



# Rapport 2018



öteborgs  
Kulturkalas

Göteborgs  
Kulturkalas

Göteborgs  
Kulturkalas

# 12

gångr har  
Göteborgs  
Kulturkalas  
genomförts

# 1,7 miljoner

besök under  
Kulturkalaset  
sex dagar

# 225 000

besök på EuroPride

# 1 469

programstarter

# 52

festivalplatser

# 80

matförsäljare  
varav 1 med  
alkoholtillstånd

# 0 kr

Alla programpunkter  
var gratis för  
besökarna

# 4 500

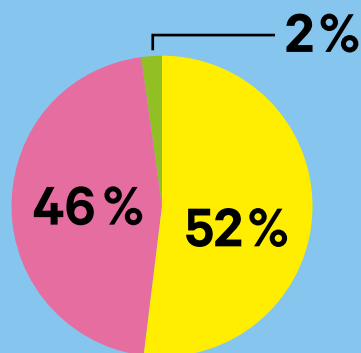
medverkande

# 200 000

besök på Barnens  
Kulturkalas

# 6 500

tallrikar och bestick  
av engångsmaterial  
kunde undvikas genom  
satsningen Engångsfritt  
Kulturkalas



på scenerna

● kvinnor ● män ● annan köns-tillhörighet

# 40 000

personer såg  
Nancy Ajram,  
konserten som  
hade störst publik

# 91 %

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

# 427 525

programtidningar  
trycktes

100 % av tidningarna  
klimatkompenserades

# 90 %

av programmet  
arrangerades av  
kulturlivet och  
EuroPride i samarbete  
med Kulturkalaset

# 85 %

av besökarna anser att  
Kulturkalaset och EuroPride  
ökar deras lust att ta del  
av Göteborgs kulturutbud  
även resten av året

# 159 500

unika besökare gick  
in på hemsidan  
under festivalen

# 193

samarbeten med  
kulturlivet i Göteborg  
och Västra Götaland

# 63 %

av avfallet  
sorterades

# 50 000

gratis glassar delade  
Triumf Glass ut

# 93 %

tycker att det finns  
något för alla på  
Kulturkalaset  
och EuroPride

**Ansvarig utgivare:**

Tasso Stafilidis

**Textproduktion:**

Filip Eklund, Charlott Holmåker, Tasso Stafilidis och Bella Stenberg

**Foto:**

Lisa Grettve, Hampus Haara, Charlott Holmåker, Tim Kristensson, Therése Looström, Liselotte Marcusson, Johanna Montell, Bella Stenberg, Giulia Troiso (omslag Silvana Imam) och Marie Ullnert







EuroPride Parade avslutades på Götaplatsen



# Innehåll

Reflektion av invigningstalaren .....	6
Inledning av verksamhetsansvarig .....	8
Uppdrag och målbild .....	10
Festivalplatser .....	12
Kulturlivet i Göteborg och Västra Götaland .....	13
Konsert med Nancy Ajram .....	15
EuroPride 2018 .....	19
Kommunikation .....	21
Hållbarhetsarbete .....	25
Engångsfritt Kulturkalas .....	29
Måluppfyllelse .....	32
Kulturkalasets tips till andra .....	37
Kulturkalasets medarbetare .....	38
Kulturkalaset tackar .....	39

**Göteborg & Co:s uppdrag** är att få fler att upptäcka och välja Göteborg. Det görs genom att i bred samverkan leda och driva utvecklingen av Göteborg som hållbar destination så att alla som lever och verkar här gynnas av en växande besöksnäring.

**Göteborg & Co:s målbild** med sikte på 2021 är att destinationen Göteborg ska vara en internationell förebild och alltid utmana hållbarhetsbegreppen.

go:teborg&co



**Marianne Irene Hansson**

17 jun.

En självklar del av kalaset att lyssna och njuta av symfonikerna!



Ane Brun med Göteborgs Symfoniker  
på Götaplatsen

# Hon

Hon var ett vilset barn i en stad full av fördomar. Ett barn som ansågs vara en samhällsörda innan hennes åsikter hunnit bli hörda.

Hon var ett barn som lärde sig att hata sig själv innan att älska.

Hur kan man älska något man aldrig fått lära känna?

Hon brukade ofta lägga huvudet mot kudden och fråga sig själv?

Älskar du dig själv?

Älskar du ditt fluffiga och tjocka hår? Älskar du brytningen som din strupe dirigerar? Älskar du din hud som är full av melanin? Älskar du ditt land som ligger i den världs-hatade kontinenten.

Moder Afrika.

För det finns flera nätter som hon gått till sängs med tårarna i sitt face.

Allt innan hon börjat i förskoleklass, hon fick direkt av lärarna höra att hon inte hade någon talang. Att ligga efter i det praktiska var hennes andra namn.

Hot efter hot gjordes mot denna unga tjej, att få slag från en annan elevs far var en av hennes upplevelser.

Anmälningar gjordes, men det var ingen idé.

Du vet hon var en svart ung tjej, vem kunde bry sig mindre.

För vi alla vet att rätten knappt får sin gång, händer inte ens på rättegång.

Hon var 9 år när hon kallades för skum, hon kunde inte uttrycka sina känslor. Hatet gjorde henne känslomässigt stum.

Så hon blev hatad, ingen som med henne prata, lärarna tjata, familjen fick klaga men hon kunde inte sluta bråka.

Hon tog slag efter slag, slagsmål blev hennes vardag.

Tills hon insåg ordets kraft, insåg att stora förändringar i livet oftast kräver sats.

Tills hon insåg att hon inte länge till kan leva med att vara inburen i sin själ, det var då hon började skriva poesi.

Poesin blev hennes liv i några rader, så nu blev det bläcket från pennan som rann.

Hon fann det som många inte finner, hon vann kampen många inte vinner.

Idag står hon framför er, Yasmin Omar.

Jag hoppas ni minns mig.



## Yasmin Omar

är poet. Hon är född 2002 och kommer från Hisingen. 2017 vann hon spoken word-tävlingen Ortens bästa poet i Göteborg. Dikten Hon framfördes som Kulturkalaset's invigningstal.





Beatrice Eli gästar Silvana Imam på Götaplatsen



The Selecter på Götaplatsen



Daniel Lemma med Sverige tolkar David Bowie på Götaplatsen



Valdebatt på Kungstorget



Gethenian Suite i Kronhuset



Avatar på Götaplatsen

# När kulturen river murar

Jag står på Kungsportsbron denna idylliska kväll, med Basargatan och EuroPride Park på ena sidan och Bältespännarparken och Stora Teatern på den andra, när brandlukten sticker till. Jag hinner inte mer än vända mig om innan jag ser blåljusen från brandkår och ambulans som snabbt är på plats. Jag skyndar mig fram. Klockan har precis passerat midnatt och vi har just stängt festivalplatserna. Nu brinner ett av tälten. Det är folktomt men vår bevakningspersonal, platschef och övrig personal är där och följer släckningsarbetet. En person förs till sjukhus efter att ha andats in giftig brandrök, två andra tas om hand på plats med syrgas. När polisanmälan är gjord och blåljuspersonalen lämnat platsen börjar det regna mer intensivt. Under ledning av platschefen saneras området och förberedelserna är i full gång med att få dit ett nytt tält innan öppningen klockan tolv.

Jag befinner mig på Demokratitorget, platsen vid Stora Teatern som Kulturkalaset i år förvandlade till en mötesplats för de politiska partierna med anledning av valet. En demokratisatsning för att ge besökarna möjlighet att få mer information från de politiska partierna och bli uppmuntrade att rösta. I år fyller den svenska demokratin 100 år. Det var 1918 som Sveriges riksdag beslutade om lika och allmän rösträtt för både kvinnor och män.

## Tillbakablick

2012 fick jag uppdraget att leda Göteborgs Kulturkalas. Utöver min ständiga vilja till förändring och utveckling hade jag ingen aning om vilken resa detta skulle bli. Skulle vi lyckas uppnå våra mål? Skulle vi klara av att fördjupa plattformen för kulturlivet? Skulle vi lyckas locka till oss en stor publik? Skulle vi nå målen om jämställdhet och mångfald på scenerna? Och så finansieringen, den ständiga följeslagaren som sätter ramarna för de ekonomiska förutsättningarna. När jag nu för åttonde året fått förmånen att leda arbetet för en av Nordens största kulturfestivaler och ser tillbaka på vad vi på Göteborg & Co, tillsammans med kulturlivet i Göteborg och i Västra Götaland samt alla andra samarbetspartners och finansörer, har åstadkommit, är det stort. På punkt efter punkt har vi lyckats uppnå utsatta mål och utveckla metoder som är unika i all sin enkelhet. Arbetet har varit målinriktat och alla har gjort sitt bästa för att skapa Göteborgs Kulturkalas.

## EuroPride

Samverkan med West Pride för att samordna EuroPride med Kulturkalaset har givetvis haft sina utmaningar men framförallt fördelar. Samordningsvinsterna har varit många med bland annat gemensamma programbokningar, programtidning, festivalplatser och scener, men den största vinsten måste nog vara festivalernas gemensamma bidrag till att förändra attityder. Det finns alltid för- och nackdelar med allt. Även andra frågor uppstod. Vilken festival kommer att synas mest? Kommer besökarna att förstå vilken festival de besöker? Behöver båda festivalernas varumärken lyftas fram? Kommer hbtq-besökarna att känna sig trygga?

Sedan formulerade vi högre värden där samarrangemanget skulle öppna möjligheten för dem som vill men aldrig tidigare vågat vara med på Pridefestivalen att faktiskt besöka EuroPride genom sitt besök på Kulturkalaset. Det skulle också ge oss möjlighet att bjuda in alla Kulturkalasets besökare till ett festivalstråk klätt i regnbågsfärger. Samtidigt fick vi tummen upp från de flesta av våra program- och samverkanspartner som gärna ville anknyta till hbtq-temat på EuroPride. Trots utmaningarna lyckades vi genomföra det vi hade planerat med mycket bra resultat. Hela EuroPrides programutbud integrerades och var en del av Kulturkalasets utbud.

## Konstens och kulturens storhet

Kulturkalasets nav är programutbudet som i år resulterade i närmare 1 500 programstarter. 90 % av dessa arrangerades i samverkan med kulturlivet i Göteborg och Västra Götaland. Tillsammans med matutbudet ger det konstnärliga innehållet i programmet förutsättningar till upplevelser och möten. Kulturkalaset, som plattform för kulturlivet, bidrar aktivt till att sänka trösklarna och öka intresset för att ta del av mer konst- och kultur. Årets besöksundersökning visar att 85 % av besökarna anser att Kulturkalaset ökar deras lust att ta del av kulturutbudet resten av året. 93 % tycker dessutom att programmet erbjuder något för alla.

## 1,7 miljoner besök

Totalt gjordes 1,7 miljoner besök på årets Kulturkalas varav 225 000 på EuroPride. Förra året visade SOM-institutets undersökning att 51 % av göteborgarna besöker Kulturkalaset. Våra besökare från Göteborg representerar alla





olika åldrar och kommer från alla stadsdelar, med olika utbildningsbakgrund och olika ursprung. Vår besöksundersökning visar att 19% kom från övriga Västra Götalands län, 10% från övriga Sverige och 13% var utländska besökare. En stor del av de utländska besökarna var här för att primärt besöka EuroPride. Trots att vi inte har några kvantitativa mål om antalet besök är det givetvis med stolthet vi redovisar våra fantastiska siffror. Besöksstatistiken är dessutom avrundad neråt för att med säkerhet undvika uppblåst eller osäker statistik.

