



Hur gör vi bra kulturarrangemang?

Ett samarbete med studieförbundet NBV



Hur gör vi bra kulturarrangemang?

Du håller i din hand arbetsmaterialet "Hur gör vi bra kulturarrangemang?" Detta material är producerat av NBV och Våra Gårdar för att användas vid kurser och lokala planeringsträffar.

Inom nykterhetsrörelsen gör vi 1000-tals kulturarrangemang per år, målsättningen med vårt arbetsmaterial är att vi ska utveckla våra kulturarrangemang såväl kvalitativt som kvantitativt. Innehållet är en enkel och kortfattad handledning med praktiska arbetsuppgifter som en lokal arrangör av kulturprogram ställs inför. Nya funktionärer och medarbetare kommer med inom föreningar och studieförbundet. De har behov av introduktion och vägledning. En översiktlig handledning, som innehåller diverse tips, är även användbar för den erfarna medarbetaren.

Någon fullständighet kan man naturligtvis inte nå. Var och en måste med utgångspunkt från sin egen erfarenhet och gällande situation göra egna kompletteringar och urval. Olika punkter har aktualitet för olika arrangörer och vid olika tillfällen.

Häftet är tänkt som ett arbetsmaterial och inte utformat för att läsas rakt igenom. Det är en tipskatalog och hjälpreda, som man har till hands och använder vid behov. Undertecknad är huvudförfattare och synpunkter har lämnats av en grupp inom NBV och Våra Gårdars kulturkommitté.

Lycka till med att utveckla kulturarrangemangen inom nykterhetsrörelsen!

Innehåll:

Vilken målsättning har vi med våra kulturarrangemang?	3
Att vara arrangör	4
Planering av marknadsföring	6
Samarbete NBV-lokalföreningen-Våra Gårdar m.fl.	11
Hur finansierar vi våra kulturarrangemang	12
Tips på medverkande	13
Minneslista för kulturprogram	14
Studieplan till "Hur gör vi bra kulturarrangemang"	15

Vilken målsättning har vi med våra kulturarrangemang?

Det finns en klar risk att vi gör många arrangemang utan att fundera på varför vi gör dem. Är det en tradition, eller har någon medlem upplevt något positivt som de vill att vi ska genomföra som arrangemang i vår förening? Det är viktigt att vi vid varje tillfälle funderar på varför vi gör arrangemanget, målsättningen påverkar på många sätt hur vi genomför ett arrangemang.

Få fler besökare till våra lokaler

En målsättning kan vara att få fler besökare till våra lokaler. Om vi har en egen lokal som vi tycker har för få besökare och är värd att nyttjas betydligt mer kan kulturprogrammet vara ett sätt att få fler besökare. Är detta vår målsättning är det viktigt att vi vid genomförandet då verkligen visar vår lokal och gör reklam för den.

Förmedla kunskap och föra ut vårt budskap

Kulturprogram som teaterföreställningar, filmvisningar, utställningar och föreläsningar ger oss stora möjligheter att förmedla kunskap och föra ut vårt budskap kring våra idéfrågor som drogfrihet, socialt arbete, demokrati, internationell förståelse, integration och folkhälsofrågor.

Kulturprogrammet ger aktuell information och problemöversikter, belyser närsamhällets frågeställningar, för ut forskningsresultat och ger möjlighet att introducera nya ämnen. Föra ut budskap både internt och externt genom att använda konstnärliga uttrycksmedel för att i ord, bild, ton och rörelse gestalta och redovisa vad man står för och vilka idéer man verkar för.

Starta studiecirkel – skapa intresse för ett fortsatt folkbildningsarbete

Genomförandet av ett eller flera kulturprogram kan vara en del i en större folkbildningssatsning, där vi planerar att gå vidare med att erbjuda studiecirkel och/eller flera kulturarrangemang.

Främja kontakt och utveckla en förståelse mellan människor

Vi lever allt mer segregerat i dagens samhälle och kulturprogrammet i våra lokaler skapar möjligheter att främja kontakter och utveckla förståelsen mellan människor. Genom att ta vara på möjligheterna att utforma kulturprogrammen till mötesplatser, med samvaro och utbyte av erfarenheter som nyckelord är detta möjligt. Inte minst viktigt är detta när det gäller att bygga broar mellan människor i vårt allt mer mångkulturella samhälle.

Erbjuda människor tillfälle att uppleva kultur och konst

Vår målsättning kan vara så enkel att vi vill erbjuda människor tillfällen att uppleva kultur och konst. Detta kan vi uppnå genom att sprida kulturprogrammen till nya miljöer, både geografiskt och i social bemärkelse. Andra sätt är att finna nya och okonventionella former för samverkan med kulturarbetarna.

