

ÖPPET
FÖR ALLA
OCH HELT
GRATIS!

Rapport

Göteborgs
Kulturkalas

2015



9

**gångar har
Göteborgs Kulturkalas
genomförts.**

1,5

**miljoner besök
under sex dagar.**

1 200

programstarter.

65

**matförsäljare
med mat från
hela världen.**

53

festplatser.

0 kr

**Alla programpunkter
var gratis för besökarna.**

Färre brott i centrala
Göteborg än under
en vanlig sommarvecka.

3 500

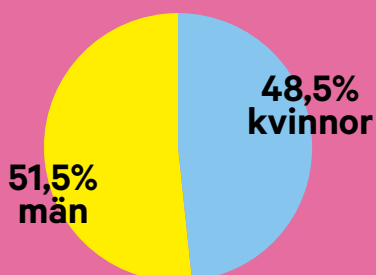
medverkande.

154 000

**besökare på Barnens
Kulturkalas. Ett nytt
publikrekord!**

35 000

såg Elissas konsert. Det
är den programpunkt som drog
störst publik under årets
Kulturkalas.



på våra scener.

Vi är kranmärkta. Ingen får
sälja stilla vatten på flaska.
Istället finns vattenposter
där alla kan hämta
gratis vatten.

89%

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

253 000

programtidningar.

48 000

hushåll fick programtidningen i brevlådan.

35 000

gratis glassar delade Triumf Glass ut.

40 000

hjul användes på NCCs Barnens byggskola.

Fler än

200

samarbeten. Göteborgs kulturlivs största samarbetsplattform.

87%

tycker att det finns något för alla på Kulturkalaset.

79 000

befann sig framför våra fem scener klockan 22:15 den 14 augusti.

38%

på Elissas konsert hade arabiska som modersmål.

Ansvarig utgivare:

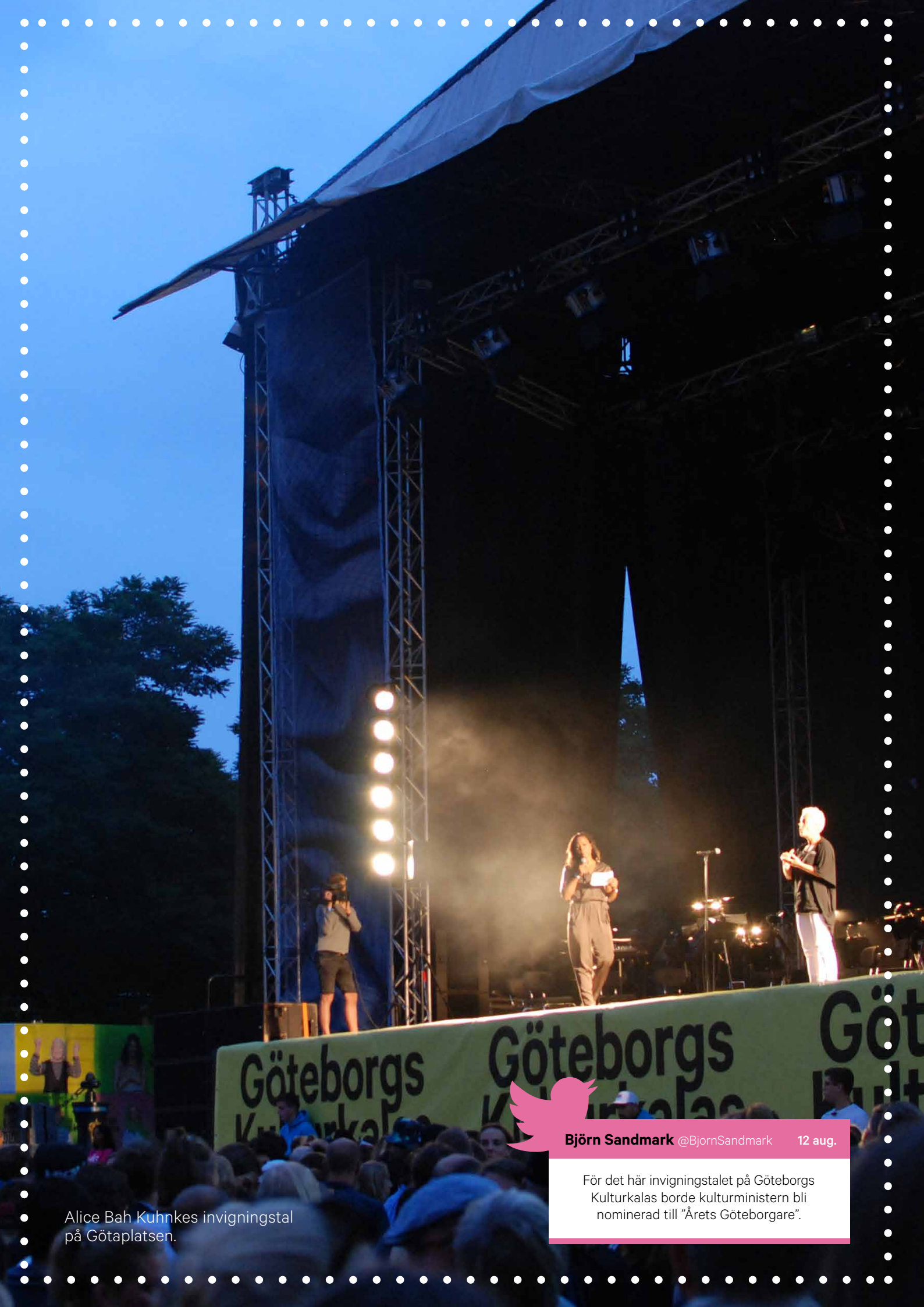
Tasso Stafilidis, verksamhetsansvarig

Textproduktion:

Lina Junedahl, Therése Looström, Emma Rygielski, Mia Samuelsson, Tasso Stafilidis, Filip Svensson

Foto:

Rebecka Adin, Johannes Berner, Johan DePaoli, Emma Gunterberg Sachs, Filip Svensson



Alice Bah Kuhnkes invigningstal på Götaplatsen.



Björn Sandmark @BjornSandmark

12 aug.

För det här invigningstalet på Göteborgs Kulturkalas borde kulturministern bli nominerad till "Årets Göteborgare".

Kultur är Kalas, Kulturkalas!

Reflektion av **Alice Bah Kuhnke**, kultur- och demokratiminister.

Kalas! Det är ett av de absolut vackraste orden som finns i vårt svenska språk. Inte fest, inte party, utan kalas. Vad tänker du när du hör det?

Jag tänker på att klä sig fint, att träffa människor jag känner och redan tycker om men också att göra nya bekantskaper, kanske träffa någon som jag glömt bort som jag verkligen gillar och trivs med. Kalas för mig är också mycket och god mat, gärna olika sorters mat för att alla ska hitta något som är det godaste just för dem.

Men det allra viktigaste med ordet kalas för mig, det är att det är öppet. Det ligger något generöst och inbjudande mellan bokstäverna. Det är kalas, alla är bjudna! Sådan var känslan när jag fick äran att inviga Göteborgs Kulturkalas 2015 på Götaplatsen, framför tiotusentals människor. Det kändes i luften att alla var välkomna.

Samtidigt är jag inte ensam om att veta hur det känns att inte vara bjuden, att inte passa in, att bli bortvald. På grund av ens kön, färgen på ens hud, på grund av den jag älskar eller på grund av den jag är. Ibland är sättet att bli bortvald på subtilt, men det kan svida lika hårt som om det vore ett slag i ansiktet. Andra gånger är budskapet uppenbart: du, och du, och du, får inte vara med.

Som när de allra mest utsatta, de som ber om hjälp på våra gator, bli trakasserade, bespottade och utsatta för våld. De får varje dag veta att den som är fattig, som stör bilden av oss själva och världen, den personen är definitivt inte bjuden på kalaset.

