalasets övriga besökare där siffran är 17%. Förra årets siffra på Elissas konsert var 30%. Detta är siffror som även ger oss en bild av ett utanförskap. Redan förra året kunde vi konstatera att den här publikgruppen består av en stor andel som aldrig gör några kulturbesök under året. Tillsammans med kunskapen om att de flesta stora kulturinstitutionerna är placerade i stadens mest centrala delar ger detta också en indikation om att många i den här publikgruppen sällan besöker centrum.

Vi lyckades således nå en hel del i målgruppen som vi bjöd in genom riktade insatser direkt i deras grupper på sociala medier och affischering på olika flyktingboenden och utbildningsplatser för SFI. Trots att Kulturkalaset överlag har mycket höga nöjdhetssiffror visar publikundersökningen att publiken på Najwa Karams konsert var ännu mer nöjda och gav Kulturkalaset ett högre snittbetyg än övriga besökare. Värdet av Najwa Karams konsert är säkert mycket större än det vi kan beskriva här. Det mesta tyder på att det är just en sådan artist som Najwa Karam som både bidrar till att nå nya målgrupper, skapa en växelverkan mellan innerstaden och förorterna och tydligt bidrar till att bryta segregationen.

Regn och rädsla fick en del att stanna hemma
Vi hade räknat med en ännu större publik, men den enda dagen med dåligt väder sammanföll med konserten. Regnet vräkte ner som mest timmarna innan, fram till att Najwa Karam steg upp på scenen, då det plötsligt slutade regna.

I efterhand frågade vi målgruppen, bland våra inarbetade kontakter i arabiskspråkiga kanaler, vad orsakerna kan ha varit till att färre än beräknat besökte konserten. De två genomgående svaren handlade om vädret som hade en avgörande betydelse för den delen av publiken som inte har en vana att gå ut när det regnar. Den andra anledningen var en ökad rädsla att utsättas för ett attentat, med hänvisning till sommarens terrorattentat i bland annat Frankrike. Inga av de riskanalyser och säkerhetsbedömningar som gjordes inför konserten kunde belägga att det fanns någon risk för attentat, det förekom inga hot. Inför festivalen var det ytterst få av de som kontaktade Kulturkalaset med frågor om konserten som uttryckte sin rädsla över att besöka festivalen.

Najwa Karam i media
Det mediala genomslaget av Najwa Karams konsert var mycket stort och spreds även i riksmedier. Störst var det internationella genomslaget i arabiskspråkig media där Kulturkalaset omnämnts som en av de viktigaste kulturfestivalerna i Europa och i Star Arab World rankades konserten på första plats som Najwa Karams mest betydelsefulla konsert i Europa. Även inläggen i våra sociala medier har nått över en halv miljon mottagare. Konserten recenserades av både Dagens Nyheter och Göteborgs-Posten som båda gav betyget 4 av 5 och beskrev den fantastiska goda stämningen på Götaplatsen med en publik som dansade och sjöng med.

	Publikstatistik		
	Najwa Karam	**Elissa 2015**	**Övriga**
Besökare			
Kvinna	58%	66%	59%
Man	40%	34%	40%
Annat	2%	0%	1%
Genomsnittsålder	26 år	28 år	38 år
Modersmål			
Svenska	31%	45%	79%
Arabiska	59%	38%	5%
Övriga språk	10%	17%	16%
Kulturfrekvens			
0 gånger	40%	30%	17%
1–2 gånger	25%	33%	26%
3–5 gånger	11%	25%	25%
6–9 gånger	6%	3%	11%
10 eller fler	18%	9%	21%
Ökat intresse för fler kulturbesök	61%	67%	64%

Varietéartisten Ernest The Magnifico roar publiken på Kungsportsplatsen.

wintergatan2000

Wintergatan live @gbg_kulturkalaset Götaplatsen ikväll 22.00! I tio år har jag varit besökare på Kulturkalaset, sett sjukt många bra spelningar och alltid sneglat på den där gigantiska scenen på Götaplatsen, alltid drömt om att kanske någon gång få spela på den. Vad som en gång var en avlägsen dröm är idag verklighet. Hela bandet är på tårna för att göra något vackert med platsen ikväll, Välkomna till vår konsert!