Rekrytera nya medlemmar till vår förening

Alla folkrörelser och föreningar har som målsättning att få nya medlemmar och arrangerandet av ett kulturprogram kan vara ett steg i detta arbete.

Diskutera

Vilken/vilka målsättningar har vi med att arrangera ett eller flera kulturprogram?

Är någon av målsättningarna viktigare än några andra?

Hur påverkar målsättningen vårt fortsatta planeringsarbete?

Långsiktig planering

Den som vill förverkliga sina mål får naturligtvis inte låta slumpen styra genom att bygga verksamheten på mer eller mindre tillfälliga erbjudanden. I stället krävs en långsiktig planering. Hur den ska gå till ska inte närmare behandlas här. Det måste vara varje arrangörs uppgift att forma sina egna handlingsmönster med utgångspunkt från föreningens egna förutsättningar och de egna ambitionerna.

Föreningen har en rad frågor att ta ställning till i samband med den årliga verksamhetsplaneringen.

- Hur många program finns det behov av?
- Hur långt räcker resurserna? (Såväl personella som ekonomiska)
- Hur många "stora" respektive "små" program ska ordnas?
- Ska föreningen rikta in sig på speciella målgrupper?

Att vara arrangör

Att arrangera ett kulturprogram innehåller många olika delar. För den som arrangerat kulturprogram under många år sitter det mesta i ryggmärken, men för den oerfarna är det viktigt att finna en struktur. Låt inte för många vara inblandade, utan utse arrangörsansvariga med olika uppgifter. I detta arbetshäfte gör vi uppdelningen.

Första stegen (längre framförhållning, och det kan vara allt från 1 månad till mer än 6 månader).

- Kontakt med närmaste NBV lokalkontor för planering, kontrollera att inga andra "större arrangemang på orten" kan störa vårt arrangemang.
- Bokning av medverkande.
- Lokalbokning.
- Uppläggningsplanering av arrangemanget.
- Planering av marknadsföring.

Det närmar sig (förberedelser de närmaste veckorna och arrangörsdagen).

- Kontakt med medverkande.
- Lokalens utformning, möblering.
- Återkoppling till vår målsättning.
- Våra gäster skall känna sig välkomna.
- Mediabevakning.
- Avtackning av medverkande.

Vi genomför vårt arrangemang.

- Vi tar emot våra gäster.
- Teatern, musikprogrammet genomförs.
- Hur arbetar vi för att nå vår målsättning?
- Ev. servering och lotteriförsäljning.
- Hur går vi vidare? Nytt arrangemang eller studiecirkel?

Första stegen (planering med längre framförhållning)

Kontakt med NBV-avdelningen

Börja planeringsarbetet med NBV-avdelningen, så att vi från början är överens om hur vi ska arbeta. Undersök vilka inplanerade kulturarrangemang som finns på orten.

Bokning av medverkande

En av de första åtgärderna är att boka medverkande för vårt kulturprogram. Är det föreningen som tar initiativet för att vi söker en viss medverkande? Om det är vår utgångspunkt är det viktigt att vi har stor flexibilitet. Har teatergruppen/artisten någon turné, där det passar att genomföra ett arrangemang hos oss. Om vi låser oss för en viss dag kan det vara svårt att få den medverkande vi vill ha. I dessa fall är det viktigt att vi verkligen är ute i god tid.

Om föreningen får ett erbjudande från NBV, Våra Gårdar eller någon samarbetsorganisation är det viktigt att vi ställer oss frågan: Stämmer erbjudandet med vad vi vill och våra målsättningar? Det är bättre att tacka nej till ett erbjudande än att genomföra ett arrangemang som föreningen inte tror på.

Vilken grupp/artist ska vi boka?

Vem sköter bokningen?

Muntligt eller skriftligt avtal?

När det gäller skriftliga avtal (kontrakt) så arbetar teatergrupper, länsmusiken m.fl. med detta och har egna kontrakt. Kontraktet skrivs av/med NBV-avdelningen. Vid samarbete är NBV-avdelningen alltid huvudarrangör. Dessutom har vi fördelen att NBV har system för att betala ut löner, sociala avgifter, STIM m.m.

Lokalbokning

Parallellt med att vi bokar medverkande är det viktigt att vi bokar lokal. Även om vi har en egen lokal så är bokningen viktig, så att vi inte kolliderar med någon hyresgäst, och att vaktmästaren/lokaluthyraren vet när lokalen är ledig för andra.

Om vi har flera alternativ på lokal i föreningens fastighet, eller där vi hyr, är det viktigt att boka rätt lokal. Här har vi att ta hänsyn till bl.a. programform och beräknat antal besökare.