Frihet är ett annat ord som jag tycker är oerhört vackert. Sverige är ett fritt land och en demokrati. Det betyder att du som gammal eller ung ska vara fri att leva ditt liv precis hur du vill så länge det inte skadar dig själv eller någon annan. Du lever i Sverige. Du är fri.

Kulturen ska också vara fri. Kultur som inte är fri, som inte vågar och ges utrymme att både roa och ifrågasätta – det är för mig meningslös kultur. Kulturen är en fantastisk plats för möten, därför verkar regeringen för mer kultur till fler.

Tyvärr är ett liv i frihet inte en verklighet för alla människor i världen. Det är det inte heller för alla i Göteborg. Det finns de som inte tycker om friheten, som inte vill att människor ska tänka fritt och kritiskt, utan som försöker tysta eller sätta upp stränga normer för hur man får vara. Just därför är det så viktigt för mig som kultur- och demokratiminister att delta i ett kalas för friheten, som Göteborgs Kulturkalas med sitt breda program verkligen är.

Det bästa sättet att rusta oss mot de krafter som vill begränsa oss och hindra oss från att få andra perspektiv, det är att mötas. Det är alldeles för lätt att tycka illa om människor eller företeelser man aldrig stött på. Det är också så urbotat dumt. Jag drömmer om ett klokt Sverige där vi lever och verkar utifrån mottot; jag lever inte mitt liv som du lever ditt men jag lever ändå gärna bredvid dig. Det vore kalas!

Varje år tillfrågas en av de medverkande aktörerna eller en besökare att skriva sin reflektion från Kulturkalaset.

Tidigare år har Vera Suvalo Grimberg, konstnärlig ledare för Danskompaniet Spinn, artisten Timo Räisänen,

Lasse Beischer från 123 Shtunk och besökaren Jonna Börjesson delat med sig av sina intryck.

Kulturkalaset bidrar till att göra Göteborg ännu bättre

”Rättviseförmedlingen tilldelar Göteborgs Kulturkalas Rättvisespriset 2015 för sin fasta övertygelse om att välkomna alla i ett jämlikt och inkluderande samhälle där kulturen är en dörröppnare för nya möten, relevanta berättelser och upplevelser rika på intryck. Med en långsiktig vision och ett starkt engagemang förenas värderingar om alla människors lika värde och friheten att vara den du vill med konstnärlig kvalitet, kallas och glädje. De har visat hur en arrangör som konsekvent och konkret arbetar med att utvärdera och lyfta frågor om jämställdhet, jämlikhet och representation kan förändra och inspirera andra.” Det var juryns motivering och vi är oerhört stolta som mottagare av årets Rättvisespris.

Vårt uppdrag att genomföra en kulturfestival för alla, ett kallas dit alla är välkomna helt gratis innebär en massa olika åtaganden, många skyldigheter och ett stort ansvar. Vi ska skapa många samarbeten mellan konstnärer, kulturutövare, mindre kulturaktörer och stora institutioner. Vi ska värna om bredden för att så många som möjligt ska hitta något de gillar, eller kanske aldrig tidigare upplevt. Vi ska också lyfta och synliggöra den konst som upplevs smalare, svårare och mer invecklad för att utmana våra besökare och samtidigt bidra till konstens utveckling och förnyelse.

Det finns ingen motsättning mellan Kulturkalasets tydliga hållbarhetsarbete med fokus på den sociala hållbarheten och våra konstnärliga mål. Jo, det kräver ansträngning och det är inte alltid lätt, men det är fullt möjligt att arbeta inkluderande och medvetet även med vårt Kulturkalas, en av Skandinavians största kulturfestivaler. Och vi gör det inte ensamma, vi gör det tillsammans med alla dem vi jobbar med. Över tvåhundra kultursamarbetspartners och ett trettiotal samarbeten inom kommun och näringsliv.

Kulturkalasets inkluderingsarbete är en självklarhet, vi ska exkludera så lite som möjligt. Vår stad är en av Europas mest segregerade städer och Göteborgs Stad har prioriterade mål om att t.ex. bryta segregationen och öka jämställdheten. Därför ställer vi oss frågan vad vi som kulturfestival kan göra inom ramen för vår plattform.

Utöver att vi skapar en fantastisk kulturfestival fylld av ett program med musik, dans, teater, upplevelser, smaker, dofter och hundratals nya intryck bidrar vi till att göra staden ännu bättre och få människor att mötas, lära känna varandra och på så sätt riva murar mellan folk, mellan bostadsområden och mellan konstformer.

Utan tvekan har vi därför en skyldighet gentemot våra uppdragsgivare och inte minst skattebetalarna att föregå med gott exempel, även vi som en betydande kulturaktör i vår stad och region, vi som plattform och kulturfestival ska ar-

beta med stadens prioriterade mål. Det är vårt ansvar att nå de grupper av människor som aldrig annars besöker stadens centrum och visa att stadskärnan med allt kulturutbud är lika mycket deras som vår. Idag är det många som saknar en anknytning till centrum, Kulturkalaset kan som den största mötesplatsen i regionen skapa möjligheter till nya möten, till representation och identifikation.

Sedan förra året har vi utvecklat vår kampanj och förutom att nio olika göteborgare fått vara vårt ansikte utåt har vi samarbetat med två befintliga kulturaktörer, Mosaikfabriken och Kulturskolan Östra Göteborg. Invånare från olika stadsdelar och elever från olika skolor fick mötas genom att tillsammans skapa mosaik. Resultatet är bland annat att boende från olika stadsdelar och elever från olika skolor satt avtryck på ett av våra mest centrala torg, Kungstorget. Där finns nu mosaiken som utsmyckning och en tydlig symbol, en plats som skapar tillhörighet och identitet. Under tre år vill vi smycka alla torgets 37 betongfundament, i år lyckades vi omvandla 10 av de gråa betongfundamenten. I ett bredare perspektiv har vår kampanj också resulterat i många nya möten, vänskapsband som knutits och alla murar mellan människor som raserats.

Ett annat exempel på hur vi lyckats nå nya besökare är konserten med den libanesiska världsstjärnan Elissa, som lockade väldigt många besökare som aldrig tidigare hade varit på Kulturkalaset. Många av dessa besökare tillhör dessutom gruppen av besökare som aldrig eller mycket sällan tar del av stadens kulturutbud. Artisten kunde vi boka tack vare ett tillskott från stadens evenemangsfond och responsen var överväldigande från publiken.

Ytterligare exempel är vårt riktade tillgänglighetsarbete på Barnens Kulturkalas där vi för andra året i rad siktar in oss på att alla tillgänglighetshinder ska tas bort, hinder som annars utesluter och exkluderar. Likaså har våra tydliga hållbarhetsmetoder varit genomgående i programläggningen för att bland annat uppnå jämn könsfördelning och en bred representation bland alla våra medverkanden.

Detta är bara några exempel och det finns fler. Utan våra fantastiska samverkansaktörer skulle vi aldrig klarat av att göra allt det vi gör. Kulturkalaset har följaktligen ett ansvar och det är vår skyldighet att jobba inkluderande. På så sätt lyfter vi festivalens innehåll och besökarnas upplevelser till nya höjder, för många fler. Vi kanske inte lyckas förändra världen men vi bidrar till att göra vår stad ännu bättre och mer inkluderande.

Tasso Stafildis
VERKSAMHETSANSVARIG

Mia Samuelsson
KONSTNÄRLIG LEDARE





Några av alla fantastiska Team Göteborg-vårdar.



