

Handläggare
Rhodin Elise

Datum
2017-01-25

Diarienummer
KTN-2016-0444

Kulturnämnden

Avtal mellan kulturnämnden och Destination Uppsala AB om Kulturnatten i Uppsala åren 2017-2019, samt uppföljning av 2016 års avtal

Förslag till beslut

Kulturnämnden föreslås besluta

att godkänna kulturförvaltningens avtalsuppföljning för Kulturnatten 2016,

att godkänna upprättat avtal för åren 2017-2019 mellan kulturnämnden och Destination Uppsala AB gällande uppdraget om Kulturnatten i Uppsala,

att fastställa avtalsersättning för uppdraget om Kulturnatten i Uppsala år 2017 till 929 tkr samt,

att avtalsersättning för uppdraget om Kulturnatten i Uppsala år 2018 och 2019 fastställs i samband med antagandet av kulturnämndens budget för dessa år.

Sammanfattning

Efter avtalsdialog mellan kulturförvaltningen och Destination Uppsala AB finns ett upprättat avtal gällande Kulturnatten i Uppsala för de kommande tre åren. Avtalet har sin utgångspunkt i kulturnämndens verksamhetsplan. Avtalet innebär en ekonomisk uppräkningsnivå med 2 procent för år 2017 jämfört med 2016 års ersättningsnivå.

Ärendet

Kulturnämnden har samordnat, lett och utvecklat evenemanget Kulturnatten i Uppsala sedan 1989. Evenemanget har vuxit till Sveriges största kulturnatt med ca 175 000 besökare och tusentals medverkande unga och vuxna, amatörer och professionella, föreningar, organisationer och enskilda. Sedan 2011 har uppdraget att arrangera Kulturnatten i Uppsala getts till Destination Uppsala AB. Uppdraget innebär att initiera, koordinera, leda och

marknadsföra Kulturnatten den andra lördagen i september. Uppdraget innebär också att under hela året förbereda och underlätta ett deltagande samt att söka extern finansiering.

Det senaste avtalet om uppdraget gällde 2014-2016. Kulturförvaltningen har gjort en avtalsuppföljning, bilaga 1. Uppföljningen innehåller även rapport från Destinations Uppsala om årets resultat. Nu är det dags att skriva ett nytt treårigt avtal, förslag se bilaga 2: Avtal mellan kulturnämnden och Destination Uppsala AB gällande Kulturnatten i Uppsala 2017-2019.

Framtiden

Kulturnatten är idag ett väletablerat, mycket stort evenemang med många besökare. Den fortsätter att behålla sin betydelse som mötesplats och manifestation för Uppsalas kulturliv. Det finns ett stort värde i att så många människor, ung som gammal, professionell som amatör, deltar med eget skapande på kulturnatten. Även publiken fortsätter att uppskatta evenemanget. Kulturnattens besökare är betydligt yngre än den gängse kulturpubliken. Det betyder att barn, unga och människor mitt i livet intresserar sig för ett brett utbud av kultur och gärna utsätter sig för nya erfarenheter. Bilaga 1 innehåller resultatet av en marknadsundersökning som gjordes under hösten 2016 på uppdrag av Destination Uppsala AB. Den visar tydligt att Kulturnattens besökare är nöjda med sin upplevelse, jämfört med rikssnittet för motsvarande evenemang ligger vi högt. Tidigare undersökningar har visat att Uppsala får ett inflöde av människor utifrån, främst från länet. Det kan vara så mycket som 30 procent av besökarna som inte bor i kommunen. De äter på restauranger, bor på hotell och spenderar pengar samtidigt som de intresserar sig för vår kultur och stadsmiljö under helgen.

Kostnaderna för Kulturnatten delas mellan Uppsala kommun och det fria kulturlivet som bär sina egna kostnader. Myndigheter, kommunala nämnder, universitetet med flera är välvilligt inställda och tycker att det är ett fantastiskt evenemang som man inte vill vara utan. En positiv vilja till samarbete och utveckling finns. Konceptet fungerar alltså mycket bra, vilket också många studiebesök från andra städer genom åren bevisar. Intresset från publik och arrangörer är fortsatt stort. Utmaningen ligger i att låta evenemanget utvecklas och ta tillvara kulturlivets potential och idéer, utan att förlora kontrollen över evenemanget. Inför 2017 undersöks hur evenemanget skulle kunna förlängas under fredagen före och söndagen efter Kulturnatten. Utvecklingen av Kulturnatten sker i samråd med kulturförvaltningen.

Ekonomiska konsekvenser

Kulturnatten finansieras i huvudsak av kulturnämnden. Under de senaste två åren har kulturnämnden satsat på kvalitetssäkring och utveckling av evenemanget. Inför 2017 avser kulturnämnden öka ersättningen med 2 procent till 929 tkr. För detaljer i budgeten för kulturnatten se bilaga 1. Uppdragsersättningen ryms inom kulturnämndens budget 2017.

Kulturförvaltningen

Sten Bernhardsson
Direktör, chef för kulturförvaltningen

Bilaga 1: Avtalsuppföljning Kulturnatten 2016, inklusive rapporter från Destination Uppsala AB.

Bilaga 2: Avtal mellan kulturnämnden och Destination Uppsala AB gällande Kulturnatten 2017-2019

Avtalsuppföljning, Kulturnatten i Uppsala 2016

2016-01-02

Elise Rhodin

Bakgrund

Kulturnatten skapades 1989 som en aktion för kulturen, för att visa dess betydelse och för att propagera för större resurser och fler lokaler för kulturen. Initiativtagare var kulturchefen i kommunen, Stadsteaterns chef, Radio Upplands chef och chefredaktören för Uppsala Nya Tidning. I Sverige var Uppsala den andra staden efter Lund att arrangera en kulturnatt. Den första kulturnatten i Uppsala innehöll 30-talet arrangörer och koordinerades av kultur- och fritidsförvaltningarna. Evenemanget och konceptet utvecklades stadigt och har för varje år vuxit i storlek och popularitet, både bland publik och bland arrangörer. Den är nu Sveriges största kulturnatt.

Ansvar för koordinering av evenemanget har legat hos kulturnämnden och dess förvaltning. Efter omorganisationen i kommunen år 2003 koordinerades evenemanget av dåvarande kulturkontoret, och därefter genom uppdrag till först Vård & Bildning och sedan till kommunens evenemangsorganisation Destination Uppsala AB. Kulturnattens utformning och invigning har alltid skett i nära samråd med kulturkonteret/kulturförvaltningen. Under sex år har Destination Uppsala AB ansvarat för ledning och koordination av arrangemanget.

Tabell 1.

Kulturnatten	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Arrangörer	210	233	242	234	247	252	215
Programpunkter	565	650	650	720	660	689	622
Platser	156	178	148	164	155	203	157
Barnprogram	40	84	75	73	62	73	73

Tabell 2.

Kulturnatten publik	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Biotopia	1900	1647	2200	1148	1424	1952	1000
Bror Hjorths Hus	-	-	250	188	364	263	694
Fredens Hus	-	-	-	2000	1100	1908	
Grand	622	-	720	1000	700	1135	741
Gustavianum	-	6500	6674	7355	7650	6010	5501
Konstmuseet	-	2144	-	2793	2480	2000	2700
Medicinhistoriska museet	87	-	107	70	89		268
Reginateatern	-	-	-	725	808	498	540
Stadsarkivet	700	1317	917	647	640	1300	701
Stadsbiblioteket	8000	6287	6594	6839	7246		5589

UKK	1500	-	3000	1560	-	9600	6500
Uppsala fotografiska sällskap	-	305	250	350	-	-	200
U-a Int kortfilmfestival	807	-	600	-	388*	433	
Vasaborgen	215	-	60	-	-	300	350

Genomförande/utfall 2016

Destination Uppsala har lämnat rapport enligt avtal, se bilaga 1.1. En enkät genomfördes under året. Utifrån resultatet och frågeställningar om huruvida kulturnatten ska tillåtas växa i tid, kulturbegrepp och form samt hur vi bättre kan marknadsföra Uppsala med hjälp av kulturnatten, träffades en grupp från kulturförvaltningen, Destination Uppsala, Uppsala konsert & kongress, Uppsala stadsteater samt kulturnämnden för att diskutera frågorna. Slutsatsen från den workshopen blev att riktlinjerna för deltagande inte bör ändras mycket. Alla bör kunna delta som har ett kulturprogram, även politiska och religiösa föreningar. En referensgrupp tillsattes för att vara ett stöd i besluten om deltagande och gruppen träffades också flera gånger inför programmet 2016.

Årets besöksantal var mycket högt, ca 175 000, med evenemang utomhus och inomhus. Som framgår av tabell 1 minskar antalet arrangörer, program och platser för arrangemang något. Tabell 2 visar besöksantal för en del verksamheter. Ordningen var god och det var en mycket lugn kulturnatt enligt polisen. Kulturnämndens invigningsprogram innehöll musik av unga jazzmusiker i samspel med nestorn Bosse Broberg, invigningstal av Uppsala stadsteaters nya vd Petra Brylander samt utdelning av Gösta Knutsson-stipendium och Kulturarvspris. En filmvisning om stipendiaterna gav en fördjupad bild av den pedagogiska verksamheten vid Bror Hjorths Hus och vid Norby soldattorp.

Som en del i utvecklingen av evenemanget skapades en fest med levande musik och DJ:s till in på småtimmarna med Uppsala konsert & kongress som värd. Utveckling av programmet på engelska genomfördes liksom av hemsidan. Utvecklingen av evenemanget ska fortsätta i nära samråd med kulturförvaltningen.

Ekonomi

Kulturnatten finansieras i huvudsak av kulturnämnden. Under de senaste två åren har kulturnämnden satsat på kvalitetssäkring och utveckling av evenemanget.

Tabell 3.

Intäkter		Utgifter	
Kulturnämnden	910 000	Infrastruktur	389 000
Sv kommuners försäkringsbolag		Scener	100 00
"Trygghetspengar", försäljare		Marknadsföring, info	285 000
Sponsorer mm. ca	395 000	Invigning, fest	55 000
		Övrigt	60 000
		Personalkostnader	416 000
	1305 000		1305 000

För finansiering av Kulturnatten 2016 stod, förutom kulturnämnden och arrangörerna, Svenska kommuners försäkringsbolag med s.k. "Trygghetspengar" för specialbelysning i parker, offentliga

trygga toaletter, evenemang i centralpassagen med mera. Dessutom tillkommer intäkter från försäljare och från elavgifter från arrangörer och försäljare samt sponsring från Ramirent – totalt ca 400 tkr.

Kostnaderna för Kulturnattens infrastruktur år 2016 gäller avstängningar, skyltning, sophämtning, hyra av torg, uteblivna parkeringsintäkter på torg, marschaller längs ån, el, kabeldragningar och specialbelysning. Tillkommer kostnader för scener utomhus och inomhus för arrangörernas program och kostnader för marknadsföring och kommunikation - program, hemsida, annonser, engelskt program, banderoll, produktionskostnader samt marknadsundersökning. Invigning med stipendieutdelning samt kulturnattsfest, övriga kostnader samt personalkostnader – uppgår till drygt 1,3 miljoner kronor.

Kulturförvaltningens bedömning

Det är kulturförvaltningens bedömning att uppdraget genomförts på ett mycket bra sätt. Det är dock önskvärt att uppdragstagaren arbetar med den externa finansieringen, det bör finnas utvecklingspotential på området.

Kulturförvaltningen

Sten Bernhardsson

Förvaltningsdirektör, chef för kulturförvaltningen



KulturNatten



RAPPORT

Destination Uppsala
Uppdrag: KulturNatten
Uppdragsgivare: Kulturförvaltningen/Kulturnämnden
Projektledare: Malin Lejskog
E-post: kulturnatten@uppsala.se



Innehåll

1. Inledning.....	2
2. Bakgrund.....	2
3. Uppdraget.....	2
3.1. Styrning.....	2
3.2. Mål och inriktning.....	2
4. Organisation.....	4
4.1 Samverkan/ samarbeten.....	4
5. Kommunikation.....	4
5.1. Programtidning.....	4
5.2. Nyhetsbrev.....	5
5.3. Webb.....	5
5.4. Annonsering.....	6
5.5. Digital marknadsföring.....	6
5.6. Övrig marknadsföring.....	6
5.7. Press.....	7
6. Genomförande.....	7
6.1. Invigning.....	7
6.2. Program.....	7
6.3. Ordning och säkerhet.....	7
6.4. Miljömärkt event.....	8
6.5. Jämställdhet.....	8
7. Kvalitetssäkring.....	8
8. Utvärdering med arrangörerna.....	9



1. Inledning

Årets kulturnatt var den 28:e i ordningen. Programmet innehöll 622 programpunkter (689 st. 2015, 660 st. 2014), av dessa riktade sig 73 st. till barn (73 st. 2015). I år kunde kultur upplevas på 157 platser runt om i Uppsala, arrangerat av 215 arrangörer.

Inför årets evenemang genomfördes en enkät som gick ut till uppsalaborna samt en workshop som båda handlade om kulturnattens framtid och utveckling. Detta arbete resulterade i att beslut togs om att kulturnatten skulle förlängas. Koncept för en kulturnattsfest togs fram och hölls på Uppsala Konsert & Kongress mellan kl. 22.00-02.00. Denna riktade sig främst mot arrangörer för att ge dem en möjlighet att hinna uppleva något under kulturnatten och tillsammans kunna fira och njuta. Vidare avsattes medel för kvalitetssäkring av evenemanget samt mer och tydligare program till icke-svensktalande.

Under 2015 kom många diskussioner om vad som faktiskt är kultur upp dels innan men även efter genomförande. På grund av detta togs därför en referensgrupp fram inför 2016. Referensgruppens uppgift var att se över inkomna anmälningar för att tillsammans göra en bedömning huruvida de berör kulturnattens kriterier för vad som är kultur. Gruppen bestod av representation från Uppsala Konsert & Kongress, Uppsala Stadsteater, Uppsala Internationella kortfilmfestival, Kulturnämnden samt Destination Uppsala.

Då tryckfriheten fyllde 250 år i år belystes detta lite extra.

2. Bakgrund

Destination Uppsala AB (DUAB) projektleder och marknadsför kulturnatten på uppdrag av Uppsala kommuns kulturnämnd. Årets kulturnatt var den sjätte i DUABs regi. Uppdragets syfte och mål regleras i ett uppdragsavtal (KTN-2013-0584) mellan Uppsala kommun och DUAB. I uppdraget ingår att initiera, koordinera, leda och marknadsföra evenemanget KulturNatten i Uppsala den andra lördagen i september. Med kulturnatten avses kulturaktiviteter både dag- och kvällstid.

3. Uppdraget

3.1. Styrning

Följande styrdokument ska följas i genomförandet av uppdraget:

- Inriktning, Verksamhet, Ekonomi (IVE) 2014-2016
- Uppsala kommuns kulturpolitiska program
- Kulturnämndens uppdragsplan 2014, 2015 och 2016

3.2. Mål och inriktning

- Kulturnatten ska vara en möjlighet för Uppsalas kulturliv att bredda sin marknadsföring och göra sin verksamhet känd för en stor publik.
- Uppsalas invånare ska erbjudas att ta del av kulturnattens evenemang och kostnadsfritt få information om programmet.



- KulturNatten ska behålla sin position som Sveriges största kulturnatt. Genom marknadsföring i såväl Uppsala som utanför kommunen, ska Uppsalas rika föreningsliv och professionella kulturnatt göras mer känt.

I uppdraget ingår att

1. uppmuntra, stödja och förbereda kulturnatten i Uppsala kommun som arrangörer under kulturnatten och hålla en god kontakt med en öppen dialog om möjligheter och utvecklingsvägar under hela året,
2. utveckla evenemanget i samråd med uppdragsgivaren. Marknadsföring och profilering av kulturnatten även utanför Uppsala ska eftersträvas och utvecklas,
3. arbeta för att utveckla extern finansiering och sponsring,
4. underhålla och utveckla en extern hemsida för kostnadseffektivisering i kommunikationen med arrangörer och publik,
5. anordna invigning under minst en timme på Uppsala Konsert & Kongress, i samråd och samarbete med uppdragsgivaren, som står som arrangör för invigningen.

I alla kulturnämndens uppdrag ingår även att

- beakta att Uppsala kommun är ett finskt förvaltningsområde,
- erbjuda ett jämställt kulturutbud som ger kvinnor och män samma möjligheter att ta del av de verksamheter som nämnden ansvarar för,
- att i enlighet med kommunens barn- och ungdomspolitiska program verka för att barn och unga växer upp under likvärdiga villkor och har tillgång till en bra och likvärdig kulturverksamhet,
- att verka för internationella och interkulturella utbyten med särskilt fokus på Uppsala som en del av Europeiska Unionen,
- att ta fram informations- och kommunikationsplaner i enlighet med Uppsala kommuns kommunikationspolicy,
- upprätta säkerhetsplaner i enlighet med kommunens säkerhetspolicy och lagen om skydd mot olyckor.



4. Organisation

Projektledare	Malin Lejskog och Sofie Blomgren
Projektresurs	Stina Thylwe och Fredrik Annell Berger
Marknadschef	Stefan Pettersson
Marknadskommunikatör	Natalia Michell
Projektledare webb	Paulina Bengtsson och Niklas Lundengård
Medverkande vid genomförande	Linda Eriksson, Brita Zetterlund Blom, Niklas Lundengård
Uppdragsgivarens kontaktperson	Elise Rhodin

Vid genomförandet medverkande även personer från flera idrottsföreningar som arbetade med diverse uppgifter under dagen och kvällen.

Tidigare år, liksom i år, har projektledningens arbetsbelastning varit väldigt hög och vi arbetar år för år med att vidta flera åtgärder för att minska denna. Under 2014 arbetade projektledningen 928 timmar och hade en ersättning för ca 450 timmar. 2015 arbetade projektledningen 873 timmar och hade ersättning för 612 timmar.

För att minska antalet arbetade timmar och höja antalet betalda timmar har vi fortsatt arbetet med att identifiera flera områden med möjlighet till tidsbesparing, och detta arbete kommer att fortgå. Ytterligare pengar har också skjutits till i budgeten för att täcka personalkostnader.

I år har projektledningen totalt levererat ca 900 timmar och vi har täckning för ca 840 timmar.

4.1 Samverkan/ samarbeten

Planeringen av kulturnatten har skett i samråd med

- Polisen
- Brandförsvaret
- Miljöförvaltningen
- Stadsbyggnadsförvaltningen
- UL
- SSP-samordnaren kring säkerhet och nattvandrare

Det är ett väl fungerande samarbete som bygger på många års erfarenhet och rutin. I dialog med ovanstående aktörer genomförs en riskanalys som går igenom under ett planeringsmöte hos Polisen. Där diskuterar vi också åtgärder utifrån de risker som påträffas i analysen.

5. Kommunikation

5.1. Programtidning

Programtidningen upphandlades på nytt inför årets kulturnatt. Upphandlingen skedde i enlighet med LOU, Lagen om offentlig upphandling och vanns av Crossmedia Communications.



I år producerades tidningen i 65 000 exemplar, på miljömärkt papper, och distribuerades med UNT lördagen den 3 september. Ytterligare 5 000 exemplar delades ut till kommuninformationen, Uppsala Tourist Center, Uppsala Konsert & Kongress, Botaniska trädgården, Linnéträdgården, Reginateatern samt Stadsbiblioteket och samtliga 12 kommundelsbibliotek.

Uppsalatidningen valde, likt tidigare år, att göra en egen programtidning.

5.2. Nyhetsbrev

Nyhetsbrevet *Knatt-nytt* är en kanal som riktar sig till arrangörer. Det är ett digitalt informationsbrev i PDF som mailas ut. I det tar vi upp det senaste och sådant som är bra för dem att tänka på inför evenemanget. På utskickslistan finns runt 600 mailadresser. Under mars – september skickades fem nyhetsbrev ut.

5.3. Webb

Inför årets evenemang upphandlade vi en ny webbplats för kulturnatten. En ny design togs fram och vi såg över funktionalitet och prestanda då vi har haft en del problem med just detta tidigare år.

Webben har två målgrupper; arrangörer och besökare. Nya webben är byggd så att det ska vara smidigare att hitta rätt information för just dessa två målgrupper. Det ska vara enkelt för arrangörer att anmäla evenemang samt ändra sina evenemang, och det ska vara enkelt för besökarna att hitta relevant information i programmet. Under perioden oktober till augusti var förstasidan anpassad för arrangörer som ville medverka och under augusti – september var den anpassad för besökare.

The screenshot shows the homepage of the KulturNatten website. At the top, there is a navigation menu with links for 'HOM', 'PROGRAM', 'KULTURTEST', 'BESÖKARE', 'ARRANGÖR', and 'OM OSS'. Below the menu, there are language options for 'SVENSKA' and 'ENGLISH'. The main banner features a photograph of performers on stage and the text 'Lördag 10 September' and '#KULTURNATTENUPPSALA'. Below the banner, there are four statistics: 157 PLATSER, 622 PROGRAMPUNKTER, 215 ARRANGÖRER, and 175 000 BESÖKARE. The bottom section is divided into three columns: 'Hitchcock, Zorn eller Banksy?' with a text description, 'Program' with a text description, and 'Programtidningen 2016' with a text description.