Wintergatans dröm om att spela på Götaplatsen infriades.

Måluppfyllelse

Vision: Göteborgs Kulturkalas skall vara den internationellt erkända mötesplatsen med unika egenskaper som inbjuder alla till lustfyllda, oväntade upplevelser i stark gemenskap och som har självklar regional och nationell förankring.

Värdeord: Bredd med spets, glädje, energi, överraskning, mötesplats och att beröra alla sinnen.

Målen har fastställts i festivalens vision och verksamhetsplan av Kulturkalasets samverkansrådsom består av representanter från Göteborg & Co, Kulturförvaltningen i Göteborgs Stad, Koncernledningen Kultur i Västra Götalandsregionen och Näringslivsgruppen Göteborg & Co. Målen speglar inriktningen, uppdraget och den långsiktiga satsningen. Statistiken nedan bygger på årets besöksundersökning som gjorts av HKL Research AB. 2016 genomfördes 630 stycken intervjuer på olika tider och platser på Kulturkalaset. Utöver dessa genomfördes 198 intervjuer i samband med Najwa Karams konsert och 100 intervjuer med barn mellan 6-12 år som besökte Barnens Kulturkalas.

Besöksundersökningen ger oss ett värdefullt underlag från de tillfrågade besökarna för att tillsammans med flera andra faktorer väga, utvärdera och dra slutsatser från Kulturkalasets genomförda verksamhet.

1. Mångfald utifrån besökare

Mål: Besökarna/deltagarna på Göteborgs Kulturkalas ska spegla samhällets sammansättning, vad gäller kön, etnicitet, funktionalitet, sexuell läggning, könsidentitet/-uttryck, religion och ålder.

- Över 1,5 milj. besök 2016 (jmf 1,5 milj. besök 2015; 1,3 milj. besök 2014).
- Den genomsnittliga besökaren är 38 år (jmf 36 år 2015; 37 år 2014). 59 % av besökarna var kvinnor, 40 % män och 1 % uppgav annat.
- 69 % av besökarna är göteborgare (jmf 73 % 2015; 67 % 2014).
- Alla Göteborgs stadsdelar var representerade bland besökarna.
- Kulturkalaset lockar en bred publik i alla åldrar. De största procentuella ökningarna har skett bland de som är 36–42 år, från 8 % år 2015 till 11 % år 2016, samt bland de som 64+, från 9 % 2015 till 12 % 2016. Den största sänkningen skedde i gruppen 22–28 år som gick från 20 % 2015 till 13 % 2016 samt 15-21 år som sjönk från 19 % 2015 till 13 % 2016.

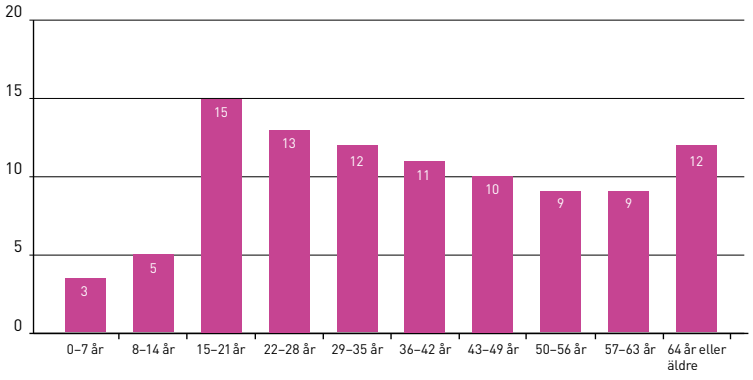
2. Mångfald utifrån utbud och medverkande

Mål: Utbudet på Göteborgs Kulturkalas ska spegla samhällets sammansättning, vad gäller kön, etnicitet, funktionalitet, sexuell läggning, könsidentitet/-uttryck, religion och ålder. Vi skall skapa tillgängliga festplatser med ett varierat utbud som genererar nya spännande kulturupplevelser och möten.