Uppläggnings av arrangemanget

Besökaren på ett kulturarrangemang hos oss i nykterhetsrörelsen bör verkligen få uppleva helheten av ett bra arrangemang.

Ska vi erbjuda någon form av förtäring? Oftast blir svaret ja. Ett bra arrangemang ska ge något till: - hjärnan (kunskap), - hjärtat (känslomässig upplevelse), - magen (är vi för sugna tar vi inte till oss det övriga på rätt sätt). En annan fördel är att samvaron runt kaffebordet, eller vad vi nu erbjuder, skapar en bra social samvaro och ger förutsättningar för bra samtal.

Diskutera, i samband med bokningen av medverkande, om det är en paus i föreställningen där det passar med förtäring eller om det ska ske efter föreställningen.

Upplägget av arrangemang är även kopplat till vår målsättning, vilket vi återkommer till.

Vad är viktigt att tänka på?

Planering av marknadsföring

Syftet med marknadsföringen är primärt att få besökare till våra arrangemang, men sekundärt att göra vår lokal och oss som organisation känd för en bredare allmänhet.

När det gäller marknadsföring är vi begränsade till våra ekonomiska resurser. Det är möjligt att satsa obegränsat med pengar på exempelvis annonser, men erfarenheten säger att den personliga marknadsföringen är det som ger bäst resultat.

- Har kommunen/föreningslivet någon form av ständigt återkommande evenemangskalender ska vårt arrangemang naturligtvis marknadsföras där?
- Dela ut flygblad för kommande arrangemang när ni har många besökare i er lokal, eller när föreningen medverkar på en marknad/mässa, eller ni finns i ortens köpcentra för att visa upp nykterhetsrörelsen i andra sammanhang.
- NBV-avdelningens och föreningens hemsida.
- Affischera antingen med egna affischer, textade eller framtagna med hjälp av datorn. En annan möjlighet är att beställa centralt via den medverkande gruppen. Tänk på att de senare måste beställas i god tid. Det måste finnas tidsmässiga möjligheter att komplettera dem med lokala uppgifter, eventuellt genom eget påtryck.
- Dela ut flygblad i brevlådor, trappuppgångar, arbetsplatser eller när ni besöker något arrangemang. Om det sker på arrangemang och arbetsplatser är det viktigt att du frågar först.
- Sänd ut skriftliga personliga inbjudningar eller personliga mail till personer som ni tror är intresserade av arrangemanget. Det kan vara samarbetspartners, egna medlemmar, cirkelledare – cirkeldeltagare. Så här skriver exempelvis Friteatern: "Efter år av turnerande vet vi att den allra viktigaste informationskanalen, för att få publiken att komma, är den muntliga. Berätta om pjäsen, om oss, om kvällen och hur kul det ska bli. Då är det naturligtvis enklare om ni som arrangerar är många.
- Annonsera i lokalpress, föreningstidningar, annonsblad etc. Annonser i dagspress kostar i regel mycket pengar. Fundera på vad som är viktigast att få med i annonsen. Grunden är att annonsen ska vara lockande, och det är främst formen av arrangemang och medverkande. Viktiga uppgifter är tid och plats. I annonsen ska framgå vilka som är arrangörer. Exempelvis NBV, Blå Bandet och Våra Gårdar. Om logotyperna ska vara med i annonsen är tveksamt, dels tar de stor plats och kan av allmänheten uppfattas som att det är interna arrangemang. Diskutera i er förening om ni anser att logo ska vara med eller inte?
- Sänd ut pressmeddelanden och notiser som ska vara korta och tydliga. Kontrollera att sakuppgifterna är korrekta och att alla namn är rätt stavade. Bildmaterial kan med fördel bifogas.
- Sälja biljetter i förväg är ett säkert sätt att förvissa sig om att man får besökare. Väljer man förköp är det viktigt att det framgår av affischer, flygblad och annonser och att föreningens medlemmar är aktiva med att sälja biljetter.
- Informera via lokalradion och närradion.
- Förhandsinformation om teatern/föreställningen och de medverkande är en viktig del av helheten. Som åskådare önskar man många gånger att man haft tillfälle att läsa material i förväg. För det mesta får man programtrycket i sin hand strax innan föreställningen börjar. Någon tid till grundligare studium står inte till förfogande förrän efteråt. Som arrangör av kulturprogram har vi vissa möjligheter att ändra på detta. Som anordnare har vi ofta en naturlig och reguljär kontakt med stora deltagargrupper och kan nå dem med förhandsmaterial.

Hur ser vår marknadsföringsplan ut?