I syfte att skapa intresse, spänning och förväntan inför årets kulturnatt skapades ett test på den nya webbplatsen. Testet gick ut på att man skulle ta reda på vilken kulturpersonlighet man är och få tips på intressanta programpunkter och sedan dela det i sociala medier.

Du blev Conchita Wurst

Du står för det du tror på oavsett vad andra säger. Kultur är melodifestival, teater, litteratur och konst på samma gång. Kultur är också att våga leka med stereotyper och att ge det smala, nya och annorlunda en plats i samhället. Ta på dig lösskägg och paljettblåsan och skrid in på dessa evenemang:

- **American Tribal Style®**, Centralpassagen
- **Multikulturföreningen**, S:t Eriks torg
- **Pärlorna i parken**, Walmstedtska gården

[Dela](#)

[Se Kulturnattens övriga 622 program](#)

Allt fler använder sig av mobila enheter när de besöker webben och det har varit av stor vikt för oss att den nya webbplatsen fungerat bra i alla typer av enheter. En möjlig utveckling kan vara att dessutom göra en app som gör upplevelsen av webben ännu bättre samt gör det enklare att hitta i programmet.

5.4. Annonsering

Annonsering har skett både lokalt, regionalt och nationellt. Se bilaga kommunikationsplan.

5.5. Digital marknadsföring

Främst har facebookannonsering använts i år men även Google Adwords annonsering har förekommit. Facebooksidan är en väldigt viktig kanal för oss då vi kan uppdatera och nå många med nyheter och annan nödvändig information. I dagsläget har sidan 3 816 följare (3 026 följare, 2015).

5.6. Övrig marknadsföring

- En banderoll sattes upp på Drottninggatan två veckor innan evenemanget.
- En vecka innan kulturnatten fanns information på stadsinformationstavlor runt om i Uppsala.
- Ett engelskt program togs fram och trycktes i 800 exemplar och distribuerades till turistbyrån, kommuninformationen, stadsbiblioteket m.fl.



- Skrivaffischer till arrangörerna fanns att hämta på turistbyrån, stadsbiblioteket och kommuninformation.
- Vi hade en banner på en LED-skärm på Kungsgatan veckan innan kulturnatten.

5.7. Press

Kulturnatten uppmärksammades i press, dels genom artiklar om de olika programpunkterna som skulle komma att äga rum, men även genom artiklar rörande KulturNatten som evenemang i stort.

I år uppmärksammades kulturnatten genom totalt 35 publikationer, varav 28 artiklar i lokala medier samt 7 artiklar i regionala medier. Det skickades ut ett pressmeddelande den 5 september.

6. Genomförande

6.1. Invigning

Kulturnatten invigdes på Uppsala Konsert & Kongress, i sal B kl. 14.00. Årets invigningsfanfar komponerades och framfördes av Anna Einarsson och invigningstalade gjorde Uppsala Stadsteaters nya Teater chef och VD, Petra Bylander.

Uppsala kommuns Gösta Knutssonstipendium delades ut till Maria Malmberg-Wallin, Museilektor och Agneta Forslund, Konstpedagog vid Bror Hjorts Hus och Uppsala kommuns kulturarvspris till Föreningen Norby Soldattorp.

Det var ca 300 personer i publiken.

6.2. Program

Kulturnattens program brukar bestå av både gamla klassiker och en hel del nyheter.

Kulturnatten har fortsatt ett mycket brett program. Trots referensgruppen så är det svårt att utifrån dagens kriterier neka många arrangörer när de anmäler sina evenemang. Kulturbegreppet tänjs hela tiden och kriterierna behöver ses över ytterligare om det är så att kulturnatten ska kunna smaldas av. En annan aspekt, utöver att besökarna har för mycket att välja på, är att ju mer kulturnatten växer, desto mer tid tar det för projektledningen att ta hand om alla anmälningar och hantera frågor, marknadsföring m.m.

För att kunna tydliggöra och lyfta fler programpunkter som kan upplevas av icke-svensktalande personer uppmuntrades alla arrangörer att översätta sina programpunkter samt att ha denna målgrupp i åtanke vid planeringsarbetet. En programfolder på engelska togs fram och trycktes upp fler exemplar än tidigare år. Det fanns också ett program på engelska på webben.

6.3. Ordning och säkerhet

Det var väldigt mycket folk som rörde sig i city under dagen och kvällen. Enligt polisens insatschef Johan Edendahl, var det en väldigt lugn kulturnatt. När de rapporterade in kl. 4.30 hade de inte tagit emot en enda anmälan. Trafikavspärningarna fungerade bra och ordningen kring scener och programpunkter genomfördes utan anmärkning. Polisen omhändertog totalt 37 personer för berusning. Statistik över hur många av dessa som var under 18 år har de tyvärr inte kunnat ge oss. Utöver detta så var 8 personer misstänkta för ringa narkotikabrott. Inga grova brott eller fall av misshandel rapporterades.



Under eftermiddagen, kvällen och natten var kulturnattens projektledare på plats i Stadshuset där ett besökscenter med fokus på säkerhetsfrågor var beläget. Från Stadshuset utgick alla nattvandrare och polisen. Här fanns också personer som skötte kommunikation med olika instanser. Detta arbetssätt testades redan inför Valborg och har visat sig vara framgångsrikt. Tanken är att man ska kunna jobba proaktivt och kunna avvärja situationer som kan uppstå innan de uppstår. Löpande kommunikation sker med trafikplanerare och andra som finns ute på "fältet" och som ser var och när det börjar samlas folk och stämningar förändras.

I år har det varken inkommit klagomål via telefon eller mail.

Under förra årets kulturnatt justerades insatserna för sophantering och fungerade riktigt bra. I år blev det dessvärre missförstånd i beställning och ett bättre utfall av sophanteringen hade varit önskvärd. Det var för få sopkärl mot beställning utställda och det blev en hel del sopor för oss att hantera. Detta får ses över till kommande år och ett försök att komma tillbaka till så som det fungerade under 2015.

Ur trygghetssynpunkt belystes Slottbacken, S:t Eriks torg, Stadsparken, Odinslund samt träd mellan resecentrum och stadshusets parkering (Där vi hade en scen placerad). En promenad med kommunens säkerhetshandläggare genomfördes också under kvällen för att visa på vilka områden vi ser som riskområden.

6.4. Miljömärkt event

För tredje året blev kulturnatten ett miljömärkt event enligt Håll Sverige Rents kriterier. För att behålla märkningen från förra året fick vi utveckla evenemangets miljöarbete ytterligare från föregående år. I år ställde vi än högre krav på försäljarna att ha ekologiska råvaror i sitt utbud samt begärde in kvitton för att säkerställa att informationen i ansökningarna stämde. De försäljare som inte kunnat uppvisa att de använder sig av ekologiska råvaror har fått betala en klimatkompensation. Dessa pengar skänker vi sedan till ett REDD+ projekt som syftar till att minimera avvecklingen av skog och förlust av kulturarv i Yaeda, Norra Tanzania.

Den modellen som Håll Sverige Rent använder för evenemang innebär ett slags miljöledningssystem. Arbetet är indelat i ett antal områden med 40 olika kriterier, några obligatoriska och andra poängbaserade. Dessa omfattar bland annat avfallshantering, inköp, transporter, energi och klimatpåverkan.

6.5. Jämställdhet

Jämställdhet är en viktig del i arbetet med kulturnatten. Vi påverkade, likt tidigare år, programmet på invigningen och även till viss del på våra egna scener. Eftersom att det är "först till kvar"-principen för anmälan till scener har vi svårt att styra programmet helt. Vi arbetar därför noggrant med schemalagningen för att få till en bra variation av både musikgenrer och antalet män respektive kvinnor på scen.

Under invigningen var det totalt 13 medverkande på scenen. Av dessa 13 var det 6 män och 7 kvinnor. Invigningstalaren var kvinna.

7. Kvalitetssäkring

Som ett led i att kvalitetssäkra arbetet med kulturnatten genomfördes en besöksundersökning. Genom undersökningen har vi tagit reda på

- vilka det är som besöker kulturnatten
- vilka intressen de har
- hur trygg man som besökare känner sig under evenemanget



- hur målgruppen fått information och hur de önskar få information

Undersökningen kommer utgöra underlag för hur vi ska rikta marknadsföringen kommande år och vilka delar i evenemanget som bör utvecklas för att upplevelsen ska bli bättre. Utifrån undersökningen kan vi konstatera att kulturnatten får ett högt betyg gällande helhetsintryck, 4,26 (Sverigesnitt publikevenemang 4,13). Det är få andra gratisevenemang som kommer så högt i betyg. Vi ser också att toalettmöjligheter, smidighet att ta sig runt evenemanget och information om programinnehåll är de delar vi bör förbättra som drar ner helhetsintrycket. Se bilaga för att läsa resultatet från undersökningen.

Som en del i arbetet med kvalitetssäkring har vi också genomfört en mätning på årets programtidning samt lagt mer resurser på personalkostnader.

8. Utvärdering med arrangörerna

69 arrangörer har svarat på utvärderingen som skickades ut via mail den 14 september.

Arrangörsutvärderingen var uppdelad i fyra delar: Eget evenemang, Kulturnattens samordning, Programtidning och webb samt Utveckling och framtid. Hela arrangörsutvärderingen ligger med som bilaga.

Resultatet från arrangörsutvärderingen skiljer sig inte märkvärt från år till år, så inte heller i år. Vi ser dock att arrangörerna anser att programtidningen fungerar som ett komplement till webben i högre grad än tidigare. Förhoppningsvis beror det på den nya webben och att det ska vara enklare att hitta information om programmet. I det stora hela är de flesta väldigt positivt inställda till evenemanget och de flesta svarar att de vill vara med nästa år igen.

Uppsala den 31 oktober 2016

Malin Lejskog Sofie Blomgren

Malin Lejskog & Sofie Blomgren
Destination Uppsala

Bilagor:

Kommunikationsplan, Arrangörsutvärdering, Besöksmätning, Mätning programtidning

Sammanställning arrangörsutvärdering KulturNatten 2016

OM UTVÄRDERINGEN

Utvärderingen skickades till 215 arrangörer via det internetbaserade verktyget Survey Monkey. 69 arrangörer svarade.

Utvärderingen är uppdelad i fyra delar; Eget evenemang, Kulturnattens samordning, Programtidning och webb, samt Utveckling och Framtid.

EGET EVENEMANG

Hur var publikens reaktioner på ert evenemang?

- Positiv – 6
- Mycket positiv – 13
- Goda – 1
- Bra – 2
- Nöjda besökare!
- De gillar Kulturnatten som vanligt. De tyckte temat var roligt och att det var kul att kunna besöka museet kvällstid.
- Positiva. Vi hade ett jämt flöde av besökare under dagen och kvällen. Många som fikade i slottscaféet och tog del av U-E:sällskapets utställning och försäljning. Många kom för att se skuggspelet på borggården. De stannade hela föreställningen.
- Började med ett fåtal personer vilket sedan ökade under spelningens gång och vi fick bra publikkontakt och bra respons på vårt framträdande.
- Väldigt positiva reaktioner från barnen och deras föräldrar. Men precis som varje år på Kulturnatten så blir några besvikna som blir utan biljett till programmet.
- Mycket positivt! Alla stannade, filmade och fotograferade Uppsala Skräpkör. Ville veta mer om vårt arbete för att minska nedskräpningen och hur man kan felamäla via kommunens nya tjänst.
- Mestadels positiv. Ett större antal tyckte vi var på fel plats, särskilt de som kom ihåg oss från förra året. En del besökte oss, bara berättade om sin lumpartid. Barnen/ungdomar var överlyckliga som fick prova militär utrustning. Vi fick ett antal intressenter att kontakta, äldre såsom ungdomar från länet. :-)
- Applåder
- Många tyckte det var vackert och uppskattat
- Tacksamhet, uppskattning, glädje.
- Glad positiv och trevlig publik, men inte så roligt att tidvis köa överallt.
- Ständig ström till tipspromenad och lyckohjul, samtal och åkturer med diverse cyklar. Uppskattat med aktiviteter som fungerar bra för både stora och små.
- Positiva omdömen av utställning och platsen. Negativ kritik att vägbygget intill som gjorde det svårt att ta sig till lokalen.
- Positiva kommentarer om hur duktiga vi var samt applåder efter varje dans.
- Relativt många intresserade av att träffas veckorna efter evenemanget och lära sig metoden.
- Många dansade
- ?
- Härlig stämning och rara kommentarer!
- Mkt positivt. Ekologiska teer, det lockade en helt ny ung publik till vår verksamhet som annars främst locka damer i övre medelåldern!
- Kraftiga applåder, mycket eftersnack
- Mycket positiv, ofta entusiastisk.
- Mycket positivt över utställare och arrangemang även stort intresse för föreningen och dess isats i samhället. Även positiva reaktioner angående våra väl fungerande lokaler

- Glada och de tyckte det var roligt att lära sig nya saker.
- Applåder för kammarkören från Livets ord och många positiva reaktioner på hela arrangemanget.
- De gillade!
- Alla närvarande var delaktiga i de olika momenten och väldigt engagerade
- Mycket positivt! Många som stannade i 20-30 minuter och ville diskutera och fråga frågor.
- Positivt och intresserat
- Mycket positivt, en hel del frågor från intresserade
- Applåder efter varje låt
- Positiva, nöjda glada.
- Positivt och lekfullt
- Trevligt, fint, intressant
- Stort intresse för stadsutveckling och stadsmodellen
- Entusiastisk. Gott gensvar. Extranummer!
- Mycket positivt! Många hade med sin ukulele o spelade med oss.
- Mycket positivt! De lyssnade på både sångerna och dikterna och vi fick positiva kommentarer efteråt. Bl a att det var starkt gjort av oss att berätta om sorg efter en anhörigs suicid och om att må psykiskt dåligt och kämpa för att vilja leva.
- Glada miner, jubel och applåder samt mycket nyfikna frågor om kinesisk kultur och frågor om lästips rörande daoism.
- Överlag nöjda
- Positiv. Flera kommer för tredje året.
- Ett jättebra arrangemang önskade mer på kvällen
- Utmärkt.
- Många barnfamiljer. Satt kvar länge, upp till en timme. Alla uppskattade att få skapa själv. Både inomhus och utomhusaktiviteterna lockade.
- Positiv. Huvuddelen stannade under en stor del av konserten.
- Applåder o verkade gilla det jag bjöd på.
- Var ett tjugotal när vi startade och ca 150 efter en kvart. Positiv reaktion från de närvarande.

Hur fungerade platsen ni använde...

Ur publiksynpunkt:

Dåligt – 3

OK – 7

Bra – 59

Ur Säkerhetssynpunkt:

Dåligt – 1

OK – 7

Bra – 58

Övriga synpunkter på platsen:

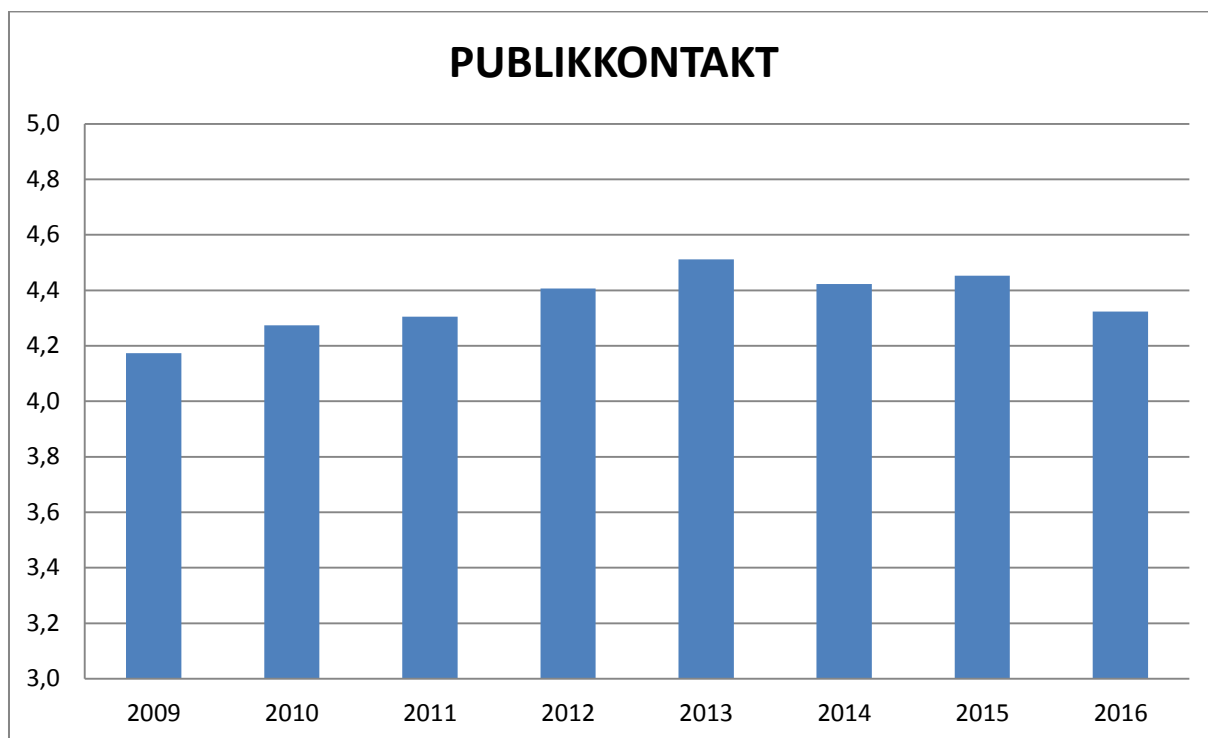
- Slottsbiografen funkar alltid fint, lokalen såväl som tekniken.
- Vi var i ett av våra utställningshus som ligger lite avlägset. Vanligtvis brukar vi hålla Kulturnatten i en annan byggnad som ligger närmare Botan, vilket leder till mer publik. Eftersom vi just nu renoverar den lokalen är vi dock nöjda med att folk hittade och tittade förbi.
- I år hade vi en bra balans eftersom vi hade den stora aktiviteten på borggården.
- samarbetet med Cajsas café Slottet och Uppsala konstmuseum fungerade utmärkt. Öppettider 12-24 känns väl långt, uppbyggnad av utställning och försäljningsbord från 08 till nedpackning 01 innebär en arbetsdag / natt på 17timmar!!!