Utfall:

- I programmet fanns över 1 300 programstarter som spände över många olika genrer: från dans, teater till konst, foto, film, musik och sport.
- Besökarna kunde köpa mat och fika från 82 olika matställen. Maten kom bland annat från Mali, Jamaica, Sverige, Mexiko, Frankrike, Storbritannien, Spanien, Danmark, Italien och Mellanöstern.
- Ca 25 internationella akter.
- Ett flertal programpunkter av Sveriges nationella minoriteter: Romerna, Resandefolket, Judarna, Samerna och Sverige-Finnarna.

Åldersfördelning besökare, andel i procent



- Flera guidade bussturer tog besökarna till Göteborgs olika stadsdelar så att de kunde uppleva konstverken som var med i gatukonstfestivalen Artscape 2016.

- Könsfördelningen bland våra medverkande var 50 % kvinnor och 50 % män (jmf 48,5 % resp. 51,5 % 2015). Vi har räknat 2 546 av totalt ca 3 500 artister på våra scener. Transpersoner och de som inte definierar sig som man eller kvinna är inte synliggjorda i statistiken, eftersom vi inte kan föra sådan statistik enbart genom att räkna.

- På våra scener fanns 14 kulturaktörer med en eller flera artister/konstnärer med olika funktionsvariationer (jmf 11 st 2015; 7 st 2014).

- Exempel på aktiviteter som syftade till att göra Kulturkalaset mer tillgängligt var upphöjda publikplatser med plats för rullstol vid de större scenerna, neutrala toalettskyltar, syntolkning av biofilmer, teckenspråkstolkning av stand-up samt syn- eller teckenspråkstolkning av flera andra programpunkter. Det fanns även prova-på-segling anpassad för personer med olika funktionsförmågor.

- Under 2016 fortsatte det fördjupade tillgänglighetsarbetet på Barnens Kulturkalas med tillgänglighetsanpassning i fysisk miljö, utbildning i tillgänglighet av medverkande aktörer för att utveckla programpunkterna för alla, kommunikation och service. 2016 var det sista av ett treårigt fokus på tillgänglighet som nu kommer att sammanställas i ett inspirationsmaterial riktat till andra arrangörer. Arbetet genomförs i samarbete med tillgänglighetskonsulent Eva Johansson från Kultur i Väst.

- Team Göteborgs värdar kunde tillsammans prata 34 språk och kom från samtliga stadsdelar i Göteborg.

3. Antal/andel besök

Mål: Besöksfördelningen mellan region, nation och utlandet skall vara omkring 85/10/5 %.

Utfall:

- Andelen besök från Göteborg var 69 % (73 % 2015), medan turisterna (boende utanför Göteborgs kommun) står för 31 % av besöken.

- Fördelningen mellan hur många av besökarna som är bosatta i regionen, nationen respektive utlandet motsvarade i år 56/19/25 % (jmf 2015: 92/5/3; 2014: 85/7/8).

- 56 % av turisterna som besökt Göteborgs Kulturkalas i år gjorde det primärt för att ta del av Kulturkalaset, samma siffra som 2015.

- Göteborgs Kulturkalas besöktes i genomsnitt 2,5 dagar, lika länge som föregående år. Göteborgarna besöker i snitt Kulturkalaset 2,6 dagar och inresande turister 2,3 dagar. Det genomsnittliga antalet besökta festplatser är 2,7 stycken.

4. Nöjdhet

Mål: På en sjugradig skala skall helhetsintrycket 2016 uppnå en nöjdhetsgrad på 6,0 på en 7-gradig skala.

Utfall:

- Kulturkalasbesökarna har ett gott helhetsintryck av Göteborg som evenemangsstad liksom av Kulturkalaset som helhet. Majoriteten har lämnat ett positivt betyg (6,0 – 6,1 på en 7-gradig skala). Nöjdhetsgraden för Kulturkalaset som helhet ligger på samma höga nivå som 2015, vilket även ligger i linje med målet.

