



Rapport 2017



Göteborgs
Kulturkalas

11

gånger har
Göteborgs
Kulturkalas
genomförts.

1,1 miljon

besök under
Kulturkalasets
fem dagar.

1 143

programstarter.

80

platser med
matförsäljning.

42

festivalplatser.

0 kr

Alla programpunkter
var gratis för
besökarna.

83 %

tycker att det finns
något för alla på
Kulturkalaset.

2 800

medverkande.

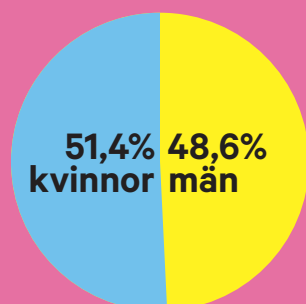
124 500

besök på Barnens
Kulturkalas.

77 000

besökte konserterna med
Nawal El Zoghbi,
Symfonikerna med Weeping
Willows och Teddybears.

Dessa tre programpunkter
hade störst publik.



på scenerna.

Göteborgs Kulturkalas
är kranmärkt och
miljödiplomerat.

Inget buteljerat
vatten serverades.

81 %

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

426 000

programtidningar trycktes.

100 % av tidningarna klimatkompenserades.

265 000

hushåll fick programtidningen i brevlådan.

50 000

gratis glassar delade Triumf Glass ut.

44 424

personer besökte Kulturkalaset's hemsida under Kulturkalaset's första dag.

200

samarbeten med kulturlivet i Göteborg och Västra Götaland.

30 %

av publiken till de arabiska superstjärnorna har efter 3 år ökat sina kulturbesök under året.

78 %

av besökarna uppger att de känner att de vill göra fler kulturbesök under året efter att ha varit på Kulturkalaset.

41 %

av Nawal El Zoghbis publik hade arabiska som modersmål.

Jämför med 3 % av Kulturkalaset's totala publik.

Ansvarig utgivare:

Tasso Stafilidis

Textproduktion:

Charlott Holmåker, Johanna Olander och Tasso Stafilidis

Foto:

Therése Looström, Quadfoto, Beatrice Törnros och Frida Winter



MILJÖMÄRKT 341 869



Ann-Sofie Hermansson @soffangbg 16 aug.

5 dagar, över 1100 programpunkter. Mångfald, tolerans, respekt och glädje ska råda. Låt festen börja! #kulturkalaset #gbgftw

Linnea Olsson smygstartar Göteborgs Kulturkalas
15 augusti på Clarion Post Hotel

Innehåll

Reflektion av närings- och innovationsministern	7
Inledning av verksamhetsansvarig	9
Undersökning från SOM-institutet	11
Uppdrag och målbild	13
Festivalplatser	15
Kulturlivet i Göteborg och Västra Götaland	16
Konsert med superstjärnan Nawal El Zoghbi	18
Hållbarhetsarbete	23
Kommunikation	26
Måluppfyllelse	30
Kulturkalaset tips till andra	34
Kulturkalaset medarbetare	35
Kulturkalaset tackar	36

Göteborg & Co har till uppgift att marknadsföra och medverka i utvecklingen av Göteborg som turist-, mötes- och evenemangstad.

Göteborg & Co:s målbild med sikte på 2021 är att destinationen Göteborg ska vara en internationell förebild genom att alltid utmana hållbarhetsbegreppen i alla delar.

go:teborg&co



Lena Malm @MalmLena

16 aug.

Ikväll bjöd #gso och #weepingwillows på underbar musik #gbgftw #kulturkalaset #augustikväll



Weeping Willows med Göteborgs Symfoniker
på Götaplatsen

Genom kultur upplever vi livet

Kultur i alla dess former har en alldeles unik kraft. Den får oss att känna, att tänka, att skratta och ibland gråta. Genom kultur upplever vi livet. Under Kulturkalaset 2017 fanns över 1100 kulturupplevelser att ta del av. Helt gratis!

Det är direkt omöjligt att sammanfatta hela programmet, men jag vet att det fanns möjlighet att lyssna och dansa till musik från hela världen, uppleva gatuteater och karneval, se film, spela instrument och få nya matupplevelser. Det är en fantastisk förmån för alla som bor i Göteborg och det är ett smart sätt att locka ännu fler till staden.

Göteborgs Kulturkalas har som uppdrag att bidra till ett varmare, mänskligare och roligare samhälle. Jag kan inte tänka mig något viktigare. Och jag kan heller inte tänka mig något bättre sätt att åstadkomma det, än just genom kultur.

Jag kommer aldrig att glömma några av mina starkaste kulturupplevelser, som när Prince spelade sin sista konsert i Sverige eller att jag såg Michael Jackson live på scen. När jag var ung såg jag omåttligt mycket på TV och film. Idag läser jag helst litteratur. Det öppnar nya världar, det förklarar svåra saker och det är ett skönt sätt att slappna av från jobbet.

Men kultur är inte bara något personligt som händer i mig eller i dig. Det är också något som för oss samman. Genom kultur lär vi känna varandra, och förstår varandra. Genom kultur blir vi ett vi.

Sociala medier och nyhetsändringar är idag fyllda av bilder på konflikter och motsättningar samt exempel från hela världen där människor glider ifrån varandra. Göteborgs Kulturkalas och det jag såg när jag tittade ut över Götaplatsen vid invigningen, är något helt annat. Det är motsatsen. Det är gemenskap, det är kul, det är fest. Och det tror jag är helt nödvändigt i den tid vi lever.

Kulturen är också oerhört viktig i mitt jobb. Som närings- och innovationsminister jobbar jag med att skapa fler jobb och bättre ekonomisk utveckling i vårt land. Göteborg är idag inte bara en modern industristad med företag som Volvo, SKF, Stena och AstraZeneca. Göteborg är också en av Sveriges främsta evenemangsstäder, där idrott, kultur och fina upplevelser skapar många nya jobb och helt nya företag.

Kultur är avgörande för ett innovativt och kreativt näringsliv. Svenska företags framgångar bygger på att de har stora tankar och djärva idéer, på kreativitet och skapande!

Därför tror jag att det är viktigt att kulturen kommer ALLA till del. Det är så vi skapar ett varmare, mänskligare och roligare samhälle. Genom att bjuda ALLA på kalas, där vi möts, upplever, känner och tänker. Tillsammans.



Mikael Damberg

NÄRINGS- OCH INNOVATIONSMINISTER
OCH KULTURKALASETS INVIGNINGSTALARE



Folkvimmel på Teddys konsert

Kulturupplevelser gör skillnad på riktigt

Efter årets Kulturkalas är det många olika bilder som dröjer sig kvar i minnet och jag påminns dagligen om den fantastiska kulturfestival som vi skapar tillsammans med kulturlivet och alla våra samarbetspartner. Det är nya möten mellan människor, barn som knappt kan bärga sig av alla spännande aktiviteter på Barnens Kulturkalas, publikens jubel under konserterna och de där glansiga, lyckliga ögonen som möter mig efter en kulturupplevelse. Ögon som talar sitt tydliga språk och utan ord beskriver det oändliga i vad en konstnärlig upplevelse betyder för oss människor. Den ger oss igenkänning, den berör oss, får oss att le och andas på ett annat sätt. Vi kan andas in vår omgivning och reflektera över den.

Kulturkalaset är detta och mycket mer. En folkfest och ett Kulturkalas för alla som var och en har en helt egen bild av Kulturkalaset.

Förändringarna 2017

Inför arbetet med årets Kulturkalas stod vi inför andra utmaningar än de vi vant oss vid under de senaste åren. Kulturkalaset's budget krymptes och tiden att få klart ett fullständigt program blev knapp. Resultatet blev en dags kortare festival och att vi fick ta bort festivalplatsen Packhuskajen, scenen på Kungstorget, varietéartisterna på Kungssportsplatsen och Tordenskiöldarna från Danmark med det stora sjöslaget på kajen vid GöteborgsOperan.

Trots detta och tack vare alla våra samarbetspartners stora engagemang lyckades vi göra det bästa möjliga, det blev 1143 programstarter. Drygt 100 av dessa finansierades och bokades i sin helhet av Kulturkalaset. De resterande 1043 programstarterna skapades av, och genom, alla våra samarbeten med kulturlivets aktörer och våra partner ur näringslivet. Det blev oerhört tydligt att alla ansträngde sig så att det minskade ekonomiska utrymmet inte skulle få alltför stora konsekvenser för besökarna.

51% av göteborgarna

1,1 miljoner besök gjordes på årets Kulturkalas. I början på sommaren presenterade SOM-institutet vid Göteborgs universitet sin undersökning för 2016 (se sidan 11) som visar att 51% av Göteborgs invånare besöker Kulturkalaset, det vill säga 280 600 göteborgare. Vår egen besöksundersökning bland årets Kulturkalasbesökare visar att 67% av besökarna bor i Göteborg, 19% i Västra Götaland, 10% kommer från övriga Sverige och 5% från utlandet. Det är tydligt att Kulturkalaset uppfyller sitt uppdrag, som i grunden kommer från Göteborgs Stad, om att bidra till ett varmare, mänskligare och roligare samhälle.

Utmana hållbarhetsbegreppen

Kulturkalaset har under de senaste tre åren intensifierat sitt arbete med att hitta metoder för att uppnå Göteborg & Co:s målbild att vara en internationell förebild genom att utmana hållbarhetsbegreppen i alla delar. Kulturkalaset's hållbarhetsarbete är både prisat och erkänt, och festivalen ses som en förebild av många.

Fokus har legat på social hållbarhet med metoder för att uppnå jämställdhets-, mångfalds- och tillgänglighetsmålen. Utgångspunkten är kulturfestivalen och det konstnärliga uttrycket. Ekonomisk och ekologisk hållbarhet har Kulturkalaset arbetat med under längre tid och även här är arbetet mycket framgångsrikt.

Integration genom kultur

Göteborgs Stad har ett prioriterat budgetmål att vara en jämlik stad. I arbetet för ett Jämlikt Göteborg lyfts segregationen och hur stadens invånare påverkas av detta. SOM-institutet kartlägger bland annat svensk opinionsbildning och det svenska folkets vanor och attityder. Enligt deras senaste undersökning är integrations-/immigrationsfrågan den viktigaste samhällsfrågan både i Göteborg (32%) och i Sverige (45%). Integration är en av de största utmaningarna som vårt moderna samhälle står inför.