- Platsen fungerade mycket bra eftersom det var ett gångstråk. Mycket folk passerade och stannade till. Kopplat till säkerheten behöver trafiken stängas av tidigare. Det var inte säkert för personalen som iordningställde montern. Det var mycket folk i farten före kl 12 och det kändes farligt att bilar och människor skulle samsas. Det vore också bra om någon kunde övervaka att utryckningsvägarna hålls fria. Redan på förmiddagen hade en ambulans svårt att ta sig fram eftersom fordon blockerade vägen.
- Vår plats var liksom ett 'rundningsmärke', och en antal som kom vågade sig fram. Det var en mycket bättre plats på Stora torget förra året. Så nästa år gärna Stora eller Gamla torget. mvh hemvärnarna i Uppland
- Staden är som den är men funkas bra. Vasaborgen Uppsala slott är toppen.
- Med så många besökare var det svårt att hålla kvalité på den service som vi ville ge publiken.
- Säkerhet. Biltrafiken borde ha stängts av redan kl 11. Det blev ett par incidenter när mycket folk samlades och bilister samtidigt hävda sin rätt att köra. När vi fem föreningar kom kl 10 för att ställa iordning hade knallen som hade fått sig tilldelat hörnet mutat in några meter av själva bron. De kunde göra sig lite men det kändes svårt att hävda att de skulle riva allt för att flytta från själva bron. Kanske kan något förtydligande göra det mindre lockande att tolka sin eget tilldelade yta för generöst. På vår karta syns vår yta exakt. På den karta knallen visade var det endast med kulspets enkelt markerat deras plats.
- Vägbygget gör överfart och provisorisk stig farlig att gå på. Brunnslock som sticker upp och förvirrande övergång vid bilväg. Fastigheten har god framkomlighet.
- Platsen är toppen för oss och vi är glada att få ha varit med ännu ett år!
- Det var två stora matbodas för samtliga skyltfönster mot Drottninggatan 4. Jag känner mej totalt lurad. Det var mycket arbete för en handikappad person att få ner tavlorna till Drottninggatan och ut i skyltfönstren. Det borde ni ha upplyst om i förväg. Skärpning! Det hade varit bättre att ställa bodarna mot Försäkringsbolagets vägg. Dom hade inget evenemang.
- Vi har varit där i flera år nu (Olof Palmes plats vid stationen). Allt fungerade mycket bra och många vet numer var de hittar oss.
- Vår egen lokal.
- Det är ju vår egen butik.
- Vi medförde egen högtalare, för att presentationen skulle höras bättre än tidigare år. Högtalare har visat sig nödvändig.
- Toppenplats!
- För att med på kulturnatten för första gången fungerade det fantastisk bra
- Vi kunde hålla vår invigning ute pga det vackra vädret. Mycket trevligt!
- Vi använde Orangeriet på Linnéträdgården. Resultatvis gick det jättebra trots att det inte var samma rum som ni bekräftade, som vi använde förra året. Det saknade köket men vi fick låna trädgårdens personalrummet.
- Platsen (Gamla torget) passar perfekt för vår aktivitet, och fungerar mycket bättre än Stora torget där vi har hållit till förut. Ser fram emot att komma tillbaks nästa år!
- Vi var i egna lokaler
- Vi höll till på gräsplåten söder om orangeriet i botaniska trädgården. Det var öppet och fint. men mycket små prydnadsäpplen på gräsmattan som vi trampade på (tränar och visar oftast barfota). Det blev också riktigt varmt i solgasset!
- Mycket bra plats
- Scenen är mycket bra, ljudet lika så. Placeringen av scenen kräver tydlig marknadsföring för att publiken ska hitta dit då det inte är en självklar passage.
- Det är en bit ifrån centrum, så inte ett stråk folk går automatiskt, vilket kräver större jobb för att få dit folk.
- Mycket bra lokal. Sal B, UKK. Bra ljud trots att tid inte fanns för ljudkoll. Bra tekniker och bra ljus.
- Vi dansade både vid centralpassagen och utanför Fair Trade Shop Globalen. Vi fick ett mycket trevligt bemötande på båda ställena och jag kan ju betona de som fanns på plats i centralpassagen eftersom de arbetade specifikt under kulturnatten för den scenen,

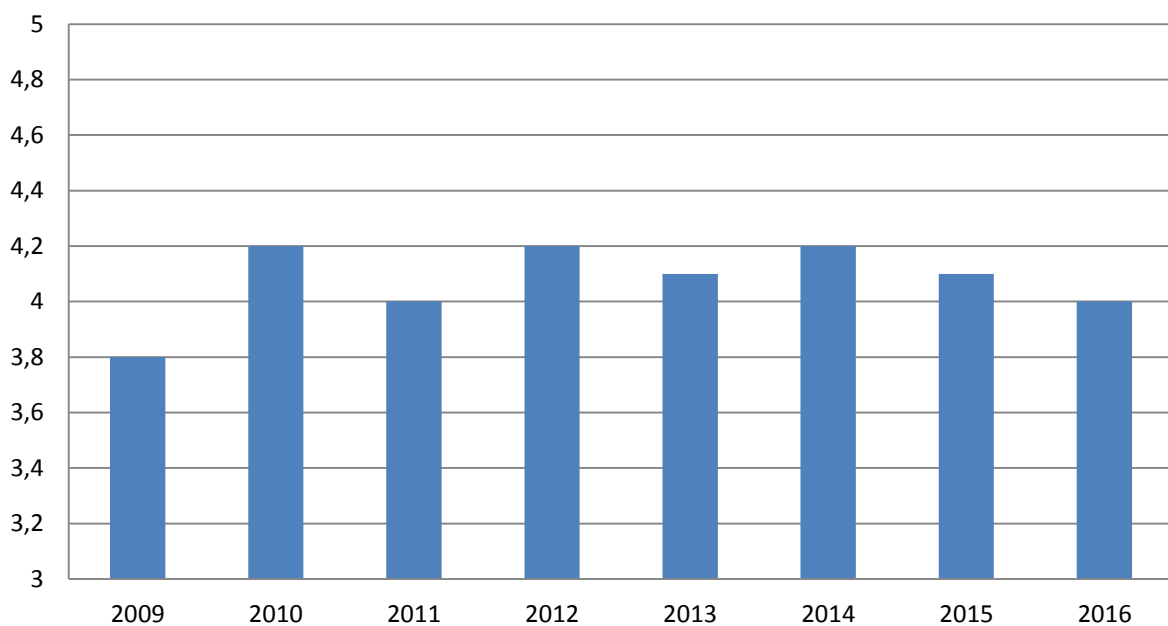
Fredrik och Adam, att de hade ett toppenfint bemötande! Mycket trevligt, välkomnande och proffsigt. Globalen är som ett andra hem att komma till, dit vi alltid vill återvända. Nu känns det så även med centralpassagen. Globalen har tidigare år haft lite problem när det gäller ljudet, då omgivande evenemang från tex St Eriks torg låtit mycket och överröstat vårt ljud. I år slapp vi den ljudkonkurrensen vilket var mycket positivt.

- Det är minst 10:e året jag gör konsert på Uplands Nation. Miljön är traditionsrik, salen lagom stor för att kunna tala och spela utan el.
- Det var en bra plats med tanke på våra framföranden. Två mikrofoner och bra högtalare, det enda var att lokalen inte är helt optimal vad gäller ljudet. Men grabbarna som skötte ljudet samt tog emot oss gjorde ett bra jobb.
- Vår plats vid UKK var fullt funktionalbel, men för vårt samarbete med svensk-kinesiska föreningen var den kanske inte optimal, med tanke på att den låg en bit bort från förbifartsvägarna, så folk hade kanske inte så stor chans att råka springa på den.
- Min egen verkstad, så den kan inte passa bättre:-)
- Bra läge.
- Festvåningen på Smultron ligger lite off. Det kom inte några spontant.
- Orangeriet var en fin lokal. Gillade att spela där. Känner att jag skulle ha bjudit fram publiken och skippat alla mickar. ??
- Scencentralen lite "off" inte direkt ett stråk där folk passerar.

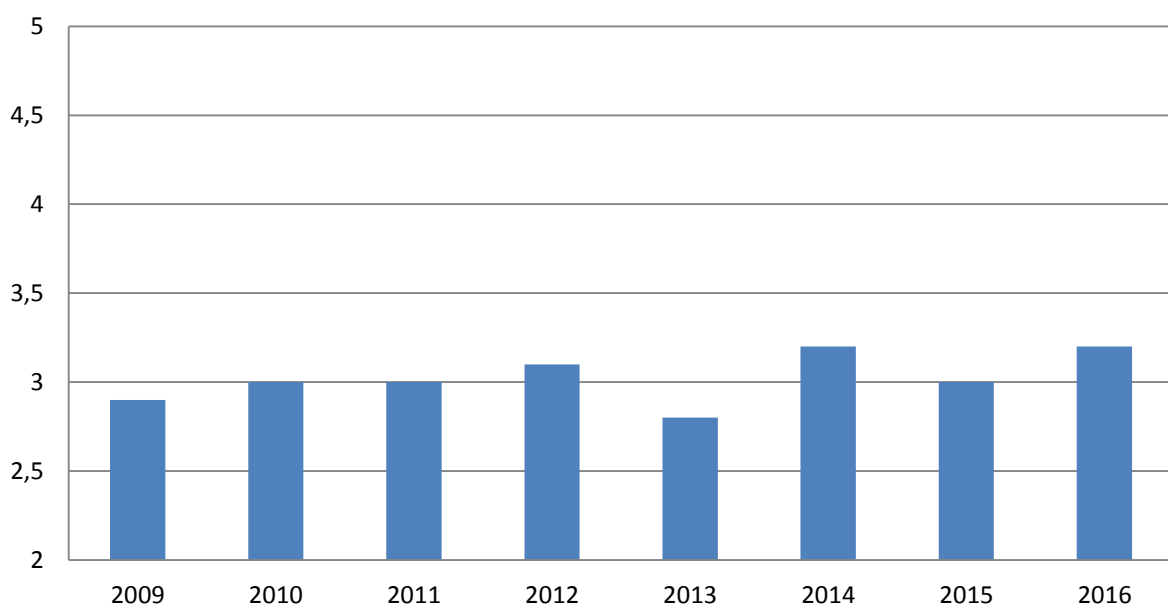
Vilken betydelse har KulturNatten för er gällande ...



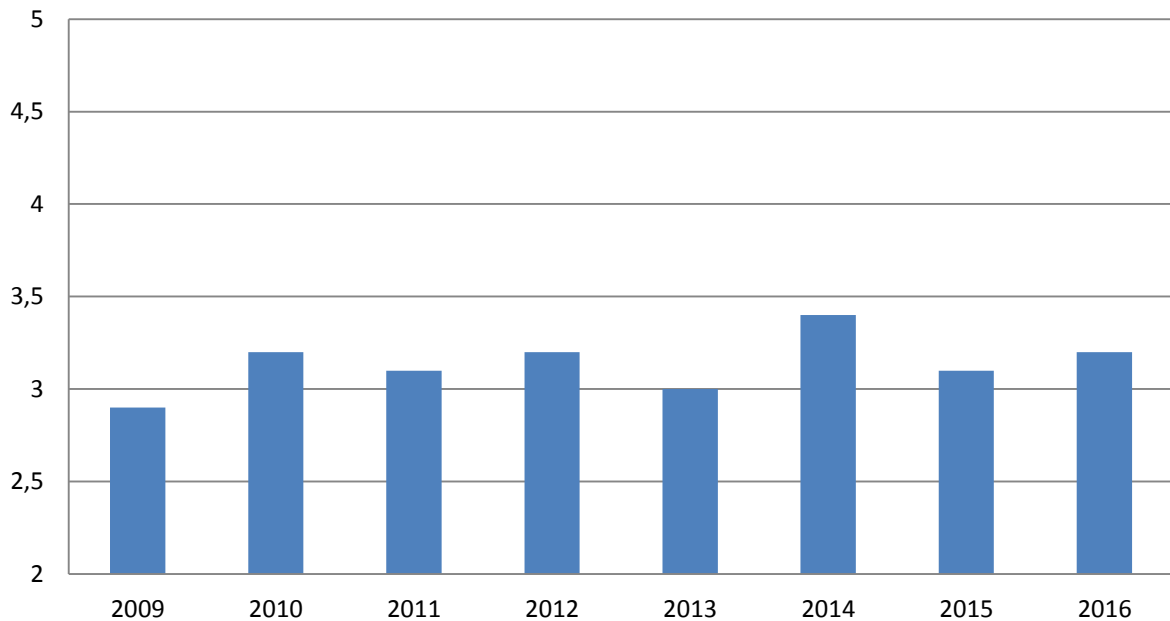
MARKNADSFÖRING



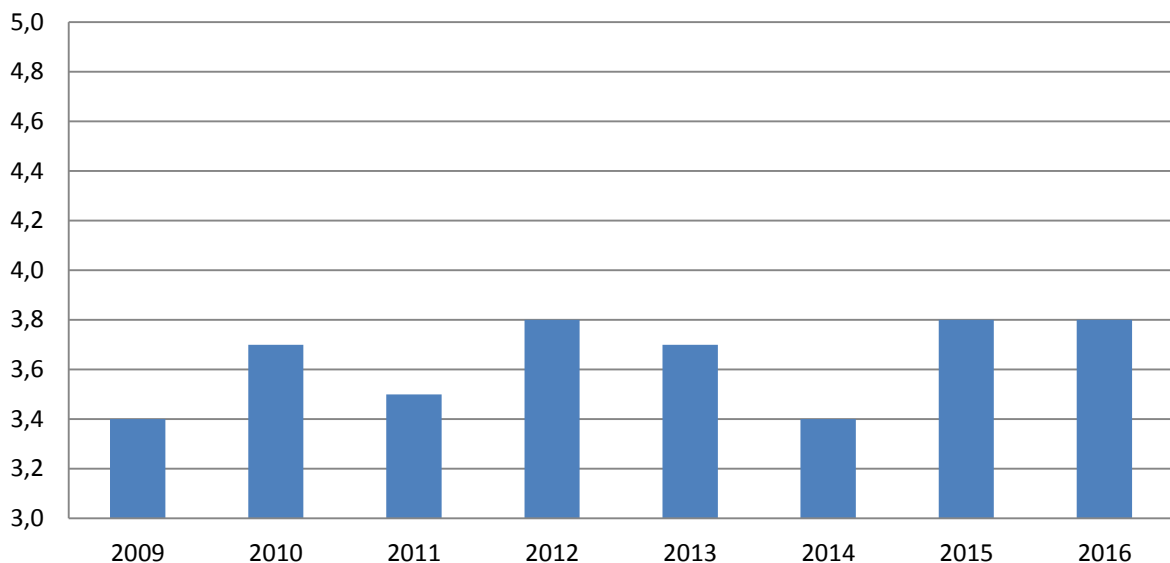
KONSTNÄRLIG UTVECKLING



KONTAKTER PÅ KULTUROMRÅDET



VÄRVNING AV NYA BESÖKARE/MEDLEMMAR TILL VERKSAMHETEN

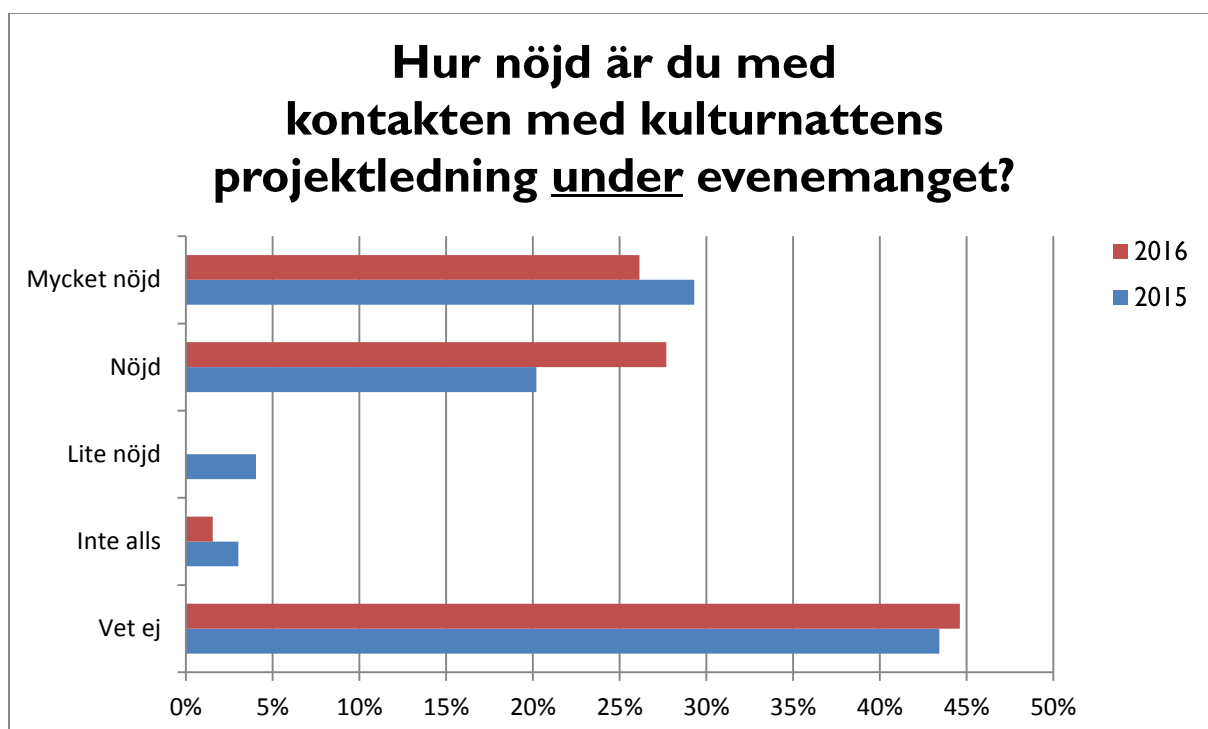
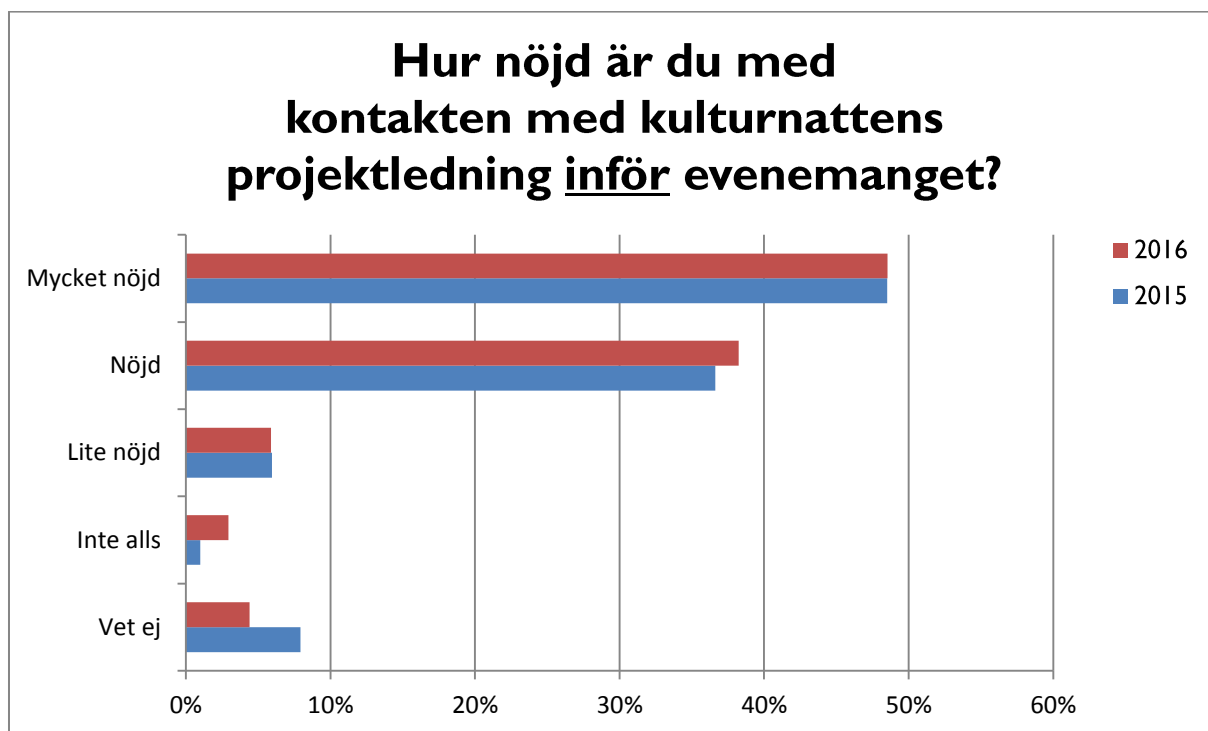


Övriga kommentarer om ert evenemang

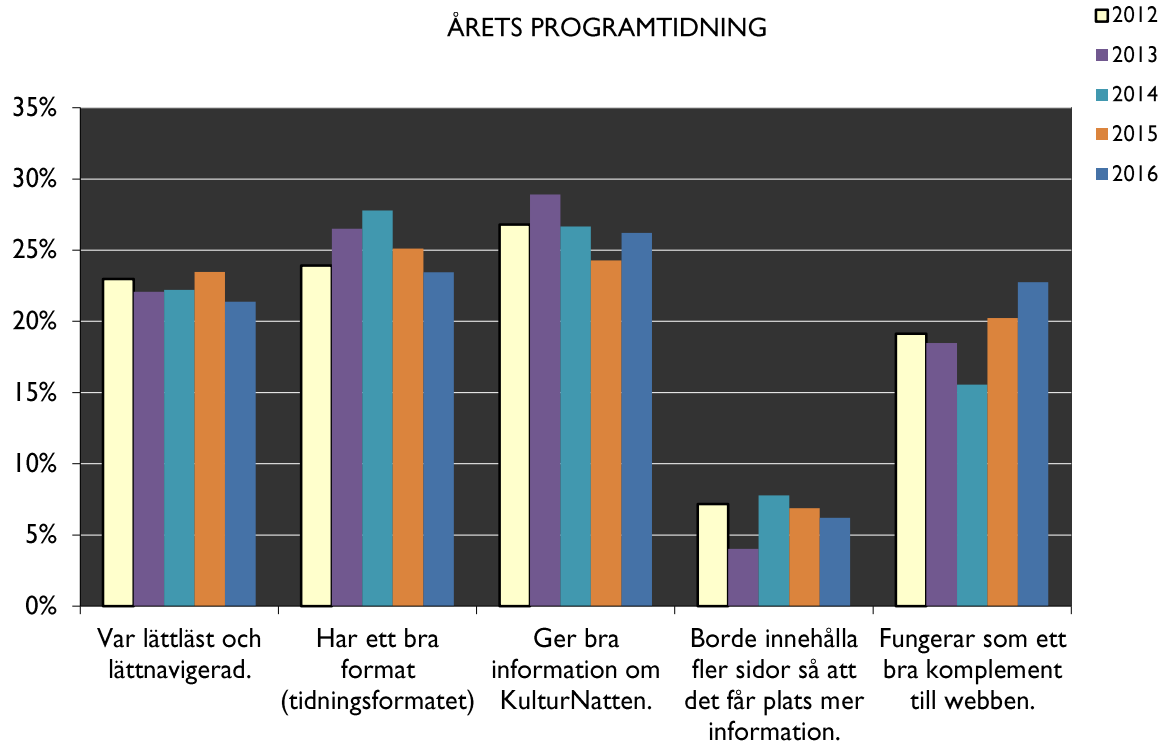
- Fullt på alla visningar!
- Det är alltid bra att förlägga visningen till Kulturnatten, även om det blir på dagen.
- Skön stämning, Bra ljud och ljus och scen.
- Många frågade efter programblad för kulturnatten, kanske för att vi representerade kommunen. Om vi är med nästa år kan vi gärna dela ut sådana.
- Alla biljetter säljs för andra året irad enbart via webben och säljer slut.