### Integration på riktigt

När våra konstnärliga val resulterar i verklig integration så är det på riktigt. De mätningar vi gjort visar att 30–40% av den publik som besökt konserterna med de arabiskspråkiga superstjärnorna de första två åren inte gjorde några kulturbesök under resten av året. Resultatet från förra året visade att den siffran hade sjunkit markant, till endast 11% som inte gjorde andra kulturbesök under året. Effekten av att fler gör kulturbesök (bio, teater, bibliotek, museum med mera) är att människor som oftast annars inte tar sig utanför sina bostadsområden och stadsdelar nu tar del av sin omgivning, använder språket, interagerar med andra invånare, tar till sig rådande värderingar och förändrar sina attityder. Enbart medvetenheten om att Kulturkalaset bokat en stor arabiskspråkig stjärna bidrar till att fler indirekt känner sig sedda och inkluderade. Att årets artist Nancy Ajram dessutom drog den största publiken med över 40 000 personer innebär att de som var där också besökte andra programpunkter och kanske fick uppleva konst som de aldrig annars hade upplevt. Att 35–45% av den publiken anger att deras modersmål är svenska visar att publiken inte enbart består av arabiskspråkiga fans.

### Skapande möten som river murar

För fjärde året i rad har Kulturkalaset tillsammans med Mosaikfabriken fått över 4 000 skolelever att mötas över

sina stadsdelsgränser, lära känna varandra och skapa konst tillsammans. Genom två träffar har barnen och ungdomarna lärt känna varandra och rivit de murar vår segregerade stad byggt upp. Mosaiken som barnen har skapat blir offentlig utsmyckning. Utöver betongblock, väggar och tunnlar är nu även muren runt Kungstorget klädd i barnens mosaikkonstverk. Barnen har fått sätta avtryck i hjärtat av staden och har även på så sätt fått en identifikation, en tillhörighet till en central plats som de annars inte har haft någon relation till.

### Engångsfritt Kulturkalas

Som arrangör måste vi ta ansvar för effekterna av vårt evenemang. När det gäller den ekologiska hållbarheten har vi kommit långt och gjort mycket genom åren. Nu räcker det inte längre att vi enbart miljödiplomerar Kulturkalaset, det är en självklarhet. Vi tittar därför framåt på hur vi långsiktigt kan göra färre och mindre miljöavtryck. En sådan insats är Engångsfritt Kulturkalas, ett samarbete som Kulturkalaset inlett med förvaltningen Kretslopp och vatten.

### Tack!

Slutligen vill jag rikta ett stort och innerligt tack till alla kollegor, medarbetare, volontärer och samarbetspartner som genom sina insatser gjort Kulturkalaset möjligt. Och ett särskilt tack till kulturlivets olika aktörer som även i år bidragit med sin konst och sitt kulturutbud.

Nu tar arbetet vid med att förändra och förnya festivalen inför framtiden. Redan nästa år kommer flera nyheter att presenteras. Vi ses 2019!

### Tasso Stafiliadis

VERKSAMHETSANSVARIG  
GÖTEBORGS KULTURKALAS  
GÖTEBORG & CO





# En festival för alla människor och för all sorts kultur

Göteborgs Kulturkalas har som 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 och även att besöka.

Målgruppen är alla – som i att alla ska kunna hitta något som lockar dem. Definitionen av "alla" är heller inte en omskrivning för den så kallade grå massan. Var och en är precis så unik och speciell som var och en känner sig. Förutom alla besökare är också Kulturkalasets medverkande,

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.



Varieté GBG på Barnens Kulturkalas



MPAC – Mighty Performing Arts Collective 19 aug.

Tack Göteborgs Kulturkalas och EuroPride 2018 för en fantastisk vecka! Minnena av Göteborgspublikens jubel värmer våra hjärtan nu när temperaturen sjunker på termometern.



M.P.A.C. framför Hairy Tales på Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen



# 52 festivalplatser

Med 52 festivalplatser (42 festivalplatser 2017) sprider Göteborgs Kulturkalas ut sig från Världskulturmuseet och Liseberg i söder till GöteborgsOperan och Kajsksjul 8 på Packhuskajen i norr. En nyhet i år var att området runt Järntorget inkluderades i programmet med flera olika aktörer. Alla festivalplatser binder tillsammans ihop evenemanget och skapar ett enda stort kulturkalas.

I år samordnades Kulturkalaset med EuroPride 2018. Den stora scenen på Kungstorget blev EuroPrides huvudscen och centrum för EuroPride Park.

Förra årets nyhet Green Corner i Bältespännarparken har utvecklats och utökats. Samverkansprojektet mellan Stadsnära odling, GreenhackGBG och Kulturkalaset ska vara en plats för hållbarhet, inspiration och små aktörer. I år serverades till exempel vegetarisk mat från olika delar av världen från 15 olika aktörer.

Under temat Val 2018 arrangerade Kulturkalaset valdebatter varje dag på Kungstorget, och på Millenarieplatsen låg Demokratitorget dit de politiska partier som finns representerade i kommunfullmäktige, regionfullmäktige och riksdagen bjödits in att ha utställartält.

Inför Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen initierades samarbetsprojektet Varieté GBG för att rama in det program som barnen bjöds på under sex dagar. Området i Trädgårdsföreningen närmast Bältespännarparken fick förlängd med kvällsöppet och arrangemang för en vuxnare publik, där Stora Cirkustältet användes till teater och konserter.

Den populära design- och konsthantverksmarknaden Upmarket flyttade från Trädgårdsföreningen till Exercis-huset på Heden. Till Heden återvände även bagageloppisen som under åren legat på olika ställen i stan.



- |  |  |                                |   |  |
|--|--|--------------------------------|---|--|
| 1 Alfons Åbergs Kulturhus              | 22 Charles Felix Lindbergs plats                   | 23 Göteborgs Konserthus        | 34 Kronhuset, Kronhusgården, Kronhusparken  | 45 Rådhuset                                  |
| 2 Artisten/EuroPride House             | 23 Clarion Hotel Post/EuroPride Official Nightclub | 24 Göteborgs Konsthall         | 35 Kulturskolan City                        | 46 S/S Marieholm                             |
| 3 Basargatan                           | 24 Dicksönska Palatset                             | 25 Göteborgs Konstmuseum       | 36 Kungssportsavenyn 18                     | 47 Stadsbiblioteket/EuroPride House          |
| 4 Bee Bar/EuroPride Official Nightclub | 25 EuroPride Park/Kungstorget                      | 26 Göteborgs Remfabrik         | 37 Kungssportsplatsen/O. Hamngatan 45       | 48 Stora Teatern                             |
| 5 Biograf Göta                         | 26 Filmstaden Bergakungen                          | 27 Göteborgs Stadsmuseum       | 38 Kvartersscenen 2Lång                     | 49 Stora Teatern-området                     |
| 6 Bio Roy                              | 27 First Hotel G                                   | 28 Göteborgs Stadsteater       | 39 Landsarkivet-Riksarkivet/EuroPride House | 50 Trädgårdsföreningen - Barnens Kulturkalas |
| 7 Biopalatset                          | 28 Folkteatern                                     | 29 GöteborgsOperan             | 40 Liseberg                                 | 51 Valand/EuroPride Official Nightclub       |
| 8 Brewhouse                            | 29 Gretas/EuroPride Official Nightclub             | 30 Harry Hjörnes plats         | 41 Litteraturhuset                          | 52 Världskulturmuseet/EuroPride House        |
| 9 Brunnsparken                         | 30 Gustaf Adolfs Torg                              | 31 Heden                       | 42 Medicinhistoriska museet                 |  |
| 10 Bältespännarparken                  | 31 Götaplatsen                                     | 32 Jussi Björlings plats       | 43 Nordstan/EuroPride Infocentrum           |  |
| 11 Carolus Dux                         | 32 Göteborgs Domkyrka                              | 33 Kajsksjul 8 på Packhuskajen | 44 Nya Allén 1                              |  |



# 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 1 469 programstarter som presenterats står kulturlivet och andra samarbetspartner för de flesta, 1 333, det vill säga cirka 90 %.

Kulturkalaset konstnärligt breda program visar vilken viktig samverkansplattform festivalen är för kulturlivet. Kulturkalaset skulle inte ensamt kunna erbjuda ett liknande kulturutbud med samma bredd och mångfald. Denna samverkan har varit en förutsättning för det förtroende som skapats för Kulturkalaset, något som byggts upp under en lång tid. Kulturkalaset bygger en infrastruktur av scener och festivalplatser som möjliggör alla samarbeten samt samordnar programmet, som även inkluderar befintliga platser och arenor.

## Kulturlivet i Göteborg och Västra Götaland

Göteborgs Stad och Västra Götalandsregionen finansierar både 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 för 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 samverkansparter kan Kulturkalaset erbjuda en mångfald av program som ska kunna attrahera alla besökare.

## Kulturstrategierna i staden och regionen

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 män-

niskors lust och motivation att ta del av och utöva kultur.

Kulturkalaset bidrar aktivt till att Göteborgs Stads och Västra Götalandsregionens kulturstrategiska och kulturpolitiska mål ska uppnås. Enligt Kulturkalaset besöksundersökningar är måluppfyllelsen mycket hög. Det finns ingen annan samverkansplattform i hela vår region 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. Årets nyhet var initierandet av två skraddarsydda föreställningar. Inför Varieté GBG intervjuades barn med olika bakgrunder om vad de tycker om Göteborg och hur de tror att staden kommer att se ut om hundra år. Musikern Per Umaerus fick uppdraget att skriva låtar utifrån barnens bilder, tankar och fantasier och ledde sedan musikerna på scen. Den välbesökta föreställningen framfördes två gånger per dag i Stora Cirkustältet. Barn i alla åldrar uppträdde jämsides med professionella artister och även barn i publiken fick delta.

Den andra föreställningen utgick från platsen, den "hemliga trädgården" i Trädgårdsföreningens bakre del. Skapet Scenkonst anlätades för att skapa en vandrande föreställning med lugnare tempo och mer abstrakt uttryck. Träd Fram! spelades tre gånger dagligen och var i princip fullbokad.

Genom ett samarbete med Kultursommarjobbarna arbetade cirka 25 17-åringar i Trädgårdsföreningen som värdar. I hela Trädgårdsföreningen fanns cirka 350 aktiviteter för barn och familj, från workshops i hiphop och hår till byggande och bokläsning. Barnens Kulturkalas hade 200 000 besök, vilket är ett rekord.

## En festival som sänker trösklar

Den viktigaste betydelsen för såväl konst- och kulturlivet som för besökarna är att Kulturkalaset sänker trösklarna till konst- och kulturupplevelserna. Kulturlivet får tillgång till ett skyltfönster med den i alla avseenden bredaste representationen av besökare. Detta skapar oväntade möten för både besökare och kulturaktörer. Skaparna av konsten och kulturen får möjlighet att visa upp sig och sina konstnärliga uttryck för helt ny publik.

För besökarna är bredden av utbudet viktigt då det finns något för alla. Tillgängligheten genom fri entré ger alla möjlighet att ta del av kultur de annars inte skulle haft råd att ta del av. För många väcker detta också en nyfikenhet att ta del av framträdanden som de inte ens visste fanns och uttryck som de inte kände till. Det som besökarna tar med sig efter festivalen är ett ökat intresse av att ta del av ännu mer kultur under året, något som gynnar både de själva och kulturlivet.



Göteborgs 400-årsjubileum 2021



Litteratursamtal med Mara Lee och Abdellah Taïa



Regnbågsbibblan



Wellpapp Wonderland



Radioapan och Yankho



DJ Leo.B i Boostpalatset





**Linda Ucar Saade**

17 aug.

Tusen tack för en fantastisk konsert och tack till alla arrangörer samt allt engagemang som ligger bakom. En magisk show jag sent kommer att glömma.



**Nancy Ajram**

18 aug.

Thank you #gothenburg for an amazing night...  
#gothenburgculturefestival #nancyajram #sweden

Nancy Ajram på Götaplatsen



# Nancy Ajram

För fjärde året i rad uppträdde en världskänd arabisk artist på Götaplatsen under Kulturkalaset. I år bokades den libanesiska superstjärnan Nancy Ajram. Tidigare år har Nawal El Zoghbi, Najwa Karam och Elissa lockat en stor och till stor del ny publik till Kulturkalaset. Konserten på Götaplatsen på kvällen 19 augusti drog årets största publik med över 40 000 personer.

