

# Göteborgs Kulturkalas 2023



Rapport 2023

# Innehålls- förteckning

- 4 Inledning och uppdrag
- 5 Festivalplatser och program
- 10 Hållbarhet och tillgänglighet
- 14 Utfall
- 18 Organisation
- 19 Tack

Göteborg Kulturkalas vision är att vara en festival med internationell attraktivitet, som skapar positiv förändringskraft och är angelägen för alla.





Foto: Peter Kvarnström

# Inledning och uppdrag

Göteborgs Kulturkalas är en gratis stadsfestival som ska bidra till att göra Göteborg till en mänskligare, roligare och mer hållbar stad. Festivalen är inte bara ett årligt evenemang som stärker Göteborgs rykte som en evenemangsstad, den strävar också efter att skapa positiva effekter för samhället på lång sikt.

## Kulturkalaset 2023

I år genomfördes Göteborgs Kulturkalas i samband med Finalhelgen av Göteborgs 400-årsjubileum och för att hylla Göteborg lite extra bjöds det på både Jubileumsparad och ett Jubileumsfyrverkeri under lördagen, vilket verkligen gav extra guldkant till kalaset. Dessutom arrangerades Frihamnsdagarna under samma helg och Göteborgsvarvet Marathon gick av stapeln på söndagen.



Göteborgs Kulturkalas ska vara en hållbar stadsfestival där många olika aktörer och arrangörer samlas under kalasets paraply.

Det blev en mycket lyckad festival med strålade väder och tusentals glada besökare och som alltid erbjöd festivalen något som passade alla smaker och åldrar. Både stora folkära artister och spetsigare akter inom musik, konst, teater och dans, samt möjligheten för besökare att prova på olika aktiviteter. Öppet för alla och helt gratis!





# Festivalplatser och program

Göteborgs Kulturkalas var i år utspritt på över 60 platser i staden, utöver de tre egna festivalplatserna; Kungstorget, Bältesspännarparken och Kronhuskvarteret.

Ett stort arbete gjordes inför årets Kulturkalas med att identifiera och knyta nya kontakter och arrangörer till festivalen. De flesta aktörer var av helt olika karaktär och bidrog till att sätta sin prägel på festivalen, hitta ut till nya målgrupper och möjliggjorde för Kulturkalaset att erbjuda något för alla.

## Kungstorget

Återigen var Kungstorget navet för festivalen med ett klassiskt festivalområde som bjöd på folkvimmel och skön festivalstämning när den är som bäst. Torget som är beläget mitt i centrala Göteborg gästades av ett flertal artister och band från olika genrer, såsom D.A.D, Molly Hammar, A36, Daniela Rathana, Magnus Carlsson och många fler. För våra små besökare sjöng Annika Herlitz låtar från filmen "Frost" och gänget i Kokobäng bjöd på allsång och teater. Som avslutande akt för hela Kulturkalaset bjöd Miriam Bryant på ett crescendo och fyllde hela Kungstorget till sin yttersta bredd.



Liksom 2022 bjöd också Mix Megapol på två timmars fantastisk underhållning på fredagen. Utöver detta gästade tre andra mindre musikfestivaler Kulturkalaset scen på Kungstorget för första gången: "All My Friends Are Stars", "GP Scen" och "Red Bull – Ord mot Ord". Syftet med festivalerna var att lyfta unga och nya förmågor och artisterna var bland annat Annica Wickihalder, Riai Taiko, Jackie Mere, Josef Slunge, Baby Mala och VC Barre. GP Scen livesändes dessutom på Göteborgs Postens och Kulturkalaset's hemsida.

Återigen rullade också Streetfoodfestivalen in på Basargatan, Kungstorget – och nytt för i år – Grönsakstorget. Sedan förra året har matfestivalen expanderat och drygt 80 mat- och dryckesutställare bjöd besökarna på dofter och smaker från alla världens hörn. Hos de lokala bryggerierna Wine Mechanics och Göteborgs Bryggargille kunde besökarna släcka törsten och botanisera i lokalbryggd öl och vin. Förutom mat- och dryckesförsäljning till besökarna korades vinnaren av SM i street food och sweet food där vinsten gick till mataktörerna Flavor-Boss respektive Gelaty.