- När besökarna får svara på vad det bästa med Göteborgs Kulturkalas är så nämns saker som det faktum att det är gratis, musiken samt maten. Dessutom nämns mångfalden, stämningen och att det är mycket folk på stan som viktiga anledningar till att man besöker festivalen.

- För tredje året intervjuades 100 barn mellan 6–12 år på Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen. 95 % av barnen beskrev Göteborgs Kulturkalas som ”jättekul” eller ”ganska kul”. 5 % valde beskrivningen ”varken kul eller tråkigt”. Inget barn valde orden ”ganska tråkigt” eller ”mycket tråkigt”. Resultatet är detsamma som år 2015.

	Medelbetyg:							
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Helhetsintryck av Göteborg som evenemangsstad	6,3	6,4	6,3	6,5	6,4	6,2	6,1	6,1
Tillgänglighet/ transport till och från Kulturkalaset	6,1	6,0	6,1	6,2	6,1	5,8	6,1	6,1
Bredden på Kulturkalasets kulturutbud	5,6	5,7	5,8	6,1	5,7	5,8	5,9	6,1
Kulturkalasets programinnehåll	5,5	5,5	5,6	5,9	5,6	5,7	5,8	5,9
Helhetsintryck av Kulturkalaset	5,4	5,6	5,7	5,8	5,9	5,9	6,1	6,0
Service och bekvämligheter under Kulturkalaset	5,4	5,5	5,5	5,6	5,3	5,7	5,7	5,7
Informationen som gått ut om Kulturkalaset	4,9	4,9	5,0	5,1	4,9	5,1	5,2	5,6

5. Internationellt erkända kulturnamn/utbud

Mål: Att varje år skapa en upplevelse med unika egenskaper som ger genklang på en internationell nivå, bland besökare/deltagare, medier, bransch och samarbetspartners.

Utfall:

- Några exempel på internationellt erkända gästakter: Mbongwana Star/Kongo, Blåsorkester/Kanada, Nycirkus från bl a Brasilien och Frankrike, Najwa Karam/Libanon, A Si/Kina, Katrina (från Katrina & The Waves) från USA/Storbritanninen, Doug Seegers/USA, Varietégatans artister från Kanada och Australien, Torsten Borg/Finland, Les Colporteurs/Frankrike, The Incredible Box/Spanien, Sintesis/Kuba, Circo Amarillo/Argentina, Jekyll on Ice/Danmark, John McCusker/Skottland, Talab Kalbeliya Dance Group/Indien.

- Några exempel på svenskar med världen som arena: Göteborgs Symfoniker, GöteborgsOperans Danskompani, Aviad Arik Herman, Wintergatan, Jan Lundgren Trio, Viktoria Tolstoy, Ulf Wakenius, Magnus Lindgren, Robert Robi Swärd, Graveyard, Little Jinder, Arghavan, Twisted Feet, Måns Zelmerlöw, Robert Wells, Miriam Bryant.

6. Mediebevakning

Mål: Vid minst tio tillfällen ska Göteborgs Kulturkalas nå ut i traditionella massmedier med nationell räckvidd (radio, tv och tidningar såväl tryckta som online).

Utfall:

- Totalt har 919 publiceringar i svenska tidningar gjorts där Göteborgs Kulturkalas nämns. Av dem är 391 i tryckt press och 528 på webb. Inslag i radio och tv är inte inkluderade. Radio P4 Göteborg gjorde åtta intervjuer och reportage under Kulturkalaset, radions Kulturnyheterna i P1 gjorde två längre reportage. Många av artiklarna har nått rikstäckning. Det beror på att flera artiklar kommer från nyhetsbyrån TT som har nationell spridning.