Kulturkalaset får invånare som annars aldrig åker till centrum att ta sig dit. Denna växelverkan är avgörande eftersom segregationens cementerande mekanismer får människor att inte ta sig utanför sina trygghetszoner, sitt bostadsområde och sin stadsdel. Den centrala staden har en stor betydelse för hur vi invånare identifierar oss med vår egen stad och stadens gemensamma historia, platser och symboler. Kulturkalaset får invånarna att ta sig från sina bostadsområden och lära känna sin stad.

Murar har rivits mellan skolbarn

Kulturkalaset har under tre år fått över 2000 barn och ungdomar att mötas över sina stadsdelsgränser genom kompisklasser. Tillsammans med Mosaikfabriken har barnen och ungdomarna skapat mosaik som utsmyckning på centrala torg och i tunnlar. Resultatet är slående.

Barnen och ungdomarna har lärt känna varandra och på så sätt rivit de murar som finns mellan dem. De har fått gemensamma referenser, de har samarbetat och skapat tillsammans, de har bytt erfarenheter och fått sätta avtryck i sin gemensamma stad. Avtryck som i sig gett dem tillhörighet och identifikation med staden. Kulturkalaset har bidragit med denna erfarenhet som en metod i arbetet med ett Jämlikt Göteborg på Social resursförvaltning. Förhoppningen är att arbetet med kompisklasser ska implementeras och systematiseras i grundskolan.

Fler gör kulturbesök

I Göteborg handlar integration om delaktighet, identifikation och tillhörighet. Den handlar inte om att göra avkall på sin identitet, utan att förstå sin omvärld, bli förstådd och kunna ta del av och vara en del i det gemensamma samhället. Segregationen förhindrar detta. Ett av Kulturkalaset's mål har under lång tid varit att öka intresset för kultur hos besökarna och på så sätt få antalet kulturbesök över året att öka. 2014 formulerade Kulturkalaset hur nya målgrupper skulle nås och hur detta även kan resultera i ökad integration.

Förslaget var att rikta sig till den största språkgruppen efter svenska, för att nå många av de nyanlända som kom till Sverige och Göteborg i samband med den stora flyktingvågen i Europa. En arabisk superstjärna skulle bokas. Göteborg & Co anslog extra medel under det första året och ville också undersöka möjligheterna att förädla en sådan artistbokning för att bredda utbudet på konserterna på Ullevi.

2015 bokades superstjärnan Elissa som drog en publik på 35 000 till Kulturkalaset's stora scen på Götaplatsen. 2016 finansierades konserten med världsstjärnan Najwa av Näringslivsgruppen Göteborg & Co, Kulturnämnden i Västra Götalandsregionen och Liba bröd. 2017 års satsning blev ännu en superstjärna, Nawal El Zoghbi, som finansierades av Kulturnämnden i Västra Götalandsregionen och Näringslivsgruppen Göteborg & Co med stöd av Clarion Hotel Post.

Genom de senaste tre årens satsning på arabiska artister ser vi nu en markant skillnad på besökarnas benägenhet att göra fler kulturbesök över året, jämfört med tidigare år. Vi har nått helt nya målgrupper genom denna satsning, målgrupper som annars aldrig tar sig till Kulturkalaset och kanske aldrig till stadens centrum. Kulturbesöken gör invånarna delaktiga och de tar dessutom del av samhället. De möter nya människor, använder språket och utvecklas som individer.

Våra resultat

Min förhoppning är att den här rapporten ska ge en större inblick i Kulturkalaset's målinriktade arbete och hur Kulturkalaset har gjort skillnad på riktigt. Vi har fortsatt vårt framgångsrika hållbarhetsarbete och nått nya höga mål inom både den sociala och den ekologiska hållbarheten. Vi har även i år lyckats mycket bra med jämställdhetsarbetet, och integrationsarbetet har nått nya höjder. Allt detta och mycket mer finns samlat i rapporten.

Tack till Mia och Emma

Jag vill rikta ett stort och varmt tack till Mia Samuelsson, konstnärlig ledare och Emma Rygielski, programproducent för Barnens Kulturkalas som nu gått vidare till nya utmaningar. Deras insatser för Kulturkalaset är ovärderliga. Tack!

Givetvis vill jag även rikta ett stort och innerligt tack till alla andra kollegor, medarbetare, volontärer och samarbetspartner som gjort Kulturkalaset möjligt.



Tasso Stafilidis
VERKSAMHETSANSVARIG
GÖTEBORGS KULTURKALAS
GÖTEBORG & CO



51% av alla göteborgare besökte Kulturkalaset 2016

Varje år sedan 1986 genomförs undersökningar av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Syftet är att kartlägga svensk opinionsbildning och att belysa hur svenska folkets vanor och attityder förändras över tid. Under hösten 2016 genomfördes undersökningen i Göteborg. Syftet med SOM-undersökningen i Göteborg är att följa utvecklingen i staden och bland stadens invånare fram till 400-års jubileet 2021.

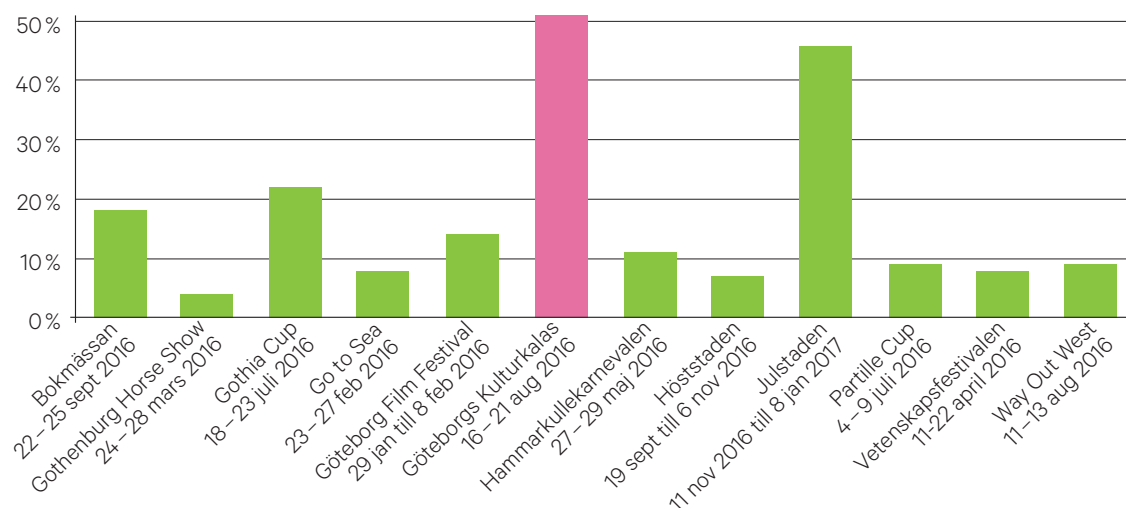
SOM-institutet ställde frågor om ett antal evenemang i Göteborg och Kulturkalaset sticker ut på flera områden. Undersökningen visar att 51% av göteborgarna besökte Kulturkalaset 2016. 55% av kvinnorna i Göteborg besökte Kulturkalaset och 47% av Göteborgs män.

57% av 16–29-åringarna i Göteborg besökte Kulturkalaset, 51% av 30–49-åringarna, 53% av 50–64-åringarna och 44% av 65–85-åringarna. 42% av göteborgarna med låg utbildningsnivå besökte Kulturkalaset, 52% av de med medel-låg utbildning, 51% av de med medelhög utbildning och 53% av de med hög utbildning. 51% av göteborgarna med svensk bakgrund och 57% av göteborgarna med utländsk bakgrund besökte Kulturkalaset.

Ungefär lika stor andel av de boende i Göteborgs stadsdelar besökte Kulturkalaset. 47% av de boende i Angered besökte Kulturkalaset, 50% i Östra Göteborg, 53% i Örgryte-Härlanda, 62% i Centrum, 53% i Majorna-Linné, 47% i Askim-Frölunda-Högsbo, 46% i Västra Göteborg, 44% i Västra Hisingen, 53% i Lundby och 48% i Norra Hisingen besökte Kulturkalaset.

Andel göteborgare som besökte olika evenemang 2016

Källa: SOM-undersökningen i Göteborg 2016





Matti Ollikainen tolkar sin fars låtar med femmannabandet WAO



Beatrice Eli på Götaplatsen



Sarah Riedel och Kristina Lugn väver samman nyskriven musik och poesi



Modern indisk folkmusik med Barmer Boys



Finsk balkantango med Jaakko Laitinen och Väärä raha



Arvingarna med Lotta Engberg

Kulturkalaset bidrar till ett varmare, mänskligare och roligare samhälle

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

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

Målgruppen är alla. Det är viktigt att förstå att definitionen av "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 är också Kulturkalasets medverk-

ande, leverantörer, partner och medier 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. Göteborgs Kulturkalas ger besökarna möjlighet att "säga hej" till någon de aldrig tidigare träffat, klappa takten till samma låt och dela ett litet ögonblick.

På Göteborgs Kulturkalas, där vi skrattar, förundras, äter och skapar minnen tillsammans, kan vi upptäcka varandra på nytt. Det är folkets Kulturkalas – en festival för alla människor och för all sorts kultur.



**Anssi Pulkinens konstverk Street View (Reassembled)
med resterna av ett förstört syrianskt hem**



Majlis Carlsson

21 aug.

Kulturkalaset var fantastiskt! Härligt att se så många glada människor gå man ur huse! Så mycket trevligt att välja mellan både för barn och vuxna! Karnevalen var en höjdpunkt, flera otroligt fina uppträdanden i Cirkustältet och massor att göra för barnen i Trädgårdsföreningen! ♥



Tropiskt familjedisco på festivalplatsen Palmhuset i Trädgårdsföreningen

42 festivalplatser

Med 42 festivalplatser (55 festivalplatser 2016) sprider Göteborgs Kulturkalas ut sig från Liseberg och Världskulturmuseet i söder till GöteborgsOperan och Kajskjul 8 på Packhuskajen i norr. Alla festivalplatser bildar tillsammans ihop evenemanget och skapar ett enda stort kulturkalas.