35-åriga Nancy Ajram har redan en över 20 år lång karriär och är en av den arabiska musikvärldens allra största artister. Hon är från Libanon och hämtar sin inspiration från den arabiska konstmusiken tarab men också från fransk musik. Hon började sin karriär redan som barn och släppte sitt första album som femtonåring. Sedan dess har det blivit ytterligare åtta skivor. Nancy Ajram har vunnit en rad internationella och nationella priser och sitter bland annat med i arabiska Idol-juryen.

Konserten med Nancy Ajram finansierades utanför Kulturkalasetts ordinarie budget och möjliggjordes tack vare Kulturnämnden i Västra Götalandsregionen och näringslivet genom Näringslivsgruppen Göteborg & Co. Utan engagemang och stöd från finansörerna hade konserten inte kunnat genomföras.

## Därför bokas en arabisk artist igen

Göteborgs Kulturkalas beslutade att under minst tre år undersöka möjligheterna och effekterna av att boka populära arabiska artister med hög konstnärlig kvalitet och stor folklighet. Förhoppningen var att nå nya målgrupper som annars inte känner sig inkluderade i festivalens programutbud, bidra till att minska segregationen och öka invånarnas identifikation till sin stad Göteborg. Vi ville också skapa reella möjligheter till integration för invånarna i Västra Götalands län, i synnerhet för den stora gruppen människor som kommit till vår region de senaste fyra åren. Valet att åter boka en arabisk artist beror på att arabiska är den största språkgruppen i Göteborg efter svenska och det största språket bland nyanlända i Västra Götalands län. Artisterna är dessutom välkända i flera andra språkgrupper utöver arabiska.

Att det även i år blev en artist från Libanon och en kvinna beror bland annat på popularitet, den konstnärliga nivån och vilka artister som var bokningsbara utifrån tid och ekonomiska förutsättningar. Under åren har Kulturkalaset gjort ett gediget researcharbete och tagit fram de femtio bästa artisterna. Förhandlingsresultat och artisternas egen vilja och engagemang för att komma till Kulturkalaset är också av stor betydelse för ett få till stånd en bokning och ett kontrakt.

## Publiken

Sammantaget har Kulturkalasetts publikundersökningar genom åren visat att Göteborgs Kulturkalas lockat en målgrupp som tidigare inte besökt festivalen. På konserterna med de arabiska superstjärnorna har det visat sig att genomsnittssiffran för publik med arabiska som modersmål varit 46 %, jämfört med 4 % bland de som besökte Kulturkalasetts övriga programpunkter. Genomsnittet för publiken som hade svenska som modersmål var 40 %, jämfört med 79 % för övriga besökare. Av de övriga modersmålen på 14 % är de kurdiska språkgrupperna störst. Att andelen med svenska som modersmål på just dessa konserter är så pass högt som 40 % visar att Kulturkalaset lyckats få en bra blandning av publik. Att konserterna varit fullt tillgängliga utan entréavgifter har varit avgörande, då den generella erfarenheten är att betalkonserter med liknande artister sällan lyckas nå publik utanför den egna språkgruppen. Ur ett integrationsperspektiv är detta såklart mycket lyckat.

## Fler kulturbesök leder till integration

Tidigare år har de arabiska artisternas publik skilt sig från Kulturkalasetts övriga besökare genom att de i mycket större utsträckning inte gjort andra kulturbesök under året. 2017, alltså redan efter tre år, syntes ett genomslag där skillnaden minskade drastiskt. Från att 30–40 % av publiken inte gjorde några andra kulturbesök under året blev resultatet förra året 11%. Jämförelsesiffran för Kulturkalasetts övriga besökare är 8%. Skillnaden är markant och visar att en reell förändring skett. Publiken till de arabiska artisterna har ökat sina kulturbesök drastiskt. De tar del av fler programpunkter 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 världsstjärnor, målgrupper som annars aldrig tagit sig till Göteborgs Kulturkalas och bland dem personer som kanske aldrig annars vistas i stadens centrum. Dessutom har Kulturkalaset konkret bidragit till att öka konst- och kulturkonsumtionen, en av de viktigaste effekterna av festivalen.

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. Kulturbesöken (bio, bibliotek, teater, museum, dans, opera med mera) innebär bland annat att invånare som annars inte umgås utanför sitt bostadsområde kan interagera med andra människor och använda det svenska språket, ta till sig de omgivande värderingarna och även berikas av den kulturupplevelsen för med sig. Ett led i att eventuellt förändra attityder och skapa integration på riktigt.

#### **Att nå arabiskspråkiga målgrupper**

Kulturkalaset har riktat marknadsföring mot arabiskspråkiga i flera kommunikationskanaler, där sociala medier har haft en central position. Kulturkalasets arabiskspråkiga Facebook-grupp/sida Gothenburg Culture Festival har över 12 700 medlemmar (10 000 år 2017) och information om Nancy Ajram har spridits i över 981 andra Facebook-grupper (700 år 2017) som tillsammans har närmare 12,8 miljoner medlemmar (7 miljoner 2017). Kulturkalaset har

också satt upp affischer på asylboenden, skolor med vuxenutbildning, arabiska kaféer och butiker i Göteborg och på flera platser i Västra Götalands län.

#### **Nancy Ajram i media**

Det mediala genomslaget av Nancy Ajrams konsert var mycket stort och spreds lokalt, nationellt och internationellt. Störst var det internationella genomslaget. Över 50 arabiskspråkiga medier har nämnt Nancy Ajrams konsert och/eller Kulturkalaset. Dessa medier har tillsammans nått över 136 miljoner följare, tv-tittare och radiolyssnare.

Bland annat rapporterades om den goda stämningen och konsertens höga kvalitet. Göteborgs Kulturkalas kan räkna sig som en av de mest kända och omtalade västerländska kulturfestivalerna i arabisk media.

Den mediala genomslagskraften har sammantaget resulterat i att Göteborg och Västra Götaland har exponerats på ett mycket positivt sätt i arabiskspråkig media, då de flesta införanden skedde inför konserten.

#### **Snabb ryktesspridning**

Med anledning av samverkan med EuroPride beslutade Kulturkalasets verksamhetsledning att beställa dekoration med regnbågsmonster och EuroPrides logga till scenen på Götaplatsen. Senare togs ett snabbt beslut om att regnbågsdekorationen skulle hänga uppe under hela Kulturkalaset, istället för enbart de dagar EuroPride hade program där. Beslutet förmedlades dock inte till alla inblandade, och det togs ingen hänsyn till att det redan fanns överens-





Nancy Ajram @NancyAjram

22 aug.

I would like to clarify once and for all that I respect everyone's choices without any discrimination. I had never put myself in a position to judge or issue pre-judgements especially that personal life is private and no one has the right to interfere in. We just have to respect it.

kommelser om scenens utseende med två stora aktörer, Nancy Ajram och Rix FM Festival.

Nancy Ajrams musiker och stab kom till Göteborg dagen innan konserten. Mitt bland regnbågsflaggorna som prydde Avenyn, fasaden på Konstmuseet och Götaplatsen blev det plötsligt tydligt att ingen information om att EuroPride pågick samtidigt hade nått dem. Här uppstod en diskussion om Kulturkalaset's åtaganden i förhållande till ingångna överenskommelser om ett neutralt utseende på scenen. Efter konstaterandet att Kulturkalaset brustit i sin information till artistens stab beslutades att scendekorationen skulle monteras ner och i dialog med West Pride flyttades dekorationen till scenen i EuroPride Park på Kungstorget.

När nedplockningen av regnbågsdekorationen påbörjades på torsdag kväll var det fortfarande oklart vad som skulle flyttas och varför. I samband med nedmonteringen började rykten och bilder spridas på sociala medier. När verksamhetsansvarige på Kulturkalaset kontaktades av media på fredag morgon uppgavs oriktig information, bland annat eftersom det fortfarande saknades en klar bild av om några, och i så fall vilka, krav som framförts av artistens stab.

På förmiddagen publicerade Göteborgs-Posten en webbartikel med rubriken att Nancy Ajram krävde att regnbågsflaggor skulle plockas ner. Artikelns fick snabb och stor spridning, och situationen behövde omgående klargöras.

### Inga regnbågsflaggor plockades ner

Inte förrän när Nancy Ajram anlät med flyg tillsammans med sin manager på fredagen gavs tillfälle för ett klargörande möte med managern. Först sent på eftermiddagen, efter det mötet, blev det tydligt att det inte fanns några krav från managern om att regnbågsflaggor eller scenдекор skulle plockas ner. Men då fanns ingen återvändo – regnbågsdekoren på Götaplatsen var redan flyttad. När Kulturkalaset och West Pride på kvällen klargjorde att inga regnbågsflaggor plockats ner var det omöjligt att bryta igenom kritiken i traditionell media och i sociala medier.

Reaktionerna var massiva med upprördhet och hård kritik, och med tanke på hur det hade framställts i den första tid-

ningsrubriken var de berättigade. Verksamhetsansvarige på Kulturkalaset tar på sig det fulla ansvaret för det som hänt, och efterhand kan det konstateras att flera misstag begåtts, både i samband med bokningen och i kommunikationen kring frågan.

Sammanfattningsvis borde det första beslutet om regnbågsdekorationen på scenen ha analyserats ordentligt innan beslutet togs. Likaså skulle Nancy Ajrams stab ha fått informationen om Kulturkalaset's samverkan med EuroPride redan vid bokningstillfället. Då hade alla spekulationer kunnat undvikas och situationen hade aldrig behövt uppstå. Att det var först efter mötet med managern sent på fredag eftermiddag som det framgick att inga krav hade ställts var en försvårande omständighet. Dock borde Kulturkalaset och Göteborg & Co kunnat hantera frågan mer skyndsamt. Journalisten som gjorde intervjun borde ha informerats om felaktigheterna, tydlig information borde spridits i alla Kulturkalaset's kanaler och festivalens kommunikatörer borde fått mer utförlig information för att kunna besvara frågorna som rasade in från allmänhet, festivalbesökare och samarbetspartner.

Först i samband med konserten informerades Nancy Ajram själv om vad som hade hänt, och när hon efter 16 timmar i Sverige återvände till Libanon gjorde hon ett uttalande i frågan via sina sociala medier.

Svensk medias rapportering om regnbågsflaggor och flytt av scendekor fick spridning även i arabiskspråkig media i Mellanöstern, men där var det lättare att få ut dementier och senare också en redogörelse för vad som hade hänt.

### Kritiken överskuggade resultatet

Utöver kritiken mot Kulturkalaset riktades hårda angrepp mot verksamhetsansvarige för festivalen och även mot Nancy Ajram. Det som stack ut var de rasistiska och islamofobiska angreppen, då många skribenter på sociala medier tog för givet att en sångerska från Mellanöstern är muslim. Att inte heller Rix FM Festival hade regnbågsdekorationen på scen fick inte samma uppmärksamhet.

En välvillig intention om att synliggöra EuroPride på Kulturkalaset's scen fick en helt annan vändning än det positiva med att regnbågsdekorationen prydde scenen fyra av sex dagar istället för enbart torsdag och lördag som var tänkt från början. Likaså hamnade det lyckade samarbetet mellan Kulturkalaset och West Pride/EuroPride i skuggan av flaggfrågan. Här vet vi i efterhand vilken stor betydelse det haft att Kulturkalaset fått besökare att enklare kunna ta del av EuroPride genom sitt besök, inte minst för publikgrupper som aldrig annars skulle besöka en pridefestival.



Kulturminister Alice Bah Kuhnke på EuroPride



Camilla Nyman, vd Göteborg & Co, på EuroPride



Lash inviger EuroPride på Kungstorget



Polishästar under EuroPride Parade



Jasmine Kara på EuroPride



Robert Fux på EuroPride





EuroPride Parade

# EuroPride 2018

EuroPride 2018 var ett samarrangemang mellan West Pride och Stockholm Pride, som även samorganiserades med Göteborgs Kulturkalas.