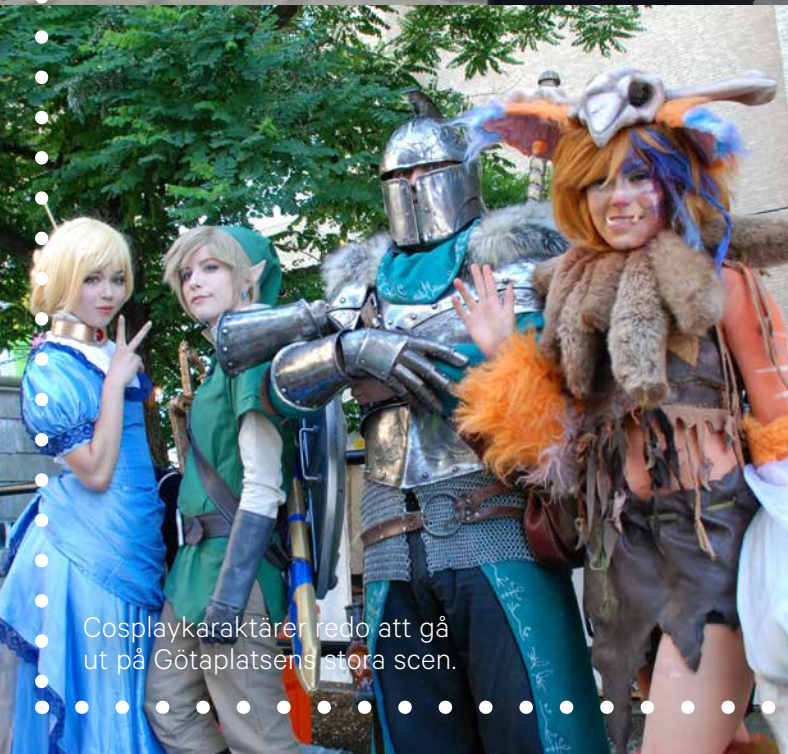
Musikprojektet Nästa Nivå presenterade Namaste på Kungstorget.



David, platschef på Götaplatsen, säger hej.



Den långa vattenrutschbanan vid Näckrosdammen som presenterades av Ungdomsfullmäktige.



Cosplaykarakterer redo att gå ut på Götaplatsens stora scen.



Spoken word med Simon Matiwos från Stockholms Förenade Förorter.

Uppdraget och målgruppen

Kulturen ger oss kärlekssången som vi nynnar på i hissen, skämtet vi inte kan sluta skratta åt och dikten som får oss att gråta för vi vet ju precis hur det var. Kulturkalaset får oss att plötsligt stå bredvid någon vi aldrig tidigare träffat, klappa takten till samma låt och dela ett litet ögonblick som är ett av alla stygn i vårt gemensamma broderi och historia.

Alla intryck och uttryck ger oss en glimt av möjliga liv och sätt att tänka. Vi förstår lite bättre, känner lite närmare, får oss att tro på en framtid tillsammans sida vid sida. Göteborgs Kulturkalas, vår gemensamma fest, där vi äter, skrattar, skålar, förundras och skapar minnen tillsammans. I vårt tillfälliga Underland kan vi upptäcka varandra på nytt.

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 ska 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.

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.

Ambitionen är att skapa ett så brett programutbud som möjligt så att alla känner sig hemma. Det är folkets Kulturkalas – en festival för alla människor och för all sorts kultur!





23 000 personer såg Timbuktu, Damn!
och Göteborgs Symfoniker på Götaplatsen.



Jonas Persson @365latare 11 aug.

Tack @jasontimbuktu och @GbgSymfoniker för festen och kärleken till musiken. Det var en ren njutning att höra er ikväll! #kulturkalaset

Årets festplatser

Med 53 festplatser sprider Göteborgs Kulturkalas ut sig i ett tre kilometer långt festival-område – från Världskulturmuseet i söder till GöteborgsOperan i norr. Charmen och tillgängligheten ligger i att det är gångavstånd till allt. Vi bygger upp stora scener på Götaplatsen, Kungstorget och i Bältespännarparken, dessutom har vi alla de mindre festplatserna som tillsammans binder ihop evenemanget och skapar ett enda stort härligt Kulturkalas.

2015 tillkom Högskolan för Scen och Musik och den nyöppnade konstmötesplatsen A-venue på Kungsportsavenyn 25 som nya spännande festplatser. På Heden utökades bagage-loppisen som i år pågick hela veckan. Krogarna längs Avenyn

la dessutom extra mycket energi på att skapa kalasstämning hela vägen från Bältespännarparken till Götaplatsen genom initiativet Avenyn kokar. Vid Näckrosdammen skapades en unik festplats genom den 140 meter långa vattenrutschbana som presenterades av Ungdomsfullmäktige. I myllret av matgäster på Basargatan byggdes i år en intim scen där allt från singer-songwriters till spoken word-artister fann en ny publik.

Kvällarna avslutades hos Göteborgs Kulturkalas hotellpartner Clarion Hotel Post som öppnade upp sin veranda när de övriga festplatserna stängde.



En gemensam plattform för kulturlivet

Med 1 200 programstarter och över 200 samarbeten är Göteborgs Kulturkalas en gigantisk samverkansplattform. Under sex dagar uppfinner vi tillsammans staden på nytt. Gator, torg och parker blir till scener och ett gigantiskt labb där stadens kulturliv passar på att testa nya metoder, nya publikgrupper och nya samarbetspartners.

”Med evenemangets kraft uppmärksammas och stärks det rika kulturutbudet” står det i visionen för Göteborgs Kulturkalas. Vi gör det genom att samlas, samarbeta och förtäta istället för att hålla oss på varsin kant. Vi har alla samma mål att nå fler med bättre frågor, påståenden och upplevelser. Under Kulturkalaset gör vi det på en samlad plattform: vårt gemensamma Kulturkalas.

Några som tagit samverkan ett steg längre och under flera år fördjupat det är Kultur i Väst och Sensus som tillsammans arbetat hårt och levererat ett stort och varierat programkoncept från många olika konstnärliga discipliner, alla programpunkter med konstnärer med funktionsvariation. Tack vare detta samarbete läggs fler pusselbitar kring vad det är att vara människa och vilka berättelser du som besökare kan ta del av under Kulturkalaset. På Barnens Kulturkalas hittade du i år Slöjklubben med 2000 kvm slöjd. Slöjklubben är även den ett stort samarbete med aktörer såsom Kultur i Väst, Kulturförvaltningen i Göteborgs Stad, Studieförbundet Vuxenskolan och Konsthantverkscentrum tillsammans med Halmens Hus, Linmuseet, Folkuniversitetet med många aktörer, Hemslöjdsföreningarna och Sveriges konsumenter. Genom att lägga slantarna i samma hatt och hitta en gemensam rubrik och plats lockar aktörerna fler tillsammans än om de hade konkurrerat. De gemensamma medlen används effektivare så att det blir mer över till kvalitativa programpunkter för de som besöker oss. Det uppstår samarbeten som fortgår även efter Kulturkalaset. Detta är att använda sig av evenemangets kraft, detta är att stärka det rika kulturutbudet.

Så till dig som är ett av Kulturkalasets många kultursamarbeten – kom tillbaka 2016, eller kom för första gången! Gör Göteborgs Kulturkalas till ditt – för det är det! Använd dig av de möjligheter som en sexdagarsfestival innebär. Kroka arm med dem som gör dig starkare och testa det där du gått och funderat på så länge eller sen igår. Göteborgs Kulturkalas är Göteborgs kulturliv. Utan er inget Kulturkalas.





Tusen tack till alla våra kultursamarbetspartners som bidrog med programinnehåll till Göteborgs Kulturkalas 2015.