På grund av en minskad budget, användes i år färre platser än tidigare år och vissa festivalplatser användes på nya sätt. 2016 hade evenemanget två tält i Bältespännarparken och en stor scen på Kungstorget. I år togs scenen på Kungstorget bort och det stora tältet i Bältespännarparken flyttades dit. Det kvarvarande mindre tältet i Bältespännarparken byttes ut mot ett större.

Festivalplatsen Packhuskajen ersattes med dansbandskonserter på Kajskjul 8 och Valand. Scenen på Basargatan

togs bort och festivalplatsen för cirkus- och varietéartister på Kungsportsplatsen blev en gatumusikantplats.

Årets nya festivalplatser

På Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen var den stora nyheten området 10+ för alla barn över 10 år. Där fanns bland annat poesiskola, retrospelsmessa, animation och karaoke.

En annan nyhet i år var Green Corner i Bältespännarparken. Green Corners fokus är den hållbara matens möjligheter och hela området var ett samarbete mellan Göteborgs Kulturkalas, Stadsnära Odling och GreenhackGBG.

Tidigare år har inomhusbio visats på Biograf Göta. 2017 utökades samarbetet med SF Bio och det visades film på alla SF Bios tre biografer i Göteborg.



- | | | | | |
|---------------------------------|---------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| 1 Alfons Åbergs Kulturhus | 10 Clarion Hotel Post | 19 Göteborgs Remfabrik | 28 Kungstorget | 37 Stadsbiblioteket |
| 2 Basargatan | 11 Dicksonska Palatset | 20 Göteborgs stadsmuseum | 29 Landsarkivet | 38 Stora Teatern |
| 3 Biograf Göta | 12 Filmstaden Bergakungen | 21 Göteborgs Stadsteater | 30 Liseberg | 39 Stora Teatern-området |
| 4 Bioplatset | 13 Gustaf Adolfs Torg | 22 GöteborgsOperan | 31 Lorensbergsteatern | 40 Trädgårdsföreningen |
| 5 Brewhouse | 14 Götaplatsen | 23 Jussi Björlings plats | 32 Nordstan | 41 Valand |
| 6 Brunnsparcken | 15 Göteborgs Domkyrka | 24 Kanalortet | 33 Nya Allén 1 | 42 Världskulturmuseet |
| 7 Bältespännarparken | 16 Göteborgs Konserthus | 25 Kronhusgården – Kronhusparcken | 34 Kajskjul 8 på Packhuskajen | |
| 8 Carolus Dux | 17 Göteborgs Konsthall | 26 Kungsportsavenyn 18 | 35 Rådhuset | |
| 9 Charles Felix Lindbergs plats | 18 Göteborgs konstmuseum | 27 Kungsportsplatsen | 36 S/S Marieholm | |

Kulturkalaset som plattform för kulturlivet

Tack vare alla ambitiösa och kunniga representanter från kulturlivet, och kulturlivets samlade insatser, blir Göteborgs Kulturkalas en bred, viktig och omfattande kulturfestival. Av de 1143 programstarter som presenterats står kulturlivet och andra samarbetspartner för de flesta, 1043.

Kulturkalaset breda program visar vilken viktig samverkansplattform festivalen är för kulturlivet, men också att Kulturkalaset inte skulle kunna erbjuda den bredd och mångfald utan den samverkan som byggts upp under lång tid. Kulturkalaset bygger en infrastruktur som möjliggör alla samarbeten och samordnar det stora programmet.

Kulturlivet i Göteborg och Västra Götaland

Göteborgs Stad och Västra Götalandsregionen finansierar såväl kulturinstitutioner och det fria kulturlivet i Göteborg och i Västra Götaland. Kulturkalaset är ett skyltfönster för kulturlivet och ett medel för att öka tillgängligheten på konst och kultur. Besöksundersökningarna visar att Kulturkalaset ökar besökarnas intresse att göra fler kulturbesök under året. Likaså är tendensen tydlig att publikgrupper som tidigare gjort få eller inga kulturbesök under året, nu har ökat antal kulturbesök.

Spets och bredd

Spets och bredd är värdeord hämtade ur Kulturkalaset verksamhetsplan för de kulturupplevelser besökarna ska erbjudas. Att erbjuda ett program med både spets och bredd är en stor utmaning på grund av begränsade ekonomiska resurser, men det möjliggörs genom samarbeten. Tillsammans med samverkanspartner kan Kulturkalaset erbjuda en mångfald av program som ska kunna attrahera alla besökare.

Kulturstrategierna i Göteborg och Västra Götalandsregionen

Invånarna i Göteborg och Västra Götaland, samt alla turister, ges på Kulturkalaset möjlighet att uppleva ett pluralistiskt och brett utbud av kultur. Även för de besökare som redan är konstnärligt och kulturellt insatta ger programutbudets bredd fantastiska möjligheter till helt nya och oväntade upplevelser och konstnärliga möten.

Kommunfullmäktige i Göteborg har antagit ett kulturprogram och Regionfullmäktige i Västra Götalandsregionen har antagit en kulturstrategi. Gemensamt är att mål formulerats kring konstpolitik, kulturpolitik och kulturplanering. Målen lyfter bland annat vikten av att främja delaktighet, interkulturell dialog, internationalisering, nyskapande och människors lust och motivation att ta del av, och utöva, kultur.

Kulturkalaset är ett medel för att Göteborgs Stad och Västra Götalandsregionen ska uppnå de kulturstrategiska och kulturpolitiska målen. Enligt Kulturkalaset besöksundersökningar är måluppfyllelsen mycket hög. Kulturlivet i regionen har ingen annan samverkansplattform som är lika bred som Kulturkalaset.

Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen

En av Kulturkalaset viktigaste verksamheter är Barnens Kulturkalas för familjer och barn från noll till 15 år. Hela Trädgårdsföreningen fylldes med 350 spännande saker att göra. Årets nyhet var ett område för barn i åldersgruppen 10+. Där fanns många olika aktiviteter, till exempel tech-art, poesiskola med Vic Vem, VR-lounge, gatukonst och fotobås.

Barnens Kulturkalas hade generösa öppettider med tanke på skolstarten i slutet av veckan, onsdag till lördag klockan 12–19.30 och söndag klockan 12–18. Barnens Kulturkalas hade 124 500 besök vilket är, likt tidigare år, högt.

Så påverkades programmet 2017

Årets budgetförändringar resulterade i en minskning av Kulturkalaset programbudget, från 7,381 miljoner kronor 2016 till 4,930 miljoner kronor 2017.

Budgetförändringen påverkade programmets bredd och spets eftersom programmet på följande scener togs bort:

- Kungstorgets mellanstora scen
- Packhuskajens dansbana
- Sjöslaget vid GöteborgsOperans kaj
- Varietéprogrammet på Kungssportsplatsen

En del av programmet räddades kvar genom att samverkanspartner bokade in det på sina scener, men varietéutbudet och sjöslaget fanns inte med i programmet.

De som öppet visade sitt missnöje med förändringarna är framförallt dansbandspubliken som var besvikna över att festivalplatsen Packhuskajen togs bort. Många har hört av sig genom sociala medier, e-post och namninsamlingslistor för att protestera och kräva tillbaka dansbanan på Packhuskajen. Trots att dansbanan togs bort, hade Göteborgs Kulturkalas ett brett utbud av dansbands- och dansmusik, tack vare samarbete med Kajskjul 8, Valand och Liseberg. Dessutom bokades en stor dansbandsakt till scenen på Götaplatsen på invigningsdagen.

En annan viktig aspekt av budgetförändringen är att bokningsprocessen försenades. Detta påverkade möjligheten till bokningar av vissa stora publikdragande akter.

Familjen Kaos på den
nya Tältscenen på Kungstorget



[mrgillis @gbg_kulturkalas](#)

21 aug.

Grymt bra kalas. Bästa stadsfesten i landet
i bästa staden. Kämpa på ❤️❤️❤️



Kulturlabbets Poporkester
med konserten Solen, stark, i rygg



Rockkonsert för barn med Bröderna Lindgren



Geetha Chandran på
den indiska kultur-
festivalen Namaste



Glädje och dans på
Disco Arabica

Göteborgs Symfonikers
nya chefsdirigent
Santtu-Matias Rouvali
på årets Popical





Nawal El Zoghbi @nawalelzoghbi 19 aug.

احلى جمهور...احلى حفل بالسويد الليلة ليلة من العمر 😊❤️
#sweden #gothenburg #nawalelzoghbi
#summer2017 #concert
Svensk översättning: Finaste publik...
Konserten i Sverige var min finaste. Finaste kvällen i mitt liv. 😊❤️

Nawal El Zoghbi på Kulturkalaset

För tredje året i rad uppträdde en världskänd arabisk artist på Götaplatsen. I år bokades den libanesiska stjärnan Nawal El Zoghbi. Tidigare år har Najwa Karam och Elissa lockat en stor och, för Kulturkalaset, till stor del ny publik.

Nawal El Zoghbi är med 50 miljoner sålda skivor och en 30 år lång karriär en av de största och mest etablerade artisterna inom orientalisk musik. Nawal El Zoghbi började sin karriär som 15-åring och släppte sitt första album i Libanon 1992. Senare flyttade hon till Egypten där hon fortsatte sin karriär.

Konserten med Nawal El Zoghbi finansierades utanför Kulturkalasetts ordinarie budget och möjliggjordes tack vare Kulturturnämnden i Västra Götalandsregionen och Näringslivsgruppen Göteborg & Co med stöd av Clarion Hotel Post. Utan engagemang och stöd från finansierarna hade konserten inte kunnat genomföras.

Varför boka en arabisk artist igen?

Göteborgs Kulturkalas beslutade att under tre år undersöka möjligheterna och effekterna av att boka stora, arabiska stjärnartister. Förhoppningen var att nå nya målgrupper, minska segregationen och öka invånarnas identifikation till sin stad Göteborg. Det var viktigt att skapa reella möjligheter till integration även för invånarna i Västra Götaland. Valet att boka en arabisk artist beror på att arabiska är den största språkgruppen i Göteborg efter svenska och det största språket bland nyanlända i Västra Götaland.