## 70 food trucks

Streetfoodfestivalen huserade hela 70 food trucks med smaker från hela världen.



Foto: Peter Kvarnström



Foto: Peter Kvarnström



Foto: Malin Fallgren



Foto: Malin Fallgren

### Bältespännarparken

Framtidens stadsfestival stavades i år Bältespännarparken. Förutom de klassiska inslagen med musik och dans fanns ett nytt programutbud utvecklat av, med och för den yngre delen av Generation Z, det vill säga ungdomar mellan 12–18 år. Satsningen möjliggjordes tack vare vår partner Näringslivsgruppen på Göteborg & Co och besökarna kunde bland annat utforska gränslandet mellan den digitala och fysiska verkligheten, göra duetter med sina Tiktok-idoler, träffa profiler från gamingkulturen samt lära sig mer om AI, fake news och deep fake.

Genom ett samarbete med Bokmässan blev Booktok ett nytt spännande inslag på Kulturkalaset 2023. Den kända Booktok-profilen Jasmine Darban gästade med ett mysigt samtal och Booktok-picknick i Trädgårdsföreningen.





Foto: Peter Kvarnström



Foto: Peter Kvarnström

Med flertal rekord i Guinness rekordbok, var Mr. Bubbles med sina såpbubblor en succé bland både barn och vuxna.

## Kronhuskvarteret

I år flyttades familjeaktiviteterna från förra årets placering i Slottsskogen till det centrala och anrika Kronhuskvarteret. Ett festivalområde som möjliggjordes tillsammans med vår samarbetspartner Higab. Varje dag mellan 11–19 var barn och familj i fokus och på kvällarna bjöds den äldre publiken på danskonst.

Inne i Kronhuset, på Kronhusgården och i lummiga Kronhusparken kunde besökarna bland annat sy om gamla plagg, lära sig dreja eller måla en egen t-shirt. Hos vår mediepartner Mitt i Göteborg kunde besökarna skapa egna löpsedlar. De kunde också lära sig gå på lina i Cirkusskolan eller uppleva en magisk show med världens största såpbubblor!

För de lite mer musikaliska fanns det möjlighet att skapa låtar med en skolklass från Biskopsgården, lära sig beatboxa eller lyssna på nyskapade vaggvisor från hela världen. För de som hellre ville skaka loss eller upptäcka sin dramatiska sida fanns det workshops och uppvisningar i dans och teater från när och fjärran.

## Gamlestaden och Slakthusområdet

I samarbete med Gamlestadsgalej bjöds besökare in till fest i alla delar av



Fest i Gamlestaden.

Gamlestaden. Från Slaktarkvarteren till Gamlestadens Fabriker och Holländareplatsen, hela vägen till Kviberg. I år firade Gamlestadsgalej dessutom 10 års jubileum vilket hyllades lite extra med folkfest och härlig festivalstämning för alla!

## Ringön

I samarbete med Göteborgs 400-årsjubileum



Foto: Peter Kvarnström

Psykedelisk rockkonsert på Ö-festen.



arrangerades återigen Ö-festen på Ringön, en dag, kväll och natt fylld med musik, kultur, mat, dryck och spännande möten. Flera olika verksamheter i området, som bryggerier, pubar, ateljéer, workshopstudior, verkstäder, med mera, öppnade upp för besökarna att kika in, prova på och uppleva. Längs med Järnmalmsgatan fanns det bland annat loppmarknader och utställningar tillsammans med musiker som spelade allt från jazz till psykedelisk rock.

# 14 353

Totalt besökte 14 353 personer den digitala Ö-festen.



8

## Digitala Ö-festen

En ny spännande satsning var att flytta ut Kulturkalaset till metavärlden och skapa en digital festival. Förutom att besöka Ö-festen på Ringön fysiskt, fanns det i år även möjlighet att besöka och uppleva platsen digitalt. I den digitala världen kunde besökarna gå på konstutställning, se och lyssna på livekonserter, tävla om fina priser genom att utföra olika uppgifter, eller bara gå runt och se de ibland lite konstiga sakerna som fanns i metavärlden.