EuroPride har arrangerats sedan 1992. Varje år tilldelas en europeisk pridefestival rättigheterna att använda titeln av organisationen European Pride Organisers' Association, EPOA, ett nätverk av europeiska Pride-organisationer.

För första gången någonsin delades värdskapet av två städer, med budskapet "Two cities, one country – for a united Europe open to the world". Genom parollen ville arrangörerna lyfta blicken från Sverige och belysa mångfald, alla människors lika rättigheter, integration och hylla hbtq-kultur i Europa och världen. En arbetsgrupp bestående av representanter från West Pride, Göteborg & Co, Stockholm Pride och Stockholm Visitors Board arbetade fram ett bud som presenterades på EPOAs årsmöte 2015. EuroPride2018 tog plats i Stockholm 27 juli till 4 augusti och i Göteborg samma dagar som Kulturkalaset, alltså 14 till 19 augusti.

Festivalens största samlingsplatser i Göteborg var EuroPride House och EuroPride Park. EuroPride House huserade i ett flertal lokaler runt Götaplatsen, bland annat Stadsbiblioteket, Artisten, Riksarkivet och Världskulturmuseet. Där kunde besökarna ta del av cirka 200 seminarier, debatter, samtal, utställningar och workshops. Festivalens största scen och EuroPride

Park förlades till Kungstorget. Där fanns även utställare, försäljare och ett område med häng och aktiviteter riktade till unga. På scenen bjöds förutom konserter på stand-up, dans, spoken word och drag- och burleskshow. EuroPride hade program och uppträdanden även på bland annat Götaplatsen, Liseberg och i Barnens Kulturkalas i Trädgårdsföreningen. Totalt fanns 477 programstarter med EuroPride-tema.

Mest uppmärksammat och publikdragande var EuroPride Parade på lördagen 18 augusti. Paraden startade på Heden, passerade Brunnsparken och gick uppför Avenyn innan den avslutades med en ceremoni på Götaplatsen. Antalet deltagare i paraden var 25 000 personer medan cirka 50 000 besökte den som åskådare. Totalt antal deltagare i EuroPride Göteborg 2018 var 225 000 personer.

Enligt besöksundersökningen uppgav 8 av 10 besökare att de kände till att evenemanget EuroPride hölls samtidigt som Kulturkalaset. 45% uppgav att de skulle besöka och eller delta i EuroPride. Andelen var lika stor bland göteborgare som turister. 8 av 10 uppgav att helhetsintrycket av EuroPride var bra. De påstående om Kulturkalaset och EuroPride som högst andel instämmer i är att festivalerna präglas av en god stämning, att det är arrangemang där det finns något för alla sinnen samt att det finns något för alla människor och att det underlättar för människor att mötas.

# Dubbelt så festligt

Kulturkalaset och EuroPride 2018 samverkade bland annat kring programinnehåll och evenemangsytor i centrala Göteborg. Samarbetet syntes även i marknadsföringen där evenemangens dubbla logga genomgående användes. I slutet av juni bjöd festivalerna in allmänhet och media till en gemensam och gratis släppfest för programmet på Valand.

## Kampanj

I maj lanserades samarbetet mellan de båda festivalerna på cirka 200 ljustavlor i den så kallade stadsinformationsserien i Göteborg. Från mitten av maj och sex veckor framåt gjorde Metro Göteborg ett uppslag i veckan med olika Kulturkalasteman.

Printannonsering i Metro pågick under hela sommaren under Metros utgivningsveckor. En digital kampanj inklusive en nativeartikel och ett populärt quiz publicerades på alla Metros digitala plattformar. Kulturkalaset annonserade digitalt via programmatiska köp och syntes därmed på stora webbplatser som [expressen.se](http://expressen.se), [gp.se](http://gp.se), [tradera.se](http://tradera.se), [dn.se](http://dn.se), [familjeliv.se](http://familjeliv.se), [di.se](http://di.se) och [hitta.se](http://hitta.se). Kulturkalaset syntes även på printannonser i tio tidningar i Västra Götalandsregionen och Halland. Göteborgs cirka 50 officiella affischplaceringar användes under flera veckor.

På Västtrafiks pendeltåg och resecentrum visades ett 30 sekunder långt bildspel och på storbildsskärmarna utanför Scandinavium och Ullevi visades korta kampanjfilmer under fyra veckor. Vid infarterna till Göteborg exponerades Kulturkalaset och EuroPride Göteborg 2018 på de stora infartstavlorna. I samband med genomförandet affischerades återigen på ljustavlorna i stadsinformationsserien. Under genomförandet smyckades staden med banér och flaggor för båda festivalerna.

## Programtidning

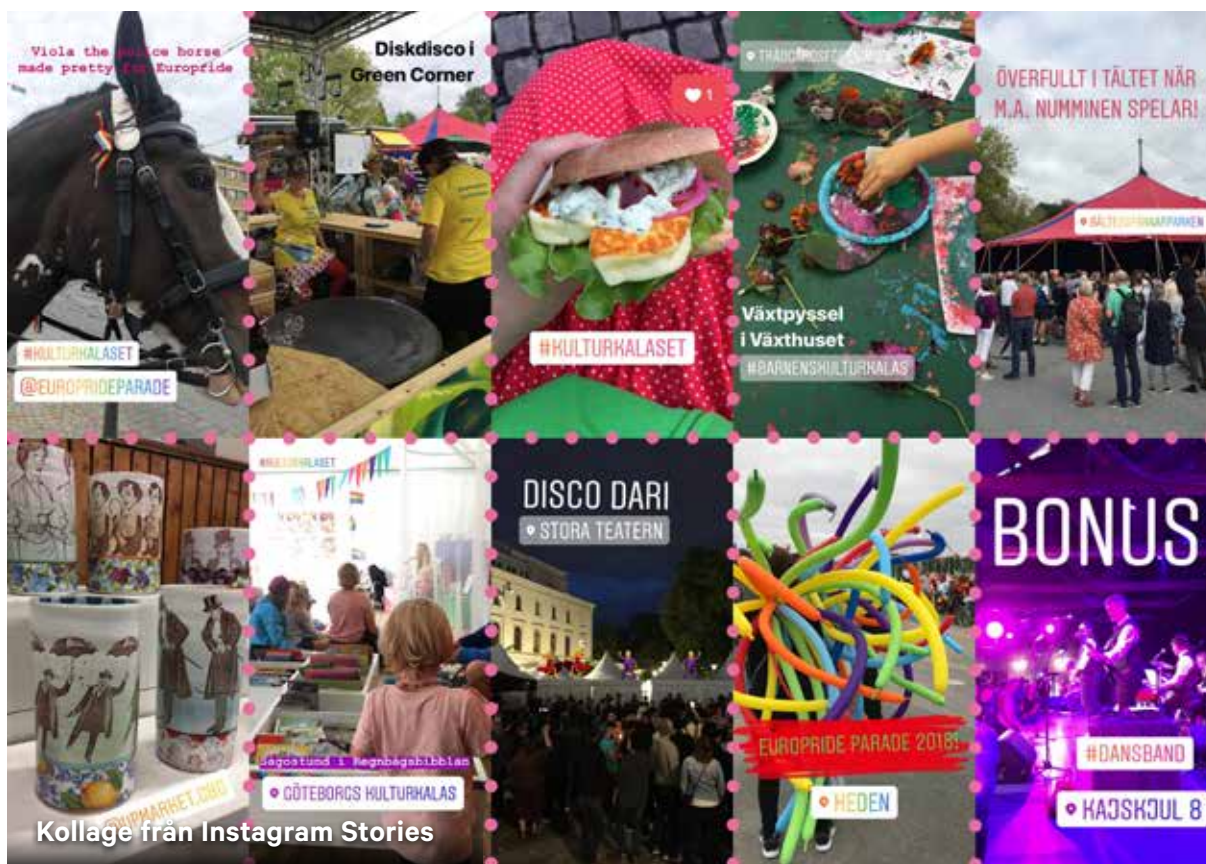
Årets programtidning gjordes tillsammans med West Pride/EuroPride. Från ena hållet gick det att läsa om Kulturkalaset och från andra hållet om EuroPride i Göteborg. Den totala upplagan var 427 525 exemplar. 270 100 hushåll i Göteborg, det vill säga nästan alla, fick programtidningen i brevlådan helgen före Kulturkalaset. Den 14 augusti låg 110 525 programtidningar som en inlaga i Metro Göteborg och kunde därför nå en stor del av västra Sverige. Ytterligare 20 000 exemplar placerades på festivalplatserna. Under morgonrusningen 14 augusti delades cirka 2 000 programtidningar ut till personer på stan. Programtidningen fanns också tillgänglig på ungefär 300 knutpunkter som kaféer, bibliotek, turistbyråer och biografier i Västra Götaland.



Programtidningens dubbla framsidor

Exempel på printannonser





All text i EuroPride-delen var på engelska och på en sida fanns information om Kulturkalaset på engelska och arabiska. Programtidningen var totalt 72 sidor och producerades av Metro.

### Hemsida

Hemsidan hade 159 500 unika besökare under evenemangsdagarna, jämfört med 2017 då siffran var 167 473. Hemsidans besöksantal har minskat, men samtidigt ger årets besöksundersökning ett rekordbetyg (5,8 av 7) i mätningen om informationen som gått ut om Kulturkalaset. Det tyder på att informationen nått ut via Kulturkalaset och andra kanaler.

Endast 23% av de som besökte hemsidan använde en dator. 70% använde en mobil och 7% använde surfplatta.

### Sociala medier

Facebook, Twitter och Instagram har fungerat som både informationskanaler och som en plattform för frågor och diskussioner med Kulturkalaset följare. I besöksundersökningen uppger 24% av besökarna att de huvudsakligen fått kännedom om evenemang via Facebook och andra sociala medier (hemsidan fanns inte bland svarsalternativen).

På Instagram användes funktionen Stories flitigt under genomförandet. Filmklipp sågs i snitt av 700 personer om dagen och minst tio klipp låg uppe åt gången. Även

på Facebook gjordes flera poster dagligen. Kulturkalaset följare i sociala medier ökade, om än inte lika mycket som mellan 2016 och 2017. Själva engagemanget bland följarna är stort, till exempel kommentarer och delningar, vilket ger en indikation på aktiviteten och intresset hos följarna. Eventet för Göteborgs Kulturkalaset på Facebook har visats för 81 000 personer och nära 42 000 agerade genom att svara ja, nej eller kanske på om de skulle komma.

	Antal gillare / följare		
	Sept 2016	Sept 2017	Sept 2018
Facebook	30 490	34 855	37 544
Instagram	2 440	3 364	3 988
Twitter	3 142	3 293	3 242

### Översättning och utveckling

För första gången översattes hela Kulturkalaset program till engelska på hemsidan. Genom att översätta beskrivningarna av alla programpunkter var målet att öka tillgängligheten, både för alla i Göteborg och för de många internationella besökare som förväntades ta del av Göteborgs Kulturkalaset och EuroPride Göteborg 2018. Det gjordes också en satsning på att syntolka och teckenspråkstolka fler programpunkter och informera om det på hemsidan. Numera finns också möjligheten att lyssna på hemsidan, en hjälpmedelsfunktion för personer med nedsatt syn.



**Götaplatsen under Nancy Ajrams konsert**

### **Bilden av Göteborgs Kulturkalas i media**

Rapporteringen om Göteborgs Kulturkalas har i samband med genomförandet varit av olika karaktär. En del har varit övervägande positiv där medier tipsat om Kulturkalasets program och recenserat olika programpunkter. En del av rapporteringen har också handlat om omklädningen av scenen på Götaplatsen inför Nancy Ajrams konsert fredagen 17 augusti (se s 17).

Från 1 januari till 30 augusti 2018 gjordes enligt mediebevakningsprogrammet Retriever 374 svenska publiceringar där Göteborgs Kulturkalas nämndes. Då är inte inslag i radio och tv medräknade. Inte heller pressmeddelanden är inräknade.