Besökare från USA, Tyskland och Umeå

Konserten på Götaplatsen den 19 augusti klockan 21.30 lockade en stor publik på cirka 25 000 personer. Bland publiken genomfördes 230 intervjuer som tillsammans med Kulturkalasetts riktade kommunikationsarbete gav en bra bild av publiken.

Enligt publikundersökningen var 73% av Nawal El Zoghbis publik göteborgare, 19% var från övriga Västra Götaland, 7% från övriga Sverige och 1% från utlandet. De som inte bor i Göteborg reste i genomsnitt 125 km tur och retur för att besöka Kulturkalaset.

30% av Nawal El Zoghbis publik angav hennes konsert som det huvudsakliga skälet till att besöka Kulturkalaset och 33% av turisterna på konserten besökte Göteborg på grund av hennes konsert.

Publiken kom bland annat från USA, Kanada, Tyskland, Frankrike och Belgien. Från Sverige kom besökare från exempelvis Malmö, Stockholm, Sundsvall och Umeå.

41% av publiken hade arabiska som modersmål

Göteborgs Kulturkalas nådde med Nawal El Zoghbi en målgrupp som Kulturkalas annars inte når. 41% av publiken på Nawal El Zoghbis konsert hade arabiska som modersmål, jämfört med 3% av Kulturkalasetts övriga besökare. 45% av hennes publik hade svenska som modersmål, en ökning från 31% förra året. Att andelen med svenska som modersmål ökat, betyder att Kulturkalaset lyckats få en bra blandning på publiken. Ur ett integrationsperspektiv är detta såklart mycket lyckat.

Publikundersökningen visar att 20% av Nawals publik var på både Elissas konsert 2015 och Najwa Karams konsert 2016. Av besökarna som var på alla tre konserter hade 73% arabiska som modersmål, 16% svenska och 10% kurdiska.

Jämfört med övriga kulturkalasbesökare från Göteborg bor en större andel av Nawal El Zoghbis publik i Angered, Norra Hisingen, Västra Göteborg och Östra Göteborg.



Linda Ucar Saade

20 aug.

Tack alla som varit med och arrangerat denna konserten. Allt var magiskt bra. Hon levererade och publiken var i extas. Ser fram emot nästa års artist. Tusen tack



Ingrid Larsson

20 aug.

Vilken bra sångerska hon är! Jag har inte förstått ett ord hon har sjungit men musik är som tur är ett internationellt språk med känsla och då behöver man inte förstå exakt vad Nawal, i detta fall, sjunger. Jag är väldigt överraskad och glad för denna nyupptäckta stjärna för mig. Tack Nawal El Zoghbi och Göteborgs kulturkalas för att jag fick vara med om detta.





spridits i över 700 andra Facebook-grupper som tillsammans har över 7 miljoner medlemmar. Kulturkalaset har också satt upp affischer på bland annat asylboenden, skolor med vuxenutbildning, arabiska kaféer och butiker.

Nawal El Zoghbi i media

Det mediala genomslaget av Nawal El Zoghbis konsert var mycket stort och spreds lokalt, nationellt och internationellt. Störst var det internationella genomslaget i arabisk-språkig media. 54 arabiskspråkiga medier har nämnt Nawal El Zoghbis konsert eller Kulturkalaset. Dessa medier har tillsammans nått 71,6 miljoner följare, tv-tittare och radiolyssnare. Bland annat rapporterades att publiken dansade och sjöng med och att de kunde både hennes äldre och nyare låtar utantill.

Fler kulturbesök

Tidigare år har den arabiska artistens publik skilt sig från Kulturkalaset totala besökare genom att de i mycket större utsträckning aldrig gjort andra kulturbesök under året. I år finns inte längre denna skillnad. 11% av Nawal El Zoghbis publik gör inga andra kulturbesök, jämfört med 8% av Kulturkalaset övriga besökare. 2016 gjorde 40% av Najwas publik inga andra kulturbesök under året. Skillnaden jämfört med förra året är markant och den visar att en förändring skett. Publiken till de arabiska artisterna har ökat sina kulturbesök drastiskt. De tar del av fler program-punkter och gör fler kulturbesök under resten av året.

Värdet av de arabiska artisternas konserter är mycket större än det som kan beskrivas här. Allt pekar på att Kulturkalaset nått nya målgrupper genom satsningen på arabiska artister, målgrupper som annars aldrig tog sig till Göteborgs Kulturkalas och kanske aldrig till stadens centrum.

Det mesta tyder på att artisternas dragningskraft gjort att Kulturkalaset nått nya målgrupper från hela Västra Götaland. Detta har skapat en växelverkan mellan Göteborgs innerstad och förorterna samt bidragit till att öka integrationen och därigenom minska segregationen.

Att nå arabiskspråkiga målgrupper

Kulturkalaset har riktat marknadsföring mot arabiskspråkiga i flera kommunikationskanaler, men sociala medier har haft en central position. Kulturkalaset arabiskspråkiga Facebook-grupp Mahragan Gothenburg Al Thqafy har drygt 10 000 medlemmar och information om Nawal har

Den mediala genomslagskraften har resulterat i att Göteborg och Västra Götaland har exponerats på ett mycket positivt sätt i arabiskspråkig media.

	Publikstatistik			
	Elissa 2015	Najwa 2016	Nawal 2017	Övriga 2017
Besökare				
Kvinna	66%	58%	55%	59%
Man	34%	40%	43%	40%
Annat	0%	2%	2%	1%
Genomsnittsålder	28 år	26 år	36 år	40 år
Modersmål				
Svenska	45%	31%	45%	85%
Arabiska	38%	59%	41%	3%
Övriga språk	17%	10%	14%	12%
Kulturfrekvens				
0 gånger	30%	40%	11%	8%
1-2 gånger	33%	25%	39%	24%
3-5 gånger	25%	11%	28%	33%
6-9 gånger	3%	6%	7%	13%
10 eller fler	9%	18%	15%	22%
Ökat intresse för fler kulturbesök	67%	61%	57%	36%



Um Omar Eman

22 aug.

Det var första gång för mig på kulturkalaset men det var super fantastisk..altvar mycket bra.. tusen tack för ni och för alla personer som jobbade på..



Erica Johnson @wontbefound

20 aug.

First night in Sweden and I saw a folk artist, a Mapuche band, a Lebanese pop artist, and a metal band. Thanks #kulturkalaset!

De romska bröderna Nicolo
och Marius från Rumänien
lärde ut korgflätning



Hållbarhet ur 3 perspektiv

Göteborg & Co:s målbild enligt affärsplanen 2015-2017 är att Göteborg ska vara norra Europas ledande hållbara evenemangsstad.

Ekologisk hållbarhet

Göteborgs Kulturkalas arbetar engagerat och målinriktat med ekologisk hållbarhet och är sedan flera år ett miljö-diplomerat evenemang. Kulturkalaset använder miljöledningssystemet Svensk Miljöbas vilket kontrolleras av Göteborgs Stads miljöförvaltning.

För att bli miljödiplomerad krävs ett systematiskt hållbarhetsarbete och att evenemanget uppfyller ett antal miljökrav. Till exempel kontrolleras och anpassas livsmedel, transport, inköp, avfall och organisation. Det är även viktigt att välja rätt el och Kulturkalaset drivs självklart av 100 % förnyelsebar och miljömärkt el.

Göteborgs Kulturkalas hållbarhetsarbete präglar hela organisationen där alla involverade bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete och arbetar enligt hållbarhetspolicyen.

Miljökrav på matförsäljare

De som säljer mat på Göteborgs Kulturkalas måste uppfylla ett flertal miljökrav. Miljökraven kontrolleras genom en internrevision och en extern revision utförd av Göteborgs Stads miljöförvaltning.

Några av miljökraven på matförsäljarna är att:

- Matförsäljarna ska använda minst fem ekologiska produkter som tillsammans utgör minst 30 % av den totala mängden mat.
- Fisk och skaldjur ska komma från hållbara bestånd.
- Allt kaffe är ekologiskt och rättvisemärkt och all mjölk är ekologisk.
- Matförsäljarna erbjuder minst ett vegetariskt alternativ.
- Samtliga engångsartiklar är miljömärkta och rengöringsprodukter är miljöanpassade.

Nytt för i år var att all mat som Göteborgs kulturkalas serverar personal och samarbetspartner är vegetariskt.

Green Corner - nytt område i Bältespännarparken

En annan nyhet för i år var Green Corner, ett helt nytt område med fokus på gröna matupplevelser, odlingsinspiration och den hållbara matens möjligheter. Ambitionen med området är att det ska vara en självklar plats för lokala aktörer, hållbar mat och inspiration för besökarna.

Kranmärkt evenemang

För att ta ställning för en bättre miljö och inspirera andra att också välja kranvatten är Göteborgs Kulturkalas kranmärkt.

Det innebär bland annat att vattenstationer där besökare kan fylla sin vattenflaska med kranvatten upprättas. I år har Göteborgs Kulturkalas förbjudit all försäljning av buteljerat vatten och tillsammans med förvaltningen Kretslopp och vatten har antal vattenstationer utökats.

Miljömärkta trycksaker

För kampanjaffischer, programtidning och övriga trycksaker används miljömärkt papper. Exponeringsmaterial från tidigare år har sparats och återanvänts. I de fall nytt exponeringsmaterial trycks har det i möjligaste mån utformats för att kunna användas flera år. Göteborgs Kulturkalas strävar efter att minska onödiga trycksaker och har bland annat ett förbud mot utdelning av flygblad.

Satsning på avfallshantering

Avfall vid evenemang är generellt en stor utmaning och Göteborgs Kulturkalas prioriterar att varje år försöka minska avfallet och öka sorteringsgraden. I år sorterades 46 % av Kulturkalasets avfall, vilket är ett resultat av en tidskrävande, samlad och samordnad kraftanstängning.

	2015	2016	2017
Andel sorterat avfall	7%	35%	46%

För att minska användningen av engångstallriker fick besökare rabatt på maten om de hade med sig egen matlåda.

