

KulturCrew Västernorrland

Ungt arrangörskap med fokus på delaktighet och inflytande



Kultur
CREW

Handbok

Välkomna till KulturCrew

Ni är utvalda att vara KulturCrew i er kommun!

Som KulturCrew jobbar ni tillsammans i ett team och ni kommer att vara kulturarrangörer. En arrangör planerar och genomför arrangemang. Ett kulturarrangemang kan till exempel vara en konsert, ett författarbesök, en slöjdworkshop, en teater- eller dansföreställning, ett sy-LAN, en filmvisning med mera.

Som KulturCrew får ni vara med och påverka vad som sker inom kultur i er kommun. Ni blir samarbetsparter till kommunens kultursekreterare, fritidssamordnare, riksteaterföreningar, lärare, kulturombud och andra som behöver ung expertis när de ska arrangera något för unga. Ni får möjlighet att vara med och se till att alla, både besökande artister, deltagare, barn, ungdomar och vuxna på orten, får bra upplevelser när de tar del av arrangemang. En viktig uppgift för ett KulturCrew är att bidra till att skapa en positiv stämning kring arrangemangen.

Ni kommer att få utbildning i de olika delarna av arrangörskapet och sedan ska ni få planera och genomföra några olika kulturarrangemang i er kommun.

Denna handbok ska hjälpa er att komma igång med de uppgifter som ingår när man arrangerar. Ni delar upp arbetet mellan er i gruppen och tar ansvar för olika delar av arrangemanget. Hur ni väljer att dela uppgifterna är något ni bestämmer inom gruppen och tillsammans med er mentor.

Att vara med i KulturCrew ger er kunskap och erfarenheter som ni kan ha nytta av i andra sammanhang.

- Att prata inför publik och inför människor ni både känner och inte känner.
- Att få en inblick i hur det är att arbeta som scentekniker och vad som händer bakom scenen.
- Att få veta mer om att marknadsföra och synliggöra ett arrangemang så att fler känner till det.
- Att få träffa professionella artister som kan ge inspiration och feedback.
- Att få ett intyg efter genomgången KulturCrew-utbildning som sedan kan användas som merit i fram-tiden när ni söker arbete eller söker in på någon skola.
- Att få chansen att träffa andra kulturintresserade från både sin egen och andra kommuner.
- Att få en möjlighet att se mycket scenkonst och uppleva mycket kultur, för att kunna vara med och påverka vilka kulturupplevelser som ska arrangeras i kommunen.
- Att få möjlighet att vara volontär (frivilligarbetare) vid olika kulturarrangemang inom kommunen.



Den här handboken tar upp fem övergripande områden; **Planering, Teknik, Värdskap, Marknadsföring** och **Aktivt deltagande**. Allt detta är sådant ni kommer att få lära er mer om under utbildningsdagarna, för att kunna utföra praktiska uppgifter kring arrangemangen.

I slutet av handboken finns en checklista med punkter inför, under och efter arrangemanget som ni kan ha som grund. Ni anpassar den för det arrangemang ni ska genomföra och kan både ta bort och lägga till uppgifter.

Allra sist i handboken finns information om vilka som står bakom projektet KulturCrew, lite bakgrund och historia. Det kan vara bra att känna till om ni får frågor om projektet från personer i kommunen.

Kom ihåg att ta del av många olika kulturupplevelser för att öka er kunskap och kunna göra bra val när ni själva ska arrangera. Var med på utbudsdagar, se mycket scenkonst och ta del av andra kulturevenemang, både där ni får vara medskapare och där ni är publik.

Lycka till med era arrangemang!



PLANERING

sid. 4



TEKNIK

sid. 6



VÄRDSKAP

sid. 8



MARKNADSFÖRING

sid. 10



AKTIVT DELTAGANDE

sid. 12



PLANERING

Att planera ett evenemang handlar om att göra en budget, titta på lämpliga lokaler, veta hur man bokar en artist/konstnär och hur lång tid man behöver för att hinna förbereda evenemanget på ett bra sätt. Det kan också handla om att söka pengar från olika håll för att kunna genomföra ett större evenemang.

Före

Börja med att fundera över vad det är ni vill arrangera. Ska det vara en konsert eller en föreställning, en filmvisning eller en föreläsning/debatt, eller något helt annat? Skriv ner varför ni väljer att arrangera just detta och vad ni vill uppnå med arrangemanget. Det kommer att hjälpa er när ni ska göra marknadsföring t ex.