## Bergsjön

Tillsammans med Kulturhuset Bergsjön och Tellusfestivalen blomstrade Bergsjön under Kulturkalaset. Stadsdelen fylldes med musik och underhållning från världens alla hörn och man kunde uppleva allt från matupplevelser och föreningsaktiviteter till hantverk och workshops för alla åldrar. Besökarna kunde även gå med i figurparaden och njuta av livlig balkanmusik.

## Flunsåsparken

Mitt på centrala Hisingen finns en liten grönskande oas, nämligen Flunsåsparken. Här bjöd Göteborgs Kulturkalas, tillsammans med Rolfs Flyg & Buss och Socialförvaltningen Hisingen, besökarna på underhållning av folkära musiker, allsång med melodikryss samt dans och teater, vilket var mycket populärt! När allsången, som leddes av Lasse Kronér, drog i gång var parken helt fullsatt med glada besökare





## Fler samarbeten och innehåll

I år lyckades Kulturkalaset engagera många nya arrangörer som bidrog med olika typer av innehåll, vilket breddade festivalens utbud av aktiviteter och evenemang.

Liksom tidigare år bjöd Improverket Kvartersscenen 2Lång på improvisationsteaterkvällar, Göteborgs Stadsmuseum bjöd på gratis stadsvandringar, Glasateljén hade öppet för workshop och visning, och Göteborgs Stadsteater släppte gratisbiljetter till några av sina uppsättningar.

Göteborgsoperan öppnade verkligen upp sina dörrar och bjöd på mängder av programpunkter i världsklass.

Utöver detta bjöds det på mer improvisationsteater när GBGImpro bjöd in till en festival i improvisationsteaterns tecken i Fängelset i Härlanda. Flera av stadens gallerier och mindre museum öppnade upp för visningar och samtal, och aktörer på Teatergatan dukade upp till sommarfest. Det bjöds också på programpunkter med HBTQI-inriktning, så som SLICK! på Stora Teatern, Queer sagoläsning med dragqueen på Stadsbiblioteket och pyssel på Regnbågshuset.



# Hållbarhet och tillgänglighet

Göteborgs Kulturkalas vill vara mer än en festival. Vi vill vara en hållbar stadsfestival som bidrar och inspirerar till positiv utveckling och skapar förändringskraft.

## **Extra fokus 2023**

Extra fokus under 2023 var jämställdhet, tillgänglighet och engångsfri festivalplats i Bältespännarparken samt cirkulära eventkläder.

Genom att ha fritt inträde till hela festivalen samt samverka med andra aktörer vill vi göra festivalen tillgänglig för alla och skapa möten och upplevelser på flera olika platser inom destinationen.

Hållbarhet för Göteborgs Kulturkalas innebär att aktivt arbeta med hållbarhet inom alla de tre dimensionerna: ekologiskt, socialt och ekonomiskt. Vi vill maximera festivalens positiva effekter på människor, miljö, ekonomi och samhället samtidigt som vi minimerar dess negativa påverkan, inom ramen för vår rådighet och kapacitet. Där vi inte har direkt rådighet men möjlighet att påverka ska vi uppmuntra, informera, engagera och inspirera.

## Hållbarhet ur flera perspektiv

Som en ledstjärna i Göteborgs Kulturkalas hållbarhetsarbete är FN:s Globala Mål och stadens mål Hållbar destination 2030. Läs gärna mer i vår [hållbarhetspolicy](#).

## **Jämställdhet 50/50**

Ett av hållbarhetsmålen för Göteborgs Kulturkalas 2023 var Jämställdhet 50/50. Det innebar att festivalen hade som mål att vara 50/50 jämställt och ge män och kvinnor samma förutsättningar, rättigheter och möjligheter. Under årets Kulturkalas lyckades vi uppfylla detta mål genom att boka lika många manliga som kvinnliga artister och akter. Dessutom säkerställde vi att både manliga och kvinnliga artister fick likvärdig betalning för sina framträdanden. Detta arbete för jämställdhet är ett viktigt steg mot att skapa en mer rättvis och inkluderande festivalmiljö för alla.