Besökarnas färdmedel

Enligt besöksundersökningen tog sig majoriteten av göteborgarna till Kulturkalaset till fots, med kollektivtrafik eller cykel. I år har den siffran gått upp till 88 % jämfört med 85 % förra året. Även en stor del av turisterna åker med kollektivtrafik för att ta sig till kalaset. 34 % av turisterna tar tåget till Kulturkalaset, 28 % åker bil och 7 % flyger.

Social hållbarhet

Kulturkalaset har under de senaste åren ökat intensiteten i det sociala hållbarhetsarbetet med fokus på mångfald, jämställdhet och tillgänglighet. Göteborgs Kulturkalas arbetar systematiskt och tar fram metoder och mål. Arbetsättet utvecklas löpande och Kulturkalaset delar med sig av sin kunskap och erfarenhet till andra.

Könsfördelningen på scenerna är jämn, men det innebär inte att Kulturkalaset inte kan göra mer ur ett jämställdhetsperspektiv. Bland annat borde andelen av programbudgeten som går till kvinnor respektive män mätas. Idag saknas en bra metod för att mäta hur ersättnings fördelas mellan könen, eftersom Kulturkalaset räknar det faktiska antalet män och kvinnor som medverkar, istället för att uppskatta könsfördelningen utifrån om akterna är mans- eller kvinnodominerade.

Samarbete över stadsdelsgränserna

Kulturkalaset försöker att bidra till att minska segregationen i Göteborg och ett exempel samarbetet med Mosaikfabriken fortsatt. Under våren 2017 besökte Kulturkalaset 20 skolor och fick över 1 000 skolelever från olika stadsdelar att mötas, lära känna varandra och skapa bilder i mosaik tillsammans. Mosaikkonstverken som eleverna gjorde pryder tre gångtunnlar runt om i staden; en tunnel i Biskopsgården, en i Angered och en vid Ullevi i centrum. Nytt för i år är att de skolor som haft aktiviteter ihop blir kompisklasser som förhoppningsvis håller kontakten och har fler utbyten av varandra.

Kulturkalaset har besökt stadsdelsfestivalerna Biskopsgårdens dag och Gårdstensdagen, även då med aktiviteten att skapa i mosaik.

En trygg och viktig mötesplats

På Kulturkalaset kan människor mötas och uppleva saker tillsammans. Besöksundersökningen bekräftar att atmosfären, stämningen, folkfesten och samhörigheten är det som i högst grad framhålls som det bästa med Kulturkalaset. Kulturkalaset uppfattas som en plats som underlättar för människor att mötas och Kulturkalaset gör staden tryggare. Under 2017 års Kulturkalas förekom, liksom de senaste åren, få polisutryckningar.

På Kulturkalaset ska ingen känna sig exkluderad på grund av kön, etnicitet, funktionalitet, sexuell läggning, könsidentitet/-uttryck, religion eller ålder. I största möjliga mån skapas fysisk tillgänglighet som exempelvis läktare för rullstolar och syn- och teckenspråkstolkning.

Medvetet programutbud

En av Kulturkalaset största styrkor är att det på festivalplatserna finns ett blandat programutbud som skapar en rörelse bland besökarna. Blandningen av artister och uttryck ska vara så heltäckande och inkluderande som möjligt. Inte minst kulturinstitutioners och fria grupper medverkan bidrar starkt till att programutbudet blir mångfacetterat och håller hög kvalitet. Detta tillsammans med begränsad alkoholserving är ett framgångsrecept för en lugn och trygg festival.

Bredden i Kulturkalaset utbud är en av de aspekter som nämns som en av de bästa sakerna med Kulturkalaset i besöksundersökningen. 72% anger att bredden är bra eller mycket bra. 83% svarar att det finns något för alla. Besöksundersökningen visar att 36% av besökarna säger att de har fått en ökad lust att besöka Göteborgs kulturliv efter sitt besök på Kulturkalaset.

Hållbar arbetsmiljö

Med många medverkande på och bakom scenerna, externa leverantörer, matförsäljare och samarbetspartner etcetera är Kulturkalaset en arbetsplats för många, utöver de som är anställda på Kulturkalaset genom Göteborg & Co. I år har arbetsmiljön förbättrats för att de som arbetar med Kulturkalaset och besökarna ska känna sig trygga. Satsningen har möjliggjorts tack vare ett partnerskap med företaget Melicon. De har stärkt Kulturkalaset personal och ansvarat för arbetsmiljöfrågor, logistik och planering samt varit ett generellt stöd för ett hållbart genomförande. Kulturkalaset ska föregå med gott exempel och därför kommer höga krav att ställas på leverantörer och samarbetspartner även fortsättningsvis. Samarbetet med Melicon har varit lyckat och det har resulterat i att Kulturkalaset varit en bättre och mer hållbar festival ur ett arbetsmiljöperspektiv.

Våra värdar och volontärer

Kulturkalaset samarbetar med Team Göteborg när det gäller volontärer. Det är ett socialt projekt där unga människor engageras i stadsangelägna evenemang så att de får erfarenhet och meriter som förbättrar deras förutsättningar att komma ut i arbetslivet.

Tillsammans talade volontärerna i Team Göteborg 18 olika språk, vilket gör festivalen mer tillgänglig. Genom ett samarbete med föreningen Passalen hade unga med olika funktionsvariationer möjlighet att vara värdar.

Ekonomisk hållbarhet

Kulturkalaset omsättning var cirka 21,7 miljoner kronor (24,8 mnkr 2016). Göteborgs Stad är den största finansören genom en uppdragsersättning från Göteborg & Co på 11,1 miljoner kronor (13,5 mnkr 2016). Kulturnämnden i Västra Götalandsregionen sänkte sitt bidrag med 500 000 kr till 1 miljon kronor, men anslog särskilda medel till konserten med Nawal El Zoghbi på ytterligare 500 000 kr. Näringslivsgruppen Göteborg & Co bidrog med totalt 800 000 kr varav hälften avsåg delfinansieringen av Nawal El Zoghbi. Kulturförvaltningen i Göteborgs Stad bidrog med 300 000 kr.

Resterande 7,97 miljoner kronor kommer huvudsakligen från sponsorer, både kontantersättningar och värdet av tjänsterna i samarbetsavtalen. Här finns även några mindre kulturbidrag och intäkter för de utställar- och matförsäljningsplatser (1,4 mnkr) som Kulturkalaset upplåter.

Kostnaderna är uppdelade på fem huvudområden: Program 4,93 miljoner kronor (7,38 mnkr 2016), marknadsföring 2,06 miljoner kronor (2,24 mnkr 2016), bygg/scen/teknik 4,99 miljoner kronor (4,83 mnkr 2016), säkerhet 0,88 miljoner kronor (1,06 mnkr 2016) och personal/administration/musikrättigheter 8,81 miljoner kronor (9,35 mnkr 2016).

Kulturkalasets budget ska vara balanserad, underskott ska inte förekomma och eventuellt överskott kan inte sparas till kommande verksamhetsår.

Kulturkalaset är ingen vinstdrivande verksamhet men pengarna används mycket effektivt. Värdet av insatserna från alla kultursamarbetspartner, genom sitt programinnehåll, är inte inräknat utan finansieras av partnerna själva utanför Kulturkalasets budget.

Socialt värde – motsvarande ca 75 miljoner kronor

Det sociala värdet är invånarnas värdering av Kulturkalaset utifrån ett upplevelseperspektiv. Enligt Göteborg & Co:s beräkningar uppgår det sociala värdet till motsvarande cirka 75 miljoner kronor för göteborgarna. Det sociala värdet är varken en ersättning eller ett transaktionsvärde, men det ger en indikation på vad göteborgarna kan tänka sig att betala för upplevelsen av Kulturkalaset. Enligt SOM-institutet besöker 51% av göteborgarna Kulturkalaset, och då motsvarar 75 miljoner ungefär två biobiljetter per besökare.

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 uppdraget 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

Intäkter kan mätas med de arbetstillfällen som skapas, eller den konsumtion som sker i samband med Kulturkalaset. 2017 års mätning visar att 33% av besökarna kom från orter utanför Göteborg, av dessa uppgav 50% att Kulturkalaset var den främsta anledningen att besöka Göteborg.

Ett annat sätt att se på ekonomisk hållbarhet är att mäta nöjdheten för regionen, kulturell förnyelse, ökat intresse och investeringar som görs i staden och regionen som en effekt av positiva evenemang som når alla. I publikundersökningen ger besökarna 5,8 av 7 möjliga poäng för helhetsintrycket av Kulturkalaset. Det motsvarar att 81% tycker att Kulturkalaset är bra eller mycket bra, 10% 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 motsvarar en nöjdhetsgrad på 86%

Även mediebilderna är viktiga för att stärka den immateriella intäkten. Medierapporteringen genomsyrades överlag av den goda stämningen på stan. I förhållande till medias fokus på terrorrisk, beskrevs Kulturkalaset som en trygg, nykter och säker festival.

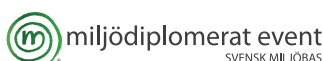
Kostnader

Ett evenemang för också med sig kostnader som måste beaktas. Förutom de medel som kommunen och regionen avsätter gör samhället insatser som bland annat omläggning av spårvagnstrafik, ökad renhållning och uteblivna parkeringsintäkter (på de platser som dessa dagar blir festivalplatser).

Hållbarhetspolicy för Kulturkalaset 2017

Göteborgs Kulturkalas 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.
- En positiv utveckling av samhället och våra intressenter.
- Ett jämlikt Göteborg.
- Att ingen ska exkluderas på grund av kön, etnicitet, funktionalitet, sexuell läggning, könsidentitet och/eller könsidentitetsuttryck, religion eller ålder. Att bryta segregationen och stärka samhörigheten.
- Att våra avtalspartner 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.





Hammarkullekarnevalen
på Avenyn

programtidningar ut tillsammans med Metro. Programtidningen fanns också tillgänglig på knutpunkter som kaféer, bibliotek, turistbyråer och biografer i Västra Götaland. På sista sidan i tidningen fanns information om Kulturkalaset på engelska och arabiska. Programtidningen producerades i samarbete med Metro.