Ni behöver sedan göra en budget för arrangemanget. Vad kommer det att kosta att genomföra? Exempel på kostnader är gage till artisen, lokalhyra, hyra av teknik, eventuell mat/dryck. Vilka intäkter kan ni få? Det kan vara biljettintäkter, bidrag från kommunen, annat stöd genom Arrangörslyftet eller liknande.

När ni bestämt er för att genomföra arrangemanget och känner att budgeten går ihop behöver ni ta kontakt med artisen för att bestämma ett datum. Ni behöver också hitta en lämplig lokal/plats för arrangemanget och kolla att det är ledigt samtidigt som artisen/gruppen kan komma.

Om ni ska genomföra ett arrangemang där ni säljer biljetter behöver ni fundera över hur ni säljer biljetter. Ska det vara fysiska pappersbiljetter eller digitalt? Ska ni sälja vid dörren på evenemangsdagen eller i förväg? Kontant eller med Swish?

Ni kan också behöva ta reda på om det krävs särskilda tillstånd för att arrangera i lokalen eller om ni väljer att vara utomhus. Behövs polistillstånd? Finns det försäkringar ifall något skulle hända?

Ett kontrakt med artisen behöver skrivas och även ett kontrakt som gäller för den lokal ni tänker använda.



På arrangemangsdagen

Om ni har gjort en bra planering så är det mesta under kontroll på själva evenemangsdagen. Det är viktigt att ni har delat in olika ansvarsområden mellan er i gruppen så att alla har en uppgift och att alla uppgifter blir utförda.

- Vem/vilka sköter tekniken och förbereder lokalen?
- Vem vilka tar emot artisten/handledaren?
- Vem vilka tar emot publiken eller deltagarna?
- Vem/vilka ser till att det finns mat/dryck?
- Vem/vilka ska presentera när det startar?
- Vem/vilka dokumenterar själva arrangemanget?
- Vem/vilka räknar antal besökare (för statistik)?

Om någon blir sjuk eller behöver vara borta är det viktigt att man meddelar de andra i KulturCrew-gruppen så att någon kan ta över uppgifterna. Det bästa är om ni i förväg har bestämt vem som är back-up.

Efter

När arrangemanget är över finns det fortfarande uppgifter att ta hand om.

- Om ni har sålt biljetter behöver ni räkna ihop intäkterna.
- Gage till artisten eller arvode till handledaren ska betalas ut.
- Om lokalen kostade pengar ska hyran för den betalas.
- Om ni har sökt pengar någonstans behöver ni redovisa att arrangemanget har genomförts, hur många personer som deltog (statistik) och vilka kostnader och intäkter ni hade.
- Lämna tillbaka lånade saker.
- Gå igenom tillsammans vad som fungerade bra och vad som kan bli bättre. Då blir ert nästa arrangemang ännu proffsigare!



TEKNIK

Att ha ansvar för tekniken handlar om att ha kunskap om lokalen och vad som behövs i form av bärhjälp, scen-teknik, ljud och ljus och andra praktiska förutsättningar.

Före

Olika typer av arrangemang har olika stort behov av teknik. Redan när ni bokar ert arrangemang (föreställning, konsert eller annat) så måste ni se över vilken lokal i kommunen som är möjlig att vara i, om den har rätt teknisk utrustning och tillräckligt många publikplatser.

Om ni har bokat en grupp eller artist så ska ni ta del av informationen i deras tekniska Rider. En Rider beskriver vilken typ av lokal, scenstorlek, teknisk utrustning och andra förutsättningar som behövs för arrangemanget. Det kan handla om ljud, ljus, spelyta, mörkläggnings av lokalen, projektor och antal bärhjälp som behövs.

De flesta arrangemang kräver särskild el, kontakter och förlängningssladdar. Se till att lokalen klarar av ström-behovet och att extra säkringar och kablar finns på plats.

Önskas mörkläggnings? Mörkläggnings betyder att det ska vara helt mörkt i lokalen, precis som i en biograf. Bestäm tillsammans med en vaktmästare eller annan lokalhållare hur ni gör detta.