- Utifrån målet att uppfattas som en festival som är en förebild i mångfalds- och jämställdhetsfrågor har medieexponeringen varit mycket positiv. Det gäller även de artiklar där meningen varit negativt kritisk till enskilda förslag som Göteborgs Kulturkalas lagt. Mycket uppmärksamhet gavs till förslaget om trygga zoner, som eventuellt skulle övervägas vid fall av sexuellt ofredande. Eftersom Göteborgs Kulturkalas har uppnått hög trovärdighet i mångfalds- och jämställhetsfrågor (bland annat fick Kulturkalaset Rättvisepriset 2015) har förslagen från Kulturkalaset refererats till som konkreta förslag när debatten om sexuella kränkningar på festivaler tagits upp. Göteborgs Kulturkalas har tagit aktiv del i den diskussionen. Även den samverkan Kulturkalaset har haft med polismyndigheten har det rapporterats om, liksom det faktum att det var noll anmälda sexuella kränkningar under genomförandet.

- Lokalt har Kulturkalaset fått stort genomslag, med 81 artikelträffar i Göteborgs-Posten under året och 57 på gp.se (jmf 51 resp. 43 2015). Regionalt har Kulturkalaset nämnts i artiklar i ett flertal tidningar. Kulturkalaset finns också representerat i en stor mängd lokala och regionala media utanför Västra Götaland, i vissa fall genom artiklar skrivna av TT. Ett exempel på rikspridningen är Sveriges Radio P1, som gjort 17 inslag där Göteborgs Kulturkalas nämnts. Mycket av rapporteringen har handlat om den handlingsplan Kulturkalaset hade mot sexuella ofredanden. Men det har också varit många inslag och artiklar som speglat kulturutbudet.

- Det internationella genomslaget i arabiskspråkig media har varit mycket stort. Redan förra året kunde vi se att Kulturkalaset var omnämnt i flera globala nyhetsmedier. Detta upprepades även i år i tryckt press, nätbaserade medier, sociala medier, TV-program och i nyhetsprogram. Både Kulturkalaset och Göteborg har fått exponering för miljontals tittare/lyssnare/läsare. Underlaget är baserat på den internationella mediebevakning som vi själva har gjort och vi är medvetna om att resultatet inte är definitivt.

7. Varumärke, kännedom och förankring

Mål: Göteborgs Kulturkalas ska stärka Göteborg och Västra Götalandsregionen som en av Europas mänskligaste och mest attraktiva storstadsregioner att leva och verka i samt att besöka. Kulturkalaset ska vara ett av de mest attraktiva evenemangen i Skandinavien:

– att uppleva som besökare

– att delta i som artist/konstnär

– att finansiera och medverka i som partner

Utfall:

- Att Göteborgs Kulturkalas präglas av en glad stämning råder det en stark samstämmighet om: Kulturkalaset får 6,3 poäng av 7 möjliga (jmf 6,5, 2015). I ungefär samma utsträckning anser besökarna att det finns något för alla sinnen på Kulturkalaset: 6,2 poäng i år (jmf 6,1, 2015).

	Medelbetyg:					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Präglas av en glad stämning	6,4	6,6	6,4	6,5	6,5	6,3
Finns något för alla	6,3	6,3	6,0	6,3	6,1	6,2
Finns något för alla sinnen	6,2	6,3	6,0	6,1	6,1	6,1
Underlättar för människor att mötas	6,0	6,1	5,7	6,1	6,0	6,1
Ökar min lust att ta del av Kulturutbudet efter kalaset	5,0	5,3	4,9	5,3	5,1	5,2
Erbjuder fler upplevelser än förväntat	4,8	4,7	4,6	5,1	5,4	5,6

Slutsatser

Göteborgs Kulturkalas är en bred plattform som lyfter och synliggör konsten och kulturen, en bas för spännande samarbeten, en givande arena för nyskapande och möjliggörare av nya idéer inom kulturens hela spektrum. Vårt idoga hållbarhetsarbete står i samklang till detta och bidrar till att vi blir ännu bättre, modigare och mer inkluderande. Värdegrundsfrågor och trygghetsfrågor är viktiga för besökarna.