Hemsida

44 424 personer besökte hemsidan under Kulturkalaset första dag och totalt under veckan hade hemsidan 167 473 unika besökare. Antal hemsidesbesökare på Kulturkalaset förstadag har ökat med 6,75 % jämfört med 2016. 77 % av besökarna kom till hemsidan efter att ha sökt på Google.

Bara 20 % av de som besökte hemsidan använde en dator. 72 % använde en mobil och 8 % använde surfplatta. Datoranvändarna stannade nästan dubbelt så lång tid på Kulturkalaset hemsida jämfört med de som använde en mobil.

Sociala medier

De sociala medierna Facebook, Twitter och Instagram har fungerat som både informationskanaler och besöksservice. På Facebook har Kulturkalaset nästan 35 000 gillare och

antal gillare har ökat med 14 % jämfört med 2016.

Detta år har Kulturkalaset satsat extra mycket på Instagram och där har antal följare ökat med 38 % på ett år. För att öka antal följare har Kulturkalaset satsat på marknadsföring i tidningsannonser och inlägg har sponsrats mot för inlägget relevant målgrupp.

	Antal gillare / följare	
	Sept 2016	Sept 2017
Facebook	30 490	34 855
Instagram	2 440	3 364
Twitter	3 142	3 293

Ungdomar bemannade Instagram Stories

Som en del i arbetet att nå personer under 20 år bemannade ungdomar Kulturkalaset konto på Instagram Stories under evenemangets genomförande. Med ett ungdomligt tilltal skildrade de sitt Kulturkalas. Ungdomarna är med i den unga referensgruppen i arbetet inför Göteborgs 400-årsjubileum 2021.



Parham från Göteborg på Götaplatsen

Bilden av Göteborgs Kulturkalas i media

Rapporteringen om Göteborgs Kulturkalas har varit övervägande positiv. Det har ställts frågor om den minskade budgeten i samband med att besked kom och även under genomförandet av Kulturkalaset. Trots detta har den mesta publiciteten varit positiv. Från 1 januari till 31 augusti 2017 gjordes 385 svenska publiceringar där Göteborgs Kulturkalas nämnts, då är inte inslag i radio och tv medräknade. Efter att ha tagit bort pressmeddelanden från olika aktörer blir siffran för publiceringar i svenska medier 351 stycken.

Enligt Retriever uppgick exponeringsvärdets annonsvärde till drygt 14,5 miljoner kronor och antal läsare uppskattades till 45 miljoner.

Kulturkalaset har varit med i tv och radio, både lokalt och på riksnivå. Sveriges Radio P4 Göteborg bevakade Kulturkalaset, bland annat sände de sitt förmiddagsprogram från Bältespännarparken under fredagen. P4 hade också en direktsändande reporter på plats under andra sändningar och de gjorde flera intervjuer. Telegram och inslag från programmen sändes också på radions nyheter. P3 med Amira Brown sände direkt från Kulturkalaset under torsdagen. Kulturnytt i P1 gjorde ett inslag som även publicerades på webben på flera av Sveriges Radios kanalers hemsidor. SVT Nyheter Väst gjorde inslag som sändes lokalt, ett av dessa sändes också rikstäckande på Kulturnyheterna.

Nationell mediabevakning

Kulturkalaset har varit med i riksmidia ett flertal gånger, bland annat i Metro, Svenska Dagbladet, Expressen, Aftonbladet, Dagens ETC, Kulturnytt i P1, P3 Amira Brown och Kulturnyheterna i SVT. På regional och lokal nivå är det främst GP, GT, Sveriges Radio P4 Göteborg, SVT Nyheter Väst, ECT Göteborg och Göteborg Direkt som har bevakat Kulturkalaset. Utanför Göteborg, men i övriga Västra Götaland, har ett 20-tal medier skrivit om Kulturkalaset. I lokala och regionala medier utanför Västra Götaland har ett 30-tal medier nämnt Kulturkalaset.

Kulturkalaset nådde också ut i nationellt täckande medier på andra språk än svenska. Sveriges Radio bevakade på olika språk, Sisuradio gjorde reportage på finska, Radio Romano på romani och Radio Sweden Arabic gjorde flera nyheter på arabiska.

Internationell mediabevakning

Spridningen i arabiska medier har varit stor och uteslutande positiv. Göteborg och Göteborgs Kulturkalas har nämnts och beskrivits i 54 medier (nätbaserade, tv, radio och tryckt media). Av dessa 54 har 14 av dem mellan 1 miljon och drygt 14 miljoner följare på sina Facebooksidor. Den största publiciteten har varit i Egypten, Libanon och Dubai. Förutom att Nawals konsert har bevakats har även verksamhetsansvarige Tasso Stafilidis intervjuats. Intervjun sändes i libanesisk tv och finns även publicerad på en Facebooksida med många inflytelserika följare.

Exempel på teman som lyftes av journalister

Under, och dagarna före, Kulturkalaset handlade bevakningen mycket om programpunkter och de stora artisterna. Samtidigt var mångfald och jämställdhet en röd tråd genom rapporteringen. Något som lyftes var den ekologiska maten och Kulturkalasetets miljö- och hållbarhetsarbete.

Årets minskade budget och dess eventuella påverkan på Kulturkalaset har också intresserat medierna. Kulturnytt i P1 gjorde ett inslag där de jämförde kulturfestivalernas budgetar i Malmö, Göteborg och Stockholm.

Säkerhet, hög polisnärvaro och Kulturkalasetets nära samarbete med polisen, bevakades av medierna. Till viss del berodde det på att polisen var närvarande på pressträffen. Det inträffade en terrorattack i Barcelona under Kulturkalasveckan och då rapporterade medierna igen om säkerheten på Kulturkalaset. Uppmärksamheten blev inte negativ och fick inte heller speciellt stor spridning.



Mål och utfall

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: Spets med bredd, mötesplats, överraskning, glädje, energi och alla sinnen.

Målen har fastställts i festivalens vision och verksamhetsplan av Kulturkalasets samverkansråd. Rådet består av representanter från Göteborg & Co, Kulturförvaltningen i Göteborgs Stad, Koncernledningen Kultur i Västra Götalandsregionen och Näringslivsgruppen Göteborg & Co.

Statistiken bygger på besöksundersökningen som gjorts av HKL Research AB. 2017 genomfördes 745 intervjuer på olika tider och platser på Kulturkalaset. Utöver dessa genomfördes 230 intervjuer i samband med Nawal El Zoghbi konsert och 102 intervjuer med barn mellan 6-12 år som besökte Barnens Kulturkalas.

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:

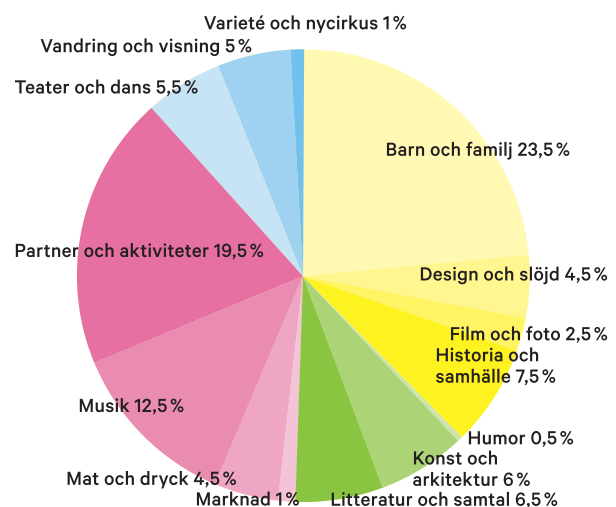
- 1,1 miljoner besök (jmf. 1,5 miljoner besök 2015 och 2016).
- Den genomsnittliga besökaren var 40 år (jmf. 38 år 2016 och 36 år 2015). 59% av besökarna var kvinnor, 40% män och 1% uppgav annat.
- 67% av besökarna var göteborgare (jmf. 69% 2016 och 73% 2015). Alla Göteborgs stadsdelar var representerade bland besökarna.
- Kulturkalaset lockar en bred publik i alla åldrar. 43% av besökarna var 15-35 år. Andelen besökare över 64 år var på årets Kulturkalas ovanligt hög. De senaste fem åren har andelen besökare över 64 år varit 9-12%, men i år var andelen 19%. Samtidigt utgör besökare i åldersgrupperna 36-42 år och 50-56 år en lägre andel än de gjort de senaste fem åren, dock med liten marginal.

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 festivalplatser med ett varierat utbud som genererar nya spännande kulturupplevelser och möten.

Utfall:

- I programmet fanns över 1143 programstarter som spände över många olika genrer: från teater och dans till konst, foto, musik och mat. Exempelvis utgjorde musik 12,5% av programmet, 23,5% av programstarterna tillhörde kategorin barn och familj, och 6% tillhörde kategorin konst och arkitektur. I tårtdiagrammet nedan är inte matförsäljare inräknade.



- Årets Kulturkalas hade jämfört med tidigare Kulturkalas den hittills största variationen när det gäller matkultur. Maten som besökarna kunde köpa hade ett tydligare fokus på lokala aktörer än tidigare, och samtidigt fanns matkulturer från bland annat England, Mexiko, Iran, Italien, Thailand, Somalia, Ghana, Polen, Eritrea, Etiopien, Brasilien och Korea.
- För första gången var alla nationella minoriteter representerade i programmet. Sveriges nationella minoriteter är judar, romer och resandefolk, samer, sverigefinnar och tornedalingar.

- På onsdagen, torsdagen och fredagen kunde besökarna åka guidade bussturer till olika heliga byggnader och rum som används för bön och gudstjänst i Göteborg. Besökarna kunde också åka på stadsodlingssafari i Angered, nordöstra Göteborg och på Hisingen.
- Könsfördelningen bland våra medverkande var 51,4 % kvinnor och 48,6 % män (jmf. 50 % resp 50 % 2016 och 48,5 % resp. 51,5 % 2015). Vi har räknat 2560 av totalt ca 2800 artister (3500 år 2016) på våra scener. Transpersoner och de som inte definierar sig som man eller kvinna är inte synliggjorda i statistiken, eftersom sådan statistik inte kan tas fram genom att enbart räkna.
- På våra scener fanns 5 kulturaktörer med en eller flera artister/konstnärer med olika funktionsvariationer (jmf. 14 aktörer 2016 och 11 aktörer 2015).
- Göteborgs Kulturkalas hade 16 programpunkter som syntolkades och 28 programpunkter som teckenspråkstolkades. Det fanns även prova-på-segling anpassad för personer med olika funktionsvariationer. Götaplatsen och Tältscenen på Kungstorget hade upphöjda publikplatser för rullstol.
- Team Göteborgs värdar kunde tillsammans prata 18 språk och kom från samtliga stadsdelar i Göteborg.