Hur stora resurser personellt och ekonomiskt satsar vi på marknadsföringen?

Vem är ansvarig?

Det närmar sig

Kontakt med medverkande

Alltför ofta inskränker sig arrangörens förhandskontakter med den som ska medverka i kulturprogrammet till överenskommelser angående plats, tid och programval i stort. Ett bättre resultat kan uppnås om parterna tar sig tid att utveckla ett närmare samarbete. Kontakt innebär också att man förvissas om att kulturarbetaren kommer, inte har dubbel-bokat sig eller är sjuk. Kulturarbetaren kan ha tappat bort ditt telefonnummer.

Det är anordnaren som måste ta initiativet och som har ansvaret för att genom lämplig förhandsinformation förbereda de medverkande, som gör det möjligt för dem att göra sitt bästa för just dessa deltagare.

De som medverkar behöver t.ex. upplysningar om:

- Den arrangerande föreningen, studieförbundet NBV och Våra Gårdar.
- Föreningens syfte med kulturprogrammet.
- Vilken anknytning har kulturprogrammet till föreningens/avdelningens övriga verksamhet?
- De deltagare som beräknas ska komma. Kan vi i förväg förutse något när det gäller antal, ålder m.m.?
- Programmets yttre miljö. Vilken typ av lokal äger programmet rum i?

Lokalens utformning

När det gäller lokalens utformning/möblering är det beroende av lokalens karaktär, vårt syfte med arrangemanget och den kontakt vi haft med de medverkande.

Sker arrangemanget i konsert/biosalong med fasta bänkar är möjligheterna begränsade. Förfogar vi över en fri golvyta är våra valmöjligheter större. Har lokalen scen ska vi i förväg avtala med de medverkande om de vill uppträda på scenen eller direkt på golvet.

Möblerar vi i biosittning är fördelen att fler ser betydligt bättre och publiken blir tystare och verkligen tar till sig föreställningen. Cafémöblering har fördelen att det underlättar den sociala samvaron.

För att besökaren ska tillgodogöra sig föreställningen är det viktigt att alla ser och hör bra.

Har de medverkande med sig eget ljud och/eller ljusutrustning? Har vår lokal tillgång till bra ljudutrustning eller bör vi hyra? Vi förutsätter att alla våra lokaler har en väl fungerande hörslinga. Om de medverkande absolut väljer att genomföra föreställningen utan ljudutrustning är det viktigt att vi informerar våra besökare om detta.

I foajén eller i en del av verksamhetens lokal kan vi med fördel placera en aktuell utställning. Vissa av besökarna kommer i god tid och dessa bör erbjudas något meningsfullt.

Hur ska vi möblera i vår lokal?

Vilka är ansvariga?

Återkoppling till vår målsättning

Inledningsvis skrev vi om föreningens målsättning med genomförandet av kulturarrangemanget, och det styr vårt agerande när det gäller planering och genomförande.

Här ges tre exempel.

Om en av målsättningarna är att **starta en studiecirkel i ett visst ämne** kan en utställning i foajén eller i lokalen, med en klar koppling till studiecirkeln vara första steget. Visningsexemplar av det gällande studiematerialet ska naturligtvis finnas till hands. Muntlig information om studiematerialet görs i samband med förtäringen eller annan lämplig tidpunkt. På programbladet vi delar ut bör finnas en talong som kan rivas loss, där deltagarna direkt kan anmäla sig, eller anmäla intresse så att vi kan kontakta dem.

Är målsättningen att få **fler besökare/hyresgäster** till vår lokal, är det viktigt att vi visar upp hela lokalen. Arrangera en tipsrunda så att besökaren får möjlighet att besöka de utrymmen vi vill visa. Exempelvis kök, ungdomslokal, studierum, dusch/bastu m.m. Berätta om vår lokal att den är öppen för alla att hyra, och att vi har fördelen med en alkoholfri lokal. – ”Gör din privata fest roligare och billigare med att hyra en alkoholfri festlokal”. Sprid informationsblad med uppgifter om aktuella hyror och vem man kontaktar.

Rekrytering av nya medlemmar kan vara en av våra målsättningar. Det är viktigt att diskutera hur vi gör detta på bästa sätt, alla måste se möjligheten, men vi får inte göra det på ett sätt så publiken avstår från att besöka våra kommande arrangemang. Materialbord/tidskriftshylla med rörelsens aktuella informationsmaterial ska alltid finnas i våra lokaler. Bjud gästerna på ett glas Godtemplardricka när de kommer. Lyft frågan i samband med välkomsthälsningen eller diskutera med de medverkande så att frågan lyfts av dem på ett naturligt sätt. Erfarenheterna visar att det är vissa som är beredda att ta ställning till ett ev. medlemskap direkt på arrangemanget, medan andra vill fundera. Om vi genomför en aktivitet där vi får tillgång till namn och adress på våra besökare kan arrangemanget följas upp med ett telefonsamtal eller annan form av personlig kontakt.