ABF, African Market Place, Akademiska Hus, Akademin Valand, Alfons Åbergs Kulturhus, Angered Tar Plats, Art Photo Collection, Aviad Arik Herman, Avenyförningen, Avenyn kokar, Backa Teater, Bakluckeloppis, Berättarcentrum Väst, Berättarnät väst, Bilda Studieförbund, Bohuslän Big Band, Borås konstmuseum, Brewhouse, Civilförsvarsförbundet, Close Up filmfestival, Danscentrum Väst, Dansföreningen Danscentrum, Dansstudio Magic, De Nationella Minoriteterna - Romerna, Resandefolket, Judarna och Sverige-Finnarna, Djurens Rätt, Drottning Silvias barn- och ungdomssjukhus, Fastighetskontoret, Female Singer-Songwriters, Folkbiblioteken, Folkets Bio, Folkets Hus och Parker, Folkuniversitetet, Formverkstan, Frame Filmfestival, Frilagret, Fryshuset, Frölunda Kulturhus, Föreningen Freethem, Författarcentrum Väst, GAGA People, Galleri GKA, Galleri Mitt i centrum, Galleri Scandinavia, Gerlesborgskolan, GIL / Göteborgskoopertivet för Independent Living, Gothenburg Studios, Gothenburg Wind Orchestra, Grunden Media, Gränslandet, kreativt labb, Gårdstensdagen, Göteborg 2021, Göteborgs Bluesförening, Göteborgs Historiska Fäktkola, Göteborgs Internationella Filmfestival, Göteborgs Interreligiösa råd, Göteborgs Konsthall, Göteborgs konstmuseum, Göteborgs Kyrkliga Stadsmission, Göteborgs Lilla Filmfestival, Göteborgs Pianofestival, Göteborgs Scoutdistrikt, Göteborgs Stads Innovationsgrupp, Göteborgs Stads kulturförvaltning med verksamheterna Sommarunderhållningen och Barnkultur, Göteborgs Stadsbibliotek, Göteborgs Stadsmuseum, Göteborgs Stadsteater, Göteborgs Symfoniker, Göteborgs Teckenspråkiga teaterklubb, GöteborgsOperan och GöteborgsOperans Danskompani, Göthenburgo, Halmens Hus, Hammarkullekarnevalen, Hasselbladstiftelsen, Havets Hus, Hemslöjdsföreningarna, Higab, Hjällbokalaset, Hjärnkoll, Hälsoäventyret, Högskolan för design och konsthantverk, Högskolan för scen och musik, Ibn Rushd Studieförbund, Imagine Sweden, Internationell författarscen, Interreligiösa Centret, Kafé Taktik, Konstepidemin, Konsthantverkscentrum Väst, Kronhusgårdens aktörer, Kultur i Väst, Kultur i Väst med bidrag från enheterna Kultur och upplevelser, Kultur och konstarnas samt Kultur och samhälle, Kulturens bildningsverksamhet, Kulturlabbet, Kultursekretariatet Västra Götalandsregionen, Kulturskolan Östra Göteborg, Kultursommarjobbarna, KulturUngdom – VG-regionen, Landsarkivet, Lazars dansskola, Lidköping vid Vänern – Kultur & Porslinsfestival, Lindex, Line Up 4 Dance, Linmuseet i Kville, Liseberg, Live action, Livrustkammaren, Lödöse museum, Medicinhistoriska museet, Mixgården i Hammarkullen, Musikcentrum väst, Musikverket, Mölndals Kulturskola, NBV, NBV Väst, Nefertiti, Nätverket aktivt åldrande, Pantrarna, Parkour - Stampede, Passalen, Planket, Popkollo, Regionteater Väst, Retoy, Riksteatern, Riksteatern Väst, Röhsska museet, Segway Adventure, Senior Göteborg, Sensus, Shaolin-Taekwando, Sjumilahallen, Sjöfartsmuseet, Skansen Lejonet, Slöjd i Väst, Stadsbyggnadskontoret Göteborgs Stad, Stadsjakten, Stora Teatern, Studieförbundet Vuxenskolan, Subvox, Svenska Budo & Kampsportförbundet - distrikt väst, Svenska kyrkan, Sveriges Konsumenter, Sveriges Radio P3, Teater Kattma, Teatercentrum Väst, Textival, TNB - Tidsnätverk Bergsjön, Tordenskiöldarnas historiska sjöslag, Twisted Feet, Ultimate Bboys, Ung Cancer, Ungdomssatsningen Kultur Atom, Ungdomssatsningen Radar72, Utopi, Vara Konserthus, Vinga Yellow Rockers, World Dance Company, World Music Culture Club, Världskulturmuseet, Västarvet / Utställningen kommer, Västarvet: med bl. a. Slöjd i Väst och Utställningen kommer, Västra Hisingen, Xylofonorkestern Stora blå / Stockholm, Yoko DJ's, Älvateatern / Lidköping / Studieförbundet och Älvrummet.



Kommunikation

Uppgiften för Kulturkalasets kommunikation är att göra invånarna i Göteborg med omnejd uppmärksamma på att Göteborgs Kulturkalas äger rum samt att kommunicera årets program. Kännedomen om Kulturkalaset är god i Göteborg, men det finns fortfarande många människor i de yttre stadsdelarna som inte känner till Kulturkalaset. Därför riktades årets kommunikation främst mot alla de människor som inte brukar besöka evenemanget. Målet var att få fler att känna sig välkomna.

Kampanj 2015

Tillsammans med reklambyrån Stendahls tog Kulturkalaset fram kampanjen #hejgöteborg, där vi uppmanade alla att hälsa på varandra. Att säga hej är enkelt och kan vara början på en ny vänskap. Vi ville få olika delar av staden att mötas och få människor att närma sig varandra. Grafiskt byggde kampanjen på fyra starka färger och porträtt av nio olika personer som möttes under parollen "Vi ses på Göteborgs Kulturkalas". För att förtydliga att Kulturkalaset är öppet för alla och helt gratis för besökaren lades en ny och tydlig symbol till i all marknadsföring (se bild). En ny logotyp för Göteborgs Kulturkalas har också tagits fram i år.

För att nå ut till fler nya besökare gjordes riktade insatser genom bland annat direktutskick av programtidningen och en kampanjturné genomfördes i skolor och på stadsdelsfestivaler under maj månad. Årets kampanj syntes på 200 affischtavlor runt om 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 för evenemanget under fem veckor. Staden flaggades med Kulturkalasets banér och utanför Scandinavium och Ullevi visades en kampanjfilm för Kulturkalaset. Vid stadens infarter exponerades Kulturkalaset på ljustavlorna. Det gjordes även

en specialinsats inför konserten med Elissa, då vi lät två arabiskspråkiga kommunikatörer jobba aktivt med att locka nya målgrupper till Kulturkalaset. Denna målgrupp omfattade även internationella besökare.

Programmet i tryck och på vår sajt

Programtidningen gjordes även i år i samarbete med byrån Oh My och tidningen Metro. En stor användarvänlig förändring i årets program var de omstrukturerade programtablåerna som gjorde läsbarheten mycket bättre. Den totala upplagan av programtidningen var 253 000 ex. (jmf 275 000, 2014). Tidningen spreds som en inlägg i Metro Göteborg den 10 augusti (143 000 ex) och nådde därmed ut till stora delar av Västra Götaland. Ett särtryck på 110 000 ex spreds på 300 ställen runt om i staden och regionen, bland annat till turistbyråer, bibliotek och kaféer. Vi gjorde även ett riktat utskick av tidningen till 45 000 brevlådor i Göteborgs yttre stadsdelar där kännedomen om Kulturkalaset har visat sig vara lägre. Under genomförandet fanns programtidningen dessutom på alla större festplatser. Vår webbplats hade över 257 000 unika besökare under augusti 2015 - en ökning med drygt 50 000 unika besökare. 63 % av besökarna använde en mobil eller mindre surfplatta för att ta del av programmet. Vår plan var att kunna lansera en helt ny webbsajt till 2015 års festival, men på grund av komplikationer var vi tvungna att flytta fram lanseringen till nästa år.