3. Antal/andel besök

Mål: Målet är att 85 % av besökarna ska komma från Göteborg eller övriga regionen, 10 % ska komma från övriga Sverige och 5 % från utlandet.

Utfall:

- Göteborgs Kulturkalas uppfyller målet. Andel besökare från Göteborg och regionen var 85 %, 10 % kom från övriga Sverige och 5 % från utlandet.

	Fördelning besökare				
	2013	2014	2015	2016	2017
Göteborg	54 %	67 %	73 %	69 %	67 %
Övriga VG-regionen	30 %	18 %	19 %	17 %	18 %
Övriga Sverige (exkl. VG-regionen)	9 %	7 %	5 %	6 %	10 %
Utlandet	7 %	8 %	3 %	8 %	5 %

- 50 % av turisterna som besökte Göteborgs Kulturkalas gjorde det primärt för att ta del av Kulturkalaset (56 % 2015 och 2016).
- Enligt publikundersökningen besökte 61630 turister Kulturkalaset. De spenderade i genomsnitt 1274 kr, vilket totalt blir över 78,5 miljoner kronor. Turisterna spenderade mest pengar på logi (26,3 mnkr), mat och

dryck (17,2 mnkr) och shopping (16,9 mnkr).

- Göteborgs Kulturkalas besöktes i genomsnitt 2,2 dagar, ungefär lika länge som de två föregående åren. Göteborgarna besöker Kulturkalaset i snitt 2,3 dagar och inresande turister 2,0 dagar. Det genomsnittliga antalet besökta festivalplatser är 2,7 per dag.

4. Nöjdhet

Mål: Helhetsintrycket av Kulturkalaset 2017 ska uppnå en nöjdhetsgrad på 6,0 på en 7-gradig skala.

Utfall:

	Genomsnittligt betyg				
	2013	2014	2015	2016	2017
Helhetsintryck av Göteborg som evenemangsstad	6,4	6,2	6,1	6,1	6,1
Helhetsintryck av Kulturkalaset	5,9	5,9	6,1	6,0	5,8
Kulturkalasets programinnehåll	5,6	5,7	5,8	5,9	5,5
Bredden på Kulturkalasets kulturutbud	5,7	5,8	5,9	6,1	5,7
Service och bekvämligheter under Kulturkalaset	5,3	5,7	5,7	5,7	5,6
Tillgänglighet/transport till och från Kulturkalaset	6,1	5,8	6,1	6,1	6,0
Informationen som gått ut om Kulturkalaset	4,9	5,1	5,2	5,6	5,4

- Göteborgs Kulturkalas får genomgående höga betyg. Högst värde får helhetsintrycket av Göteborg som evenemangsstad. De betyg som sjunkit sedan förra året är framförallt de som rör programinnehåll och bredd på kulturutbudet. Turisterna ger högre betyg än göteborgarna på alla punkter förutom när det gäller informationen som gått ut om Kulturkalaset.
- När besökarna får svara på vad det bästa med Göteborgs Kulturkalas är, så nämns maten, musiken, att det är gratis och att det är mycket folk. Många svarade också att Kulturkalaset är mångkulturellt och att det var bra stämning.
- För fjärde året intervjuades drygt 100 barn mellan 6–12 år på Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen. Barnen tyckte att det var kul på Barnens Kulturkalas. 51 % svarade jättekul och 33 % svarade ganska kul. Halften av barnen hade testat något som de vill göra igen. Barnen fick ge öppna svar när det gäller vad som var bäst och de svarade bland annat att bygga, alla människor, att segla, pyssla och bara gå runt.

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 samarbetspartner.

Utfall:

- Kulturkalaset hade cirka 20 internationella akter, bland annat Nawal El Zoghbi (Libanon), Sinne Eeg (Danmark), Maurizio Moretti (Italien), Barmer Boys (Indien), The Bronx (U.S.A.), Dawood Sarkhosh (Afghanistan), Dobet Gnahoré (Elfenbenskusten), Geeta Chandran (Indien), Shivani Sethia (Indien), Claire Martin (Storbritannien), Jonathan Safran Foer (U.S.A.) och Mor Faye (Senegal).
- Några exempel på svenskar med världen som arena: Göteborgs Symfoniker, GöteborgsOperans Danskompani, Teddybears, Nause, Viktoria Tolstoy, Twisted Feet och Robert Wells.

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:

- Målet att nå ut i nationella medier minst tio gånger nåddes med marginal. Göteborgs Kulturkalas omnämndes i traditionella, nationella massmedier vid 16 tillfällen och i nationella musik- och festivaltidningar vid fyra tillfällen. Rikstäckande medier på andra språk än svenska är då inte medräknade. Inte heller antal gånger som tv eller radio sände materialet. De nyheter som nådde ut på nationell nivå handlade främst om vilka stora artister som kom till Kulturkalaset, men också om bland annat finsk konst, ekologisk mat och att förutsättningar för stadsfestivalerna i Malmö, Göteborg och Stockholm ser olika ut.
- Göteborgs Kulturkalas har som mål att uppfattas som en förebild vad gäller mångfald och jämställdhet och i viss rapportering har Kulturkalaset uttryckligen nämnts som ett gott exempel. I de flesta fall är mångfald och jämställdhet en naturlig del av rapporteringen. Flera medier gjorde enkäter där många svarade att de tycker att det är positivt att Kulturkalaset är öppet för alla och att det finns något för alla.
- Bilden av Göteborg och Göteborgs Kulturkalas har varit positiv i arabiska medier. Av de artiklar och tv-klipp som Kulturkalaset tagit del av har bilden varit uteslutande positiv. Konserten med Nawal El Zoghbi har också beskrivits på ett mycket positivt sätt. Kulturkalaset

bevakning av arabiska medier är omfattande men inte heltäckande, och enligt den har Göteborg och Göteborgs Kulturkalas exponerats för miljontals människor. Kulturkalaset har också fått spridning i arabiska medier i Sverige, dels genom Sveriges Radios arabisktalande kanal, men också genom Alkompis som publicerar svenska nyheter på arabiska i tryckt tidning och på sin nyhetssajt. Över 50 arabiskspråkiga medier har nämnt Nawal El Zoghbis konsert eller Kulturkalaset.

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 för besökare, deltagare, finansörer och partner.

Utfall:

- Att Göteborgs Kulturkalas präglas av en glad stämning råder det en stark samstämmighet om: Kulturkalaset får 6,3 poäng av 7 möjliga. 6 av 7 anser att det finns något för alla och att det finns något för alla sinnen på Kulturkalaset.

	Genomsnittligt betyg				
	2013	2014	2015	2016	2017
Präglas av en glad stämning	6,4	6,5	6,5	6,3	6,3
Finns något för alla	6,0	6,3	6,1	6,2	6,0
Finns något för alla sinnen	6,0	6,1	6,1	6,1	6,0
Underlättar för människor att mötas	5,7	6,1	6,0	6,1	5,8
Ökar min lust att ta del av kulturutbudet efter Kulturkalaset	4,9	5,3	5,1	5,2	4,8
Erbjuder fler upplevelser än förväntat	4,6	5,1	5,4	5,6	5,0

- Turisterna på Göteborgs Kulturkalas har en positiv uppfattning av Göteborg som destination. 94 % av turisterna gav ett positivt betyg när det gäller helhetsintrycket av destinationen, de gav destinationen betyget 6,4 på en sjugradig skala. Detta betyg har ökat sedan förra året då medelvärdet låg på 6,1.

f Amira Grbic Mujakovic 21 aug.

Så härligt upplevelse! Första men absolut inte sista gången!





Disco under fyra kvällar med språk som gemensam nämnare - arabiska, dari, somaliska och tigrinja

Tips till andra arrangörer och verksamheter

Att stärka och utveckla hållbarhetsarbete

- Var engagerade och övertyga er egen organisation. 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.
- Öka tillgängligheten genom att ta bort hinder som förhindrar.
- Genom att vara medvetna så kvalitetssäkrar ni er verksamhet.

Att skapa tryggare evenemang

- 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 kulturgerner.
- 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 åtgärdsplaner 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 förebyggande arbete.

Vi som jobbat med Kulturkalaset

Verksamhetsansvarig Tasso Stafilidis

Konstnärlig ledare Mia Samuelsson (t.o.m. maj 2017)

Infrastruktur- och säkerhetsansvarig David Dagemark

Programproducenter Mikael Isacson, Emrik Larsson (maj – augusti 2017), Birte Niederhaus (fr.o.m. augusti 2017), Emma Rygielski (t.o.m. augusti 2017), Peter Sandsjö (finansierad av Kulturförvaltningen på Göteborgs Stad och Kulturnämnden i Västra Götalandsregionen) och Mia Samuelsson (t.o.m. maj 2017)

Miljöansvarig och producent mat & marknad Filip Eklund

Kommunikation Mohamed Amer, Emma Gunterberg Sachs, Therése Looström, Liselotte Marcusson och Johanna Olander

Media och PR Charlott Holmåker

Scenteknisk koordinator Staffan Lindahl på Dynamic Duo Productions

Arbetsmiljö, logistik och etableringsstöd Kristina Brandt och Christian Schell på Melicon

Projektkoordinator Daina Sakars

Evenemangskoordinator Linda Jutbring

Evenemangsadministratör Björn Vidlund

Controller Siw Franzén

Ekonomiadministratör Elisabeth Pfannenstill

Platschefer Ramin Amiri, Anes Cherigui, Louise Fristedt, Shirwan Ghalam, Yasmin Hassanvan och Anton Romanus