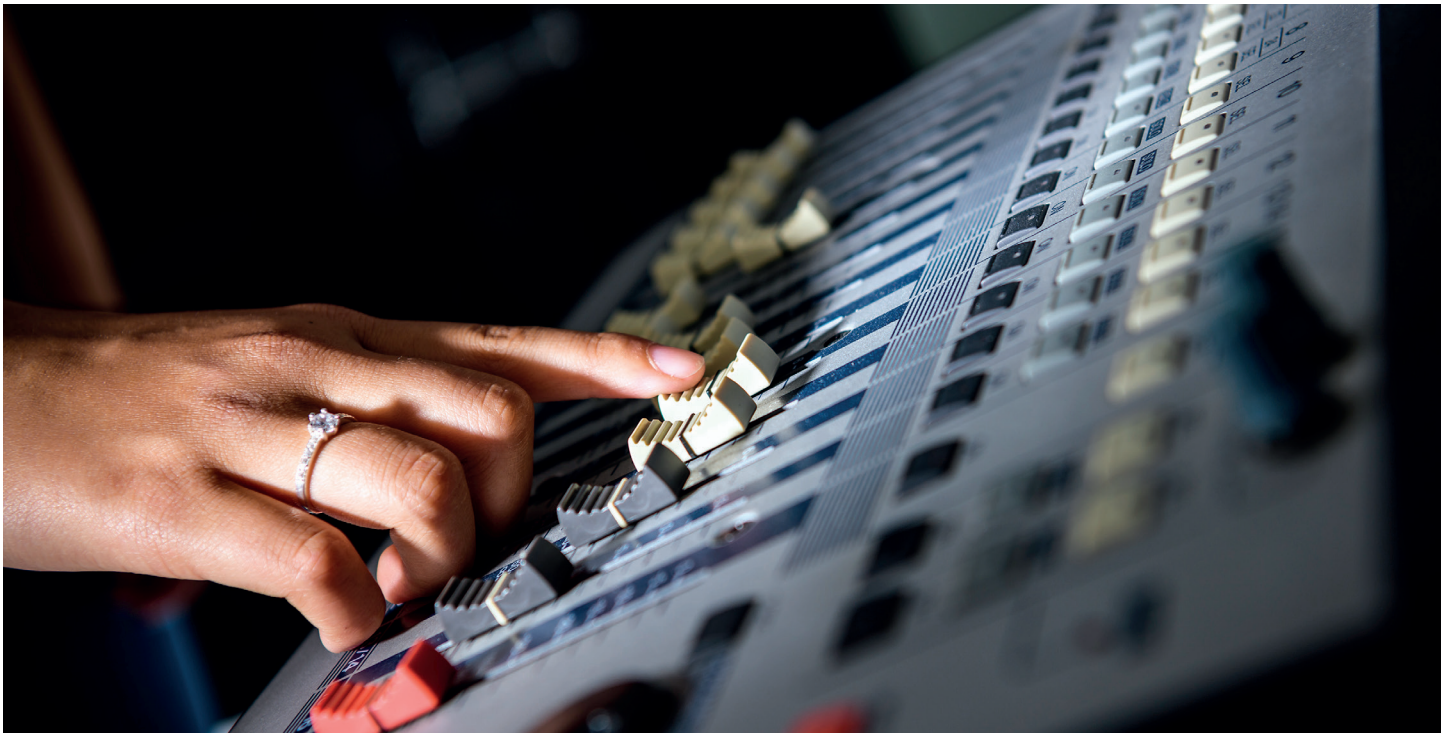
Kolla om ventilation eller brandvarnare behöver stängas av under arrangemanget. Om t ex rökmaskin används

i en föreställning kan det vara nödvändigt att stänga av tillfälligt. Lokalhållare eller vaktmästare vet hur man stänger av och om det är ok att göra.

Om det är mycket teknisk utrustning som behövs för arrangemanget kan ni behöva boka extra bärhjälp. Se till att ni i förväg vet hur många bärhjälp som behövs och hur ni ska få tag i dessa.

På evenemangsdagen

- Se till att lokalen är i ordning och ren samt att all utrustning fungerar.
- Om ni är i en lokal med lösa stolar ska ni se till att det finns tillräckligt med sittplatser till alla i publiken.
- Var på plats när artisterna anländer och hjälp till att bära in utrustning.
- Se till att ljud, ljus och annat blir ordentligt riggat. Om artisterna har egna tekniker hjälper ni dem vid behov.
- Se till att det finns fria utrymningsvägar om något skulle hända. Bestäm tillsammans med artisten/teknikerna vem som tar ansvar för att bryta om något händer och hur ni på bästa sätt får ut alla ur lokalen.