Som ett kvitto på arbetet blev Kulturkalaset hållbarhetsdiplomerat genom SUSAs Sustainable standards vilket är en hållbarhetsdiplomering för evenemang som utfärdas av Svensk Miljöbas. Deras verktyg bygger på att Kulturkalaset som festival lyfter in allt arbete kopplat till hållbarhet i verktyget som sedan granskas av en tredjeparts revisor.

## Ökad tillgänglighet, delaktighet och gemenskap

Under Kulturkalaset 2023 lanserades projektet "Verbalisera mera – Ditt mellansnack engagerar flera". Syftet med verbalisering är att personer med synnedsättning ska få möjlighet att få en större och mer utförlig upplevelse av framträdandena och känna delaktighet och gemenskap.

Inför Göteborgs Kulturkalas fick musiker och konferencierer grundkunskap i verbalisering för att själva kunna göra sitt framträdande tillgängligt för fler. Metoden och tekniken går ut på att den som uppträder på scen syntolkar exempelvis intro eller pratet mellan låtarna. Det handlar om att omvandla visuella element till talat språk och exempelvis beskriva hur många musiker det är på scen och vilka instrument de spelar, eller beskriva publiken och platsen.

För att fler skulle få möjlighet att bli en del av Göteborgs Kulturkalas bjöd vi inför kalaset in till ett open call, där vem som helst kunde anmäla sitt intresse att delta på Göteborgs Kulturkalas 2023. Vi fick in anmälningar från världen över från allt från musiker till cirkusartister, improvisationsfestivaler och olika workshops. Genom open call möjliggjorde vi för fler att bli en del av programmet och arbetssättet kommer ytterligare utvecklas även inför Kulturkalaset 2024.

På Kungstorget placerades en rullstolsplattform med plats för besökare som hade behov av att komma upp i nivå för att få en bättre upplevelse av scenprogrammet. Det fanns även en stor bildsskärm vid sidan av scenen som visade alla framträdanden och



Flera av artisterna från open call uppträdde på scenen i Bältespännarparken.

mellan akterna rullade ett programschema på skärmen.

I samarbete med Göteborgsoperan genomfördes för första gången en så kallad touch tour där besökare med synnedsättning hade möjlighet att inför ett uppträdande få känna på instrumenten och rekvisitan. Genomgången gjordes tillsammans med en syntolk och skapade en större upplevelse för besökaren.



Foto: Malin Fallgren



Tack vare projektet Retake kunde besökare och matakörer köpa och sälja mat på ett hållbart sätt.

I samarbete med företaget RedLocker placerades automater för mensskydd på toalettområden och toaletter i Kungstorget, Bältespännarparken och Kronhusområdet. Produkterna var tamponger och bindor och var gratis för besökarna.

### Engångsfritt i Bältespännarparken

Forskningsprojektet Retake, under ledning av Chalmers Industriteknik, införlivades för första gången i Bältespännarparken. Projektets syfte är att använda flergångsartiklar för mat och dryck, i stället för engångsartiklar.

Bältespännarparken var den renaste festivalplats många upplevt på väldigt länge då all mat och dryck från sju matakörer serverades på flergångsartiklar, diskades och återanvändes. Besökarna själva behövde

**3,8 ggr per dag**

En tallrik användes i snitt 3,8 gånger per dag under festivalen.

inte diska utan lämnade sina artiklar på uppsamlingsplatser runtom i parken. När artiklarna diskats av personal från Retake cirkulerade de tillbaka till matakörerna och återanvändes om och om igen. Totalt kunde man undvika att använda ca 7000 engångsartiklar i Bältespännarparken under årets Kulturkalas och majoriteten av besökarna tyckte det var bra att använda flergångsartiklar i stället för engångsartiklar.

Ett kvitto på Kulturkalasets hållbarhetsarbete speglas i de vinster som två av våra samarbetsprojekt mottog på Återvinningsgalan 2023.