Scenchefer Tony Edebjörk, Tobias Eliasson och Linda Stenmark

Scen- och atistsansvarig Bältespännarparken Johan Gustafsson

Artistvärdar Emanuel Hareb, Denice Marquez Larsson och Anton Nordqvist

Informationstält Mohamed Amer, Kimia Padellaro, Maria Raketik och Katarina Östan

Områdesansvariga på Barnens Kulturkalas Linda Gröön, Karin Hjertstrand, Sara Hulander och Josefin Lundberg

Publikvärdar på Barnens Kulturkalas Fatima Dbouk, Hanna Edvard, Victoria Hatziantoniou, Jolie Mehari, Roman Melnik och Natalia Munina

Team Göteborg – ledning Finn Hallberg (t.o.m. augusti 2017), Talar Kirkor och Åza Rydberg

Team Göteborg – gruppleddare Sarah Ahmed, Mohamud Ahmed, Rana Chahine, Adi Cutuk, Lovia Eckermark, Goran Ekmekeci, Narin Farrokhi, Arian Ghaffari, Shirwan Ghalam,

Johanna Gimfjord Nielsen, Aida Jalali, Yasin Khan, Kristian Khoury, Emelie Lysell, Suleiman Mohamed Sadra Mosavi, Pedram Osia, Rahma Sigurdjijene och Madeleine Svedberg

Transportservice Mohamad Bahsson, Jesper Jokihalme, Idris Kahn och Gabriella Melki

Trygghetsgruppen Janna Atta (gruppleddare), Mashair Ahmed, Rebecca Holm, Jenny Olsson, Natalie Rocha och Gladys Velarde

Samverkansrådet Anki Sande Göteborg & Co, Birgitta L-Öfverholm Näringslivsgruppen Göteborg & Co, Jonna Ulin och Nike Vallström Kulturförvaltningen Göteborgs stad, Rolf Malm Västra Götalandsregionen Kultur

Instagramvärdar Sandra Daniel, Linnea Englund, Bashar Eshmawi, Jihad Eshmawi, Malin Håkansson, Agnes Jinstrand, Dilan Manmy och Khaalid Yuusuf

Grafisk produktion Nyla Design

Programtidning Metro

Filmteam i samarbete med Kulturskolan Östra Nasrin Pakkho, filmproducent, Linda Ivarsson, produktionsassistent, och filmarna Ali Alaulddin, Raad Alaulddin, Binta Carlsson, Randy Momanyi, Chelsea Nyangena, Joanne Nyangena, Lavin Omer och Shayan Rahimnejad

Fotograf Beatrice Törnros

Personer på Kulturkalaset's kampanjbilder Sofia Aray, Janna Atta, Julia Dacking, Shukri Dahir, Leo Danell, Jacob Degerberg, Gretchen, Ulla Holm och Ousman Noure

Praktikanter Karin Eggert, Emma Fröje, Linda Gröön, Johan Gustafsson, Kimia Padellaro och Maria Raketik

Scenarbete och stagehands Tranpenad

Scen och teknik AV1, Bright Group, Demo Live, Mediatec, LA rental och Livetec

Elleverantör Göteborg Energi

Bygg David Dagemark och Karin Olofsson

VVS Pegea AB

Upphandlingar David Dagemark, Kristian Ferrara, Therése Looström, Johanna Olander och Tasso Stafilidis

Vattenstationer Göteborgs Stad Kretslopp och vatten

Säkerhet och bevakning Nokas

Tack till stadens förvaltningar och bolag som samverkat med oss. Tack till GotEvent, till alla fantastiska värdar i Team Göteborg och till de Nattvandrare som deltog.

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

Stort tack till våra partner!

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 partner.



**Göteborgs
Stad**

NÄRINGSLIVSGRUPPEN
göteborg&co

**VÄSTRA
GÖTALANDSREGIONEN**

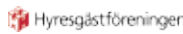
HUVUDPARTNER



PARTNER



SAMARBETSPARTNER



Samarbetspartners inom Göteborgs Stad
Förvaltningen Kretslopp och vatten, Park- och Naturförvaltningen, Kulturförvaltningen Göteborgs Stad, Kulturskolan östra Göteborg, Trafikkontoret och Trygg, vacker stad

KULTURSAMARBETSPARTNER

Abecita Konstmuseum, Action!, Aktiv ungdom Väst, Alfons Åbergs kulturhus, Artistique, Backa teater, Bakluckeloppis, Barnbiblioteken, Barnens dansbana, Berättarnät väst, Be sporty, Big Wind, Bostad2021 med aktörer, Bohuslän Big Band, Borås Konstmuseum, BoråsBorås AB, Brewhouse, Bronson Consulting, Bröderna Lindgren, Business Region Göteborg, Bust da Breakz, Bäck Krummakeri, Café Hammarkullen, Café Kronhuset, Carolus Dux, Cirkus Cirkör, Civilförsvarsförbundet, Clair Parsons, Clown Martin, Cosplay – Confusion, Dansforum, De Nationella Minoriteterna - romerna, resandefolket, judarna, Sverige-Finnarna, samerna och Tornedalningarna, Dicksonska Palatset, DJ Leo, DJ Louise, DJI, Djurens Rätt, Drottning Silvias Barnsjukhus, Ebbes hörna, El Sistema, Fairtrade City Göteborg, Filoprax, Fin i väst, Finlandsinstitutet, Finlands Konsulat i Göteborg, Finnish Cultural Institute for the Benelux Trust, Film i Väst, Flying fire Cirkus, Folkbiblioteken, Folkets bio, Folkuniversitetet, Formverkstan, Forsviks bruk, Framtiden fastighetskoncern, Fredsdockor, Frilagret, Frivilligorganisationen Agape, Frölunda kulturhus, Fyrverkerifabriken, Föreningen Får ja lov, Gatans Lag, Geely Auto, Glios (Green Light International Organisation Sweden), Global Musix, Globalmusix/Torslanda, GothenburgFringe Festival, Gothenburg Wind Orchestra, GreenhackGBC, GrimArt, Grunden media, Göteborg Classic Jazz, Göteborg Film Festival, Göteborgs 400-årsjubileum 2021, Göteborgs Bluesförening, Göteborgs Domkyrka/Svenska Kyrkan, Göteborgs Hembygdsförbund, Göteborgs Interreligiösa råd, Göteborgs konsthall, Göteborgs konstmuseum, Göteborgs Kulturhistoriska ekonomisk förening, Göteborgs Litteraturhus, Göteborgs Piano-

festival, Göteborgs Remfabrik, Göteborgs scout-distrikt, Göteborgs Stads förvaltning för kretslopp och vatten, Göteborgs Stads kulturförvaltning, Göteborgs Stads kultursommarjobbare, Göteborgs Stads Stadsbyggnadskontor, Göteborgs Stads stadsdelsförvaltningen Centrum, Göteborgs Stads stadsdelsförvaltningen Örgryte-Härlanda, Göteborgs Stads park- och naturförvaltning, Göteborgs Stads social resursförvaltning - Integrationscentrum, Göteborgs Stads stadsledningskontoret - Levande historia, Göteborgs Stadsbibliotek, Göteborgs stadsmuseum, Göteborgs Stadsteater, Göteborgs Stad Trafikkontoret, Göteborgs Symfoniker, GöteborgsOperan, GöteborgsOperans Danskompani, Göteborgs-Regionens Släktforskar (GRS), Halmens hus, Hammarkullekarnevalen, Hasselblad, Havets hus, Hela världen flätar, Higab, Hisingens Kulturskola, Hjärnkoll, Hjärtjuvel Kadampa Buddhistcenter, Huawei Technologies Sweden AB, Idrott utan gränser, Imagine Sweden, India Unlimited, Indian Council for Cultural Relations, Indiska Ambassaden, Interreligiösa centret, Isha Foundation (Yoga for wellbeing), Joggdance, John Hrons samlingsstiftelse, Kalebassi, Kali Sikaran, Karaoke Party, Kids of Uganda, Kinesiska konsulatet, Konstpedemin, Konsthantverkscentrum Väst, Kronhuset, Kultur 4ür Göteborg, Kultur i Väst, Kulturhuset Backaplan, Kulturhuset Bergsjön, Kulturhuset Blå Stället, Kulturhuset Kåken, Kulturlabbet, Kulturskolan Majorna-Linné, Kulturskolan Östra Göteborg, Landsarkivet, Laura Didion, Lerverk Butik & Galleri, Liseberg, Lorensbergsteatern, Lunchbeat, MakeMakey - Digitalverkstan,

Mosaikfabriken, Musikcentrum väst, MyPhotobooth, Naturhistoriska museet, NCC, NFT, Norrgårdarna, NTI-gymnasiet, Onelivedreams, Ord & Bild, Parkourföreningen Stampede, Passalen, Planket GBC, Postnord, Q'ente Ateljé, REAGL Capoeira, Recycle arts, Returhuset cykelfabrik, Regionteater Väst, Retrospelemissan, Riksteatern Väst, RIX FM Festival, Royal Scottish Contry Dance Society, Rundqvist & Co, Rådhuset - Asplunds tillbyggnad, Senior Göteborg, serieskaparen Henri Gylander, SF Bio, Sjöfartsmuseet Akvariet, Skotsk Dansförening i Göteborg, Skriv ditt namn i 3d-format, Slöjdklubben, Sportfiskarna, Staden där vi läser för våra barn, Stadsnära odling, Stefan Salomonssons ateljé, Studieförbundet, Svenska balettskolan, Svenska Livräddningssällskapet, Sveriges Radio, Teatercentrum Väst, Telia, Textilmuseet Borås, Textival, The Drag up, Trajosko Drom, Triumph Glass, Trädgårdsföreningen, Twisted Feet, Ung Handlingskraft Ideell Förening, Ungdomsfullmäktige, Westpride, Via 190, Vic Vem, Vinga rockers, Vinga Yellow Rockers, Vitlycke museum, World Dance Company, Väggen är din - gatukonst, Vänersborgs museum, Världens barn, Världskulturmuseet, Västtarvet - Västra Götalandsregionen, Västra Landhockeyförbundet, Västsvensk konservering, Västtrafik, Väv i Väst, Yoko DJ's, Zong Ztar, Älvstranden Utveckling AB

Göteborgs Kulturkalas