- Roligt och uppskattat av artister publik.
- Aktiviteter är alltid uppskattat. För oss föreningar är det fint att få göra något tillsammans. Vi hoppas vi även fortsättningsvis får stå på samma plats.
- Lyckat evenemang och hyfsat bra antal besökare. Köttinspektionen ligger avskilt från resten av centrum. Inga evenemang i intilliggande kvarter. Ganska många kommenterade att det var skönt att komma till oss så de fick en paus från kaoset i centrum.
- Elen funkade inte på St Erikstorg. Med tanke på priset så vill vi inte betsla för något som vi inte fått.
- Välbesökt och lyckat tyckte vi. :)
- Det var väl inte många som såg det.
- Vi är mycket nöjda!
- Vi promotade via er, vår insta o fb och nyhetsbrev.
- Programpunkten före vår ställdes in, vilket inte kom med i den tryckta programtidningen. Hade man vetat deet innan skulle vi ha spelat tidigare på kvällen.
- Skulle önska det var fler sådana här tillfällen i Uppsala då vuxna människor är ute på stan och tittar på saker även på kvällen.
- Mersmak. Vi har redan börjat planera nästa Kulturnatt.
- Vi är fantastisk nöjda
- Lång tradition, roligt!
- Jag ställde ut en stor gatupratare på Dragarbrunnsgatan och på den hade jag märkt upp med Kulturnattens logga.
- Det blev mycket hög lufttemperaturer i Orangeriet. Vi ville öppna fönsterna men kunde inte.
- Det var flera andra folkmusikevents samtidigt i stan. Vi skulle nog kunna koordinera oss lite bättre och undvika några krockar. Å andra sidan fick jag ju en fullsatt lokal ändå.
- Maxantalet var 30 per pass så vi hade bra uppslutning av deltagare
- Vi hade lite problem med el. Inga sladdar var dragna från kraftstationen, och vi fick inte el förrän det var planerat att vi skulle börja vår utställning. Allting blev därför uppskjutet med 45 minuter.
- Skulle behövt mer soundcheck
- En för tight tidsplan kan skapa stress hos både arrangörer och artister. Ta hänsyn till att man måste få sin totala tid för av och påriggning, oavsett om det ligger snett i den officiella tidplanen.
- Lyckat, och bra stämning både hos publik och oss som jobbade. Såklart hade det goda vädret en del med det att göra.
- En synnerligen angenäm och positiv upplevelse. En fullsatt konsertlokal med en fantastisk publik. Underbart.
- ATS (American Tribal Style) är en programpunkt som verkligen funkade ute i vimlet bland folk. Att få dansa på det viset är mycket speciellt och jag tror att också publiken upplever det.
- Jag gör det år efter år och det kommer mer och mer publik varje år. Jättenöjd och glad
- Suicidpreventiva dagen som alltid infaller den 10 september men vi har många medlemmar i våra organisationer och föreningar som skriver texter och sjunger så vi tog tillfället i akt att vara med.
- Allt fungerade planenligt och vi hade ett jämnt flöde av besökare i lokalerna liksom i konsertlokalen
- Ni hade skrivit fel i programmet. En av kurserna startade 16.45, inte 17.45 som ni skrivit. Dessutom bör mitt företag vara det som först kommer i programtidningen eftersom det startar med siffror. Ni hade felaktigt ändrat mitt företagsnamn och strukit siffrorna (vilka står för finhetshalten i silver).
- Vi artister tycker att lokalen som sådan är helt perfekt för en duell mellan ny och gammal Bellman
- Denna gång fungerade ljudanläggningen! (konferensiermik)
- Inga parkeringsmöjligheter för de som medverkade. Kort tid för omriggning och soundcheck. Duktiga killar som skötte teknik och ljud.

KULTURNATTENS SAMORDNING



PROGRAMTIDNING & WEBB

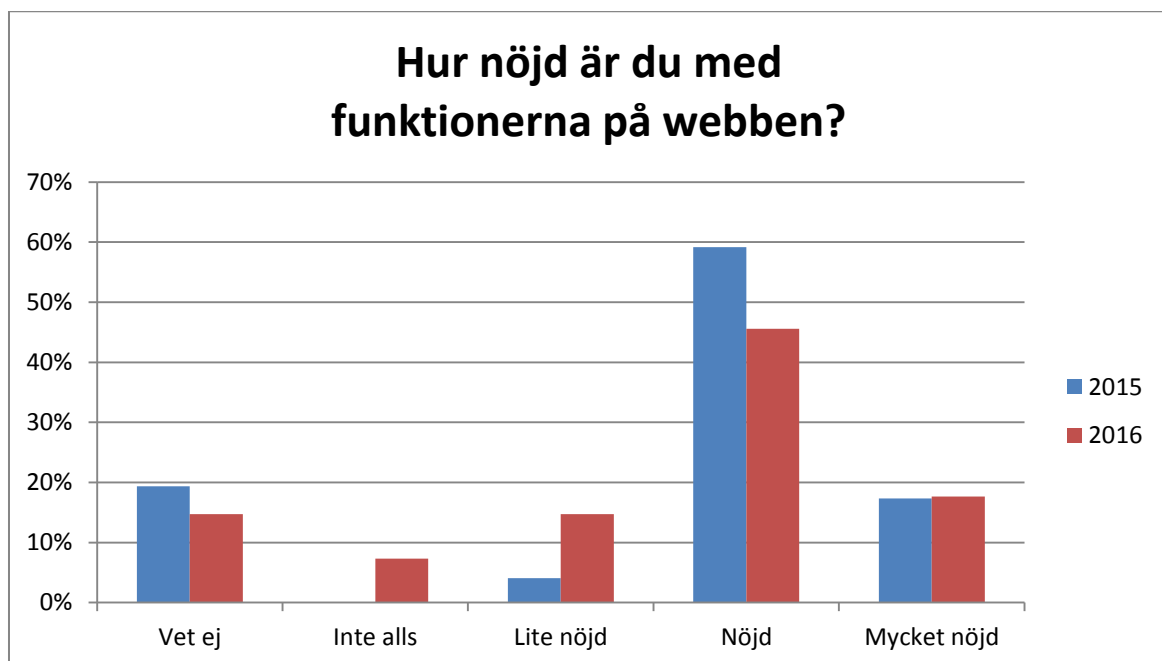
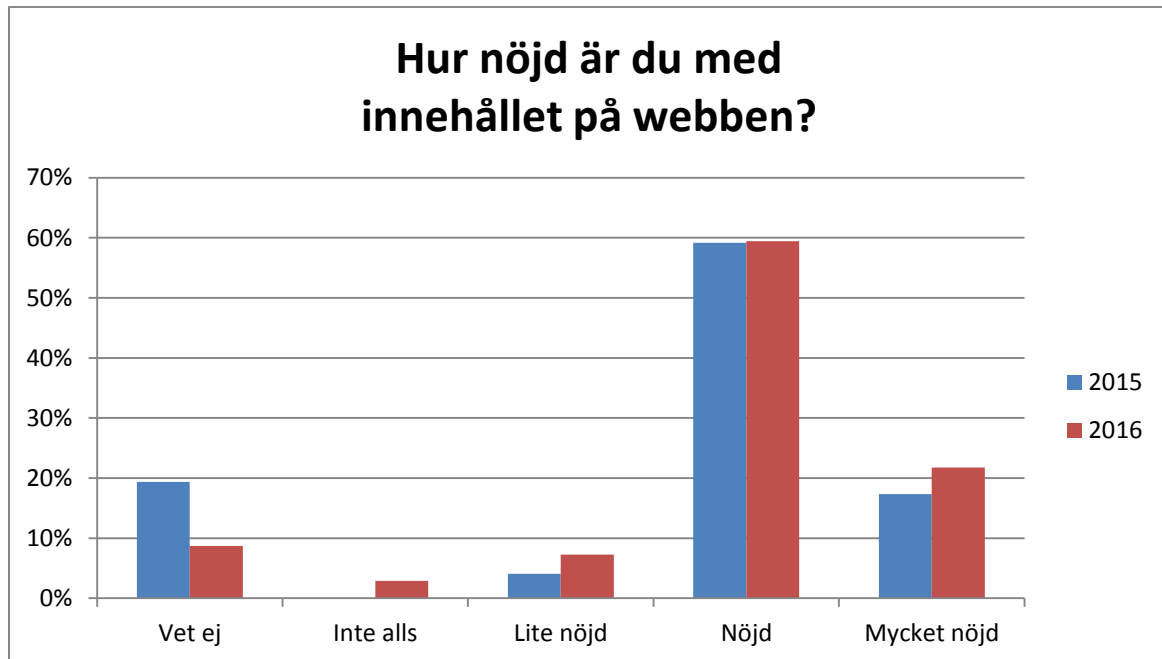


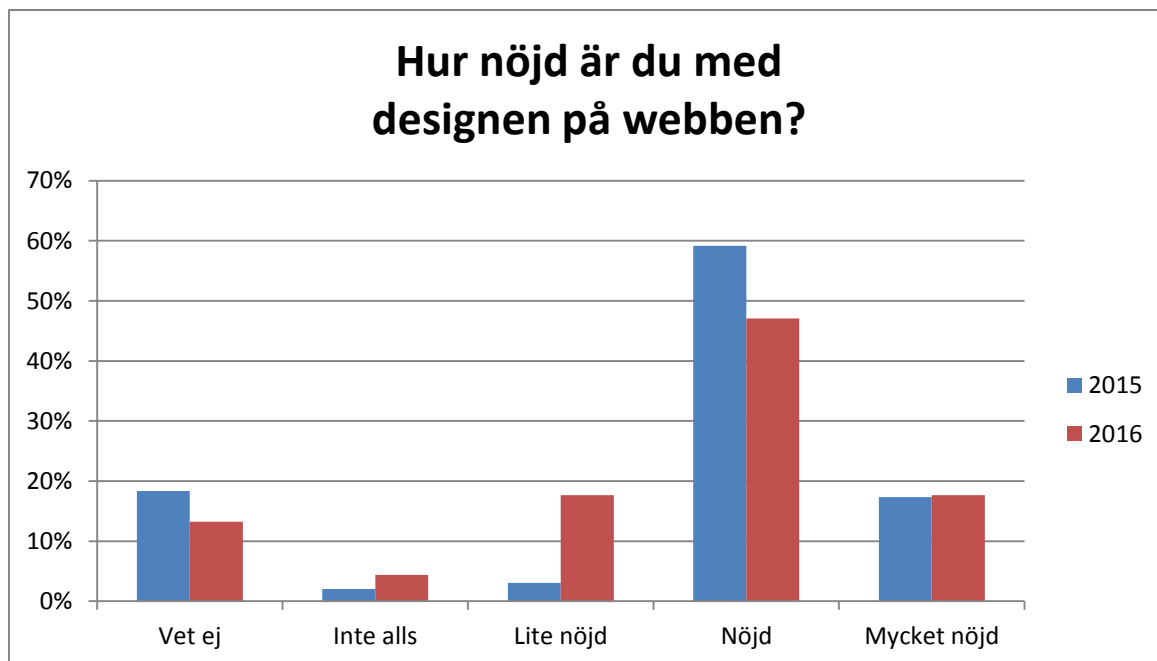
Kommentarer rörande programtidningen:

- Vi klarar oss med två buntar nästa år! Eller tog de slut i orangeriet? Vi hade mycket kvar i butiken...
- webbinfo rörig och spretig, svårt att hitta info . Tänk på målgruppen, tydlighet och struktur är viktigare än " grafisk lekstuga" ! Om man skall göra om, gör bättre inte sämre!
- Ostabil trumset som medförde vissa svårigheter att utföra uppträdandet då utrustningen gled mot scengolvet. T.ex. en matta är en lösning
- Borde vara gratis att annonsera med bild på konstverk
- Formatet vore enklare att hantera om det vore mindre, kunde gå ner i en väska bl a. För många som inte bor i sin mobiltelefon är programtidningen den enda bra informationen, och många i kulturnattens publik är lite äldre som är beroende av den tryckta tidningen.
- Har ett önskemål från vår förening samt många i publiken samt kompisar, om att evenemangen bör stå i bokstavsordning ist för att platserna står i bokstavsordning. Lättare att hitta det man är intresserad av, om t ex är intresserad av konst så söker man under K, eller dans så kollar man under D osv.
- Vi kommer igen nästa år
- Vi annonserade i både UNT:s bilaga samt i Uppsala Tidningens bilaga. Vi fick, precis som tidigare år, fler som uppmärksammade oss i Uppsala Tidningen än den officiella. Vi tycker att ni borde låta Uppsala Tidningen ha den officiella programtidningen. Utöver att vi får bättre genomslag i Uppsala Tidningen tycker jag att den är bättre rent redaktionellt än den officiella.
- Jag såg inte.
- Första sidan passar inte
- Har tyvärr inte läst denna.
- Såg inte den trycksaken.
- Jag använder inte alls webben f a välja program. jag klipper ut ur programtidningen.

- Som jag skrev i rutan över bör mitt företag stå först, innan bokstav A, eftersom jag har siffror först i företagsnamnet. Ni hade dessutom tagit bort dessa siffror i företagsnamnet. Dessa står för finhetshalten i silvret vi använder.
- Många frågade efter programmet under kvällen, i pappersform.
- Har inte UNT

Webben - www.kulturnattenuppsala.se





Övriga åsikter rörande www.kulturnattenuppsala.se:

- Vid sökningar visades inte alla träffar (om det var många). Det gjorde att det blev svårt att få en överblick över evenemangen. För mig fungerade det inte heller att spara ned mitt program. Varje gång jag hade stängt ned och gick tillbaka var mitt program tomt...
- Denna gång hann jag inte gå in på webbsidan tyvärr...
- Skulle vara bra med någon kalenderfunktion
- se kommentarer ovan!
- Jag upplevde den ganska rörig och svår att navigera när man letade den information man behövde.
- Sidan är ganska svår navigerad och plottrig
- En del äldre hade stora problem att navigera på sidan. Svårt att nå fram till relevant information.
- Borde ha varit lättare att hitta epostadress vid korekturläsning av inlämnad text. Det var ganska svårt att hitta och kändes som att man skickade det på en chansning. Tydligare återkopplings adress önskas. Toppen med snabb respons och gott bemötande!
- Jag har inte besökt er hemsida tillräckligt för att ha en rimlig uppfattning. Det var svårt vid anmälan - det blev rundgång, hamnade på konstiga sidor. Vi var flera som försökte vid olika tillfällen. Men det kanske var något som just då inte fungerade?
- Tydligt o enkelt
- vi är nöjda med vårt arrangemang
- Lite svårt som arrangör att få till rätt proportioner på bilden. På förstasidan då alla arrangemang visas blev bilden i rätt proportion men sen när man klickade in på arrangemanget så blev det beskuret på ett konstigt sätt.
- Webbsidan var i grunden bra, men den var ofta ur funktion eller överbelastad. Det var ofta omöjligt att få fram programmet, och även när det gick så tog det många långa minuter att ladda hela programmet. Så, bra design, men tyvärr dålig funktion.
- Mycket svårt att få en överblick på evenemangen.
- Om möjligt, ha sidan och innehållet på den klar tidigare.
- Det behövs en sökfunktion. Sedan tycker jag den nya typen av fyrkantig design som sägs vara optimerad för mobila enheter ser förfärligt ful ut, och den slösar med skärmutrymme.
- Inmatningen var lite svårnavigerad och dessutom lyckades jag inte få med delar av vårt program.

- Som sagt, en av kurstiderna blev fel.
- Lätt att hitta och söka.
- Knepig med formatet för de foton man skickade in.

UTVECKLING OCH FRAMTID

- Det saknas programpunkter som lockar ungdomar från 14 år och uppåt. Så fort en aktivitet lämpar sig från t.ex. 7 års "skräms" ungdomarna bort. Det blir för "barnsligt"...
- Varför inte en Kulturnatt/dag på våren, med hälften av de programpunkter som på hösten? Man kan ändå inte gå på allt och en uppdelning behövs bland dessa 100-tals programpunkter. Staden skulle må bra av ytterligare en natt eller dag på året!
- Kanske kunde projektledningen ytterligare lyfta de kulturarrangemang med spets som sker. Det är mycket ballong- och godisförsäljning.
- Kommunikation och praktiskt information vore önskvärt att det meddelas tidigare. En utrustnings rider mailades ut 1 vecka innan Kulturnatten, vilket medförde att problem uppstod och snabba åtgärder behövdes tas.
- Se säkerheten.
- Bara om byta plats nästa år. Annars mkt nöjd
- Jag tycker det borde vara en hel Kulturhelg, i stil med belgiska Fétes de Vallonie. Fredag till söndag. Då kan man också styra publiken lite så att t.ex barnevenemang är på söndagen.
- För vår del är det ett bra tillfälle att samla in pengar och prata med folk.
- Att vi nu stötte på några stycken som tyckte att Kulturnattens hemsida är svårnavigerad betyder ju inte att alla tycker det. Men det kan kanske gå att göra den lite tydligare.
- Se tidigare kommentar om tydlighet om platstilldelningen!
- Ännu snävare kriterier för vad som är kultur. Bra att sport inte räknas som kultur. Lokal tv radio som poddar samtliga evenemang. Före under och efter. Även på olika språk och för syn och hörselnedsatta. Kulturhelg, sprida det över fler dagar för att fördjupa och ge en chans att se och uppleva de olika evenemangen. Scenkonst kanske får då fler besök?
- Inga direkta förslag, vi upplevde dagen som mycket välorganiserad och professionellt genomförd.
- Vi tycker ni har varit suveräna. God gramförhållning och peppig känsla. Tack!
- Kulturnattens otroliga blandning av stort och smått är fantastiskt trevligt, det finns verkligen något - eller mycket - för alla. En fördel är att det oftast inte är dyrt. Vartenda år har man gått runt och trillat in på evenemang man inte hade tänkt på innan, och de man hade tänkt gå på var mycket fina. En allmän kraftsamling av kulturyttringar av alla slag och på olika nivåer. Som arrangör har man stor frihet och har en chans att bli sedd och hörd. Vi ser fram emot nästa år !
- Större eftertänksamhet inför de olika evenemangens etablering. Exempelvis spelas det väldigt mycket hög musik med monotona basgångar, som stör akustiska framträdanden. Bort med detta genomträngande skräp, som stör andra evenemang.
- Det fungerade mycket bra för oss
- Se min tidigare kommentar om programtidningen.
- Vi har varit på UKK och vi vet inte hur kan förbättra ert arbete
- Jag tycker Kulturnatten är jättebra. Ni sköter detta bra.
- En för tight tidsplan kan skapa stress hos både arrangörer och artister. Ta hänsyn till att man måste få sin totala tid för av och påriggning, oavsett om det ligger snett i den officiella tidplanen.
- Det märks att Kulturnatten förknippas med centrala delarna av Uppala. Vore kul att uppmuntra ännu mer till fler centra, ungefär som på Valborg då spridningen är större. Alternativt att nästan satsa hundra procent på centrum förstås..
- Nöjd som det är

- Jag tycker att det i år var bättre än förra året, så förutan det jag redan tagit upp har jag inget att påtala.
- Kanske dela upp det hela på fler dagar. En dag för musik, en för konst, en för dans osv.

Önskar ni vara med nästa år?

- Ja/ Absolut/ Självklart/ Givetvis/ Gärna – 52 st
- Ja, om vi har någon verksamhet som passar in
- Vet ej
- Ja - och gärna på samma plats:)
- Ja! Absolut! Ser fram emot det!!
- Vi önskar!
- Kanske...
- Ja, och vi tackar Er
- högst troligen
- Tveksamt.
- Ja, kulturnatten är jätteviktig för oss och en av årets absoluta höjdpunkter att vara en del av!
- Så länge jag kan gå uppför trapporna = 15 år till
- Sannolikt
- Ja, fast gärna på en annan Scen.

Övriga synpunkter

- Vi fick ut ett program för vad som händer i Orangeriet (som scen) dagen innan. Det vore bra att få det ännu tidigare och att placera det även utanför trädgården så behöver inte aktörerna oroa sig för sin synlighet!
- Tack för att ni jobbar för Kulturnattenkonceptet!
- Inför nästa år behöver vi utvärdera om vi skall ha mer program under dagen eftersom en stor grupp endast är ute då.
- Tack för vi fick vara med. :-)
- Kulturnatten blir bara bättre och bättre! Det är ett fantastiskt evenemang och alla som jobbar för att förverkliga den ska vara riktigt stolta!!!
- Ni har arrangerat det mycket bra! Tack allihop! hälsningar Haka på Köttinspektionen
- Tack:)
- En härlig kväll
- En mycket trevlig kväll i övrigt på stan. Helt underbart väder och trevlig stämning. Men jag är jättebesviken på UNT som inte skrivit en rad om vårt arrangemang som berör alla kyrkor i Uppsala, dvs tusentals människor eftersom vi är en samarbetsorganisation för alla kyrkor, UKR. Vi hade nämligen 50-årsjubileum.
- Mycket bra arrangemang
- Kulturnatten är ett fantastiskt bra initiativ, kör i vind!
- Det är ju lite synd att Kulturnatten bara sker en gång per år, ett önskemål hade ju varit att mindre upplagor hade pågått under hela året, men jag förstår ju de många anledningarna till det.
- Jag har hittat min form och den funkar bra på alla vis.
- För att ha varit med första gången så är vi väldigt nöjda.
- Eftersträva mer delaktighet och eget skapande för besökarna. De kan bli framtidens kulturaktörer Mindre marknadstingeltangel.