Forskningsprojektet Retake vann kategorin "Årets specialpris" och Science Park Borås som återbrukade Kulturkalasets eventkläder vann kategorin "Årets Återanvändare". [Läs mer om återvinningsgalan.](#)

### Tillgänglig kommunikation

På festivalens hemsida fanns en sida med samlad information om programpunkter som



var speciellt anpassade för tillgänglighet, samt detaljerad information om tillgängligheten på festivalplatserna. Det fanns även en sida där besökarna kunde beräkna sitt klimatavtryck genom att ange vilket transportsätt och typ av boende de använde under festivalen. Denna funktion gjorde det möjligt för besökarna att inte bara räkna ut sitt klimatavtryck, utan även lära sig om olika sätt att minska sina utsläpp och få mer information om miljövänliga alternativ. Genom att erbjuda detta verktyg hjälpte festivalen besökarna att bli medvetna om sin påverkan på miljön och uppmuntrade till hållbara val under evenemanget.

Inför årets Kulturkalas gjordes en programtidning som skickades ut gratis till hushåll i Göteborg helgen innan kalaset ägde rum. Programtidningen möjliggjordes tack vare vår mediepartner Mitt i Göteborg. Förutom utskick till stadens hushåll fanns programtidningen också på våra festivalplatser under hela festivalhelgen.

### Cirkulära eventkläder

Tillsammans med Science Park Borås och modedesignern Stina Randestad startade projektet "Cirkulära eventkläder". Projektet syftar till att ta vara på kläder, i detta fall vårdkläder som inte längre används, och

designa om dem till arbetskläder för personal på event och festivaler.

De som arbetade på årets Kulturkalas fick svarta t-shirts och gröna jackor som arbetskläder. T-shirtarna hade tidigare använts bland annat på musikfestivalen Way Out West och jackorna köptes in av Kulturkalaset för ett par år sedan. På plaggen finns det plastbeklädda ytor där varje arrangör själva kan applicera avtagbara logotyper vilket innebär att de enkelt kan brandas om och användas av många olika festivalarrangörer.



13



I samarbete med Styr&Ställ (Stadsmiljöförvaltningen) kunde besökarna cykla gratis i hela Göteborg under hela Kulturkalaset. Det gjordes totalt 14 422 resor mellan 31 augusti och 3 september.

# Utfall

Göteborgs Kulturkalas har fortsatt att expandera såväl geografiskt som demografiskt. Genom hållbara insatser på flera nivåer och upplevelser för alla blev festivalen en succé med nöjda besökare och samarbetspartners.

Efter årets festival genomfördes flera externa undersökningar och mätningar för att utvärdera och bedöma om uppsatta mål uppfyllts. Syftet var också att få viktig information för att kunna utveckla framtidens Kulturkalas och samarbeten. Resultatet visar bland annat att sedan förra året har kännedomen om Kulturkalaset ökat och fler väljer att åka kollektivt till festivalen. De tillfrågade var dels allmänheten i Göteborg och kranskommuner, dels några av de samarbetspartners som festivalen arbetade med.

Årets Kulturkalas besöktes av ungefär var tredje av de som kände till festivalen där närmare 8 av 10 besökte Kungstorget. Det som uppskattades mest under festivalen var maten, musik och konserter samt folket och stämningen.

Nästan hälften av besökarna besökte Kulturkalaset med partner och var fjärde besökte med vänner. 2 av 10 besökte festivalen med ett eller flera barn där de allra flesta barnen var mellan 0 och 3 år.

## Kännedom och besökstrender

Majoriteten av de tillfrågade hade kännedom om Kulturkalaset och vilka datum som festivalen ägde rum. Allra högst är kännedomen bland personer som är äldre än 26 år, har en god ekonomi och svensk bakgrund.

# 83%

av de tillfrågade hade kännedom om vilka datum festivalen ägde rum. 2022 var denna siffra 80 %.



Foto: Peter Kvarnström





Som kommunikativ strategi arbetade Kulturkalaset även i år med en karta över festivalplatserna. Kartan användes som en röd tråd genom hela marknadsföringen och förekom i digital och tryckt annonsering samt som reklam på stadens spårvagnar och bussar.

De allra flesta nåddes av information om kalaset via tryckt tidning och av personer som är 65 år eller äldre svarade var sjätte att tryckt tidning var deras främsta informationskanal. Närmare var fjärde svarade att de fick information av vänner eller bekanta, och nästan lika många nåddes av information via internet.