Efter

- Var redo att börja packa ihop den tekniska utrustningen så snart arrangemanget är slut.
- Se till att lokalen är städad och att ni lämnar den i det skick ni fann den.





VÄRDSKAP

Att vara värd handlar om att få alla att känna sig välkomna till arrangemanget. Både artister/konstnärer och deltagare/publik. Det kan handla om att ta emot artister och deltagare, se till att det finns mat och/eller dryck samt att presentera och informera publiken.

Före

Hitta en plats/loge där gruppen/artisten/konstnären kan vara före och efter arrangemanget, gärna nära scenen och med tillgång till speglar och en toalett.

Ta reda på hur många det är som medverkar, både artister och tekniker eller deltagare, och om de behöver något att äta eller dricka i anslutning till arrangemanget. Fundera över hur ni ordnar detta bäst. Finns det ett kök eller pentry i lokalen där ni kan tillreda mat eller behöver ni köpa in utifrån?

Ska det vara paus så kanske ni vill sälja fika. Bestäm hur ni ordnar med fikaten och hur ni ska sköta försäljningen. Tänk på att ta hänsyn till eventuella matallergier. Ni kan också fundera över vilken typ

av fika/mat ni vill servera ur ett hållbarhetsperspektiv – ska det vara vegetariskt, ska kaffet vara rättvisemärkt och kravmärkt?

Fundera över om ni kommer att behöva skylta upp parkeringsplatser, ingång till lokalen, vägen till logen och toaletterna. Det kan behövas skyltar både för medverkande och för publik.

Är lokalen tillgänglig för personer med olika funktionsvariationer? Kan man ta sig in med rullstol? Finns det ledstråk för personer med synnedsättning? Finns det hörslinga för personer med hörselnedsättning? Det är viktigt att ni har koll och kan informera besökarna om alla förutsättningar så att alla känner sig välkomna och kan ta del av arrangemanget på ett bra sätt.

På evenemangsdagen

- Gör logen trevlig och se till att temperaturen är behaglig. Sätt fram dryck och eventuellt något att äta i logen.
- Sätt upp skyltarna som visar artister/medverkande och publik hur de ska hitta. Det kan vara på parkerings-



platsen, vid entrén, vid själva arrangemanglokalen, logen och toaletterna.

- Förbered fika/mat till pausförsäljning eller till deltagare om ni har planerat detta.
- Ta emot de medverkande artisterna/deltagarna och sedan också publiken.
- Om ni har biljetter ska någon/några finnas på plats för att sälja/riva biljetter vid ingången.
- Fråga artisterna om de själva vill hälsa välkomna före framträdandet eller om ni ska göra det. Några artister vill inte ha presentation, andra vill gärna att man gör det.
- Fundera över om det är någon speciell information publiken ska ha innan eller efter arrangemanget. Det kan till exempel vara hur publiken ska gå ut efter framträdandet, hur länge det varar, om det är paus osv.
- Skriv ner det ni vill säga och öva ett par gånger med mikrofon på scenen innan själva arrangemanget så att ni testat ljud och känner er säkra.

- Se till att det finns en Första hjälpen-väska i lokalen och att någon kunnig ansvarar för den.

- Räkna antal deltagare/publik så att ni har koll på statistiken.

Efter

- Gå upp på scenen och tacka artisterna innan publiken går ut.
- Plocka undan, städa och ställ i ordning logen och övriga ytor i lokalen.
- Ta ner eventuella affischer och skyltar.





MARKNADSFÖRING

Att ha hand om marknadsföring handlar om att synliggöra arrangemanget. Så många som möjligt ska känna till det, veta vad det är som ska ske och hur man tar del av det. Det kan handla om alltifrån att göra affischer till att sprida information i sociala media och till media. Det kan också handla om att dokumentera arrangemanget, ta bilder och skriva om det för att kunna sprida information i efterhand.

Före

Fundera över vilka målgrupper ni vill nå och hur ni bäst kommer i kontakt med dem. Det kan handla om ålder, tematik, intressen som påverkar vilken målgrupp man fokuserar på.

Diskutera idéer och förslag kring hur ni vill synliggöra, innan och efter arrangemanget. Se till att ni har gott om tid till att göra de olika marknadsförande aktiviteterna.