Ständig utveckling
Våra besökare är överlag mycket nöjda med Göteborgs Kulturkalas. Inte minst därför ska vi fortsätta att förbättra och utveckla festivalen samt ytterligare öka kvalitén. Tillsammans med våra programsamarbetspartners vill vi utveckla programinnehållet så att det når nya oanade nivåer för varje år. Våra hållbarhets- och inkluderingsmål ska ständigt utvecklas och uppnås, vi ska fortsätta att berätta om hur vi gör och varför vi gör det. Vi ska bidra till att dela med oss av våra idéer och våra metoder för att inspirera andra verksamheter. Och vi fortsätter också att vara mottagliga för de idéer och tankar vi får till oss. Det är genom en sådan växelverkan vi kan utveckla festivalens verksamhet.

Utmaningar
Utmaningarna är många och handlar ofta om det tidskrävande arbetet med att få olika verksamheter att testa vår publika arena och att skapa gränsöverskridande samarbeten. Som plattform är Kulturkalaset ett av de bästa skyltfönster att visa upp sin verksamhet i, vilket vi behöver nå ut med bredare. Men det finns även en utmaning i att fler vill medverka på Kulturkalaset då det ställer högre krav på festivalens insatser, service, infrastruktur och säkerhet.

Vi strävar efter att alla våra samarbetspartners ska inspireras av och även följa våra hållbarhetsmål. Det lyckas vi med ofta men inte alltid. Här kan vi bli än mer tydliga än vad vi varit och vi kan ställa högra krav, inte minst vad gäller jämställdhet och mångfald bland medverkande.

Barnens Kulturkalas står som modell för ett utvecklat arbete med att tillgängliggöra festplatsen för alla. Detta kommer vi tillsammans med Kultur i Väst att dokumentera och sprida. Hela festivalen ska bli bättre på att ta bort hinder som förhindrar tillgängligheten. Antalet programpunkter som syn- och teckenspråkstolkas är förhållandevis få. Vi behöver bli bättre på att identifiera behovet med hjälp av extern kompetens och därefter se till att vi kan uppfylla behovet.

Möjligheter
Kulturkalaset ska även fortsättningsvis ha en bra balans av olika slags finansiering, inte minst för att öka den konstnärliga kvalitén och boka program för fler av målgrupperna som aldrig annars besöker oss. Om detta även innebär att en sådan programpunkt bidrar till att bryta segregationen så är det mycket bra. De två senaste årens konserter med de arabiska världsstjärnorna Najwa Karam och Elissa är ett

bevis för att detta är möjligt. Årets finansiering av Najwa Karams konsert visar dessutom att det är möjligt att hitta finansiärer för enskilda programpunkter.

Möjligheterna att öka Kulturkalasets internationella attraktion med start i ett utökat nordiskt samarbete är goda.. På så sätt skulle vi kunna få hit flera internationella besökare och det skulle kunna vara en nästa nivå. Störst potential ser vi med Barnens Kulturkalas där vi i år bland annat kunde presentera många internationella artister på scenerna.

Möten i hela Göteborg
Vi ska fortsätta verka i flera av stadens delar och utöka utbytet av erfarenheter. Mosaikprojektet med barn och unga som möts över sina stadsdelsgränser kan spridas som modell till alla skolor. Möten mellan barn som aldrig tidigare träffats river murar och bidrar till ökad förståelse och jämlikhet. Det är en enkel metod som kan bidra till att bryta segregationen och slå hål på fördomar. Att dessutom låta dessa möten ske genom konstnärligt skapande ökar kreativiteten och sprider kultur.

Samarbetet med Mosaikfabriken och Kulturskolan Östra Göteborg har fortsatt även i år och varit mycket lyckat. Mosaikfabriken har lett alla mosaikworkshops i stadsdelarna och på skolorna vi besökt samt ansvarat för den konstnärliga kompositionen i samband med färdigställandet av mosaikbänkarna, som står placerade på Kungstorget. Filmskapandet under ledning av Kulturskolan Östra Göteborg resulterar även i år i en dokumentärfilm och blir del 2 till förra årets ”Säg hej i tusentals bitar”. Filmeleverna har även skapat sina egna filmer om Kulturkalaset ur deras vinkel. För Kulturkalaset är dessa samarbeten oerhört värdefulla och fortsätter i någon form även 2017.