Crossmedia Communication AB

Bilagetest



Kampanjens kanaler och utformning:

Bild på reklamenhet:



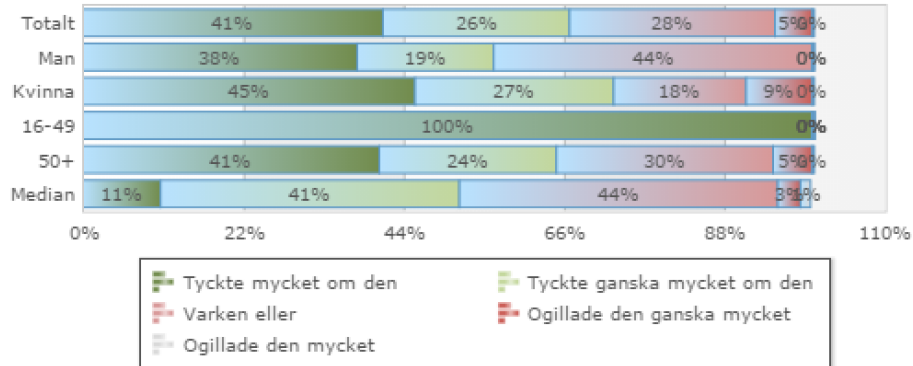
Information om undersökningen

Kund:	Crossmedia Communication AB
Bransch:	Tabloid
Kampanjperiod:	03.09.2016 - 03.09.2016
Region:	Uppsala
Kampanjräckvidd:	154 804 (64%)
Fältperiod:	06.09.2016 - 15.09.2016
Antal intervjuer:	55

Bilagetest

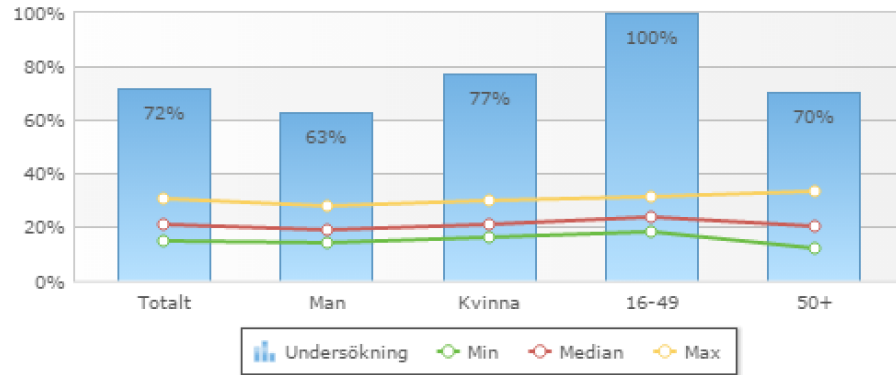


Frågan: Allt som allt – vad tyckte du om bilagan från Kulturnatten?



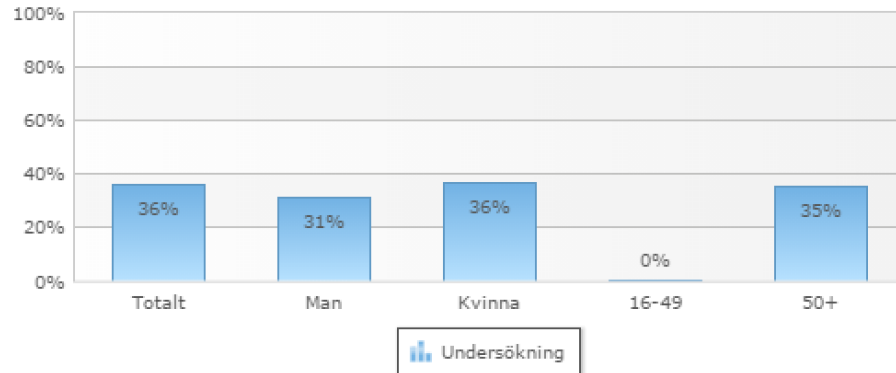
Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

Frågan: Har du sparat bilagan för att ta fram den vid ett senare tillfälle?



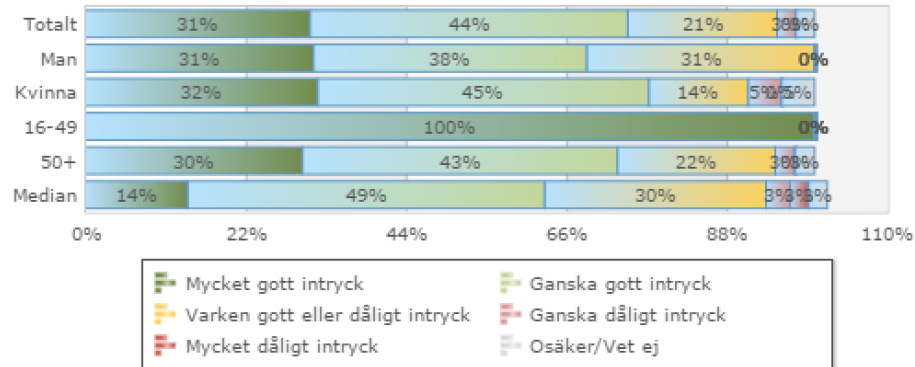
Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

Frågan: Har ditt hushåll "nej tack till reklam" eller "ingen reklam" eller liknande på brevlådan?



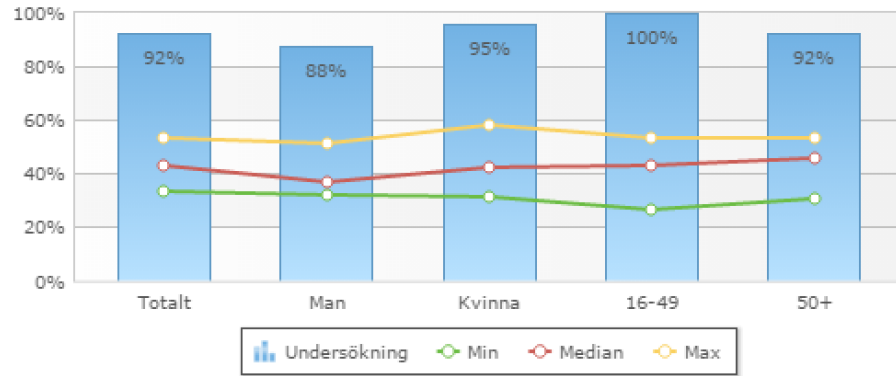
Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

Frågan: Allt som allt, hur bra eller dåligt intryck har du av Kulturnatten?

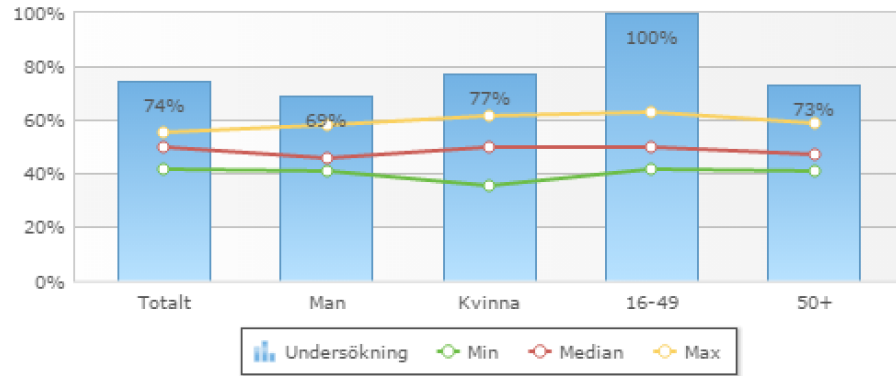


Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

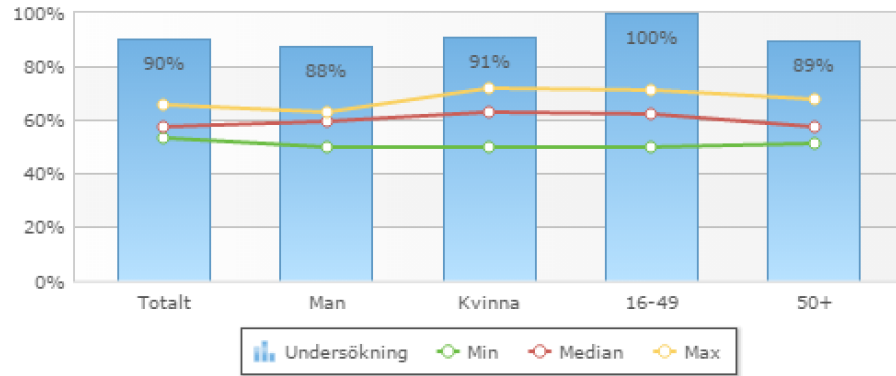
Frågan: Jag fick veta något nytt



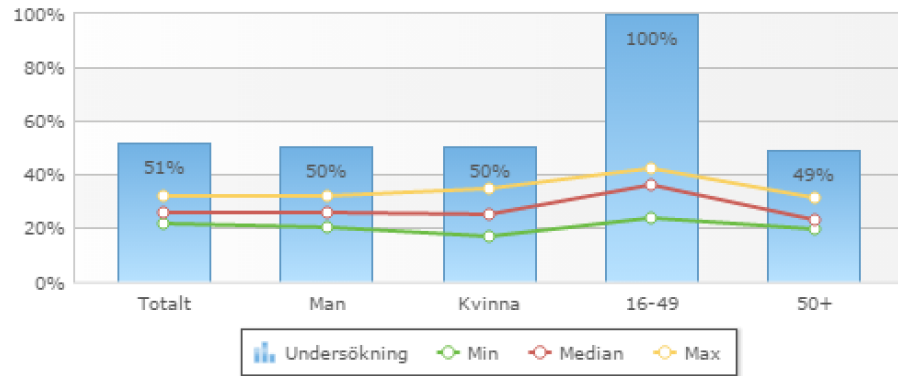
Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

Frågan: Bilagans innehåll intresserade mig

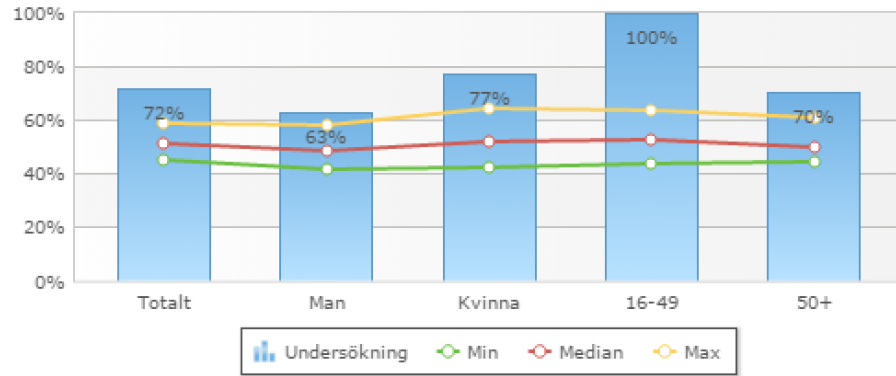
Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

Frågan: Jag upplevde bilagan som trovärdig

Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

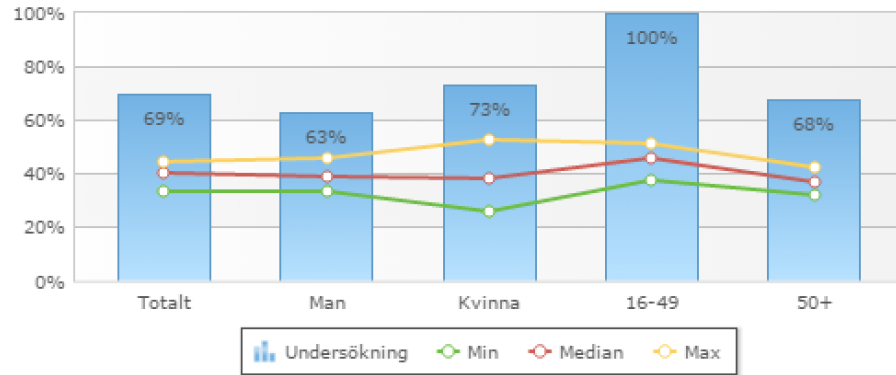
Frågan: Bilagan gav mig inspiration till att söka mer information

Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

Frågan: Bilagan var i sin helhet tilltalande

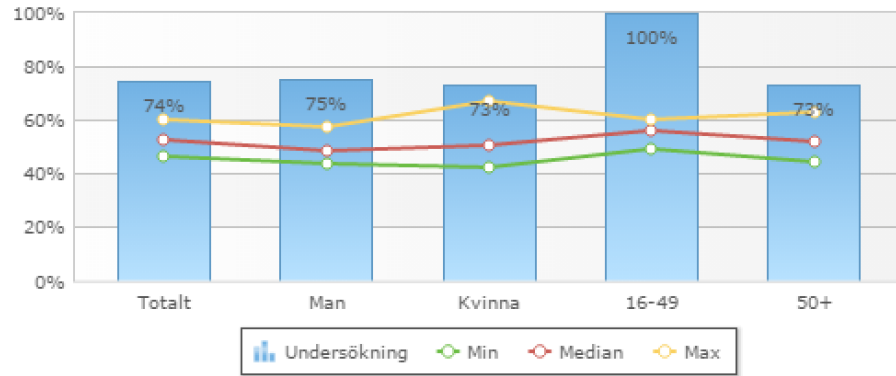
Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

Frågan: Innehållet i bilagan var relevant för mig

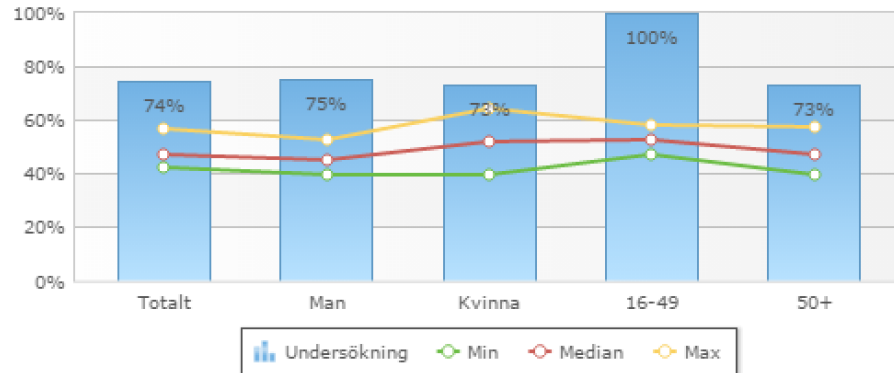


Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

Frågan: Bilagan gav mig ett positivt intryck av Kulturnatten



Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

Frågan: Bilagan gjorde mig positivt inställd till Kulturnatten

Kanal: Bilagetest
Bransch: Tabloid

DATUM	2016	PROJEKTNAMN	Kulturnatten
UPPRÄTTAD AV	Natalia Michell	PROJEKTNUMMER	402
DOKUMENTTYP	Kommunikationsplan	PROJEKTLEDARE	Malin Lejskog/Sofie Blomgren
STATUS	Pågående	PROJEKTÄGARE	Kulturnämnden, Uppsala kommun

AKTIVITET	FORMAT/STORLEK	LEVERANSDATUM/KAMPANJDATUM
Produktion	Inhouse produktion	genomgående under året
Printannonsering		
Annons i Kupé, dubbelnummer jul/aug	Helsida	juli/aug
Tackannons till alla medverkande	kvartssida	den 11 september 2016
Stadsinformationstavlor	Eurosize	v. 35-35
Annons Uppsalatidningen	Stående halv sida	den 25 augusti 2016
Digital annonsering		
Facebookannonsering, hänvisning webb	digital annons	v.34 - 36
Facebookannonsering, evenemanget	digital annons	v.34 - 36
Facebookannonsering - Efterfesten och invigningen	digital annons	v.34 - 36
Facebookannonsering - Kulturnattsquiz	digital annons	v.35 - 36
Google Adwords - kampanj	sökordsannonsering	v.34 - 36
Digitalt quiz - Vilken kulturperson är jag?	webbplats/dela på FB	lansering v. 35
Digital skärm, Kungsgatan	slinga 10 sekunder	v. 36
Programledning	Tabloid,	den 29 augusti 2015
Engelskt program	12-sidig A5, haftad rygg	den 2 september 2015
Karta till program	tilläggsbeställning via Crossmedia	den 29 augusti 2015
Mätning av programledning	Bas	efter evenemanget
Trycksaker		
Skrivaffisch	A3	juli
Klistermärken till försäljare	samma format som föregående år	juli
Banderoll, bokstaver samt upp-/nedtagning	specialbeställning	juli
Press		
Pressmeddelande 1 - Kulturnatten	Kulturstrateg hos uppdragsgivaren skriver underlag	den 11 augusti 2016
Pressmeddelande - Kulturnattsquiz	Prel.	den 29 september 2016
Övrigt		
Medverka som arrangör under Kulturnatten-utskick, befintliga	Adresslista, befintligt	den 25 april 2016
Medverka som arrangör under Kulturnatten-utskick, nya föreningar/org.	Adresslista, nya org.	den 20 maj 2016
Oversättning till engelskt program och webb		
Inbjudan till invigning	PDF till sändlista	den 1 september 2015
Digitala affisch på TB	liggande/stående format	den 1 augusti 2015



Besökarundersökning

Kulturnatten – Destination Uppsala
25.10.2016

Bakgrund / Metod

- Upplevelseinstitutet har genomfört en besökarundersökning i samband med Kulturnatten i Uppsala 2016.
- Respondenter har rekryterats på plats i Uppsala under evenemanget för att sedan ha svarat via webenkäter.
- Svarsfrekvens:
 - Antal svar: 235
 - Bruttoutskick: 459
 - Nettoutskick: 405
 - Svarsfrekvens: 58%
 - Fältperiod: 12-25 september
- Syftet är att använda resultatet för att i framtiden kunna utveckla evenemanget samt till sponsorinförsäljning.
- Rapporten innehåller bland annat:
 - Vilka som besöker Kulturnatten
 - Vilka intressen de har
 - Hur trygg besökaren känner sig under evenemanget
 - Hur målgruppen har fått information och hur de önskar få information om Kulturnatten
 - Underlag så att Destination Uppsala kan analysera sin marknadsföring

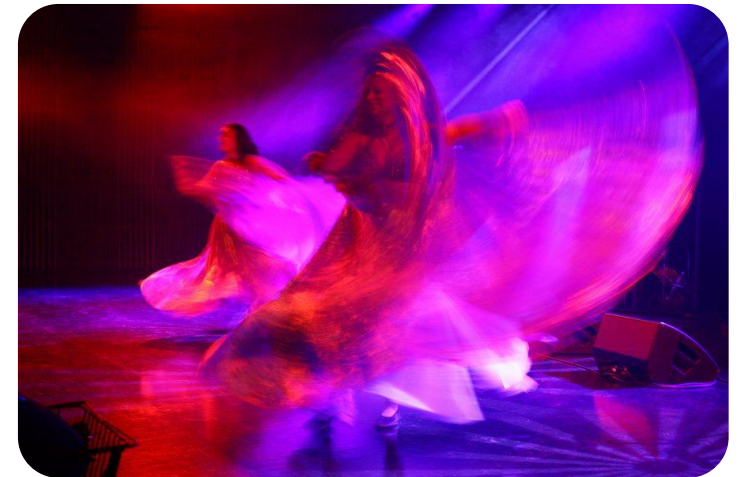


Om evenemanget

Uppsalas största kulturmanifestation, Kulturnatten, är ett årligt återkommande evenemang arrangerat av Uppsalas kulturarbetare, kultur- och föreningsliv, kulturinstitutioner, företag och andra eldsjälar. Kulturnatten i Uppsala är också Sveriges största kulturnatt.

2016 gick Kulturnatten av stapeln den 10 september i strålande solsken. Programmet innehöll över 620 punkter på 157 platser runtom i Uppsala.

Årets Kulturnatt beskrivs i medierna (UNT, SVT mfl) som en succé och var enligt polisen en lugn dag & natt.

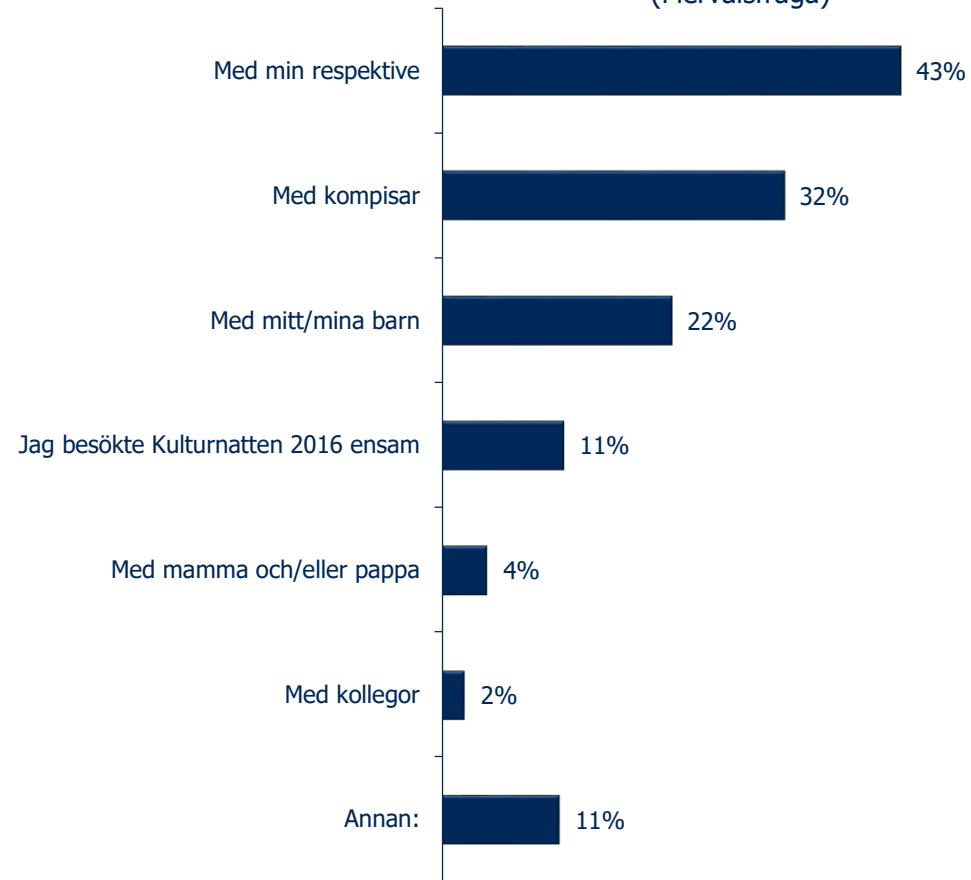




Besökare från 45 år och uppåt går i högre grad med sin respektive, medan yngre personer i högre grad besöker Kulturnatten med kompisar.