Göteborgs Kulturkalas använder sig av Facebook, Instagram och Twitter som sociala kanaler. Här postas programtips och bilder från festivalen. Dessutom besvaras frågor från besökarna före, under och efter festivalen. Vi använde även de sociala kanalerna till att sprida artisters och kulturaktörers videofilmer där de sa hej till Göteborg under hashtaggen #hejgöteborg. Vår största sociala plattform är fortsatt Facebook med över 25 000 gilla-markeringar och över 1,5 miljoner nådda användare.





Bilden i media av Göteborgs Kulturkalas

Bilden av Kulturkalaset i tidningar, tv och radio är med något enstaka undantag positiv. Lokalt i Göteborg är Kulturkalaset en stor händelse som bevakas av Göteborgs-Posten, GT, Metro, Sveriges radio och SVT. Kulturkalaset nämns också i rikstäckande medier som Expressen, Kvart i fem-ekot, P3 Vaken och SVT:s Gomorron Sverige. Även branschpress som Besöksliv tar upp Kulturkalaset och valde då att göra en vinkel på Kulturkalaset's mångfaldsarbete. Att Kulturkalaset är en trygg tillställning att besöka tas också upp av bland annat Göteborgs-Posten, som lät polisen beskriva de få omhändertagandena och den låga brottsligheten. I år nämns Göteborgs Kulturkalas i 435 artiklar i svensk media enligt verktyget Retriver. Om man räknar bort pressmeddelanden från olika intressenter och nyheter där Kulturkalaset nämns, men som inte är relevant för rapporteringen från Göteborgs Kulturkalas överstiger artiklarna 290, vilket är högre än fjol-årets ca 150 artiklar. Den libanesiska världsstjärnan Elissa, Hej Göteborg- kampanjen och mångfaldsarbetet fick stort genomslag. Utländsk media kan vi inte redovisa, men Elissas konsert har fått stort genomslag i medier med målgrupp personer i och från Mellanöstern.

Mosaik som fått människor att mötas – en del av kampanjen #hejgöteborg

Under våren besökte Göteborgs Kulturkalas tillsammans med Mosaikfabriken fyra stadsdelsevenemang och arrangerade mosaik-workshops. Boende och besökare i stadsdelarna fick möjlighet att delta och skapa konstnärliga alster i mosaik. I samverkan med fem skolor i olika stadsdelar har även workshops för skolklasser hållits. Eleverna reste över stadsdelsgränser för att skapa tillsammans. All mosaik har sedan monterats upp på tio stycken betongfundament på Kungstorget i centrala Göteborg. Hela projektet dokumenterades av elever från Kulturskolan Östra i Bergsjön, som tillsammans med filmpedagog Nasrin Pakkho förevigat projektet i en kort dokumentärfilm med namnet "Säg HEJ i tusentals bitar". Under turnén besöktes områdena Biskopsgården, Gårdsten, Tynnered och Västra Frölunda. Skolorna som medverkade var Brunnsboskolan, Frölundaskolan, Gårdstensskolan, Nygårdsskolan och Nytorpsskolan. Vi vill tacka Biskopsgårdens dag, Tynneredsdagen, Positivparkens dag, Göteborgs Stads medborgarskapsdag och Gårdstensdagen för givande samarbete.



Annika Norlin, också känd som Hello Saferide, säger hej strax före sin konsert på Götaplatsen.

På Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen kunde alla som ville upptäcka det franska nöjestältet La Fête Foraine.



Ronja Basil @ronjabasil

15 aug.

Kan vi inte bara pausa Göteborg just nu?
Värme, bra stämning, konserter och massvis
med mat! #kulturkalaset

Det hållbara Kulturkalaset

Ekologisk hållbarhet

Göteborgs Kulturkalas miljödiplomas årligen av Göteborgs Stad enligt Svensk Miljöbas standard. Evenemanget miljöanpassas efter ett antal kriterier och arrangören såväl som medverkande ska följa de riktlinjer som sätts upp. Områden som inkluderas och kontrolleras i samband med miljödiplomeringen är exempelvis energi, transporter, inköp och uppföljning.

Matförsäljarna under Kulturkalaset förbinder sig till att uppfylla ett flertal miljökrav. Kraven innebär bland annat att de ska använda sig av ekologiska produkter, att fisk och skaldjur inte får komma ifrån hotade bestånd och att minst ett vegetariskt alternativ ska erbjudas. Kemikalier och engångsartiklar ska vara miljömärkta och avfallet ska källsorteras. Miljökraven kontrolleras genom egen kontroll av samtliga försäljare samt revision utförd av miljöförvaltningen.

Liksom tidigare år samarbetar Kulturkalaset med Fairtrade City Göteborg. Förutom att kaffe, te och socker, som serveras under evenemanget ska vara ekologiskt och etiskt märkt, ställs även krav på att matförsäljarna ska använda sig av ytterligare en etiskt märkt produkt.

Kulturkalaset Kranmärktes i år, vilket innebär att det i sam-

arbete med förvaltningen Kretslopp och vatten upprättades ett flertal vattenstationer på festplatserna, där det fanns möjlighet att fylla på sin vattenflaska med kranvatten. Märkningen medförde även förbud mot försäljning av stilla vatten på flaska under evenemanget.

Kulturkalaset 2015 drevs av förnyelsebar och miljömärkt el. I linje med arbetet för ständig förbättring begränsades matförsäljarnas eltillgång i år. Detta gjordes för att minska energiförbrukningen och i de fall då eltillgången inte var tillräcklig ombads försäljarna att se över sin utrustning samt byta till mer energieffektiva maskiner. Undantag gjordes i enskilda fall.

För kampanjaffischer, programtidningen och övriga trycksaker användes Svanen-märkt papper. I programtidningen fanns dessutom en matkarta som inkluderade information om vilka miljökrav som ställts på matförsäljarna under evenemanget.

Artister bokades in på hotell med ett dokumenterat miljöarbete och miljökrav ställdes även på partners gällande exempelvis avfallshantering och förbud mot utdelning av flygblad. Utgångspunkten är att samtliga avtalspartners ska bedriva ett aktivt hållbarhetsarbete.

Hållbarhetspolicy för Kulturkalaset 2015

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





Tim @tim_sweden

12 aug.

Such a nice evening watching outdoor cinema last night. So nice when people come together, why can't every week be [@Gbg_Kulturkalas?](#)

Social hållbarhet

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 2015 års Kulturkalas förekom liksom de senaste åren få polisutryckningar. En vanlig sommarvecka rapporteras 30 misshandelsfall i centrum – under Kulturkalaset sjunker den siffran till 19. Även fickstölder sjunker från 244 fall till 130.

Kulturkalaset arbetar aktivt i programläggningen för att få till en bra blandning av åldrar och kulturformer på stan eftersom detta visat sig vara ett framgångsrecept för lugna dagar. 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 som möjligt. Inte minst Västra Götalandsregionens medverkan bidrar starkt till att programutbudet blir mångfacetterat och håller hög kvalitet. Just bredden i Kulturkalaset utbud är en av de aspekter som nämns som en av de bästa sakerna med Kulturkalaset. Alla har möjlighet att hitta något de tycker om. Besöksundersökningen visar dessutom att besökarna säger sig ha fått ökad lust att besöka Göteborgs kulturliv efter att ha besökt Kulturkalaset. 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 105 värdar och 19 var anställda som gruppleddare eller gruppleddarassistenter. Tillsammans talade värdarna från Team Göteborg 30 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