Enligt Retriever uppgick exponeringsvärdets annonsvärde till drygt 14,8 miljoner kronor och antal läsare uppskattades till drygt 40 miljoner.

När det kommer till etermedia har Kulturkalaset varit med i både radio och tv flera gånger. Sveriges Radio P4 Göteborg har rapporterat i sina nyheter, program och på sin hemsida. SVT Nyheter Väst och Kulturnyheterna i SVT har också rapporterat från Kulturkalaset.

### **Nationell mediabevakning**

Kulturkalaset var med i riksmidia ett flertal gånger, bland annat i Expressen, Svenska Dagbladet, M-magasin, TT, Aftonbladet och Kulturnyheterna i SVT. På regional och lokal nivå är det främst Göteborgs-Posten, Sveriges Radio P4 Göteborg, Göteborg Direkt, GT, ETC Göteborg, SVT Nyheter Väst och Metro Göteborg som har bevakat Kulturkalaset. Utanför Göteborg, men i övriga Västra Götaland, har ett tiotal medier skrivit om Kulturkalaset. I lokala och regionala medier utanför Västra Götaland har ett trettiotal medier nämnt Kulturkalaset. Av dessa har några direkt handlat om Kulturkalaset, medan andra i huvudsak

handlade om golftävlingen Nordea Masters men nämnde Kulturkalaset.

Kulturkalaset bevakades också av Sveriges Radios arabiska kanal, Radio Sweden Arabica, som har nationell täckning.

### **Arabiskspråkig mediebevakning**

I arabiska medier har spridningen av Kulturkalaset varit stor och övervägande positiv. Förutom det övervägande positiva genomslaget så plockades även nyheten om scenomklädningen upp i arabiska medier. Göteborg och Göteborgs Kulturkalas har nämnts och beskrivits i över 50 medier (nätbaserade, tv, radio och tryckt media). Tillsammans har dessa 50 medier drygt 136 miljoner följare på sina Facebooksidor, 28 av dem har mellan 1 miljon och 13 miljoner följare. Den största publiciteten har varit i Egypten, Libanon och Dubai. Det har inte gjorts någon uppskattning av exponeringsvärdet gällande arabiskspråkig media.

### **Exempel på teman som lyftes av journalister**

Innan Kulturkalaset och även de första dagarna under genomförandet handlade medias bevakning mycket om programpunkter och de stora artisterna. En hel del av artiklarna lyfte också Kulturkalaset miljöarbete och sociala hållbarhetsarbete.

Efter att scendekorationen på Götaplatsen byttes inför Nancy Ajrams konsert fredagen 17 augusti handlade mediebevakningen mycket om just detta, något som fick både nationell och internationell spridning. Initialt spreds en felaktig uppgift om att flaggor tagits ner och sedan följde en diskussion kring ämnet som höll i sig några dagar efter själva händelsen.

Kulturkalaset nämndes också i flera artiklar som handlade mer om Nordea Masters och EuroPride och fick därmed en spridning runt om i landet.





Boy George med Culture Club på Götaplatsen



Florent & Justin på Götaplatsen





# Hållbarhet ur tre perspektiv

Göteborg & Co:s målbild enligt affärsplanen 2018–2020 är att Göteborg ska vara norra Europas ledande hållbara evenemangsstad med sikte mot 2030.

## Ekologisk hållbarhet

Göteborgs Kulturkalas är sedan flera år ett miljödiplomerat evenemang vilket kontrolleras av Göteborgs Stads miljöförvaltning enligt Svensk Miljöbas standard.

För att bli miljödiplomerad krävs ett systematiskt hållbarhetsarbete. Till exempel kontrolleras och livsmedel, transport, inköp, avfall och organisation. Självklart används 100% förnyelsebar energi. Göteborgs Kulturkalas hållbarhetsarbete präglar hela organisationen där alla involverade bedriver ett aktivt hållbarhetsarbete enligt hållbarhetspolicy.

## Hög andel ekologisk och vegetarisk mat

Kulturkalaset har som ambition att i linje med Göteborgs Stads mål minska koldioxidutsläppen per serverad portion genom att höja andelen miljömärkta produkter och vegetariska portioner. Målet ska nås bland annat genom höga krav på matförsäljare men också genom att aktivt välja aktörer som serverar mer vegetariskt. Miljökraven kontrolleras genom intern- och externrevision. Vi ser också att övergången mot mer klimatsmarta alternativ, till exempel veganskt istället för kött, behöver gå fortare fram.

## Några av miljökraven på matförsäljarna:

- Matförsäljarna ska använda minst sex ekologiska produkter som tillsammans utgör minst 30% av den totala mängden mat.
- Fisk och skaldjur ska komma från hållbara bestånd.
- Kaffe och te är ekologiskt och rättvisemärkt och all mjölk är ekologisk.
- Matförsäljarna erbjuder minst ett vegetariskt alternativ.
- Engångsartiklar och rengöringsprodukter är miljömärkta.

All mat som Göteborgs kulturkalas serverar till personal och samarbetspartner är vegetarisk.

## Green Corner utvecklas

Kulturkalasetts samverkansprojekt med Stadsnära odling och GreenhackGBG fortsätter. I år bidrog även ÖGAT, Stadslandet och One Stop Future. Green Corner bygger på hållbarhet och är en inspiration till gröna matupplevelser, stadsodling och den hållbara matens möjligheter samt en arena för mindre aktörer. I år samlades 15 mindre aktörer och föreningar i Green Corner och serverade vegetarisk

mat med ursprung från hela världen med Göteborg som gemensam nämnare.

Andra nyheter var veganbloggaren Jävligt Gott som bjöd på tips samt Resursrestaurangen som arrangerade workshops och schnippeldisco. Där bjöds besökare in till att laga mat på svinn, för att sedan äta gemensamt, en aktivitet som drog flera hundra personer.

## Kranmärkt evenemang

Göteborgs Kulturkalas är ett kranmärkt evenemang. Det innebär bland annat utplacering av vattenstationer där besökare kan fylla sin vattenflaska med kranvatten och att all försäljning av buteljerat vatten är förbjuden. Genom detta vill Kulturkalaset inspirera andra att också välja kranvatten för en bättre miljö. Tillsammans med förvaltningen Kretslopp och vatten utökades antalet vattenstationer i år till totalt 20 stycken.

## Miljömärkta trycksaker

För kampanjaffischer, programtidning och övriga trycksaker används miljömärkt material. Exponeringsmaterial från tidigare år sparas och återanvänds. 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 ett förbud mot utdelning av flygblad och reklam.

Genom Fixarfest, ett samarbete med Göteborgsregionens Kommunalförbund Räkna till 10 gavs besökarna i år tillfälle att sy sammanlagt 200 påsar av tygmateriale från förra årets skyltning. Att återanvända material på det här viset är ett projekt som kommer att få en fortsättning i större skala.

## Satsning på att förebygga avfall

Avfall vid evenemang är generellt en stor utmaning och Göteborgs Kulturkalas prioriterar att varje år arbeta förebyggande och samtidigt öka sorteringsgraden. I år sorterades 63% av Kulturkalasetts avfall, vilket är ett resultat av en samlad och samordnad kraftanstängning.

	2015	2016	2017	2018
Andel sorterat avfall	7%	35%	46%	63%

## Några av de avfallsförebyggande åtgärderna:

- På Kungstorget säljs dryck i flegångsglas som diskas.
- Aluminiumfolie, plasticsugrör, portionsförpackningar för mjölk, salt, socker och liknande får inte användas.
- Försäljare ska undvika engångsmaterial som påsar



**Sop-Sune bär en genomsnittlig göteborgares förpacknings- och engångsavfall för en månad**

för mat, folie runt smörgåsar, lock på kaffemuggar och engångsglas.

- Alla matförsäljare ska erbjuda halvportioner för att minska matsvinnet.
- Matförsäljare som säljer mat lagad av svinn.
- Försäljare ska prioritera återanvänt material när de bygger försäljningsstånd.
- Engångsfritt Kulturkalas (läs mer på sidan 29).

### Besökarnas färdmedel

Enligt besöksundersökningen tog sig majoriteten av göteborgarna till årets Kulturkalas på de mest miljövänliga sätten till fots, med kollektivtrafik eller cykel. Antalet har ökat till 91% jämfört med 88% förra året. Av turisterna åkte 57% kollektivt, 28% åkte bil och 16% flög. Att andelen flygresenärer ökat jämfört med förra året kan tyda på att årets Kulturkalas och samarrangemanget med EuroPride nått en större internationell dragningskraft.

### 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 och arbetssättet utvecklas löpande. Kulturkalaset delar med sig av sin kunskap och erfarenhet till andra. I slutet av rapporten finns tips till andra arrangörer och verksamheter.

### Jämn könsfördelning på scenerna

Könsfördelningen på scenerna är i princip 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 ersättningar 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. Detta gäller även medverkande som inte definierar sig som man eller kvinna. I år är första gången vi redovisar statistik för dessa artister. Även här finns en utvecklingspotential i synen på kön och hur våra medverkande själva väljer att definiera sig.

### Samarbete över stadsdelsgränserna

Kulturkalasets riktade arbete bidrar till att minska segregationen i Göteborg. Ett exempel är det fortsatta samarbetet med Mosaikfabriken. Under våren 2018 besökte Kulturkalaset ett tjugotal skolor och fick närmare 600 skolelever från olika stadsdelar att mötas, lära känna varandra och skapa bilder i mosaik tillsammans. Mosaikkonstverken som eleverna skapade har monterats på muren runt det centralt belägna Kungstorget.

Totalt har över 4 000 elever mötts över sina stadsdelsgränser genom Kulturkalaset. Förhoppningen är att skolorna i Göteborg ska implementera idén om att alla klasser i grundskolan ska ha en kompisklass i en annan stadsdel.

### 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 2018 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.

### **Incidenter**

Under årets genomförande anmäldes fyra incidenter till festivalens sambandscentral, och två av dem även till polisen. Det kan uppfattas som få, men eftersom festivalen inte har särskilt många incidenter väljer vi att synliggöra det. På så sätt kan vi arbeta med hur vi ska förebygga att det händer igen och även analysera de olika incidenterna. Ett politiskt partis utställartält (SD) sattes i brand, en kvinnlig anställd utsattes för ett ofredande av en festivalbesökare och två volontärer blev skadade i samband med publiktrycket på Götaplatsen. Alla dessa incidenterna är oacceptabla och borde aldrig ha inträffat. Utöver detta polisanmälde Göteborgs stadsmuseum ett hot mot publiken och föreläsarna under en EuroPride-programpunkt.

### **Medvetet programutbud**

En av Kulturkalasets 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 gruppers 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 utbudet är en av de aspekter som nämns som en av de bästa sakerna med Kulturkalaset i besöksundersökningen. 89 % var nöjda med bredden och 83 % anger att det fanns fler upplevelser än vad de hade förväntat sig. 95 % svarar att det finns något för alla sinnen. Besöksundersökningen visar att 85 % av besökarna säger att deras lust att ta del av kulturlivet ökar efter ett besök på Kulturkalaset.

### **Hållbar arbetsmiljö**

Med många medverkande på och bakom scenerna, externa leverantörer, matförsäljare, samarbetspartner etcetera är Kulturkalaset en arbetsplats för många, utöver de som är anställda för Kulturkalaset på Göteborg & Co. I år har arbetsmiljöarbetet förbättrats ytterligare för de som arbetar med Kulturkalaset och för att besökarna ska känna sig trygga. Satsningen har möjliggjorts tack vare ett fortsatt partnerskap med företaget Melicon. De har stärkt Kulturkalasets personal och ansvarat för arbetsmiljöfrågor, logistik och planering samt varit ett generellt stöd för ett hållbart genomförande. Förbättringarna har varit tydliga

i förhållande till tidigare år. 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 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 de 130 volontärerna i Team Göteborg 20 olika språk, vilket gör festivalen mer tillgänglig. Ytterligare 44 personer från Team Göteborg anställdes under genomförandet. Genom ett samarbete med föreningen Passalen fick unga med olika funktionsvariationer möjlighet att vara värdar.