Bas: Samtliga

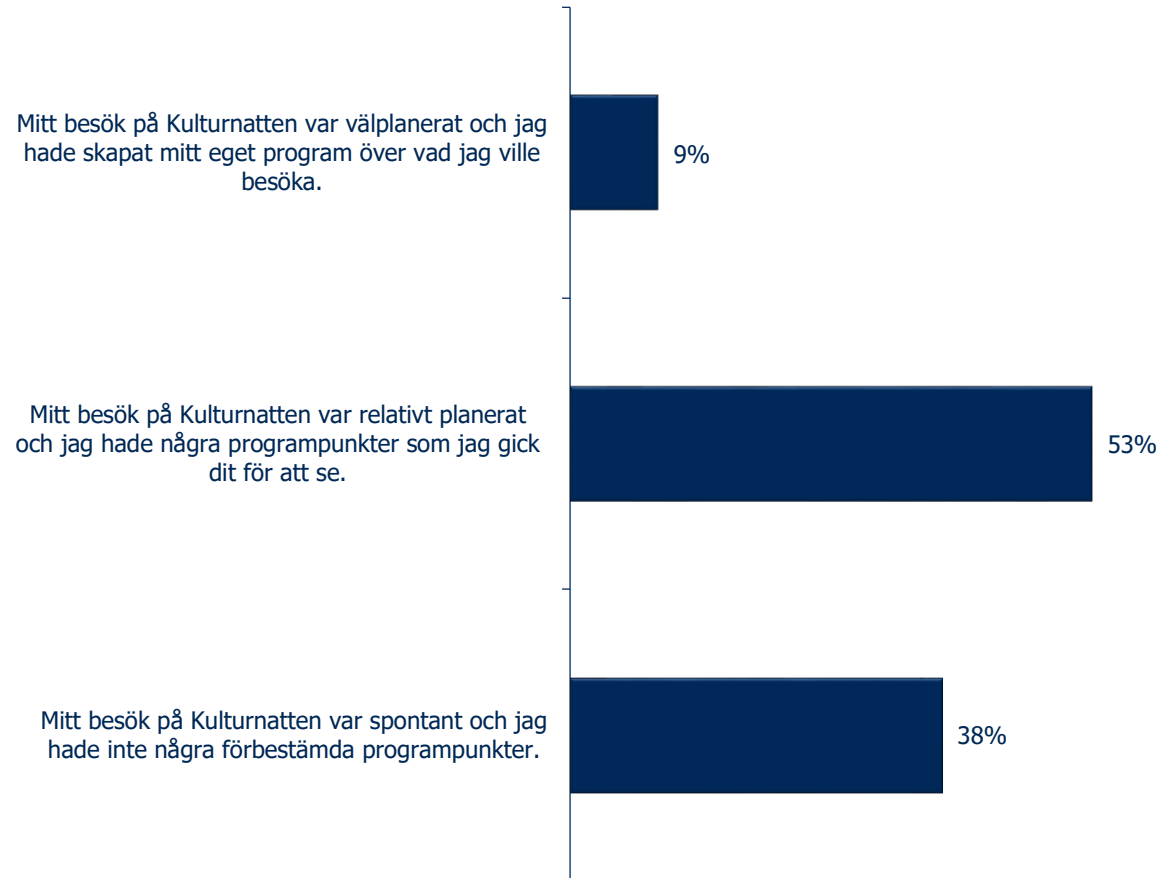
Med vem/vilka besökte du Kulturnatten i Uppsala 2016? (Flervalsfråga)



De spontana besökarna är i högre grad yngre personer (15-29 år) medan de äldre besökarna tenderar att planera sitt besök i högre grad.

Bas: Samtliga

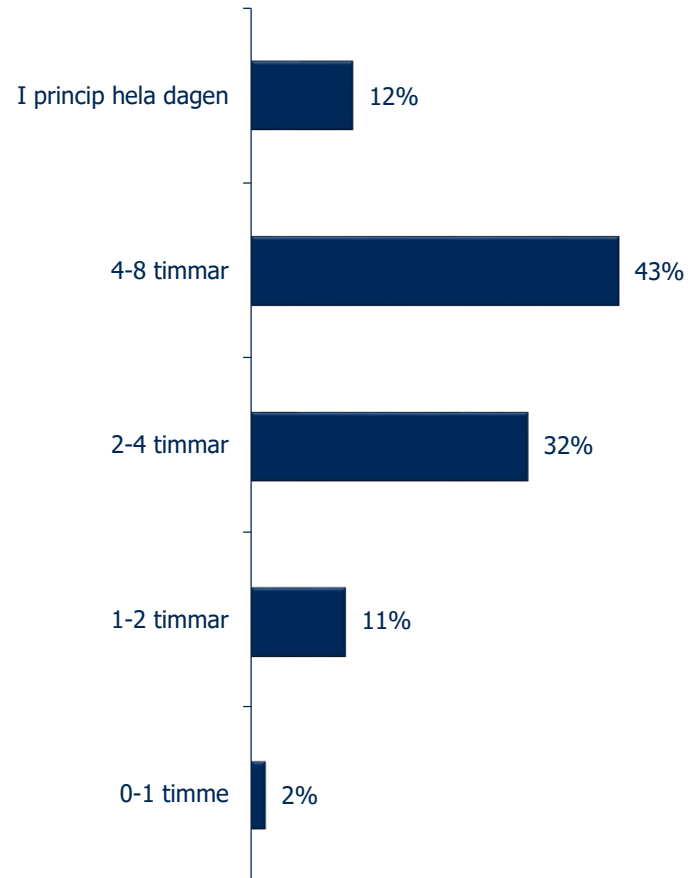
Vilken av följande beskrivningar stämmer bäst in på dig?



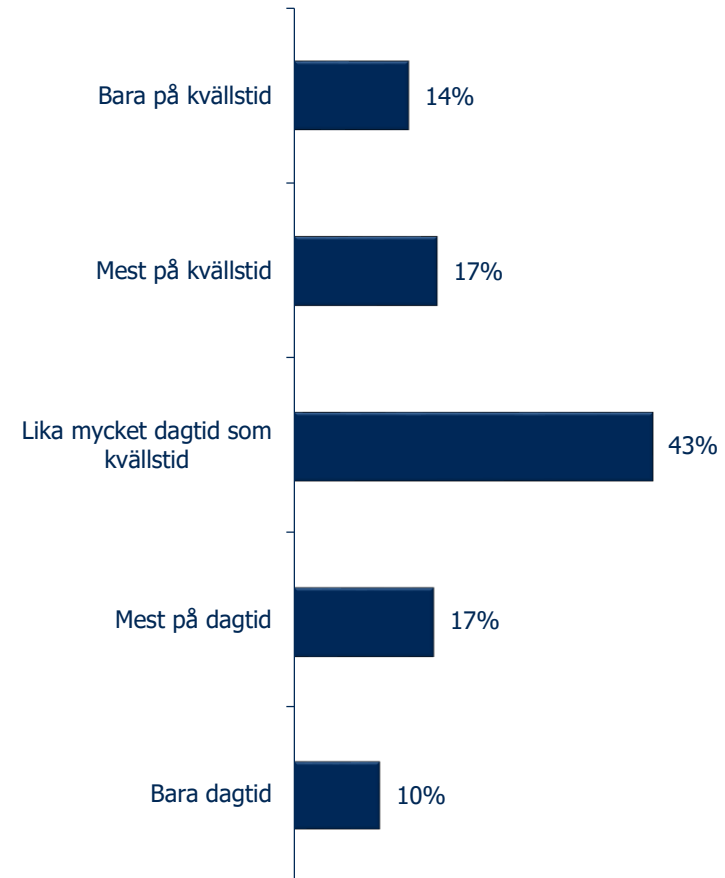
De spontana besökarna har i högre utsträckning besökt Kulturnatten på kvällen, medan de välplanerade besökarna spenderat mer tid under dagen.

Bas: Samtliga

Hur länge uppskattar du att du besökte Kulturnatten 2016?



Under vilken tid på dygnet besökte du Kulturnatten 2016?



Spontanbesökarna tycker att det är roligt när det händer något i staden, samtidigt som det är ett bra sätt att träffa kompisar. De som alltid besöker Kulturnatten planerar sitt besök i högre grad och tilltalas även mer av annonseringen och programutbudet.

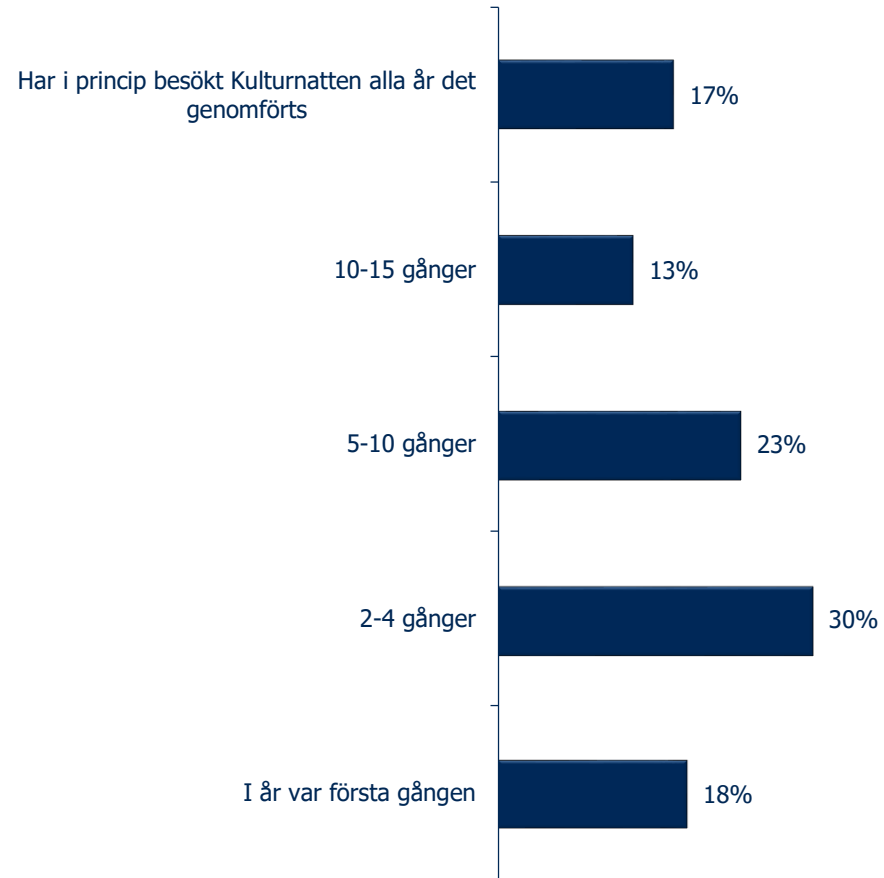
Bas: Samtliga

Vad fick dig att besöka Kulturnatten 2016? (Flervalsfråga)



Bas: Samtliga

Hur många gånger har du besökt Kulturnatten?

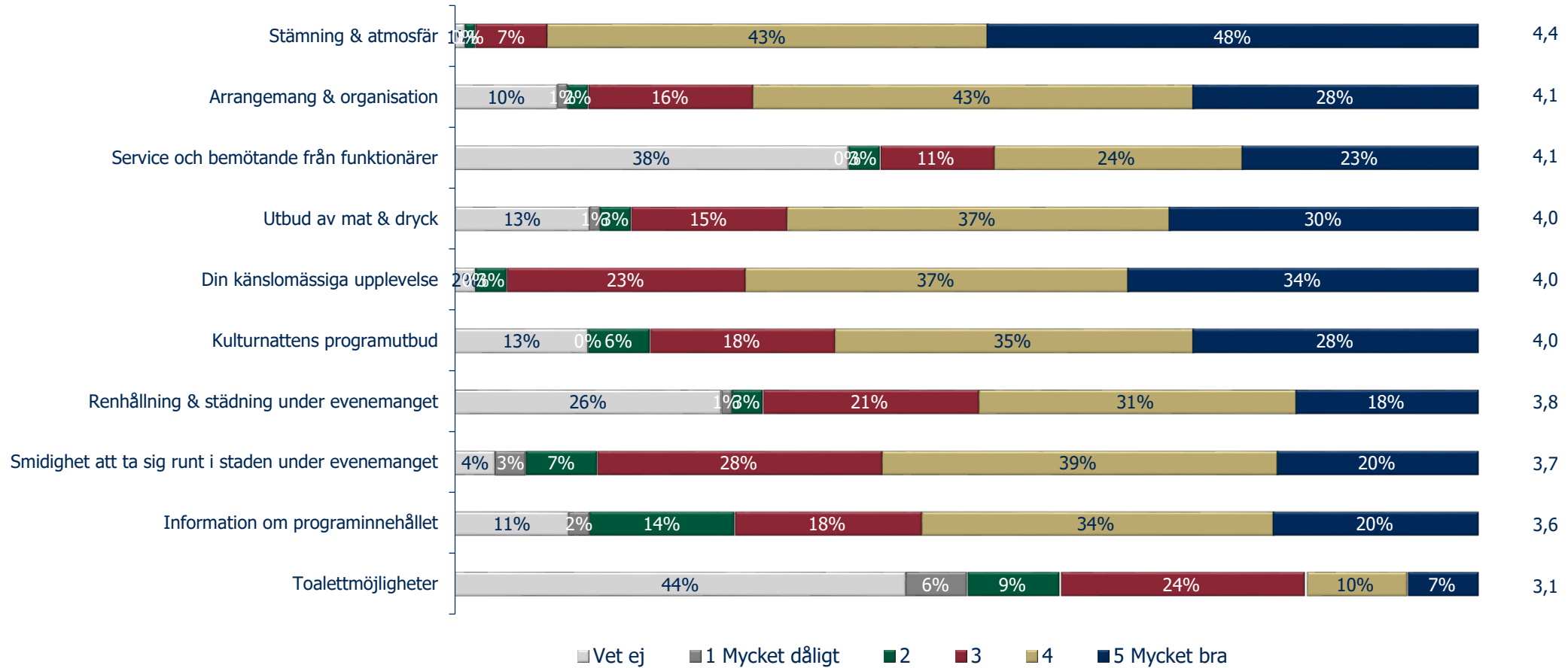




Bas: Samtliga

Vilket betyg ger du följande moment i samband med Kulturnatten 2016?

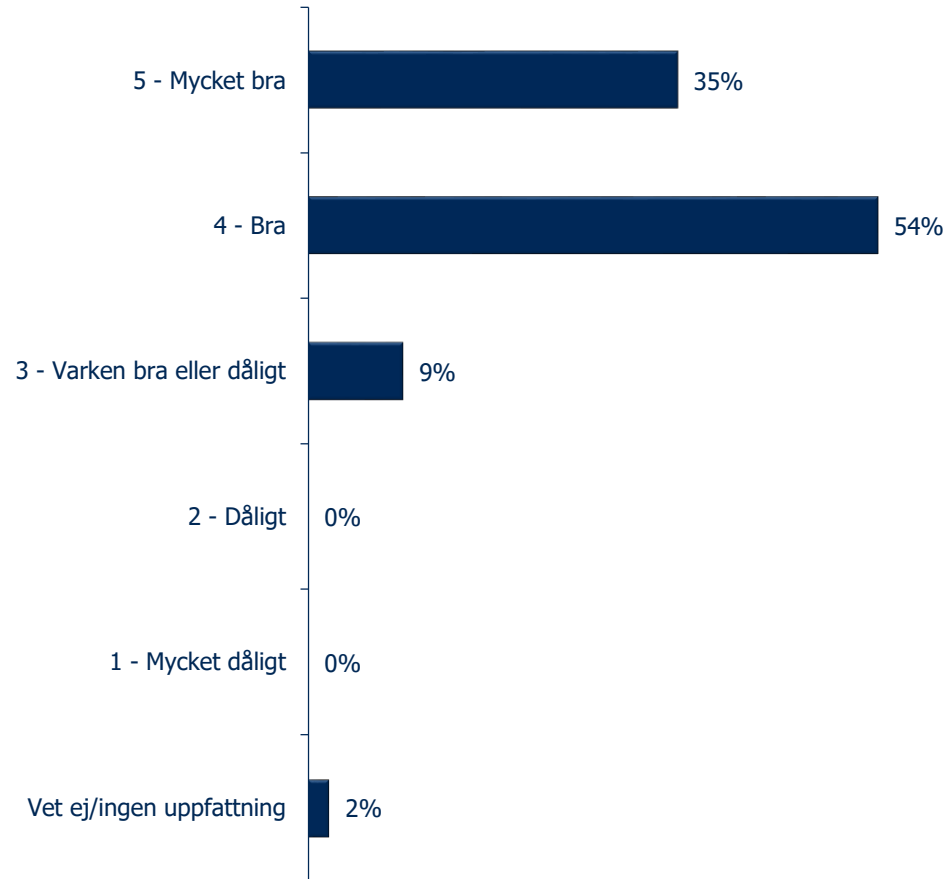
Snitt



Helhetsintrycket är bättre bland de som planerat sitt besök, har besökt Kulturnatten tidigare och bland äldre besökare.

Bas: Samtliga

Vilket är ditt samlade helhetsintryck av Kulturnatten 2016?