Kulturkalaset budget låg på ca 22 miljoner kronor i år. Göteborgs Stad står för den största delen av finansieringen genom ett bidrag på 13,5 miljoner kronor (utöver detta fick vi 2,5 miljoner kronor från stadens evenemangsfond för att kunna arrangera konserten med den libanesiska stjärnan Elissa och alla kringkostnader). Västra Götalandsregionen bidrar med 1 miljon kronor via den regionala Kulturnämnden. Resterande 7,5 miljoner kronor kommer huvudsakligen från våra sponsorer och i viss mån några olika kulturbidrag samt intäkter från de utställar- och försäljningsplatser som Kulturkalaset upplåter på festplatserna. Kostnaderna är uppdelade på fem huvudområden: program, marknadsföring, bygg/scen/teknik, säkerhet och personal/administration. Budgeten tillåter ingen vinst, men Göteborgs Kulturkalas innebär såväl intäkter som värden vilka kommer staden och regionen till nytta. Göteborgs Kulturkalas är gratis för alla besökare. Det är en viktig del i uppdraget. Att det är fri entré är också en av de faktorer som besökarna anser vara bland det bästa med Kulturkalaset. Intäkter kan mätas med de arbetstillfällena som skapas, eller den konsumtion som sker i samband med Kulturkalaset (turist-ekonomisk omsättning). 2015 års mätning visade att 27 % av besökarna kom från orter utanför Göteborg, av dessa angav 56 % att Kulturkalaset var den primära anledningen. Tillsammans genererade de drygt 54,6 miljoner kronor som främst spenderades på restauranger/kaféer, shopping och uteliv. Ett annat sätt att se på ekonomisk hållbarhet är att mäta stolthet för regionen, kulturell förnyelse samt ökat intresse och investeringar som görs i staden och regionen som en effekt av positiva evenemang. I publikundersökningen ger besökarna 6,1 av 7 möjliga poäng till helhetsintrycket av Kulturkalaset. Göteborg som evenemangsstad får i samma mätning 6,2 i en 7-gradig skala. Mediabilden är viktig för att stärka den immateriella intäkten. Kulturkalaset 2015 genomsyrades överlag genom den goda stämningen på stan och som en stor folkfest. Ett evenemang för också med sig kostnader som måste beaktas. Förutom de medel som kommunen och regionen avskatter gör samhället insatser som omläggning av spårvagnstrafik, ökad renhållning och uteblivna parkeringsintäkter (på de platser som dessa dagar blir festplatser). Kulturkalaset besöksundersökning visar att "missnöjet" är försvinnande lågt.

Konserten med Elissa

Med motiveringen att bryta segregeringen och med målet att nå invånare och hitresta som annars inte besöker stora evenemang i lika stor utsträckning som majoritetsbefolkningen ville vi boka en artist som kunde attrahera en publik som sällan får uppleva ett utbud som de själva kan identifiera sig med, språkligt och kulturellt. Förra året beslutade ledningen för staden och Göteborg & Co att anslå medel ur evenemangsfonden men vi lyckades inte få hit någon artist på grund av visumstrul. Kulturkalaset har visserligen en stor bredd i programläggningen men vi skulle aldrig själva kunna finansiera en så stor bokning, men att ge uppdraget till Kulturkalaset gör det hela mycket kostnadseffektivt då en stor del av infrastrukturen redan finns på plats.

Inför årets festival lyckades vi boka den libanesiska världsstjärnan Elissa som är omtyckt av sin publik världen över, långt utanför Mellanöstern. Vi anställde två arabiskspråkiga kommunikatörer med uppdraget att marknadsföra konserten, inte bara i Göteborg utan i hela Sverige och i våra grannländer. Trots att få av den "traditionellt svenska" publiken hade hört talas om Elissa resulterade konserten i årets publikrekord. Över 35 000 besökare såg den libanesiska världsstjärnan på Götaplatsen den 14 augusti klockan 22:15.

Vi intervjuade 200 av konsertbesökarna och kan mot bakgrund av detta konstatera att vi lyckats uppnå målet med råge. Statistiken visar att besökarna under Elissas konsert skiljde sig ganska mycket från den genomsnittliga besökaren på Kulturkalaset. Genomsnittsåldern var lägre. 38 % av besökarna på Elissas konsert hade arabiska som modersmål, i jämförelse med 4 % på Kulturkalaset som helhet. 30 % tar aldrig del av teater, opera, dans, konsert eller annan kulturell verksamhet under resten av året, jämförelsen bland de övriga besökarna är 10 %. 81 % av besökarna var från Göteborg i jämförelse mot 73 % bland de övriga besökarna.

Sammanfattningsvis ser vi att vi lyckades locka många förstagångsbesökare som annars kanske aldrig hade besökt

Kulturkalaset och stadens centrum. Av alla positiva reaktioner vi fått ser vi också att detta varit efterlängtat och oerhört uppskattat, många hade exempelvis svårt att tro på att Göteborgs Stad och Kulturkalaset bjöd alla på en så spektakulär konsert. Det finns således ett ansvar gentemot stadens invånare och vi ser att fler besöker innerstaden om vi engagerar oss för att nå grupper som vi annars inte når. Vi river murar och bryter den annars så påtagliga segregeringen, ett synliggörande från staden till sina invånare, en kärleksförklaring från Kulturkalaset till såväl staden som artisterna och besökarna. Genom Kulturkalaset går det att göra skillnad.

Publikstatistik

	Elissa	Övriga besökare
Kvinna	66%	58%
Man	34%	41%
Annat	-	1%

Modersmål

Svenska	45%	75%
Arabiska	38%	4%

Kulturbesök per år

0 gånger	30%	10%
1-2 gånger	33%	28%
3-5 gånger	24%	33%
6-9 gånger	3%	12%
10 eller fler	9%	16%



”Det var en helt fantastisk konsert. Jag är mycket lycklig eftersom publikens reaktioner var överväldigande. De sjöng med i alla mina sånger. Det var en fantastisk publik, en helt bedårande publik. De kom inte bara från Göteborg, utan från Stockholm och hela Sverige men även utanför Sveriges gränser.”

Ur intervju med Elissa



Maria Soner @sonermaria

15 aug.

Elissa! Tänk att en sådan världsartist just haft en öppen konsert på Götaplatsen. Göteborg är bäst! #kulturkalaset

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 alla sinnen.

Målen och visionen har fastställts av Kulturkalasets samverkansråd i oktober 2012 och gäller för åren 2013–2021. Målen ska spegla inriktningen, uppdraget och den långsiktiga satsningen. Siffrorna nedan bygger på årets besöksundersökning som gjorts av HKL Research AB. 2015 genomfördes 1 223 stycken intervjuer på olika tider och platser på Kulturkalaset. Urvalet har skett slumpmässigt bland de 675 göteborgare, 548 turister som bor utanför Göteborgs kommun, 100 barn i åldrarna 6-12 år samt 206 intervjuer i samband med Elisssas konsert på Götaplatsen.

Att vi i år ställt frågor till dubbelt så många som förra året med uppdelningen mellan göteborgare och turister gör att vissa förändringar i våra jämförande siffror kan vara missvisande men eftersom besöksundersökningarna är en del av vår helhetsbedömning och ska ge oss en fingervisning bland annat om hur Kulturkalaset uppfattas av besökarna, kan vi göra vissa förändringar av antalet intervjupersoner och hur vi gör besöksundersökningarna utan att riskera möjligheten till jämförelser mellan åren. I år ser vi att detta speciellt berör nivåerna kring den totala andelen inresta turister och hur många av dessa som kommit utanför Sverige. En annan skillnad är att det tillkommit nya festplatser utanför det

centrala festivalstråket som exempelvis utländska turister haft svårare att hitta till. Fördelen är att vi får annan information som vi tidigare kanske inte sett.