### **Ekonomisk hållbarhet**

Kulturkalasets omsättning var cirka 25,2 miljoner kronor (21,7 mkr 2017, 24,8 mkr 2016). Göteborgs Stad är den största finansören genom en uppdragsersättning från Göteborg & Co på 13,6 miljoner kronor (11,1 mkr 2017, 13,5 mkr 2016). Uppdragsersättningens höjning på 2,5 miljoner avsåg de ökade kostnaderna för extra infrastruktur för EuroPride Park och säkerhet/bevakning samt festivalens längd som återgick från fem till sex dagar. Kulturnämnden i Västra Götalandsregionen bidrog med 1 miljon kronor till verksamheten samt ytterligare 500 000 kronor för bokningen av Nancy Ajram. Näringslivsgruppen Göteborg & Co bidrog med totalt 800 000 kronor varav hälften avsåg delfinansieringen av Nancy Ajram. Kulturförvaltningen i Göteborgs Stad bidrog med 300 000 kronor.

Av resterande 9 miljoner kronor (7,97 mkr 2017) kommer huvuddelen på 7,5 miljoner kronor (6,57 mkr 2017) från sponsorer. 1,5 miljoner kronor kommer från avgifter för utställare och matförsäljare (1,4 mkr 2017).

Kostnaderna uppgick till 25,2 miljoner kronor och är uppdelade på fem huvudområden: Program 5,2 miljoner kronor (4,93 mkr 2017, 7,38 mkr 2016), kommunikation/marknadsföring 2,9 miljoner kronor (2,06 mkr 2017, 2,24 mkr 2016), infrastruktur/bygg/scen/teknik 5,6 miljoner kronor (4,99 mkr 2017, 4,83 mkr 2016), säkerhet 1,4 miljoner kronor (0,88 mkr 2017, 1,06 mkr 2016) och personal/administration/musikrättigheter 10,1 miljoner kronor (8,81 mkr 2017, 9,35 mkr 2016). Av det är musikrättigheterna (STIM/SAMI) cirka 700 000 kronor (520 000 kronor 2017).

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.

### 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.

### Samhällsvinster

Intäkter kan mätas med de arbetstillfällena som skapas, eller den konsumtion som sker i samband med Kulturkalaset. 2018 års mätning visar att 42 % (33 % 2017) av besökarna

kom från orter utanför Göteborg. 7 % av göteborgarna och 44 % av turisterna hade inte besökt Kulturkalaset tidigare.

Ett annat sätt att se på ekonomisk hållbarhet är att mäta nöjdheten bland besökarna, kulturell förnyelse, ökat intresse för kulturlivet och investeringar som görs i staden och regionen som en effekt av positiva evenemang som når alla. I publikundersökningen ger besökarna ett snittvärde på 6,3 av 7 (5,8 2017) för helhetsintrycket av Kulturkalaset, vilket visar att 91 % var nöjda. 87 % var nöjda med programinnehållet, vilket är ett välförtjänt betyg för alla våra programarrangörer. Helhetsintrycket av Göteborg som evenemangsstad fick medelvärdet 6,5 av 7 (6,1 2017), så 94 % var nöjda. Mer statistik presenteras i kapitlet om måluppfyllelse.

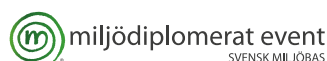
### Samhällskostnader

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 2018

### 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.
- 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.
- En positiv utveckling av samhället och våra intresser.
- 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.





# Engångsfritt Kulturkalas

Göteborgs Kulturkalas ska bli ett evenemang fritt från engångsförpackningar. Målet är ett helt engångsfritt evenemang 2021, men redan i år kunde omkring 6 500 tallrikar och bestick samt tusentals glas i engångsmaterial undvikas.

Den nya satsningen Engångsfritt Kulturkalas är ett treårigt projekt som genomförs tillsammans med förvaltningen Kretslopp och vatten. Göteborgs Kulturkalas ska fungera som ett pilotprojekt där olika metoder testas för att på sikt permanentas och fungera som goda exempel för andra arrangörer.

Avfall och nedskräpning är ett av de områden där festivaler måste bli bättre. Kulturkalaset har under många år arbetat med att förbättra sortering av sopor men tar nu ett stort kliv mot att förebygga avfall. Det är det bästa för miljön och klimatet och minskar såväl nedskräpningen som mängden plast i havet.

## Test av tre olika system

Under det första året av projektet har Kulturkalaset testat tre system: ett engångsfritt matområde, servering av öl i flergångsglas samt att uppmuntra besökare att använda matlådor.

Det engångsfria området kallas för Green Corner och ligger i Bältesspännarparken. I Green Corner diskades porslin, glas och bestick i en diskcontainer, alltså en stor restaurangdiskmaskin placerad i container. Fyra försäljare var kopplade till satsningen och alla provsmakningar och matlagingsaktiviteter under veckan kunde genomföras helt utan engångsprodukter.

På Kungstorget serverade krögaren öl i flergångsglas istället för engångsglas, vilket är det vanliga på svenska festivaler. Glasen hyrdes in av en aktör som i efterhand rengjorde glasen för att sedan hyra ut dem till andra evenemang. Minst 1 000 av de här glasen diskades i Kulturkalasetts egen diskcontainer.

Besökare uppmuntrades samtidigt att använda flergångslådor. Detta gjordes genom en rad kommunikationssatsningar och ett ekonomiskt incitament. I samtliga matförsäljares avtal ingick att besökare som tog med egen matlåda skulle få 10 % rabatt. Därför fanns det utöver miljövinning även en ekonomisk fördel för besökaren – mat i engångsmaterial blev helt enkelt dyrare.

Många besökare var positiva till idén om att ta med egen matlåda, och nästan 2 500 personer som köpte

mat tog tillfället i akt att få rabatt. Diskcontainern var igång konstant och tack vare den kunde en stor mängd tallrikar och bestick av engångsmaterial undvikas. Under själva festivaldagarna anslöt sig ytterligare två försäljare till det engångsfria alternativet. Att porslinet som användes vid alla programpunkter som innehöll smakprovningar diskades i diskcontainern imponerade på besökarna.

## Fokus på matsvinn

På samma tema har Kulturkalaset i år försökt lyfta frågan om matsvinn med en rad olika programpunkter och matförsäljare som fokuserar på att minska evenemangets eget matsvinn. Det har även lagats mat på svinn där flera hundra personer åt måltider tillagade av ingredienser som annars skulle ha kastats.

Parallellt arbetar Kulturkalaset vidare med Kranmärkning, en lyckad satsning i att erbjuda gratis kranvatten till alla besökare. Det innebär att inget buteljerat vatten får säljas och att vattenstationer för att fylla på egna flaskor placeras ut på stan. Efter ett antal år ser vi att besökare blivit mer och mer benägna att ta med sig sina egna flaskor. Vi har också sett att det tar ett par år för en sådan här satsning att slå igenom. Det stora genomslaget kom 2017, och i år bedömer vi att kännedomen och vanan att ha med sig en påfyllningsbar flaska är etablerad.

Det märks också ett stort behov av den här infrastrukturen i Göteborg. Under Kulturkalaset fanns 20 dricksvattenkranar tillgängliga i centrum, och många besökare vill att det ska finnas lika många och synliga dricksvattenkranar i Göteborg även under resten av året.

## En vilja till utveckling bland alla

Att gå mot ett engångsfritt evenemang ligger helt rätt i tiden. Till exempel vill EU-kommissionen förbjuda engångsprodukter i plast, som bestick, tallrikar och sugrör. Under årets Kulturkalas var sugrör i plast förbjudna (med undantag för personer som behöver sugrör för att kunna dricka). Förbättringar av det slaget är en viktig del av en successiv omställning där Kulturkalaset tittar på alla små detaljer. Det märks också att det både bland medverkande och besökare finns en vilja till utveckling.

Samtliga satsningar har en stark koppling till Göteborgs Stads mål att minska stadens hushållsavfall till 2030. Kulturkalaset är en lämplig plattform för att testa staden-övergripande modeller eftersom det fungerar bra som en kanal för att nå ut till göteborgarna.





Jöran Fagerlund, nämndordförande för Kretslopp och vatten



Emelie Borg och Mattias Jägerskog från GreenhackGBC, i mitten Karin Nielsen från Kretslopp och vatten







Hammarkullekarnevalen i EuroPride Parade

# Mål och utfall

**Vision:** Göteborgs kulturkalas ska 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 Origo Group. 2018 genomfördes 1 049 intervjuer på olika tider och fem olika festivalplatser på Kulturkalaset och EuroPride. Intervjuerna har huvudsakligen skett på svenska, men enkäten har funnits översatt och kunnat besvaras på engelska. Endast personer 16 år eller äldre har intervjuats, och endast en person per sällskap. I besöksundersökningen har frågorna ställts gemensamt om Kulturkalaset/EuroPride.

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

## 1. Mångfald utifrån besökare

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

### Utfall:

- 1,7 miljoner besök på Kulturkalaset varav 225 000 besök på EuroPride (1,1 miljoner besök på Kulturkalaset 2017 och 1,5 miljoner besök 2015 och 2016).
- Den genomsnittliga besökaren var 33 år (40 år 2017, 38 år 2016 och 36 år 2015). 61% av besökarna var kvinnor, 37% män och 2% uppgav annan könstillhörighet än man/kvinna. Av göteborgarna uppgav 4% annan könstillhörighet.
- 57% av besökarna var göteborgare (67% 2017, 69% 2016 och 73% 2015). Alla Göteborgs stadsdelar var representerade bland besökarna.

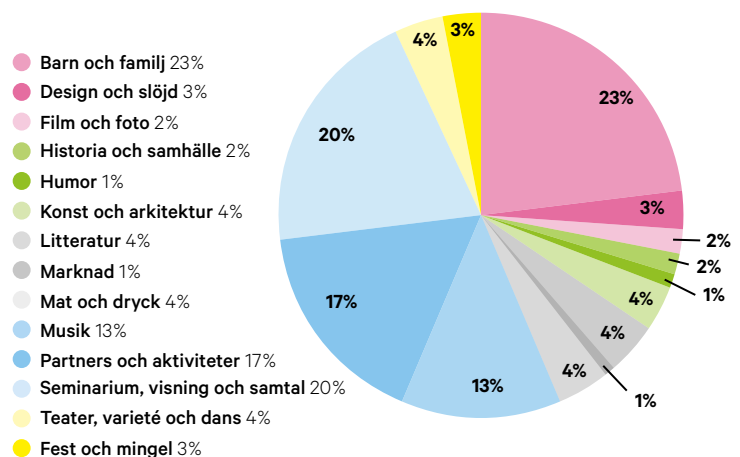
- Kulturkalaset lockar en bred publik i alla åldrar. 43% tillhörde åldersgruppen 25–44 år. 20% av besökarna var 16–24 år. Andelen besökare över 64 år var inte lika hög som på förra årets Kulturkalas då andelen var 19%. I år var andelen besökare 65 år och äldre 13%, men 16% vad gällde göteborgare.

## 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 ska skapa tillgängliga festivalplatser med ett varierat utbud som genererar nya spännande kulturupplevelser och möten.

### Utfall:

- I programmet fanns 1 469 programstarter som spände över många olika genrer: från teater och dans till konst, foto, musik och mat. 32% av programstarterna hade dessutom EuroPride-tema. I tårtdiagrammet är inte matförsäljare inräknade. Kategorierna Barn och familj samt Partners och aktiviteter är övergripande titlar och innehåller programpunkter från flera konstnärliga områden, som design, musik och teater.



- 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 visade samtidigt upp bredden i Göteborgs matkultur med mat från bland annat Chile, Mexiko, Colombia, Afghanistan, Iran, Syrien, Thailand, Somalia, Ghana, Polen, Eritrea, Etiopien och Brasilien.