Genomförs arrangemanget med cafédukning är bordsvärdar/bordsvärdinnor en hjälp till att följa upp det med personliga samtal.

Det viktiga är inte alltid att vinna debatten eller att få en ny medlem, utan att besökaren behåller en positiv inställning till vårt budskap och oss som organisation.

Vilken/vilka är våra målsättningar med kulturarrangemanget?

Hur utformar vi arrangemanget för att nå denna målsättning?

Vilket material/utrustning behöver anskaffas? Ansvariga?

Våra gäster ska känna sig välkomna

Fundera på vad du tycker är viktigt när du besöker en ny lokal, ett arrangemang som gör att du känner dig välkommen och gärna återvänder till denna lokal eller förening. Vi har aldrig en andra chans att ge ett första intryck.

- Genomförs arrangemanget vintertid och när det är mörkt är marschaller ett enkelt sätt att välkomna våra besökare på.
- Genomförs arrangemanget på dagtid kan en föreningsflagga i flaggstången vara trevligt.
- Under perioden vår till höst är det viktigt att vi funderat över vår utemiljö, har vi planteringar, blomkrukor eller annat som gör att våra gäster känner sig välkomna?
- För att gästerna lättare ska hitta och för att uppmärksamma "flanörer" kan det vara lämpligt att ha en "gatupratare" eller annan form av anslag som visar att ett arrangemang sker här och nu.
- Arrangemangsvärdar/värdinnor som hälsar välkommen vid dörren, lämnar information om garderob etc. skapar en förutsättning för den fortsatta sociala samvaron.
- Temperaturen i lokalen är en annan faktor, det bör vara varken för kallt eller för varmt, men hur klara detta?

Vad ska vi göra så att våra gäster känner sig välkommen till vårt arrangemang och gärna återvänder?

Mediabevakning

I samband med marknadsföringen skrevs att det är viktigt att marknadsföra vår lokal och våra organisationer även till dem som inte har möjlighet att besöka vårt kulturarrangemang. Ett reportage i lokaltidningen är en möjlighet att nå denna målsättning. Hur fungerar er lokaltidning, besöker de kulturarrangemang och aktiviteter vi genomför. Vilka är våra kontakter med lokaltidningen sedan tidigare? Många av lokaltidningarna har begränsade resurser och då speciellt under helgerna. Alternativet är då att vi själva skriver en artikel och skickar in bilder.

Hur gör vi för att synas i lokaltidningen?

Får vi besök av tidningen?

Om inte, vem skriver och vem fotograferar? Detta måste vi veta i förväg. Det är svårt att skriva i efterhand om man inte är förberedd och foton kan definitivt inte skapas i efterhand.

Vet vi vår lokaltidnings önskemål? Artiklarna får oftast inte vara för långa.

Tidningarna tar med fördel material digitalt, både när det gäller text som bilder.

Avtackning av medverkande

Många arrangörer har stått i den situationen att de ska avtacka de medverkande, och då kommer konstaterandet, jag har ingenting att överrätta. Det är inte alltid nödvändigt att överlämna något, men oftast känns det naturligt och roligt, både för de medverkande och för oss som arrangörer, med en bra avtackning.

Ett traditionellt sätt att tacka medverkande med är blommor. Men det kan med fördel vara något med koppling till oss som arrangör eller till bygden, t.ex. en bra bok, tunnbröd eller en burk hjortronsylt. En enkel och oftast uppskattad gåva är en lott.

Ska vi avtacka de medverkande?
Med vad och på vilket sätt avtackar vi de medverkande?
Vem är ansvarig?
Teatergrupper brukar vilja ha bärhjälp före och efter.

Vi genomför vårt arrangemang

Vi är då framme vid att vårt arrangemang ska genomföras. Nu kommer testet! Har vi tänkt på allt? Vad löser vi under arrangemanget? Många gånger löser vi detaljer på ett bra sätt utan att våra gäster märker att vi missat något.

För varje arrangemang ska det finnas en huvudansvarig. I föreningslivet har vi tyvärr en tendens till att det är allas ansvar. Många är med och planerar och genomför, men en person bör uttalat vara samordnare. Den som är samordnare bör inte vara låst till direkta delar som biljettförsäljning, värdskap, kaffekokning etc. utan ska kunna "flyta" runt i lokalen och se att allt fungerar.