Våra tips till andra arrangörer och verksamheter om hur ni stärker och utvecklar ert hållbarhetsarbete

- Var engagerade och övertyga er själva. Det går att förändra!
- Sätt upp enkla mål som ni kan mäta.
- Hitta egna metoder som berör just er verksamhet och sträva efter att följa metoderna.
- Börja med ett mål i taget, en metod per år. Utöka sedan.
- Varje gång ni bryter mot era metoder så ska ni kunna förklara varför ni inte följt metoden. Detta gör er medvetna om vad ni gjort och varför ni gjort det.
- Systematisera ert hållbarhetsarbete: Detta kan ni göra enkelt genom att upprepa och följa upp, dra slutsatser och förbättra/förändra.
- Det ska vara enkelt och roligt, inspirerande och nyskapande. Arbetet ska aldrig kännas betungande utan genomsyra allt ni gör för då blir det också självklart.
- Våga testa och våga göra fel men våga också erkänna att ni gjort fel och visa på hur ni kan förändra/förbättra.
- Genom att inkludera så exkluderar ni mindre.
- Genom att inte exkludera så tar ni bort hinder som förhindrar.
- Genom att vara medvetna så kvalitetssäkrar ni er verksamhet.

Trygghetstips

- Lyft fram och kommunicera ert värdegrundsarbete så besökare och medverkande känner till det.
- Bidra till att synas i det omgivande samhället och möt er målgrupp på deras hemmaplan över året.
- Skapa ett program som blandar mångfald, åldersgrupper och kulturgenrer.
- Begränsa tillgängligheten på alkohol genom att exempelvis ta bort stora öltält.
- Öka samarbetet med såväl det lokala föreningslivet som med myndigheter.
- Skapa eller samarbeta med volontärorganisationer med en bred rekrytering och mångfald.
- Var tydliga med var ni drar era gränser.
- Ta fram åtgärdspunkter för hur ni ska agera om det uppstår problem.
- Utbilda all er personal om både värdegrundsfrågor och specifika frågeställningar som till exempel sexuella övergrepp.
- Involvera både besökare och myndigheter i ert före–byggande arbete.

Vi som jobbat med Kulturkalaset

Verksamhetsansvarig Tasso Stafilidis

Konstnärlig ledare Mia Samuelsson

Säkerhetsansvarig Jonas Arlmark

Programproducenter Mikael Isacson, Emma Rygielski, Peter Sandsjö, Mia Samuelsson

Externa programproducenter Elin Lütke och Jailton Carneiro från Cirkus Unik, Jennika Antila från Varietégatan

Logistik och infrastruktur Karin Olofsson

Miljöansvarig och producent mat & marknad Filip Eklund

Kommunikation Mohamed Amer, Emma Gunterberg Sachs, Therése Looström, Liselotte Marcusson, Filip Svensson

Scenteknisk koordinator Staffan Lindahl, Dynamic Duo Productions

Verksamhetsadministratörer Anton Romanus och Sara Westberg

Projektkoordinator Daina Sakars

Produktionskoordinatorer Denice Marquez Larsson, Gordana Olsson, Anders Westling

Media och PR Fredrik Beckman

Controller Siw Franzén

Ekonomiassistent Elisabeth Pfannenstill

Platschefer Ramin Amiri, Sally Broström, Anes Cherigui, David Dagemark, Niclas Ekegren, Shirwan Ghalam, Yasmin Hassanvan, Nina Natri, Anton Romanus, Anders Westling

Platskoordinator Fatima Dbuok

Scenchefer Tobias Eliasson, Tony Edebjörk, Linda Stenmark, Jörgen Ström

Artistvärdar Emanuel Hareb, Denice Marquez Larsson, Bjarne Lundqvist, Anton Nordqvist