Om ni har bokat artister kan ni kolla in deras eventuella hemsida och sociala medier. Här kan finnas bilder, musik och film som ni kan använda i marknadsföringsarbetet.

Affischer. Överväg vilken målgrupp som ska ta del av arrangemanget – kan de läsa och vad tilltalar dem? Hur gör ni affischer med lockande budskap och var kan ni sätta upp affischer?

Flyers med information om arrangemanget, med tydlig tid och plats, kan vara bra att sprida. Kanske kan ni lämna flyers på platser där den tänkta målgruppen rör sig.

Använd er av sociala medier och lägg upp evenemang samt sprid information med text och bild.

Presentera arrangemanget i olika sammanhang. Kanske kan ni ta hjälp av kommunens kultursamordnare för att nå ut på kommunens hemsida. Om arrangemanget rör skolelever kan ni få hjälp att lägga information på skolans intranät.

Ta eventuellt kontakt med den lokala pressen, radio och TV. Detta sker efter att ni först stämt av med artisterna/ de medverkande och med er mentor.

På evenemangsdagen

- Se till att det syns tydligt i vilken lokal arrangemanget äger rum och att entrén är tydligt utmärkt. Stora affischer, skyltar eller flaggor av olika slag kan vara bra för att visa att det är här det händer.
- Ta anteckningar/dokumentera så att ni kan skriva reportage om arrangemanget i efterhand. Intervjua artisterna eller några av deltagarna/publiken. Och fotografera eller filma. Kom ihåg att fråga alla som ni fotar eller pratar med om det är ok för dem att vara med på bild eller att deras namn står med.

Efter

- Skriv reportage om arrangemanget och sprid i sociala medier eller till den lokala pressen.
- Prata igenom hur er marknadsföringsplan fungerade och om ni lyckades nå ut till den målgrupp ni hade tänkt er.





AKTIVT DELTAGANDE

Ibland arrangerar man event där de inbjudna inte är publik utan aktiva deltagare. Det kan till exempel vara ett disco, en teaterkurs, en skivverkstad, ett sy-LAN, graffitiverkstad eller en slöjdworkshop. Då behöver ni tänka på ett lite annat sätt än när ni bjuder in en "vanlig" publik. Vad ni än ska arrangera behöver ni alltid vara väl förberedda!

Före

Förberedelserna ser olika ut beroende på vilket arrangemang ni planerar. Lokaler och möblering behöver också se olika ut. Till ett disco behövs en stor tom lokal, högtalare, ljudanläggning och stroboscop. Till en skivverkstad behöver ni stolar, bord och pennor/papper/datorer. En slöjdworkshop kräver slöjdmaterial och verktyg. Vad tänker ni arrangera och vad behövs till det?

Målgrupp. Vilken åldersgrupp vänder ni er till? Ni behöver ta hänsyn till åldern när ni gör er planering. Yngre barn kan till exempel inte gå på sena arrangemang. Då kan eftermiddagspass vara bättre. Eventuell deltagaravgift kanske ska vara lägre när mindre barn bjuds in. Ni kan behöva ha fler handledare för yngre deltagare.

Lägg in raster i arrangemanget så att deltagarna orkar hålla energin uppe. Finns toaletter i närheten? Ska ni sälja/bjuda på fika? Då behöver ni tänka på att ha alternativ för allergiker. Finns bord och stolar där man kan sitta och fika? Finns kök med utrustning där man kan förbereda fiket? Vem kan göra iordning och servera?

Ni kanske behöver ordna en handledare/discjockey/workshopledare/inspiratör till ert arrangemang? Ni behöver fråga om handledaren vill ha betalt (arvode) för sin insats. Ni behöver fråga handledaren vad ni ska ordna i förväg – kanske material, verktyg, fika eller annat? Fråga också handledaren hur många personer som kan delta. Ni behöver skriva ett avtal om vad ni har kommit överens om. I avtalet skriver ni allt som ni som arrangör ska ansvara för och allt som handledaren lovar att göra och ta med. Skriv också vad ni kommit överens om kring betalning och kostnader.