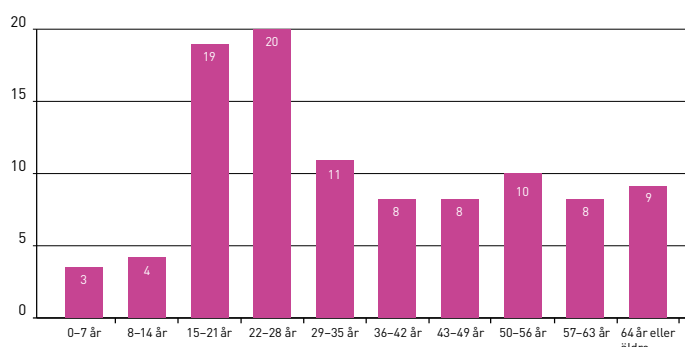
1. Mångfald utifrån besökare

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

Utfall:

- 1,5 milj. besök 2015 (jmf 1,3 milj. besök 2014; 1,29 milj. besök 2013).
- Den genomsnittliga besökaren är 36 år (jmf 37 år 2014; 35 år 2013).
- 73 % göteborgare (jmf 67 % 2014; 54 % 2013).
- 58 % kvinnor (jmf 54 % 2014; 58 % 2013) och 41 % män (jmf 42 % män 2014; 42 % män 2013). 1 % uppgav annat.
- Alla Göteborgs stadsdelar var representerade bland besökarna.
- Kulturkalaset lockar en bred publik i alla åldrar. Vi ser en stor procentuell ökning bland 15-21 åringar från 9 % 2014 till 19 % 2015.

Åldersfördelning besökare, andel i procent



2. Mångfald utifrån utbud

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 1 200 programstarter som spände över många olika genrer; från sport, dans, teater till konst, foto, film och musik.
- Besökarna kunde köpa mat från hela världen, ex. på omtyckta International Street Market på Gustaf Adolfs Torg.
- Ca 18 internationella akter.
- Ett flertal programpunkter av Sveriges nationella minoriteter: Romerna, Resandefolket, Judarna och Sverige-Finnarna.
- En guidad buss tog under åtta turer besökare till några av Göteborgs heliga byggnader.
- Könsfördelningen i våra programakter på de nio största festplatserna var 48,5 % kvinnor och 51,5 % män. Vi har räknat 2 452 av totalt 3 500 artister på våra scener.
- På Kulturkalaset medverkade elva kulturaktörer med en eller flera deltagare med funktionsvariationer (jmf 7 st 2014; 2 st 2013).
- Exempel på aktiviteter som syftade till att göra Kulturkalaset mer tillgängligt var upphöjda publikplatser med plats för rullstol vid de större scenerna, syntolkning av biofilmer, teckenspråkstolkning av stand-up samt både syn- och teckenspråkstolkning av publikfavoriterna 123 Shtunks teaterföreställning. I år teckenspråktolkades och syntolkades fler programpunkter än någonsin. Det fanns även prova-på-segling anpassad för personer med olika funktionsförmågor.
- Under 2015 fortsatte det fördjupade tillgänglighetsarbetet på festplatsen Barnens Kulturkalas med tillgänglighetsanpassning i fysisk miljö, utbildning i tillgänglighet av medverkande aktörer för att utveckla

programpunkterna för alla, kommunikation och service. 2015 är andra av ett treårigt fokus på tillgänglighet. Arbetet genomförs med stöd av tillgänglighetskonsulent Eva Johansson från Kultur i Väst.

- Team Göteborgs värdar kunde prata över 30 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 har ökat från 67 % (2014) till 73 % (2015). Fördelningen mellan hur många av besökarna som är bosatta i regionen, nationen respektive utlandet motsvarade i år 92/5/3 % (jmf 2014: 85/7/8; 2013: 84/9/7).

Fördelning besök	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Göteborgare	55 %	45 %	63 %	67 %	54 %	67 %	73 %
Övriga VG-regionen	27 %	29 %	22 %	22 %	30 %	18 %	19 %
Övriga Sverige (exkl. VG-regionen)	10 %	23 %	7,5 %	9 %	9 %	7 %	5 %
Utlandet	8 %	3 %	7,5 %	2 %	7 %	8 %	3 %

- Störst andel av den så kallade turistkronan spenderades även detta år på restaurang och kafé (39 %), en sänkning från förra året (jmf 41% 2014), sedan kom shopping vilken sjönk till 19 % (jmf 25 % 2014). Login ökade från förra årets 9% till 14 % i år.
- Turisternas genomsnittliga vistelsekonsumtion var 1 876 kr vilket genererade total 54,6 miljoner kronor i den turistekonomiska omsättningen.
- 56 % av turisterna som besökt Göteborgs Kulturkalas i år gjorde det primärt för att ta del av Kulturkalaset (jmf 42 % 2014).
- Göteborgs Kulturkalas besöktes i genomsnitt 2,44 dagar (jmf 2,48 dagar 2014). Göteborgarna besöker Kulturkalaset i större utsträckning än inresande turister. Det genomsnittliga antalet besökta festplatser per dag är 3,0 stycken.

4. Nöjdhet

Mål: På en sjugradig skala skall helhetsintrycket 2015 uppnå en nöjdhetsgrad på 5,9 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 (5, 6 eller 7 på en 7-gradig skala). Nöjdhetsgraden för Kulturkalaset som helhet ligger på samma höga nivå som 2014, 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, att det är mycket folk i rörelse samt den goda maten som går att köpa. Dessutom nämns mångfalden, stämningen och gemenskapen som viktiga anledningar till att man besöker festivalen.
- För andra året intervjuades barn mellan 6-12 år på Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen. 100 barn tillfrågades. 95 % av barnen beskrev Göteborgs Kulturkalas som "jättekul" eller "ganska kul". 5 % valde beskrivningen "vaken kul eller tråkigt". Inget barn valde orden "ganska" eller "mycket tråkigt".

	Medelbetyg:						
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Helhetsintryck av Göteborg som evenemangsstad	6,3	6,4	6,3	6,5	6,4	6,2	6,1
Tillgänglighet/transport till och från Kulturkalaset	6,1	6,0	6,1	6,2	6,1	5,8	6,1
Bredden på Kulturkalasets kulturutbud	5,6	5,7	5,8	6,1	5,7	5,8	5,9
Kulturkalasets programinnehåll	5,5	5,5	5,6	5,9	5,6	5,7	5,8
Helhetsintryck av Kulturkalaset	5,4	5,6	5,7	5,8	5,9	5,9	6,1
Service och bekvämligheter under Kulturkalaset	5,4	5,5	5,5	5,6	5,3	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. 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 internationella erkända gästartister: Elissa, Fatena Al-Ghorra, Maram Al-Masri, Shahrnush Parsipur, Khaled Harara, Scott Hamilton, Agnii, Ruby Rubberlegs, Dandyman, Billy Kid, Justin Sane, Laura Cortese, Elisabeth Andreasson, Jojje Wadenius, La Fête Foraine, Tony Cragg, Mor Faye och Madcon.
- Några exempel på svenskar med världen som arena: Göteborgs Symfoniker, GöteborgsOperans Danskompani, Johan Wellton, Timbuktu, Räfven, Aviad Arik Herman, Tarabband, Best of Sweden - med Naser Razazi, Osman Abdulrahim, Ramy Essam, Safoura Safavi, Habib Mousa och Alexandra Pascalidou, RIX FM festival presenterade bl.a. Zara Larsson, Måns Zelmerlöw och Loreen, Seinabo Sey, Nils Landgren, Sanna Nielsen, Arja Saijonmaa, Gaga People, Joana Gallego och Emil Pernblad, Burnt Out Punks och Hardcore Superstar.

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:

- Bevakningen i nationella medier: två artiklar i TT fick stor nationell spridning, artikel i Besöksliv. Vi nämndes i Gomorron Sverige på SVT, P3 Vaken, SVT Nyheter, Ekot kvart i fem, Expressen, QX, Sveriges Radio P1, Aftonbladet, Gaffa Sverige och Svensk Byggtidning.
- Artiklar om hur Kulturkalaset jobbar med sitt mångfalds- och jämställdhetsarbete fick spridning både lokalt och nationellt.

#hejgöteborg

- Lokalt har Kulturkalaset 2015 fått stort genomslag, med 51 artikelträffar i Göteborgs-Posten under året och 43 stycken på gp.se, som ett exempel. Regionalt har Kulturkalaset nämnts i artiklar i ett flertal tidningar. Kulturkalaset finns också representerade i en stor mängd lokala och regionala tidningar utanför Västra Götaland, i vissa fall genom artiklar skrivna av TT, i något fall även spontant nämnda som exempel på hur man kan arbeta för jämställdhet i samband med artistbokningar till festivaler.