Team Göteborg – ledning Finn Hallberg, Talar Kirkor, Åza Rydberg

Team Göteborg – gruppledare Mohammoud Ahmed, Sarah Ahmed, Rana Chahine, Adi Cutuc, Derrick Daffour, Farita Danaeipour, Bella Drayd Fuad, Marjam El-hajj, Arian Ghaffari, Shirwan Ghalam, Johanna Gimfjord Nielsen, Aida Jalali, Ida Karjalainen, Yasin Khan, Kristian Khoury, Johanna Lea Mehari, Emelie Lysell, Suleiman Mohamed, Sadra Mosavi, Trifah Muradi, Romina Rahsepar, Goran Ravanbakhsh Rasouli, Rahma Siguerdjidjene, Cedrik Sjöblom, Madeleine Svedberg

Transportservice Mohamad Bahsson, Idris Khan, Gabriella Melki, Sara Westberg

Trygghetsgruppen Janna Atta, Nariman Abdullaev, Alexander Garcias, Samsam Jama, Talar Kirkor, Ciwan Mohammad, Reza Mosavri, Samira Osman, Fabian Qeriyaqous, Mohktar Zakhizada

Samverkansgruppen Anki Sande Göteborg & Co, Birgitta L-Öfverholm Näringslivsgruppen Göteborg & Co, Bibbi Wopenka och Jonna Ulin Kulturförvaltningen Göteborgs stad, Ann-Charlotte Eklund och Rolf Malm Västra Götalandsregionen Kultur

Grafisk produktion Nyla Design

Programtidning Metro

Personer på Kulturkalasets kampanj Janna Atta, Sofia Aray, Julia Dacking, Shukri Dahir, Jacob Degerborg, Gretchen, Ulla Holm, Leo Danell, Norriz

Praktikanter Denice Marquez Larsson, Gordana Olsson, Anders Westling

Scenarbete och stagehands Tranpenad

Scen och teknik AV1, Bright Group, Demo Live, Hiresound, Mediatec, Nöjesbyrån

Elleverantör Göteborg Energi

Bygg Johnny Aronsson, Karin Olofsson, Tomas Tejland

VVS Pegea AB

Säkerhet och bevakning Nokas

Stort TACK till stadens förvaltningar och bolag som samverkat med oss, liksom till alla våra fantastiska värdar och de Nattvandrare som deltog på årets Kulturkalas.

Vi vill även rikta ett stort tack för ett bra samarbete med Polismyndigheten i Västra Götaland och Räddningstjänsten i Storgöteborg.

Göteborgs Kulturkalas

Tack för i år!

Fortsätt säga hej!

Läs mer på **goteborgskulturkalas.se**

Göteborgs Kulturkalas genomförs av Göteborg & Co, på uppdrag av Göteborgs Stad, med stöd av Västra Götalandsregionen och Näringslivsgruppen Göteborg & Co. Festivalen finansieras även tillsammans med våra fantastiska partners.

Göteborgs Stad

Västra Götalandsregionen

Näringslivsgruppen göteborg&co

HUVUDPARTNERS

Clarion Hotel Post, Göteborg by Nordic Choice

Framtiden – Vi bygger det hållbara samhället för framtiden

Göteborg Energi

metro

RIX FM – Bäst musik just nu!

Triumf Glass

PARTNERS

Bostads AB Poseidon

Bostadsbolaget

Egnahemsbolaget

Familjebostäder i Göteborg

Göteborgs Stads Parkeringsaktiebolag

Gårdstens Bostäder

Göteborgs Symfoniker

Göteborgsoperan

Liba Bröd

higab

Liseberg

mtr express – Boka på www.mtr.se

SAMARBETSPARTNERS

CABONLINE

cottover – people & planet

Duni – Supplier of Goodfoodmood

fair

Västra Götalandsregionen Folktandvården

Hyresgästföreningen

kajskjul 8

NBV

NCC

Svensk Direktreklam

TELE2

Trädgårdsföreningen

VALAND

Västsvenska paketet

Samarbetspartners inom Göteborgs Stad:
Förvaltningen kretslopp och vatten, Konsument- och medborgarservice, Park- och naturförvaltningen, Kulturskolan Östra Göteborg, Stadsdelsförvaltningen Angered, Stadsdelsförvaltningen Östra Göteborg, Trafikkontoret och Trygg, vacker stad.