Våra sociala medier nådde ut till drygt hälften av de som känner till festivalen och de svarande hade då sett antingen inlägg eller annan information om Kulturkalaset i någon social kanal. Det är nödvändigtvis inte bara Kulturkalasets egna kanaler som innefattas, det kan också vara andra som återpublicerar eller nämner kalaset. Facebook var vanligast förekommande förutom i åldersgruppen 16–25 år där Instagram var vanligare. Över 10% av de som är 16–25 år hade också sett inlägg eller information om Kulturkalaset på TikTok.

Liksom 2022 var att åka kollektivt det vanligaste sättet att ta sig till Kulturkalaset. I år landade siffran på 70 %.

Var tredje besökare menar att tack vare Göteborgs Kulturkalas har de upptäckt nya platser av staden.

15



**70%**

av festivalbesökarna tog sig till Kulturkalaset genom att åka kollektivt.

Foto: Peter Kvärnström

## Samarbetspartners upplevelse

Även i år tyckte de tillfrågade samarbetspartners att Kulturkalaset var lyckat. Många upplevde att det var mycket folk på stan och att det var fullt av aktiviteter på olika platser. Samtliga var även nöjda och ser mycket positivt på den egna medverkan och upplevelsen var i många fall över förväntan.

Alla var nöjda med sitt besökarantal och samtliga menar också att de har fått ut det de ville av sin medverkan och någon nämner att de hade fler besökare i år än förra året. För flera var anledningen till den egna medverkan en möjlighet att visa upp sitt erbjudande för en större publik och Kulturkalaset gav en extra möjlighet till exponering och publicitet, och en möjlighet att nå en ny publik.

Samtliga har som ambition att medverka även nästa år och de är positiva till att Kulturkalaset genomförs som en paraplyfestival då fördelarna är att besökarna erbjuds en större bredd av utbud på flera platser i staden. Kulturkalaset har också en kvalitetsstämpel vilket gör att det är positivt att finnas med i detta sammanhang.

“

”Vi är supernöjda med vår medverkan i Kulturkalaset. Det ger en möjlighet att få en exponering till en större publik.”

I grunden var alla samarbetspartners mycket nöjda med sitt samarbete med Kulturkalaset och Göteborg & Co. De upplevde att de fick ett gott stöd, hade en bra dialog och fick snabb återkoppling på de eventuella frågor som dök upp. Alla nämnde frukostträff, föreläsning och möten med andra samarbetspartners som något som uppskattas mycket. Utöver bra och intressanta föreläsningar om hållbarhet skapades en gemenskap med övriga samarbetspartners.

“

”Ju fler kulturuttryck samtidigt desto bättre. Vi blir som en minifestival i festivalen.”

## Vill du veta mer?

Kontakta organisationen om du vill ta del av undersökningarna i sin helhet.



Foto: Happy Visuals





Foto: Martina Lundborg

# Organisation

## **Göteborg & Co Projektledning**

18 Anna Mjörnvik, projektledare  
Magdalena Fronczak, assisterande projektledare  
Daina Sakars, projektkoordinator  
Birte Niederhaus, konceptutvecklare  
Daniel Johansson, konceptutvecklare  
Jane Johnzon Olausson, konceptutvecklare  
Martin Blomberg, infrastrukturansvarig  
Ramin Amiri, säkerhetsansvarig  
Marcus Tynér, vice säkerhetsansvarig  
Malin Fallgren, kommunikationsansvarig  
Lisa Grettve, kommunikatör  
Johan Hafström, kommunikatör  
Sofie Mantzaris, PR-ansvarig

## **Styrgrupp Göteborgs Kulturkalas**

Anna Mjörnvik, projektledare  
Jennie Heidenfors, projektägare  
Eva Lehmann, Marknad & Kommunikation  
Maria Bergman, HR & Hållbarhet  
Therese Looström, Göteborgs 400-årsjubileum  
Malin Engelbrecht, Näringslivsgruppen  
Magnus Hallberg, Evenemang  
Siv Franzén, Ekonomi



# Tack!

Stort tack till våra fantastiska samarbetspartner, artister och publik. Tillsammans gjorde vi festivalen möjlig!

NÄRINGSLIVSGRUPPEN  
go:teborg&co



mitt i Göteborg

higab

**ROLFS**  
FLYG & BUSS

Arrangör:

go:teborg&co