Mottagandet av medverkande

Vi vet vilken tid våra medverkande kommer, och vi finns på plats. Trappan är sopad, dörrarna är upplåsta och det finns kaffe i termoserna eller på bryggaren. För att våra medverkande ska göra ett bra jobb är det viktigt att vi tar väl hand om dem. Erfarenheterna säger gärna kaffe och enkelt fika före föreställningen och ev. mat efter föreställningen, speciellt om det är tid för rivning och de har lång resväg.

Vi tar emot våra gäster

- Marschallerna lyser eller blomkrukan är på plats.
- Vårdinnan hälsar välkommen i foajén.
- Biljetter säljs till de som inte har köpt på förköp.
- Vi bjuder på Godtemplardricka eller något annat, och delar ut programmet till dem som inte haft möjlighet att få det i förväg.
- Lokalen har den idealiska temperaturen på 20,5 grader.
- Vi hälsar välkommen och berättar vilka som är arrangörer och eventuellt något aktuellt om oss.

Teatern – musikprogrammet genomförs

Huvudattraktionen som är teater, musikprogram, revy eller vad vi erbjuder genomförs. Genom vår kontakt innan och vårt mottagande av våra medverkande gör de sitt yttersta för att föreställningen ska bli något att minnas och bära med sig.

Hur arbetar vi för att nå vår målsättning?

Det vi har planerat genomförs och om vi glömt något löser vi det på plats. Kom ihåg att ingen kan vara på två platser samtidigt. Samma person kan inte sälja biljetter och visa runt i lokalen samtidigt.
Bemöt andra som du själv vill bli bemött!

Servering – lotteriförsäljning

För att erbjuda ett helhetsarrangemang är serveringen en viktig del, men vi ska komma ihåg att programmet är det primära, varför serveringen bör ske snabbt och effektivt. Förbered serveringen så att ingen behöver vara i köket under själva programmet. Föreningsmedlemmarna som är med och arrangerar är oftast våra eldsjälar, och eldsjälar behöver "vårdas", därför måste alla få vara med och uppleva föreställningen.

Lotterier kan vara ett sätt att delfinansiera vårt arrangemang, se vidare under den punkten. Även här ska vi komma ihåg att detta är en sekundär punkt, varför lotteridragningen bör förberedas så att det går snabbt. Om ni, som exempel, säljer fyra ringar med lotter, försök ha likvärdiga vinster, och genomför endast en dragning, som gäller för samtliga ringar.

Samarbete NBV – lokalföreningen – Våra Gårdar m.fl.

För att genomföra ett så bra arrangemang som möjligt är det viktigt att vi utvecklar en bra samverkan såväl inom nykterhetsrörelsen som externt.

- Den viktigaste lokala samverkan är mellan den lokala föreningen och NBV. Lokalt är oftast Våra Gårdar synonymt med den lokala föreningen. Många av våra föreningar har ett etablerat samarbete med NBV och har en klar arbetsfördelning, vet vilka regler som gäller och använder varandras kompetenser.
- För vissa föreningar gäller det att bygga upp samarbetet med NBV. Boka en tid med er närmaste NBV-konsulent för att diskutera genomförande av kulturarrangemang. Vad kan NBV bistå med när det gäller kompetens, marknadsföring, service och ev. ekonomi? På vilket sätt kan kulturarrangemangen marknadsföra NBV och studieverksamheten?
- Kontakta alltid NBV före genomförandet av arrangemanget.
- NBV är en av arrangörerna när vi samarbetar och det ska klart framgå på flygblad, affischer och i annonser. När det gäller arrangemang som är av musikalisk art och ska rapporteras till STIM är studieförbunden alltid arrangör och den lokala föreningen medarrangör. Representant för studieförbundet ska alltid finnas med på arrangemanget.
- Rapportera alltid genomförda kulturarrangemang till ert NBV-kontor.
- Våra Gårdar centralt kan bistå med tips för genomförande, exempelvis detta häfte, förmedla kontakter på medverkande och i vissa fall lämna kulturbidrag.
- För att undvika kollisioner när det gäller kulturarrangemang är det bra att bygga upp ett lokalt nätverk. Vilka fler på vår ort, inom vår stadsdel, är regelbundna kulturarrangörer? Det kan vara teaterföreningen, bygdegårdsföreningen eller kommunens kulturavdelning.

Har föreningen ett utvecklat samarbete med NBV? Om inte, hur bygger vi upp detta?

Vem tar kontakterna med NBV?

Vilka kulturarrangörer har vi på vår ort/stadsdel?

Bör vi samverka kring vissa kulturarrangemang?

Ska föreningen ta initiativ till ett kulturnätverk med gemensam planering?