Helhetsintryck Kulturnatten 2016:	4,26
Benchmark Sverigesnitt publikevenemang:	4,13

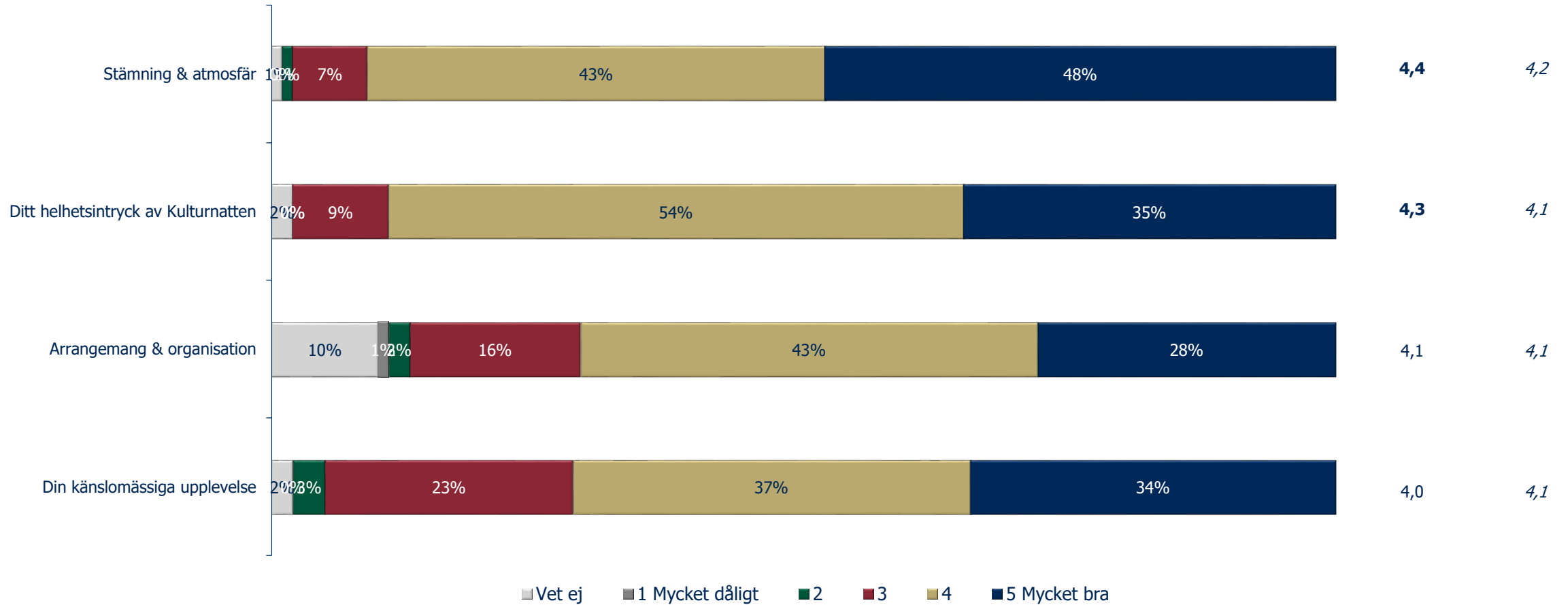


Bas: Samtliga

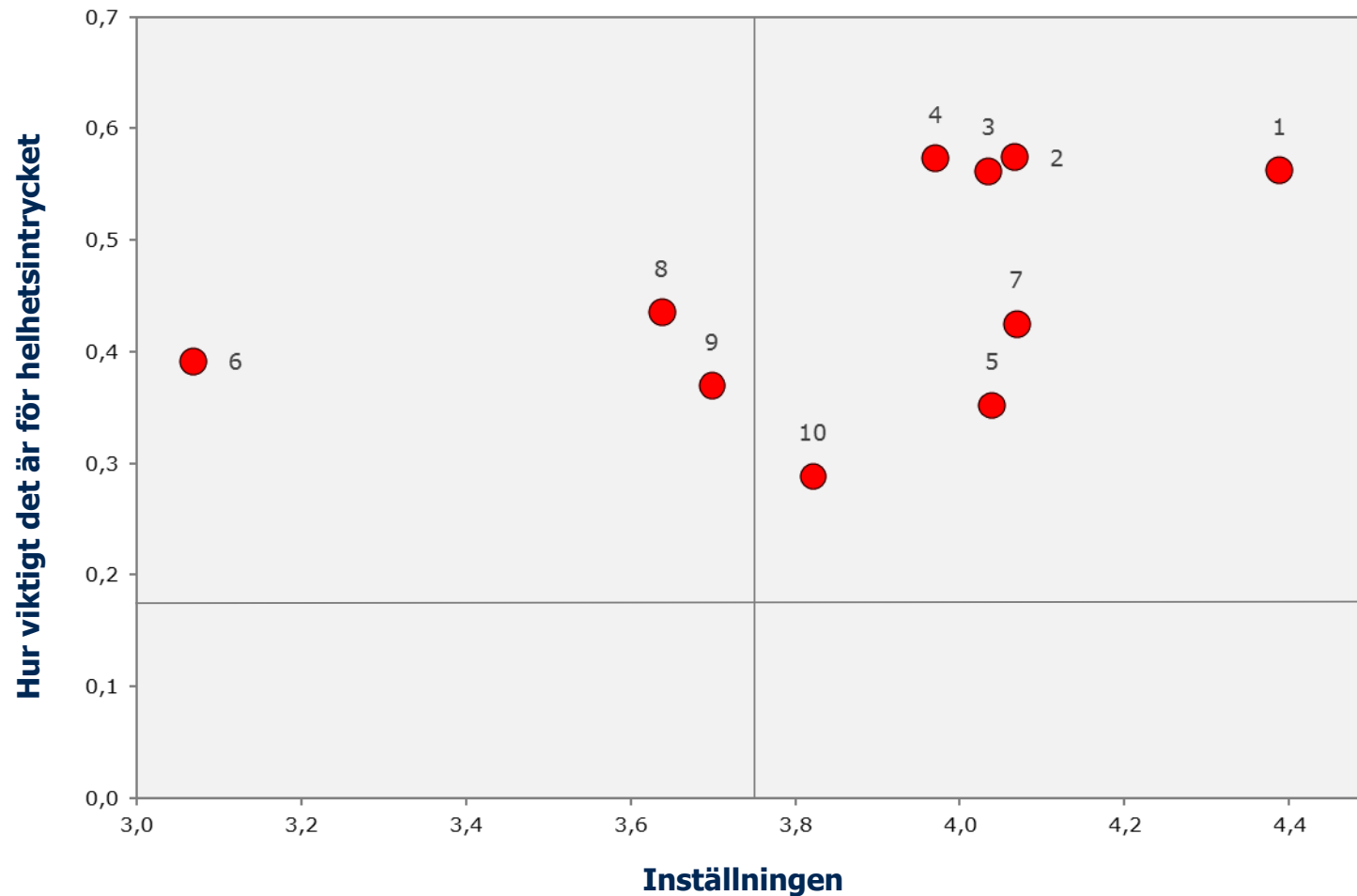
Jämförelser med Sverigesnitt

Snitt

Sverigesnitt



UPPLEVELSEANALYS (DRIVKRAFTER)

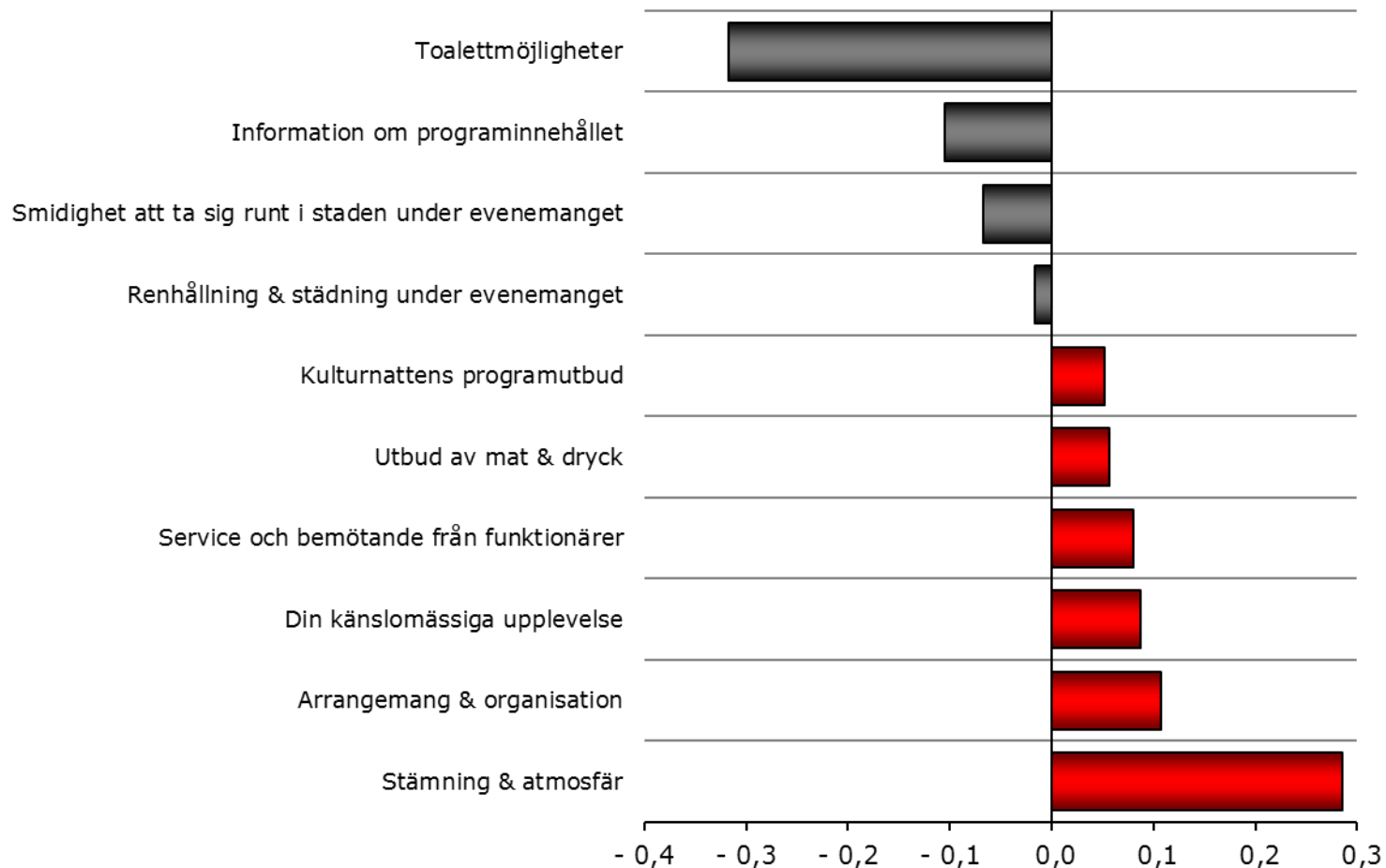


1. Stämning & atmosfär
2. Arrangemang & organisation
3. Din känslomässiga upplevelse
4. Kulturnattens programutbud
5. Utbud av mat & dryck
6. Toalettmöjligheter
7. Service och bemötande från funktionärer
8. Information om programinnehållet
9. Smidighet att ta sig runt i staden under evenemanget
10. Renhållning & städning under evenemanget



OMRÅDEN ATT FOKUSERA PÅ...

... när helhetsintrycket avses förbättras



Toalettmöjligheterna är inte ett problem bland alla besökare (56% som har en åsikt). Men bland de som har en uppfattning är det ett viktigt område att förbättra.

En sammanvägning av respektive parameters avvikelse från det totala medelvärdet samt dess samvariation med helhetsomdömet



Du gav evenemanget ett **positivt** betyg, berätta gärna vad som var bra med Kulturnatten 2016!

Bas: urval av öppna svar

"**Det blir bättre och bättre för varje år.** Det var också lugnt och städat trots det fina vädret. Polis och ordningsfunktionärer var fler än vanligt eller så syntes de bättre. Drottninggatan och resecentrum var som vanligt välbesökt och trevligt."

"Att det är många som är med och ställer upp med olika programpunkter och att det är väldigt blandat ex privatpersoner, företag, museum, föreningar och att det finns många olika typer av kultur såsom musik, konst, dans"

"Bredden på utbudet - men möjligen saknades några 'nya höjdpunkter' i programmet, då vi nu för tiden ofta återkommer till samma programpunkter (typ stumfilm på Slottsbiografen, riddarspel i Odinslund etc)"

"Allt möjligt det är trevligt arrangemang i staden Uppsala. Roligt att det ordnas så bra. **Passar alla åldrar och allas intressen. Tack.** Hoppas det kommer att fortsätta nästa gång. Tur med vädret med. Folk blir glada när det händer roliga saker."

"**Det enormt breda utbudet, stort som smått"**

"Det fanns många olika evenemang runt staden och det var riktigt god stämning. Mycket mat. Lättare hemsida nästa år så att man lättare kan se vart saker händer och när! **Tidningen är superbra!**"

"Det är kul när en stad känns levande. Jag uppskattar att kommunen hade tält där de serverade kaffe och vatten! Detta ger oss boende en koppling till kommunen som känns mindre abstrakt och **en känsla av att kommunen är här för att tjäna oss och inte motsatsen.**"

"Härlig stämning, all mat och många bra uppträdanden. Och så kul att det händer nåt i stan. Lite svårt att hitta i programmet dock. Och svårt att hinna med allt man ville göra (=lyxproblem)"

"Stämningen. Jag flyttade till Uppsala från Stockholm 2003 och upplevde staden som en liten håla stängd som en mussla. Ingen info om vad som hände utom för de 'utvalda', utanförskap, dålig service mm. Nu öppnar sig staden mer och mer och kulturnatten är enligt mitt förmenande en viktig del i processen att öppna staden, göra den mer tillgänglig för boende, info om vad som händer mm."

"Det var första gången jag besökte Kulturnatten ensam eftersom min granne inte kunde i år, vi går annars alltid tillsammans. Det var alltså en ny upplevelse och en positiv sådan, **jag kom i kontakt med människor som jag inte känt förut, och hade ingen rädsla för att gå ensam på natten till evenemang och bussen hem.** Allt var lugnt och bra, i alla fall till kl 24, för då gick min buss. TACK för ett härligt evenemang, år från år!"

"Mycket glada människor och nyktert! En trevlig upplevelse utöver det vanliga på stan. Jag var helt fascinerad av att det var så ordningsamt och en så avspänd atmosfär."



Du gav evenemanget ett **positivt** betyg, berätta gärna vad som var bra med Kulturnatten 2016!

Word cloud



Du gav evenemanget ett **negativt** betyg, berätta gärna vad som var bra med Kulturnatten 2016!

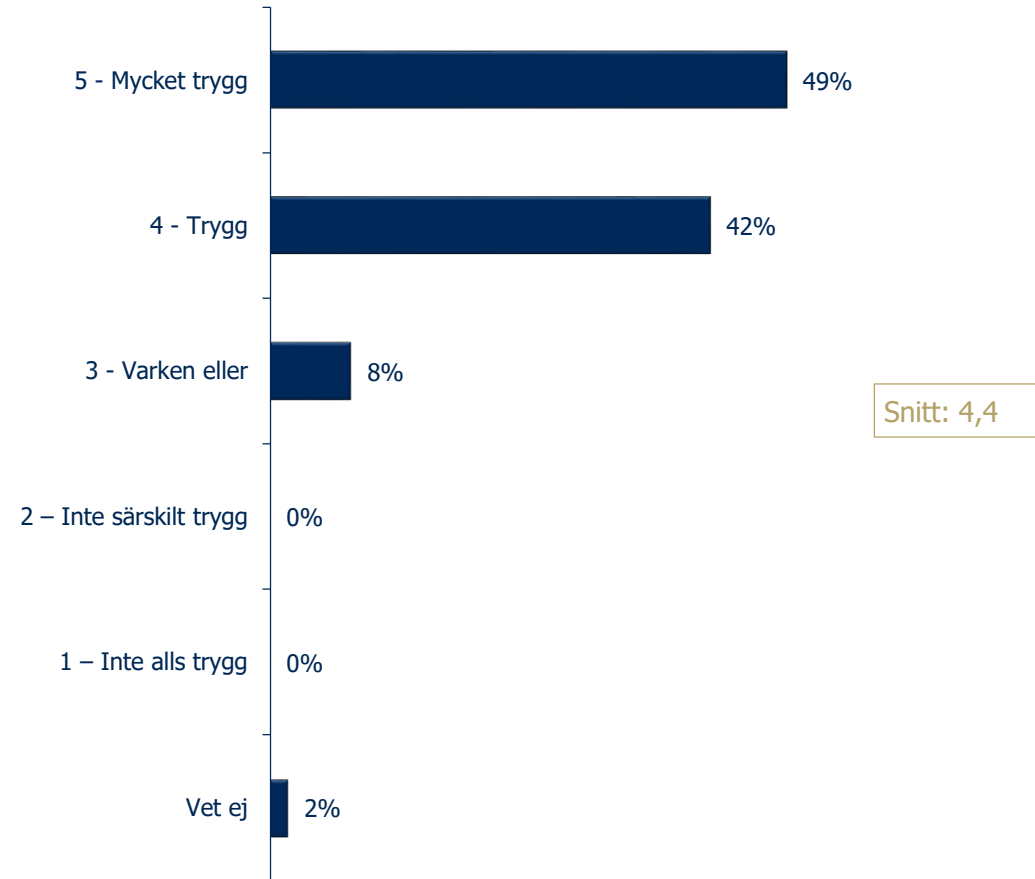
Bas: Samtliga negativa kommentarer

”Extremt få programpunkter tilltalade mig, jämfört med andra år. Detta var en ganska tråkig kulturnatt.”



Bas: Samtliga

Hur trygg kände du dig i samband med Kulturnatten 2016?



Finns det något programområde du skulle vilja se mer av under Kulturnatten framöver?



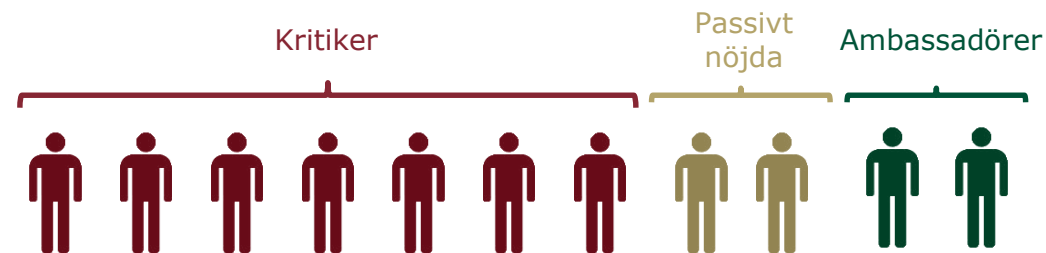
Om NPS-modellen

Net Promotor Score är en vida spridd metod och modell i Nöjd-Kund-sammanhang som visar på målgruppens lojalitet och inställning till det mätta objektet. NPS-modellen var först erkänd igenom Fred Reichhelds forskning och omnämnda bok *The Ultimate Question* och har sedan dess implementerats av ledande globala företag som en standard för att mäta och förbättra kundlojalitet.

NPS innefattar att man ställer en fråga om huruvida svarspersonen rekommenderar företagets produkt/tjänst till vänner och/eller kollegor. På detta sätt fungerar modellen som ett mycket bra mätinstrument och kunderna uttrycker den omedelbara upplevelsen om hur pass lojala och nöjda de är med produkten/tjänsten.

NPS klassificerar sedan kunderna i tre nivåer, **Ambassadörer**, **Passivt nöjda** och **Kritiker**. Ambassadörerna är mest positivt inställda och lojala kunder som aktivt rekommenderar företagets produkter och/eller tjänster (Word of Mouth). De som är Passivt nöjda är de som behöver lite mer uppmärksamhet för att bli Ambassadörer, medan Kritikerna är de kunder som i princip drar uppmärksamhet från företagets produkter/tjänster och varumärke genom att på ett kritiskt sätt lyfta dåliga sidor av en produkt eller ett varumärke.

NPS-måttet beräknas sedan genom att subtrahera andelen **kritiker** från den andel som är **ambassadörer**.



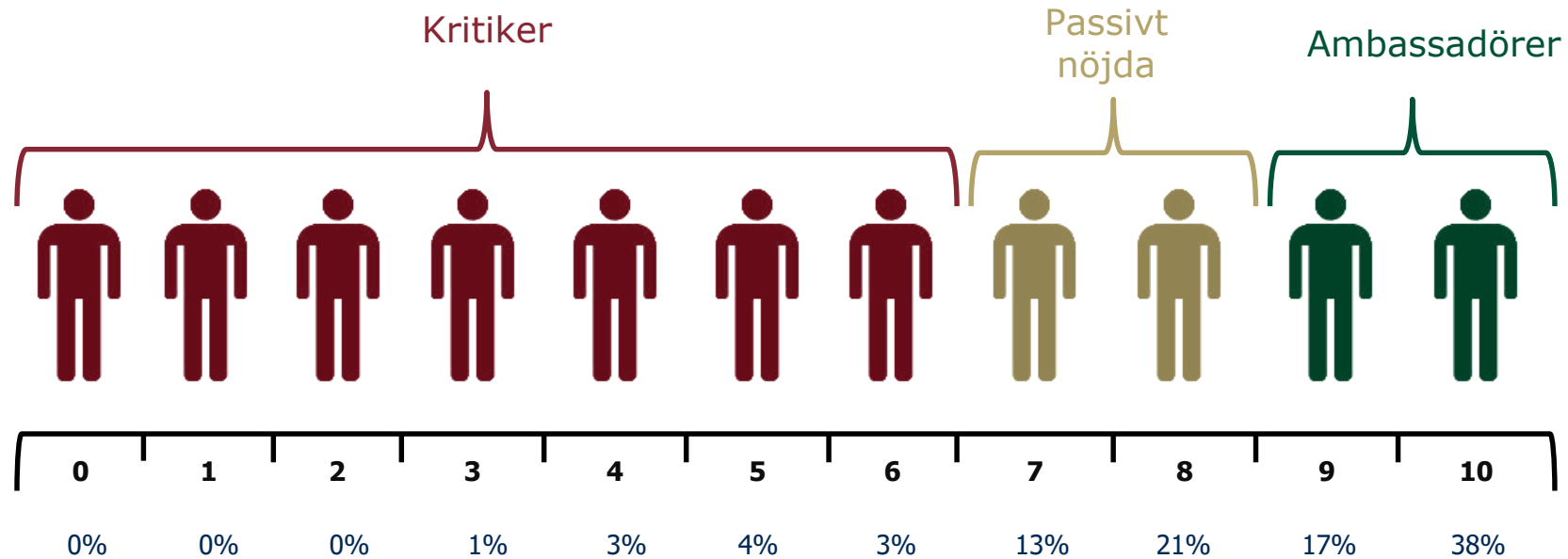
$$\begin{array}{r} \text{Ambassadörer} \\ - \\ \text{Kritiker} \\ = \\ \text{NPS} \end{array}$$



Kulturnattens NPS ökar markant i takt med hur väl besökarna planerat sin vistelse. Bland de som har ett relativt planerat besök ligger NPS:en på 59,2 och bland de som har ett välplanerat besök ligger NPS:en på hela 80,9

Bas: Samtliga

Hur troligt är det att du skulle rekommendera dina vänner att besöka Kulturnatten framöver?
(Svara på en 11 gradig skala, där 0 = inte alls troligt och 10=mycket troligt)



NPS Kulturnatten 2016:	43,8
Benchmark Sverigesnitt:	43,9
Benchmark gratisevenemang:	38,1





De som planerat sitt besök i någon mån har i högre grad tagit del av information via programtidningarna.