Information och marknadsföring måste vara tydlig så att deltagarna känner sig trygga. I marknadsföringen behöver ni meddela vad ni arrangerar, när och var (innehåll, tid, plats). Det är också viktigt att vara tydlig med vilken målgrupp ert arrangemang vänder sig till. Behöver deltagarna ta med sig något (verktyg, utrustning etc)? Behövs viss klädsel? Hur ska man anmäla sig? Kostar det något? Vem är kontaktperson (tel eller mejl) om någon vill få mer information? Är det begränsat antal deltagare som kan vara med?



CHECKLISTA

Uppgifter FÖRE arrangemanget	Vem ansvarar	När ska det göras	Klart
Göra budget			
Skriver kontrakt med artist/grupp/föreläsare/handledare			
Boka lokal			
Boka bärhjälp			
Söka bidrag			
Söka tillstånd			
Göra affischer och flyers			
Sätta upp/dela ut affischer och flyers			
Lägga upp information i sociala medier			
Skicka information till olika personer/ skolor/fritidsgårdar/kommunen			
Kontakta lokalpressen			
Ställ i ordning lokalen			
Ordna mörkläggnings			
Rigga ljud- och ljus teknik			
Fixa med publikplatser			
Sätt upp skyltar som visar till ingång, parkering, scenen, toaletter, logen			
Ställ i ordning logen			
Ta emot artister/föreläsare/handledare			
Ta emot publik/deltagare			
Förbered mat/fika			

Uppgifter UNDER arrangemanget	Vem ansvarar	När ska det göras	Klart
Riva biljetter			
Hälsa välkommen/presentera på scenen			
Räkna publiken/deltagarna			
Vara behjälplig för artisterna/föreläsaren/handledaren			
Ställa i ordning mat/fika			
Sälja pausfika			
Dokumentera arrangemanget (foton/intervjuer)			
Tacka artisterna/deltagarna i slutet av arrangemanget			
Uppgifter EFTER arrangemanget	Vem ansvarar	När ska det göras	Klart
Ställa i ordning och städa lokalen			
Ställa i ordning och städa i logen			
Hjälpa till att plocka ihop utrustningen			
Hjälpa till att bära ut utrustning			
Ta ner skyltar och affischer			
Lämna tillbaka lånade saker			
Räkna ihop biljettintäkterna			
Betala gage/arvode			
Betala lokalhyra			
Skriver artikel om arrangemanget för sociala medier eller annan kanal			
Sammanställa kostnader/intäkter och göra redovisning			

Om projektet

Hur kan vi se till att unga blir mer delaktiga och involverade i kulturupplevelser?

Kultur är en viktig del av vår identitet och ju mer vi upplever och ger andra möjlighet att uppleva, desto bättre kan vi förstå varandra och vår omvärld. Kultur i olika former är både kul, spännande och lärorikt. Barn och ungdomar har rätt att vara delaktiga i kulturlivet, att ta del av olika slags kulturupplevelser och att få utveckla egna konstnärliga förmågor. De här rättigheterna finns beskrivna i Barnkonventionen, i vår kulturpolitik och i skolans läroplaner. Ändå är det inte alla barn och ungdomar som känner sig delaktiga eller upplever att de får ta del av tillräckligt mycket kultur.

Vi som arbetar med regional kultur i Västernorrland vill ge fler ungdomar möjligheten till inflytande och kompetens inom kulturområdet, därför startade vi upp projektet KulturCrew Västernorrland. Det är Scenkonst Västernorrland och Riksteatern Västernorrland som driver projektet i samarbete med Hemslöjdskonsulenterna på Västernorrlands Museum och med stöd av Region Västernorrland.

Vi fick inspirationen till projektet från KulturCrew Skåne, som var först ut i Sverige med den här typen av projekt. I Skåne har man utgått från samarbete mellan kommuner där Musik i Syd och Riksteatern Skåne är med som regionala aktörer och Region Skåne stöttar med bidrag. De startade 2016 och har idag ca 150 ungdomar på olika skånska skolor utbildade och igång. Målet är att fler unga i kommunerna ska ta del av kultur och att stärka ungas inflytande inom skola, kulturskola och på olika mötesplatser i kommunen där de bor.

Den här framgångsrika metoden KulturCrew är hämtad från Danmark. Det finns ca 100 KulturCrew på skolor i Danmark och projektet startades av Teatercentrum, Dansehallerne och LMS (Levande Musik i Skolen) 2010. Inspirationen hämtade de i sin tur från Norges projekt "Elever som arrangörer" 2006.

Kultur