Hur finansierar vi våra kulturarrangemang

Grunden är att de flesta av våra kulturarrangemang ska vara självfinansierande. Vi måste bli bättre att ta betalt för våra bra arrangemang. Det finns en oroväckande tendens inom nykterhetsrörelsen att allt ska vara så billigt.

Vi gör ett litet räkneexempel:

Utgifter	Musikgrupp, trubadur etc. inkl. soc. kostnader	2 500 kronor
	Marknadsföring	1 000 kronor
	Intern lokalkostnad	200 kronor
	Fika 50x10 kronor	500 kronor
	Totalt	4 200 kronor
Intäkter	Entréer 50 personer x 60 kronor	3 000 kronor
	Netto lotteri	500 kronor
	NBV	500 kronor
	Kvar att finansiera	200 kronor
	Totalt	4 200 kronor

När vi gör kulturarrangemang i denna ekonomiska nivå, måste ambitionen verkligen vara att de ska vara självbärande. Vid satsningar på större kulturarrangemang med teatergrupper, etc. krävs det oftast annan finansiering.

Var kan ekonomiskt stöd sökas till kulturarrangemang?

- Våra Gårdar har en mindre pott kulturpengar att fördela varje år. Kulturkommittén har beslutat att större arrangemang med teatergrupper, dyrare orkestrar etc. ska prioriteras. Kulturprogram i formen av musikcaféer etc. bör vara självfinansierade. Det finns en speciell blankett för att söka kulturbidrag från Våra Gårdar, hemsidan www.varagardar.se
- Diskutera med er NBV-avdelning vilka möjligheter det finns till ekonomiskt stöd när ni gör arrangemang tillsammans.
- Riksteatern har på många platser länsavdelningar som har vissa ekonomiska resurser och då främst till teater i glesbygd. Exempelvis i Västernorrland finns det drygt 100 000 kronor/år till småplatsstöd.
- Kommunens kulturförvaltning har på vissa håll möjligheter att ge arrangemangsbidrag.
- Undersök möjligheterna till sponsorbidrag med annonser i programblad och marknadsföring i samband med arrangemanget.

Vi gör ett nytt räkneexempel på ett dyrare kulturarrangemang.

Utgifter	Teatergrupp	15 000 kronor
	Marknadsföring	3 000 kronor
	Förtäring 100x15 kronor	1 500 kronor
	Lokalkostnad	500 kronor
	Totalt	19 000 kronor
Intäkter	100 besökare x 120 kronor	12 000 kronor
	Netto på lotteri	1 000 kronor
	NBV	1 000 kronor
	Riksteatern eller annat bidrag	2 000 kronor
	Våra Gårdar kulturbidrag	2 000 kronor
	Sponsorpengar	1 000 kronor
	Totalt	19 000 kronor

NBV kan administrera hela ekonomin kring arrangementet, betala annonser, kulturarbetare, lokalhyror m.m. NBV mot fakturerar med avdrag för överenskommen andel från NBV. NBV svarar för STIM-redovisning. Alla fakturor ska ställas direkt till NBV kontoret där överenskommelse kring programmet skett.

Diskutera:

Hur ska vi finansiera våra kulturarrangemang?

Är kulturarrangemangen så viktiga så att vi kan bedriva vissa arrangemang med förlust?

Kulturarbetaren Jacke Sjödin sa "En bygd som inte satsar på kultur är en utdöende bygd, och en bygd som satsar på kultur är en levande bygd". Den devisen har omarbetats till:

Den lokal som satsar på kultur är en levande lokal och satsas det inte på kultur blir det en utdöende lokal. Vad vill vi med nykterhetsrörelsens lokaler?

Efter programmet – Uppföljning

Det är viktigt att efter varje program värdera resultatet och sammanfatta sina iakttagelser och att göra noteringar till hjälp för framtida planering. Det är viktigt att både positiva och negativa erfarenheter tas tillvara och att alla som hjälpt till med att förbereda och genomföra programmet får komma till tals.

- Hur många kom?
- Vilka?
- Fungerade förhandsinformationen?
- Hur reagerade deltagarna på programmet?
- Synpunkter på de medverkande?
- Var programmet lagom långt?
- Gick de yttre arrangemangen i lås?
- Fungerade arbetsfördelningen mellan olika medhjälpare?
- Fungerade lokalen, möbleringen bra?
- Kunde alla se och höra bra?
- Vilka uppföljningsåtgärder ska vidtas?
- Kom det fram några önskemål och uppslag när det gäller den fortsatta verksamheten?