- På onsdagen, torsdagen och fredagen kunde besökarna åka på Tempelturen, en guidad busstur till olika heliga byggnader och rum som används för bön och gudstjänst i Göteborg. Besökarna kunde också åka på stadsodlingssafari runt om i Göteborg.
- Könsfördelningen bland våra medverkande var 52 % kvinnor, 46 % män och 2 % annat, alltså som inte definierar sig som man/kvinna (51,4 % kvinnor resp 48,6 % män 2017 och 50 % resp 50 % 2016). Vi har räknat 4 000 av totalt cirka 4 500 artister (2 560 av cirka 2 800 år 2017) på våra scener. Nytt för i år är att kategorin annat införts för att synliggöra personer som inte definierar sig som man/kvinna i statistiken.
- På våra scener fanns 17 kulturaktörer med en eller flera artister/konstnärer med olika normbrytande funktionsvariationer (5 aktörer 2017, 14 aktörer 2016 och 11 aktörer 2015).
- Göteborgs Kulturkalas hade 25 programpunkter som syntolkades och 55 programpunkter som teckenspråkstolkades (16 respektive 28 2017). Det fanns även prova-på-segling anpassad för personer med olika funktionsvariationer. Götaplatsen och EuroPrides stora scen på Kungstorget hade upphöjda publikplatser för rullstol.
- Team Göteborgs värdar kunde tillsammans prata 20 språk och kom från samtliga stadsdelar i Göteborg.
- 38 % av turisterna som besökte Göteborg gjorde det primärt för att ta del av Kulturkalaset, 15 % för att ta del av EuroPride.
- Bland de tillfrågade turisterna var lördagen den dag då majoriteten besökte evenemangen, medan fredagen var den dag då störst andel göteborgare besökte dem.
- Enligt besöksundersökningen gjordes 1,7 miljoner besök på Kulturkalaset och EuroPride. Omräknat i unika besökare är det totala antalet 465 740 personer. Av dessa var 172 324 turister (beräknad turistandel 37 %). Turisterna spenderade i genomsnitt 1 881 kronor under hela sin vistelse i Göteborg. Den huvudsakliga utgiften var restaurang och kafé (32 %) och logi (31%). Den totala turistekonomiska omsättningen för Kulturkalaset och EuroPride 2018 var 326 835 965 kronor.
- För 2018 användes en ny metod för att mäta de ekonomiska effekterna av Kulturkalaset och EuroPride. Den indikerar bland annat en turistekonomisk effekt som överstiger 300 miljoner kronor, vilket är betydligt högre än vad mätningarna visat från tidigare år. Det finns flera skäl till detta. Det främsta är att metoden för att beräkna antalet besökare skiljer sig åt. Tidigare mätningar har utgått från endast de besökare vars huvudsyfte var att besöka Kulturkalaset. I 2018 års mätning ingår även de som har en annan huvudanledning till sitt besök i Göteborg, men som har tagit del av Kalasutbudet medan de är här. EuroPride medförde också en större andel besökare (turister) som stannade längre och spenderade mer än vid ett vanligt Kulturkalas.

### 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 inte målet då andelen utländska besökare stigit. Andel besökare från Göteborg och regionen var 76 %, 10 % kom från övriga Sverige och 13 % från utlandet.

	Fördelning besökare					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Göteborg	54 %	67 %	73 %	69 %	67 %	57 %
Övriga VG-regionen	30 %	18 %	19 %	17 %	18 %	19 %
Övriga Sverige (exkl. VG-regionen)	9 %	7 %	5 %	6 %	10 %	10 %
Utlandet	7 %	8 %	3 %	8 %	5 %	13 %

### 4. Nöjdhet

**Mål:** Helhetsintrycket av Kulturkalaset 2018 ska uppnå en nöjdhetsgrad på 6,0 på en 7-gradig skala.

#### Utfall:

- Göteborgs Kulturkalas får genomgående höga betyg och jämfört med förra året har alla betygen höjts.
- Högst värde får helhetsintrycket av Göteborg som evenemangsstad. 9 av 10 uppger att deras helhetsintryck av Kulturkalaset/EuroPride är bra. Turisterna ger högre betyg än göteborgarna på alla punkter förutom på informationen som gått ut om Kulturkalaset och tillgänglighet/transport till och från evenemanget.
- När besökarna får svara på vad det bästa med Göteborgs Kulturkalas är nämns maten, mångfalden bland såväl besökare som programpunkter samt gemenskapen och stämningen.



	Genomsnittligt betyg					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Helhetsintryck av Göteborg som evenemangsstad	6,4	6,2	6,1	6,1	6,1	6,5
Helhetsintryck av Kulturkalaset	5,9	5,9	6,1	6,0	5,8	6,3
Kulturkalaset programinnehåll	5,6	5,7	5,8	5,9	5,5	6,0
Bredden på Kulturkalaset kulturutbud	5,7	5,8	5,9	6,1	5,7	6,2
Service och bekvämligheter under Kulturkalaset	5,3	5,7	5,7	5,7	5,6	6,3
Tillgänglighet/transport till och från Kulturkalaset	6,1	5,8	6,1	6,1	6,0	6,3
Informationen som gått ut om Kulturkalaset	4,9	5,1	5,2	5,6	5,4	5,8

## 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 och EuroPride hade över 20 internationella akter som namngivna programpunkter. Utöver det hade nästan en fjärdedel av EuroPrides seminarier och samtal internationella gäster. Även flera andra programpunkter genomfördes på engelska. Bland de namngivna akterna fanns Nancy Ajram (Libanon), Boy George med Culture Club (Storbritannien), Bananarama (Storbritannien), Ane Brun (Norge), Abdellah Taïa (Marocko/Frankrike), The Selecter (Storbritannien), Mashrou' Leila (Libanon), Eleni Foueira (Grekland), M.A. Numminen och Pedro Hietanen (Finland), Ivan Coyote (Kanada), 3HatTrio (USA), Florent & Justin (Belgien) och Förbjudna Stadens Kammarorkester (Kina).
- Några exempel på svenskar med världen som arena: Göteborgs Symfoniker, GöteborgsOperans Danskompani, Avatar, El Perro Del Mar, Aurelia Dey, Karin Tidbeck, M.P.A.C. och Tove Styrke.

## 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 till nationella medier minst tio gånger nåddes med marginal. Göteborg nämndes i traditionella, nationella massmedier vid 23 tillfällen. Av dessa har Kulturkalaset nämnts i tre rikstäckande medier i artiklar om Nordea Masters. Kulturkalaset har också nämnts fem gånger i nationella musik- och festivaltidsskrifter. Rikstäckande medier på andra språk än svenska är inte medräknade, inte heller hur många gånger tv har sänt samma material. Nyheterna som nått ut på nationell nivå handlade bland annat om bokningen av Ane Brun och andra artister, omklädningen av Götaplatsens scen inför Nancy Ajrams konsert och branden i ett av valtält.
- Göteborgs Kulturkalas har som mål att uppfattas som en förebild vad gäller mångfald, jämställdhet och miljöarbete. Vad gäller miljöarbete har satsningen Engångsfritt Kulturkalas fått medial uppmärksamhet. Det har också publicerats artiklar om Kulturkalaset stadsdelsarbete. Under genomförande ifrågasattes bilden av Kulturkalaset som en festival för alla indirekt i samband med att scenen på Götaplatsen dekorerades om och regnbågsfärger plockades ner.
- Bilden av Göteborgs Kulturkalas i arabiska medier har varit övervägande positiv. De allra flesta har skrivit positivt om Nancy Ajrams konsert. När svenska medier skrev mycket om omklädningen av Götaplatsens scen plockades detta även upp av arabiska medier. När det visade sig att de publicerade uppgifterna inte stämde togs de bort samma dag. Kulturkalaset egen bevakning av arabiska medier är omfattande men inte heltäckande, och enligt den har Göteborg och Göteborgs Kulturkalas exponerats för miljontals människor. Över 50 arabiskspråkiga medier har nämnt Nancy Ajrams konsert och 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, finansiärer och partner.

### Utfall:

- Göteborgs Kulturkalas får 6 poäng eller mer av 7 möjliga i samtliga kategorier. Alla betyg har höjts sedan 2017. Att Göteborgs Kulturkalas präglas av en glad stämning råder det en stark samstämmighet om: Kulturkalaset får 6,5 poäng. 9 av 10 anser att det finns något för alla och att det finns något för alla sinnen på Kulturkalaset.

	Genomsnittligt betyg					
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Präglas av en glad stämning	6,4	6,5	6,5	6,3	6,3	6,5
Finns något för alla	6,0	6,3	6,1	6,2	6,0	6,4
Finns något för alla sinnen	6,0	6,1	6,1	6,1	6,0	6,4
Underlättar för människor att mötas	5,7	6,1	6,0	6,1	5,8	6,3
Ökar min lust att ta del av kulturutbudet efter Kulturkalaset	4,9	5,3	5,1	5,2	4,8	6,0
Erbjuder fler upplevelser än förväntat	4,6	5,1	5,4	5,6	5,0	6,1

- Turisterna på Göteborgs Kulturkalas har en positiv uppfattning av Göteborg som destination. 96% av turisterna gav ett positivt betyg när det gäller helhetsintrycket av destinationen, de gav betyget 6,5 på en sjugradig skala. Detta betyg har ökat sedan förra året då medelvärdet låg på 6,4.

### Undersökning från SOM-institutet

SOM-institutet vid Göteborgs universitet genomför varje år sedan 1986 undersökningar med syftet 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-årsjubileet 2021.

SOM-institutet ställde frågor om ett antal evenemang i Göteborg och Kulturkalaset sticker ut på flera områden, bland annat som det mest besökta evenemanget. 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 medellåg 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 stads delar 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.



Hammarkullekarnevalen



Baggeloppis på Heden



Team Göteborg

Medhavd matlåda ger rabatt



# 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 ska ni kunna förklara varför ni inte följt metoden. Det gör er medvetna om både vad ni gjort och varför.
- Systematisera ert hållbarhetsarbete: Det kan ni enkelt göra genom att upprepa och följa upp, dra slutsatser och förbättra/förändra.
- Påbörja arbetet för att bli ett engångsfritt evenemang.
- Inkludera även personer som inte definierar sig som kvinnor eller män när ni mäter könsfördelningen.
- Arbetet ska vara enkelt och roligt, inspirerande och nyskapande. Det 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 hur ni kan förändra/förbättra.
- Genom att inkludera så exkluderar ni mindre.
- Öka tillgängligheten genom att ta bort hinder som utestänger i bemötande, kommunikation och miljö.
- Genom att vara medvetna så kvalitetssäkrar ni er verksamhet.

## Att skapa tryggare evenemang

- Lyft fram och kommunicera ert värdegrundsarbete så att besökare och medverkande känner till det.
- Bidra till att synas i det omgivande samhället och möt era målgrupper på deras hemmaplan över året.
- Skapa ett program som blandar mångfald, åldersgrupper och kulturgerer.
- Begränsa tillgängligheten på alkohol genom att till exempel 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 sexuella övergrepp.
- Involvera både besökare och myndigheter i ert förebyggande arbete.