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 6,5 poäng av 7 möjliga (jmf 6,5, 2014). I ungefär samma utsträckning anser besökarna att det finns något för alla sinnen på Kulturkalaset: här får Kulturkalaset 6,1 poäng i år (jmf 6,3, 2014).

	Medelbetyg:				
	2011	2012	2013	2014	2015
Kulturkalaset präglas av en glad stämning	6,4	6,6	6,4	6,5	6,5
På Kulturkalaset finns det något för alla människor	6,3	6,3	6,0	6,3	6,1
Kulturkalaset är ett arrangemang där det finns något för alla sinnen, smak, syn, hörsel, doft	6,2	6,3	6,0	6,1	6,1
Kulturkalaset underlättar för människor att mötas	6,0	6,1	5,7	6,1	6,0
Kulturkalaset ökar min lust att ta del av Göteborgs kulturutbud även efter kalaset	5,0	5,3	4,9	5,3	5,1
Kulturkalaset erbjuder fler upplevelser än vad jag hade förväntat mig	4,8	4,7	4,6	5,1	5,4



Vi ses på
**Göteborgs
Kulturkalas**
11-16 AUGUSTI



Slutsatser

Göteborgs Kulturkalas ska med självklarhet vara en bred plattform som lyfter och synliggör konsten och kulturen, en plattform för spännande samarbeten, en givande arena för nyskapande och vara möjliggörare av nya idéer inom kulturens hela spektrum. Vårt idoga hållbarhetsarbete ska inte stå i motsats till detta utan istället bidra till att vi blir ännu bättre, modigare och mer inkluderande.

Våra besökare är överlag mycket nöjda med Göteborgs Kulturkalas. Trots detta kan vi förbättra festivalen och ytterligare öka kvalitén, hur vi upplevs och hur vi uppfattas. Vi vill tillsammans för varje år utveckla programinnehållet så att det når nya oanade nivåer. Våra hållbarhets- och inkluderingsmål ska vi ständigt utveckla och uppnå, vi ska fortsätta att berätta om hur vi gör och varför vi gör det. Vi ska bidra till att sprida våra idéer och våra metoder för att inspirera andra verksamheter.

Utmaningarna är många och handlar ofta om det tidskrävande arbetet med att få olika verksamheter att testa vår publika arena och att samarbeta över gränserna. Kulturkalaset som plattform är bevisligen en ypperligt bra plattform för samarbete eller helt enkelt ett bra skyltfönster att visa upp sin verksamhet i. Trots detta finns det fortfarande många aktörer inom såväl kommunal förvaltning och inom näringsliv som ännu inte ser möjligheterna, som vår plattform tillgängliggör.

Vi strävar efter att alla våra samarbetspartners ska inspireras och förhoppningsvis följa våra hållbarhetsmål. Det lyckas vi med ofta men inte alltid. Här kan vi bli tydligare och vi kan ställa tydligare krav, inte minst vad gäller jämställdhet och mångfald bland medverkande.

Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen har nu för andra året utvecklat arbetet med att tillgängliggöra festplatsen för alla. Detta har gjorts i samarbete med en tillgänglighetskonsulent på Kultur i Väst. Detta viktiga arbete ska utvidgas till alla Kulturkalasets festplatser. Vi behöver även se över kraven på våra leverantörer så att inte val av byggnation eller annat förhindrar tillgängligheten.

Kulturkalaset måste finna möjligheter att öka finansieringen så att vi kan ha hög konstnärlig kvalitet och boka program för fler målgrupper som aldrig annars besöker oss. Exemplet från årets genomförande med Elissa ger en tydlig vägledning för detta.

Vår plan med den lyckade stadsdelskampanjen är att slutföra den så att alla 37 betongfundament på Kungstorget omvandlas till konstverk i mosaik med avtryck skapade av göteborgarna. Finansieringen för detta måste lösas.



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.

Medarbetare

Verksamhetsansvarig Tasso Stafilidis

Konstnärlig ledare Mia Samuelsson

Programproducenter Jennika Antila, Johan Blomqvist, Marina Hanna Esso, Mikael Isacson, Emma Rygielski, Peter Sandsjö

Logistik och infrastruktur Karin Olofsson

Mat och marknad Lina Hagman, Karin Olofsson

Kommunikation Mohamed Amer, Sussi Elhaji, Linn Lundström, Therése Looström, Filip Svensson

Stadsdelskampanjen Rebecka Adin, Hani Ahmed, Saber Alipanah, Ali Alauddin, Dona Asanaj, Zeinab "Aram" Azizi, Selma Ciric, Chelsea Nyangena, Mikaela Nyman, Shayan Rahimnejad Belasi

Projektkoordinator Daina Sakars

Projektadministratör Anton Romanus

Verksamhetsadministratör Lina Hagman

Controller Siw Franzén

Ekonomiassistent Elisabeth Pfannenstill

Säkerhetsansvarig Jonas Arlmark

Miljöansvarig Lina Junedahl

Platschefer Ramin Amiri, Anes Cherigui, Adi Cutuk, David Dagemark, Fatima Dbuk, Titti Döme, Niclas Ekegren, Malin Finlöf, Klara Granath, Nina Natri, Johanna Reteike

Team Göteborg - Ledning Finn Hallgren, Talar Kirkor, Panteha Milanian, Madeleine Rexius

Team Göteborg - Gruppleddare Sarah Ali, Natalie Andersson, Derrick Daffour, Farita Danaeipour, Arian Ghaffari, Shirwan Ghalam, Johanna Gimfjord, Yasmin Hassanvan, Aida Jalali, Malin Karlsson, Yasin Khan, Kristian Khoury, Daniel Lica, Emelie Lysell, Suleiman Mohammed, Sadra Mosavi, Trifah Muradi, Rahma Sigurdjijdjene, Madeleine Svedberg



Press och media Fredrik Beckman, Stefan Gadd

Reklambyrå Stendahls

Modeller på årets manér Janna Atta, Sofia Aray, Julia Dacking, Shukri Dahir, Jacob Degerberg, Gretchen, Ulla Holm, Leo, Norris

Grafisk produktion Camilla Aldenbring, Johan DePaoli, Karin Freij, Maria Löfström, Simon Sehlén

Programtidning Henrik Bengtsson (Metro), Christian Albinsson och Rickard Lindholm (Oh My)

Transportservice Mohamed Bahsson, Erik Chau, Idris Khan

Scenchefer Tony Edebjörk, Per Evers, Louise Friestedt, Karin Hjerstrand, Jörgen Ström

Artistvärdar Linda Gustafsson, Anton Nordqvist

Praktikanter/projektassistenter Rebecka Adin, Linda Gustafsson

Teknikleverantörer AV1, HireSound, Demo Live Ab, Starlight, Mediatec, Nöjesbyrån, West Audio System

Hump och stagehands Xtended Business & Event

Elleverantör Göteborg Energi

Scen och teknik Staffan Lindahl, Dynamic Duo Productions

Bygg Johnny Aronsson, Karin Olofsson, Tomas Tejländ

VVS Pegea AB

Säkerhet/bevakning Cubsec

Tack till stadens förvaltningar, myndigheter och bolag som samverkat med oss, liksom alla våra fantastiska värdar och de nattvandrare som deltog på årets Kulturkalas.



Göteborgs Kulturkalas

Tack för i år!

Fortsätt säga hej!

Läs mer på goteborgskulturkalas.se

ORGANISATION

Göteborgs Kulturkalas genomförs av Göteborg & Co med stöd av Göteborgs Stad, Västra Götalandsregionen och Näringslivsgruppen Göteborg & Co.



HUVUDPARTNERS



PARTNERS



SAMARBETSPARTNERS