Lycka till med era kulturarrangemang önskar NBV och Våra Gårdar

Tips på medverkande

Minneslista för kulturprogram

Programmets namn/rubrik/ämne

Medarrangör och kontaktperson

Medverkande/grupp/ensemble

Gruppens namn _____

Kontaktperson _____

Antal medverkande och ev. teknisk personal _____

Ankomsttid _____

Avresa _____

Programmets omfattning, innehåll _____

Överenskommelse, medverkan, presentationer etc. _____

Avtalade arvoden _____

Övrigt _____

Lokal

Adress _____

Kommunikationer _____

Kontaktperson _____

Podium/scen/fri golvyta _____

Bredvidlokal för medverkande _____

Tillgänglighet för handikappade _____

Möblering _____

Utrustning. Tekniska hjälpmedel

Belysning _____

Eluttag _____

Mörkläggning _____

Projektor, bildduk _____

Skarvsladd, reservsäkring, extralampa _____

Högtalaranläggning _____

TV-Video _____

Hörselslinga _____

Piano _____

Ev. rekvisita _____

Medhjälpare

Programvärd/värdinna _____

Samtalsledare _____

”Resurspersoner” _____

Bär och bygghjälp _____

Skötare av teknisk utrustning _____

Servering _____

Barntillsyn/barnaktiviteter _____

Hämtning av deltagare _____

Deltagarrekrytering – Marknadsföring

Affischer _____
Annonser _____
Pressnotiser _____
Flygblad _____
Biljetter _____
Skriftliga/mail inbjudningar _____
Inbjudningar per telefon _____
Lokalradion _____
Närradion _____

Bredvidaktiviteter – Hur når vi vår målsättning

Utställning _____
Något att bjuda på _____
Material _____
Välkomsthälsning _____
Deltagaraktiviteter _____
Förslag till uppföljning _____
Tack till medverkande _____
Avslutning _____

Efteråt

Pressnotiser _____
Pressbilder _____
Värdera resultatet _____
Uppföljningsåtgärder _____
Ev. lämna kulturarbetarnas räkningar till NBV (för skatt och soc. avgifter).
Fakturorna ska vara ställda till NBV-kontoret där överenskommelse gjorts med konsulent.

Lämna arrangemangsrapport _____

Studieplan till "Hur gör vi bra kulturarrangemang"

Denna studieplan bygger på tre träffar, men varje studiecirkel bestämmer naturligtvis själv hur många träffar ni vill arbeta med materialet.

Första träffen

- Presentera er för varandra och om ni är många i gruppen som inte känner varandra är det viktigt med en ordentlig presentation.
- Samtala om vilka mål ni har med er studiecirkel – Hur gör vi bra kulturarrangemang?
- Arbeta med rubriken: Vilken målsättning har vi med våra kulturarrangemang, sid 2 och 3. Ägna ordentligt med tid till diskussionsfrågorna på sidan 3.
- Gå vidare med rubriken Att vara arrangör på sidan 3 och Första stegen på sidan 4. Stanna upp vid varje frågeställning och gör återkopplingen till er egen förening.
- Summera första träffen, har vi fördelat de frågor vi diskuterat och ännu inte löst?
- Inför träff två, titta på rubrikerna inför nästa träff och diskutera om det är något som ska förberedas och i så fall vem som gör det?

Andra träffen

- Reflektera vad ni funderat på sedan förra träffen? Har någon kommit på något som gör att ni vill återvända till några av frågorna sedan förra träffen?
- Planering av marknadsföring, arbeta med sidan 5 och diskutera frågorna på sidan 6.
- Gå vidare med kontakt med medverkande och lokalens utformning? Hur fungerar er lokal? Är det möjlighet till förändringar inom befintlig lokal?
- Återkoppling till målsättning, arbeta med sidan 7 i materialet.
- Avsluta träffen med att arbeta igenom sidan 8 och 9 och framför allt stanna upp vid frågorna.
- Summering av träff 2
- Inför träff tre, titta på rubrikerna inför nästa träff, och diskutera om det är något som ska förberedas och i så fall vem som gör det?

Tredje träffen

- Reflektera över vad ni funderat på sedan förra träffen, är det några speciella frågor någon vill lyfta?
- Träffens första tema är Samarbete, ägna ordentligt med tid till diskussionsfrågorna på sidan 10.
- Hur finansierar vi våra kulturarrangemang? Upprätta en budget för ett kommande kulturarrangemang i er förening.
- Arbeta er igenom minneslistan, vad är viktigt att tänka på just i er förening?
- Summering av träff 3.
- Har vi kulturarrangemang vi ska genomföra?
- Ska vi träffas ytterligare i gruppen och utvärdera de kulturarrangemang vi genomfört?

Lycka till med era kulturarrangemang!

Rev. april 2019