# Vi som jobbat med Kulturkalaset

**Verksamhetsansvarig** Tasso Stafilidis

**Konstnärligt råd** Mikael Isacson, Daniel Johansson och Birte Niederhaus under ledning av Tasso Stafilidis

**Säkerhetsansvarig** Jonas Arlmark

**Programproducenter** Mikael Isacson, Daniel Johansson, Birte Niederhaus och Peter Sandsjö (finansierad av Kulturnämnden i Västra Götalandsregionen)

**Miljöansvarig och producent mat & marknad** Filip Eklund

**Infrastruktur- och byggnadsansvarig** Karin Olofsson

**Infrastrukturkoordinator** David Dagemark

**Kommunikation** Mohamed Amer, Lisa Grettve, Therése Looström, Liselotte Marcusson, Johanna Olander och Bella Stenberg

**Media och PR** Charlott Holmåker

**Scenteknisk koordinator** Staffan Lindahl på Dynamic Duo Productions

**Arbetsmiljö, logistik och etableringsstöd** Christian Schell på Melicon

**Projektkoordinator** Daina Sakars

**Verksamhetskoordinator** Camilla Karlsson

**Koordinator transportservice** Camilla Karlsson och Emil Reinholdsson

**Controller** Siw Franzén

**Ekonomiadministratör** Elisabeth Pfannenstill och Annelie Thorén

**Platschefer** Ramin Amiri, Anes Cherigui, Adi Cutuk, Shirwan Ghalam, Yasmin Hassanvan, Denice Marquez Larsson, Panteha Milanian, Anton Romanus, Emma Sladinovska, Sara Stange och Kennet Sundkvist

**Vice platschefer – Team Göteborg** Sarah Ahmed, Arian Ghaffari, Johanna Gimfjord Nielsen, Beshar Ibrahim, Kristian Khoury, Sadra Mosavi, Suleiman Mohamed, Rahma Siguerdjidjene och Madeleine Svedberg

**Scenchefer** Tony Edebjörk, Olle Lindahl och Linda Stenmark

**Artist- och scenansvarig Bältespännarparken** Wictor Lind

**Artistvärdar** Emanuel Hareb, Anton Leuba och Anton Nordqvist

**Informationstålt** Maja Meiton och Fatima Dbouk

**Områdesansvarig administration Barnens Kulturkalas** Lisa Karlsson

**Backstageansvarig Cirkuståltet Trädgårdsföreningen** Elin Ljungström

**Backstagevärdar Cirkuståltet Trädgårdsföreningen** Momo Al-Abas och Mahtab Zayani

**Ansvarig Kultursommarjobbare Barnens Kulturkalas** Åza Rydberg

**Team Göteborg – ledning** Marina Hanna Esso, Talar Kirkor och Renee Lafata

**Team Göteborg – gruppleddare** Zara Alkarkhi, Zakaria Aslouj, Davin Aziz, Farita Danaeipour, Tamrat Dominique, Lovisa Eckermarck, Marjam El-Hajj, Bashar Eshmawi, Andreas Gustavsson, Aida Jalali, Idris Khan, Johanna Lea Mehari, Zekaria Mohamed, Abubakar Mohamud, Rani Nessian, Pedram Osia, Romina Rahsepar, Wendy Rodríguez och Dilan Sanches

**Transportservice** Elvira Ansund, Mohamad Bahsson, Anki Bloom, Anna Holma, Lena Johansson, Kerstin Karlsson, Kevin Karlsson, Jonas Larsson, Paula Nordoen, Leif Wahlqvist och Tim Öberg

**Truckförare Barnens Kulturkalas** Marius Pruteanu

**Samverkansrådet** Max Markusson Göteborg & Co, Lennart Johansson Näringslivsgruppen Göteborg & Co, Jonna Ulin och Nike Vallström Kulturförvaltningen Göteborgs Stad, Rolf Malm Koncernavdelningen kultur Västra Götalandsregionen

**Kriskommunikationsgruppen Göteborg & Co** Jonas Arlmark, Lennart Johansson, Stefan Gadd och Anki Sande

**Grafisk produktion** Inhouse Göteborg & Co

**Filmteam i samarbete med Kulturskolan Östra** Nasrin Pakkho, filmproducent, regissör, filmpedagog, Linda Ivarsson, regiassistent, Elin Bryngelsson Lidestedt, fotograf och filmarna Raad Alaulddin, Binta Carlsson, Chelsea Nyangena, Joanne Nyangena och Randy Momanyi Nyagwaya

**Kameraoperatörer Götaplatsen** Randy Momanyi Nyagwaya, Chelsea Nyangena, Lara Rostam och Cedrik Sjöblom

**Fotograf** Tim Kristensson på Studiografen

**Praktikanter** Louise Brenner, Lisa Karlsson, Wictor Lind och Maja Meiton

**Scenarbete och stagehands** Tranpenad

**Scen och teknik** AV1, Demo Live, GreatWork, Mediatec, LA Rental och Livetec

**Elleverantör** Göteborg Energi och Ramirent

**VVS** Bravida

**Vattenstationer** Göteborgs Stad Kretslopp och vatten

**Upphandlingar** Filip Eklund, Kristian Ferrara, Therése Looström, Johanna Olander, Karin Olofsson och Tasso Stafilidis

**Säkerhet och bevakning** Nokas

Tack till stadens förvaltningar och bolag som samverkat med oss. Ett särskilt tack till GotEvent, till alla fantastiska värdar i Team Göteborg och från Kultursommarjobb Göteborg.

Vi vill även rikta ett stort tack för ett bra samarbete till Polisregion Väst 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**  
goteborg&co

**VÄSTRA  
GÖTALANDSREGIONEN**

## HUVUDPARTNER

**Göteborg Energi**

**Framtiden**  
Vi bygger det hållbara samhället för framtiden

**TRIUMF  
GLASS**

**metro**  
media house

## PARTNER

**RIXFM**  
BÄST MUSIK JUST NU!

**PARKERING  
GÖTEBORG**  
GÖTEBORGS STADS PARKERING AB

**BOSTADS AI  
POSEIDON**

**Bostads  
bolaget**

**higab**

**Liseberg**

**EGNAHEMSBOLAGET**

**Familjebostäder**

**GÖTEBORGS  
SYMPONIKER**

**GÖTEBORGS  
OPERAN**

**GÄRDSTENS  
BOSTÄDER**

## SAMARBETSPARTNER

**Svensk Direktreklam**

**TRÄDGÅRDS  
FÖRENINGEN**

**Got Event**  
ARENABOLAGET I GÖTEBORG

**CABONLINE**

**BIO**

**ENERGY  
HIT MUSIC ONLY!**

**MUSIKFABRIKEN**

**VALAND**

**MELICON**

**Hyresgästföreningen**

**NCC** **الكوتفيس**

**Samarbetspartner inom Göteborgs Stad:**  
Förvaltningen Kretslopp och vatten, Park- och  
Naturförvaltningen, Kulturförvaltningen Göteborgs Stad,  
Kulturskolan Östra Göteborg, Trafikkontoret och Trygg, vacker stad.

## PROGRAMSAMARBETEN

2 Lång – Improverket, ABC, Adopterade Koreaners Förening, Aktiv Ungdom Väst, Alfons Åbergs Kulturhus, Artisten, Artistique, Ateljé Q'ente, Backa Teater, Bagageloppis, Barnbiblioteken, Bee Bar, Be Sporty Utbildning, Bio Roy, Biograf Göta, Biopalatset, Bohuslän Big Band, Brehouse, Business Region Göteborg/Yesbox, Butik Minerva, Byström Källblad, Bäck Krukmakeri, Café Kronhuset, Civilförsvarsförbundet, Danskompaniet Spinn, Dansforum, De Nationella Minoriteterna – romerna, resandefolket, judarna, sverigefinnarna, samerna och tornedalningarna, Dicksonska Palatset, DJ Kosmoskatten, DJ Leo.B, Djurens Rätt, Drottning Silvias Barnsjukhus, Emmaus Björkå, Erikshjälpen Secondhand, Essence of hiphop, Ett Göteborg för alla, Ett steg på vägen, Filmstaden Bergakungen, First Hotel G, Folkbiblioteken i Göteborg, Folkteatern, Formverkstan, Frilagret, Fryshuset i Göteborg, Frölunda Kulturhus, Föreningen Pamir, Författarcentrum Väst, Gothenburg Fringe Festival, GreenhackGBG, Gretas, GrimArt, Grunden Media, Göteborg Baroque, Göteborg Wind Orchestra, Göteborgs 400-årsjubileum 2021, Göteborgs Bluesförening, Göteborgs Domkyrka/Svenska Kyrkan, Göteborgs Hembygdsförbund, Göteborgs Interreligiösa Råd, Göteborgs Konserthus, Göteborgs Konsthall, Göteborgs Konstmuseum, Göteborgs Litteraturhus, Göteborgs Pianofestival, Göteborgs Remfabrik,

Göteborgs Scoutdistrikt, Göteborgs Stad Förvaltningen kretslopp och vatten, Göteborgs Stad Hälsofrämjande och förebyggande enheten, Göteborgs Stad Kulturförvaltningen, Göteborgs Stad Park- och naturförvaltningen, Göteborgs Stad Stadsbyggnadskontoret, Göteborgs Stad Trafikkontoret, Göteborgs Stads Kultursommarjobb, Göteborgs Stadsbibliotek, Göteborgs Stadsmuseum, Göteborgs Stadsteater, Göteborgs Symfoniker, Göteborgskvinnor i rörelse/r, Göteborgs Operan, Göteborgs Operans Danskompani, Hammarkullekarnevalen, Havets Hus, Higab, Hisingens Kulturskola – Inte stor nog, Historieverket, Hjärnkoll, Huawei, Imagine Sweden, Innerstaden, Interreligiösa Centret, Jordens Vänner, Kajskjul 8, Kinesiska konsulatet, Konstpedemin, Konsthantverkscentrum Väst, Kronhusgården, Kultur 4ür Göteborg, Kultur på Burk, Kulturföreningen Bunkern, Kulturhus Backaplan, Kulturhus Bergsjön, Kulturhuset Blå Stället, Kulturhuset Käken, Kulturlabbet, Kulturskolan City, Kulturskolan Majorna-Linné, Kulturskolan Östra Göteborg, Kulturskolans programbuss, KulturUngdom, Landsarkivet, Lasse Dahlquist-sällskapet, Laura Didion, Lerverk Butik & Galleri, Lettlands Ambassad i Konungariket Sverige, Liseberg, Ludo Sport Sweden, Läsförbundet, Majornas Matfabrik, Martial Arts Centre, Medicinhistoriska museet, Medveten Grön, Min Ort, Mosaikfabriken, Musikcentrum Väst, Musiker Mot Rasism, Nasrin Pakkho, Nordic Culture Point, NTF,

NTI Gymnasiet, One Stop Future Shop, Passalen, PlankeGBG, Popkollo, Positiv Judo – Göteborgs Aikidoklubb, Postnord, Radiatorget Förening, Recycle Me, Restad Gård, Resursrestaurangen, Riksteatern Väst, Royal Scottish Country Dance Society, Rundqvist & Co, Rådhuset/Asplunds tillbyggnad, S/S Marieholm, Salem Yohannes, Side by side by El Sistema, Sjöfartsmuseet Akvariet, Skapet Scenkonst, Solid Gospel, Sommarunderhållningen Göteborg, Sportfiskarna, Staden där vi läser för våra barn, Stadslandet, Stadsnära odling, Stefan Salomonsson Handmade Jewelry, Stolt Scenkonst, Studieförbundet Västra Götaland sydväst, Studieförbundet Bilda, Svenska Balettskolan, Svenska Budo & Kampsportsförbundet – DistriktVäst, Sveriges Radio/Radioopan, Syntolkning nu, Sätt färg på Göteborg, Teatercentrum Väst, Tidernas Göteborg, Tikitut, Trajosko drom, Trädgårdsföreningen, Twisted Feet, Ungdomsfullmäktige, Ungdomssatsningen 1200 kvadrat, Ungdomssatsningen i Göteborg, Vad är en nyhet?, WahlborgArt, Walknet, Variété GBG, Wellpapp Wonderland, West Pride, Westside Music Sweden, Villa Vulkan, Vinga Rockers, Vinga Yellow Rockers, World Dance Company, Världens Barn, Världskulturmuseet, Världslitteraturhuset Östra Göteborg, Västtarvet, Västtrafik, Växtverket, Zongztar, Årets Näverlur, Älvstranden Utveckling AB, Öarnas Kulturskola, ÖGAT.

Stort tack även till alla West Prides program- och samarbetspartner.

**Göteborgs  
Kulturkalas**