Bas: Samtliga

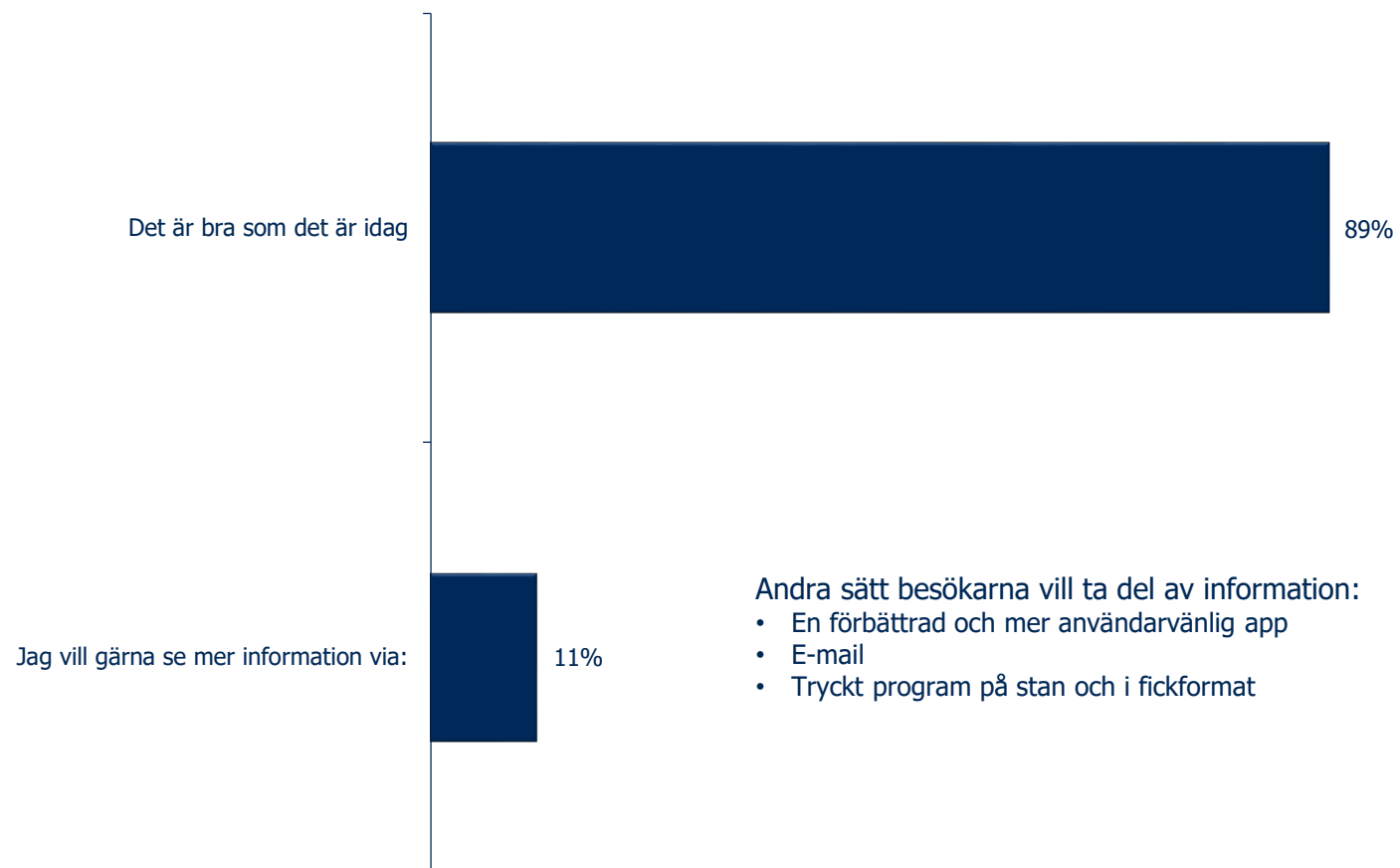
Via vilka av följande informationskanaler har du läst, hört, sett eller på annat sätt fått information om att Kulturnatten skulle äga rum?

(fyll i samtliga de kanaler/sätt där du fått information om evenemanget)



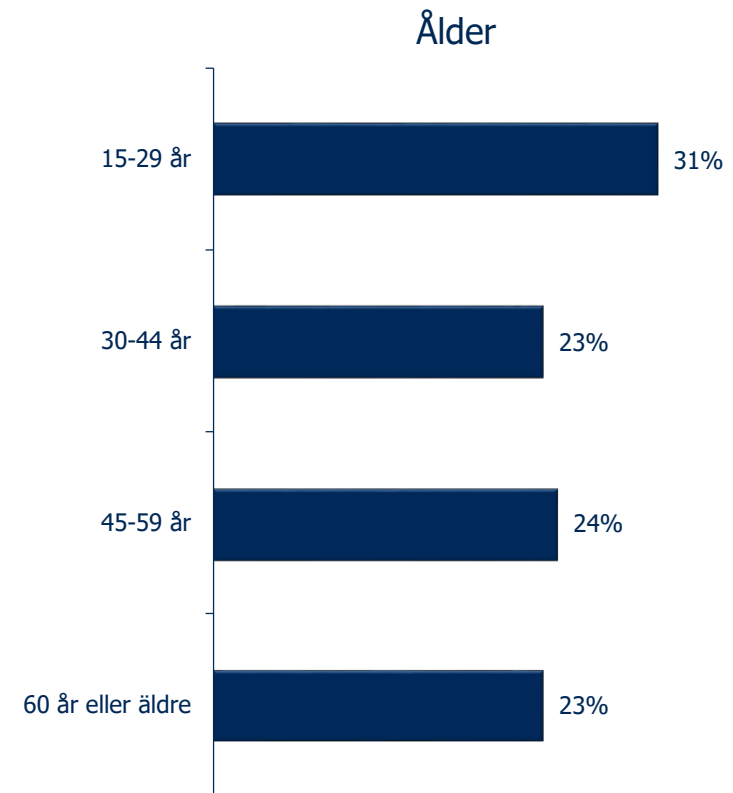
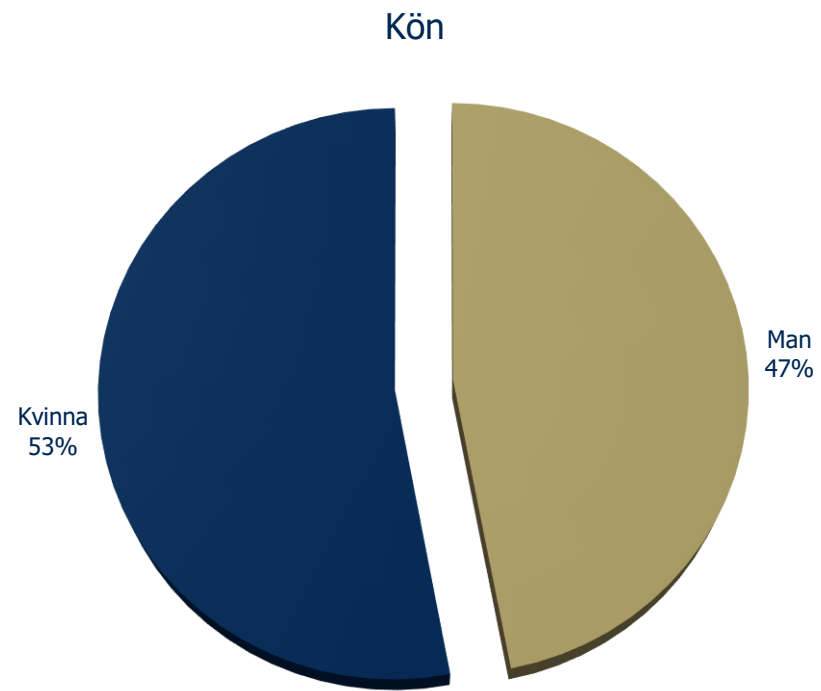
Bas: Samtliga

Hur vill du ta emot information om Kulturnatten?





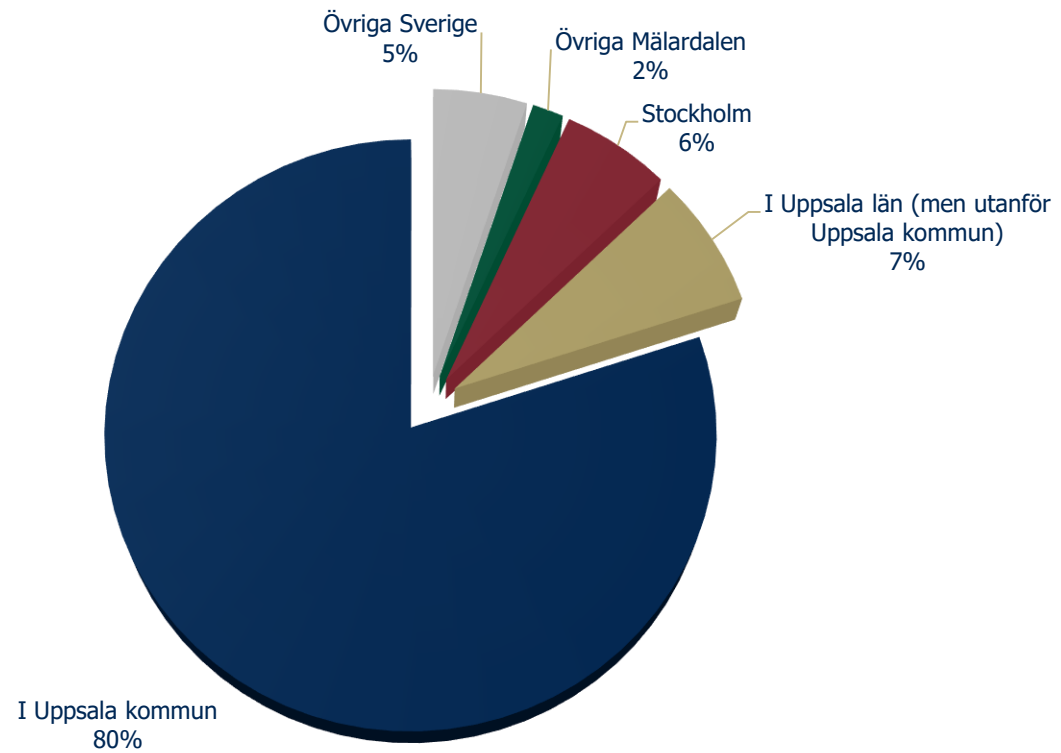
Bas: Samtliga



Bland de som kommer utifrån återfinns framförallt förstagångsbesökare.

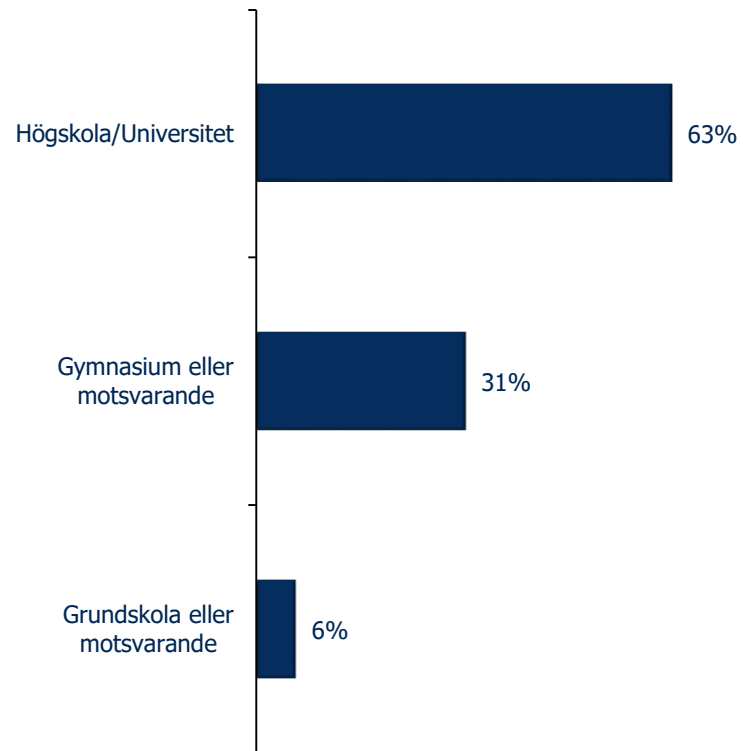
Bas: Samtliga

Var är du bosatt?

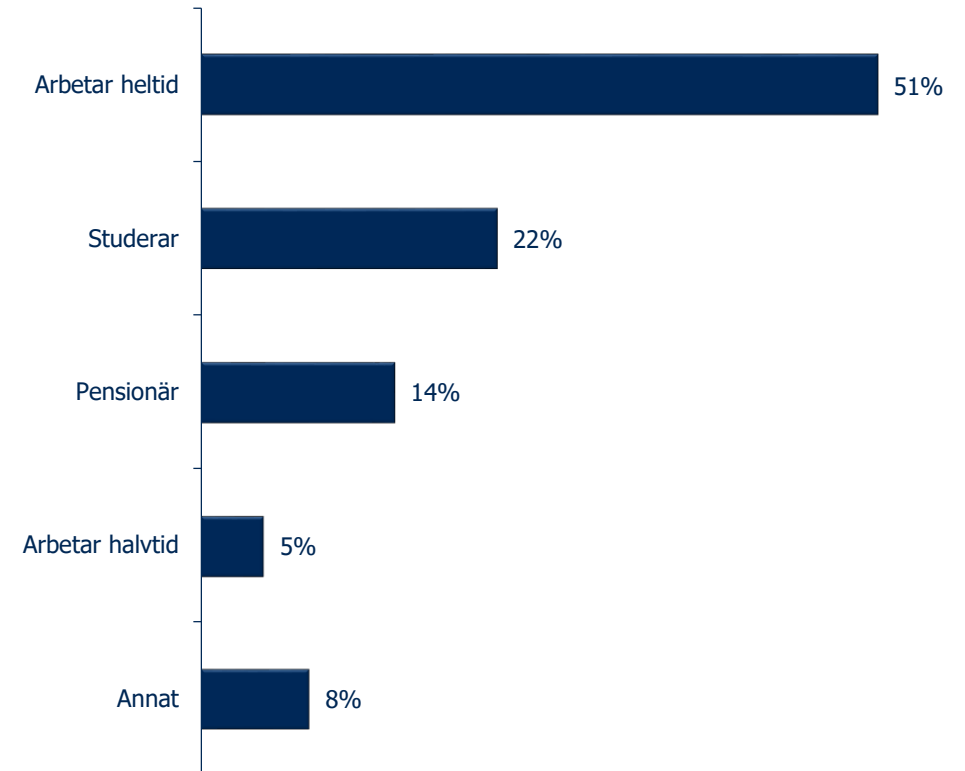


Bas: Samtliga

Vad är din högsta avslutade utbildning?



Vilken är din huvudsakliga sysselsättning?



Bas: Samtliga

Vilka av följande aktiviteter och områden är du intresserad av?
(Flervalsfråga)



Sammanfattning

- Kulturnatten 2016 beskrivs av medier och polis som en succé. I undersökningen ser vi även att besökarna varit nöjda med evenemanget. Helhetsintrycket får betyget 4,26 vilket kan jämföras med Sverigesnittet för besökarevenemang som ligger på 4,13.
- Drygt 6 av 10 besökare planerar sin Kulturnatt medan resterande besökare är mer spontana.
- Besökarna har känt sig trygga under evenemanget (4,4 i betyg). Bland kvinnor är betyget 4,4, bland män 4,5 och i gruppen 15-29 åringar är betyget 4,3
- Kulturnattens NPS (Net Promoter Score) vilket är ett mått på evenemangets rekommendationsnivå uppgår till 43,8 vilket kan jämföras med Sverigesnittet för alla evenemang 43,9 samt med Sverigesnittet för gratisevenemang som är 38,1. Kulturnatten har således något högre andel ambassadörer än snittet för gratisevenemang i Sverige.
- De främsta informationskanalerna har varit vänner & bekanta samt programtidningarna i UNT och Uppsalatidningen. Bland unga (15-29 år) är vänner & bekanta den absolut största informationskanalen (68%) medan programtidningarna är starkast i åldersgrupperna 45 år och uppåt. Kulturnattens hemsida är starkast i åldersgruppen 30-45 år.
- 9 av 10 besökare är nöjda med dagens informationskanaler. De som önskar andra sätt att få information nämner främst e-mailutskick med uppdateringar, en mer användarvänlig app samt tryckta program i fickformat.



Handläggare
Elise Rhodin

Datum
2017-01-24

Diarienummer
KTN-2016-0444

Avtal om Kulturnatten i Uppsala, åren 2017-2019

§ 1 Parter

Uppsala kommuns kulturnämnd, kallad uppdragsgivaren och Destination Uppsala AB, kallad uppdragstagaren.

§ 2 Avtal

Uppdragstagaren åtar sig för uppdragsgivarens räkning att skapa Kulturnatten i Uppsala den andra lördagen i september år 2017, 2018 och 2019, i överensstämmelse med detta avtal. Avtalet är upprättat i två likalydande exemplar, varav parterna har tagit varsitt.

§ 3 Avtalstid

Avtalet gäller från 2017-01-01 till 2019-12-31.

§ 4 Syfte

Att initiera, koordinera, leda och marknadsföra evenemanget Kulturnatten i Uppsala den andra lördagen i september. Med Kulturnatten avses kulturaktiviteter under både dag- och kvällstid.

§ 5 Styrning

- Mål och budget 2017-2019
- Uppsala kommuns kulturpolitiska program
- Kulturnämndens verksamhetsplan 2017, 2018 och 2019

§ 6 Uppdrag

6.1 Mål och inriktning

Kulturnatten ska vara en möjlighet för Uppsalas kulturliv att bredda sin marknadsföring och göra sin verksamhet känd för en stor publik.

Uppsalas invånare ska erbjudas att ta del av Kulturnattens evenemang och kostnadsfritt få information om programmet.

Kulturnatten ska behålla sin position som Sveriges största Kulturnatt. Genom marknadsföring i såväl Uppsala som utanför kommunen, ska Uppsalas rika föreningsliv och professionella kulturliv göras mer känt.

6.1 I uppdraget ingår att

1. uppmuntra, stödja och förbereda kulturlivet i Uppsala kommun som arrangörer under Kulturnatten och hålla en god kontakt med en öppen dialog om möjligheter och utvecklingsvägar under hela året,
2. utveckla evenemanget i samråd med uppdragsgivaren genom kulturförvaltningens avdelning för strategi och omvärld,
3. arbeta för att utveckla extern finansiering och sponsring,
4. underhålla och utveckla en extern hemsida, eller liknande teknik, för kostnadseffektivisering i kommunikationen med arrangörer och publik,
5. anordna invigning under minst en timme på Uppsala Konsert & Kongress, i samråd och samarbete med uppdragsgivaren, som står som arrangör för invigningen,
6. sträva efter att erbjuda ett jämställt kulturutbud som ger kvinnor och män samma möjligheter,
7. sträva efter att barn och unga har tillgång till likvärdig kulturverksamhet,
8. beakta att Uppsala kommun är ett finskt förvaltningsområde,
9. upprätta riskanalys och åtgärdsplan i enlighet med kommunens säkerhetspolicy och lagen om skydd mot olyckor

§ 7 Information och dokumentation

Samverkan ska ske med uppdragsgivaren genom kommunledningskontorets kommunikationsstab som ska lämna en ”brief”. I all tillämplig kommunikation ska det framgå att kulturnämnden är uppdragsgivare och Uppsala kommuns logotyp ska användas.

Pressmeddelanden ska utarbetas av uppdragsgivaren genom kommunledningskontorets kommunikationsstab.

Uppdragstagaren ska dokumentera i enlighet med gällande lagstiftning: Offentlighets- och sekretesslagen (OSL) och förvaltningslagen (FL). Verksamheten ska följa gällande bevarande- och gallringsbeslut. Arkivvård och förvaring i övrigt ska ske enligt kommunens arkivreglemente med tillämpningsföreskrifter.

§ 8 Uppföljning och utvärdering

En muntlig rapport och första utvärdering med budgetutfall ska lämnas senast den 1 oktober varje år. Eventuella avvikelser från avtalet ska skyndsamt rapporteras till uppdragsgivaren samt i avtalsuppföljningen.

En skriftlig rapport avseende årets Kulturnatt ska lämnas till kulturnämnden senast den

1 november varje år. Rapporten ska innehålla en beskrivning av evenemanget och statistik över deltagande, publik, genrer och utveckling inom dessa områden. Rapporten ska också beskriva arbetet enligt 6.1 och 6.2. En sammanställning av rapporter/utvärderingar från berörda myndigheter och förvaltningar ska lämnas. Arrangörernas och publiken åsikter ska i möjligaste mån redovisas.

§ 9 Ersättning

Ersättningen för uppdraget är 929 tkr exklusive moms per år. Omförhandling av ersättningen ska ske senast per den 1 november varje år.

§ 10 Fakturering

Uppdragstagaren fakturerar uppdragsgivaren i januari varje år.

§ 11 Omförhandling

Part får påkalla omförhandling av avtalet om ändrade förhållanden gör att bestämmelse väsentligen motverkar parternas gemensamma förutsättningar. Anmälan om omförhandling ska ske skriftligt så snart det åberopade förhållandet blivit känt för den part som åberopar omförhandlingsrätten och befriar inte part från skyldighet att fullgöra berörd avtalsförpliktelse intill omförhandling avslutats.

§ 12 Uppsägning av avtal

Uppsägning av avtal, av endera parten, ska ske senast den 1 november 2017 och gäller då fr.o.m. 2019-01-01.

§ 13 Kontaktpersoner och underskrift

Uppdragsgivarens kontaktperson är Elise Rhodin, kulturförvaltningens avdelning för strategi och omvärld, och uppdragstagarens kontaktperson är Linda Eriksson, Destination Uppsala AB.

Uppsala den

Peter Gustavsson
ordförande, kulturnämnden

Sten Bernhardsson
direktör, kulturförvaltningen

Tiina Mykkänen
vd, Destination Uppsala AB