



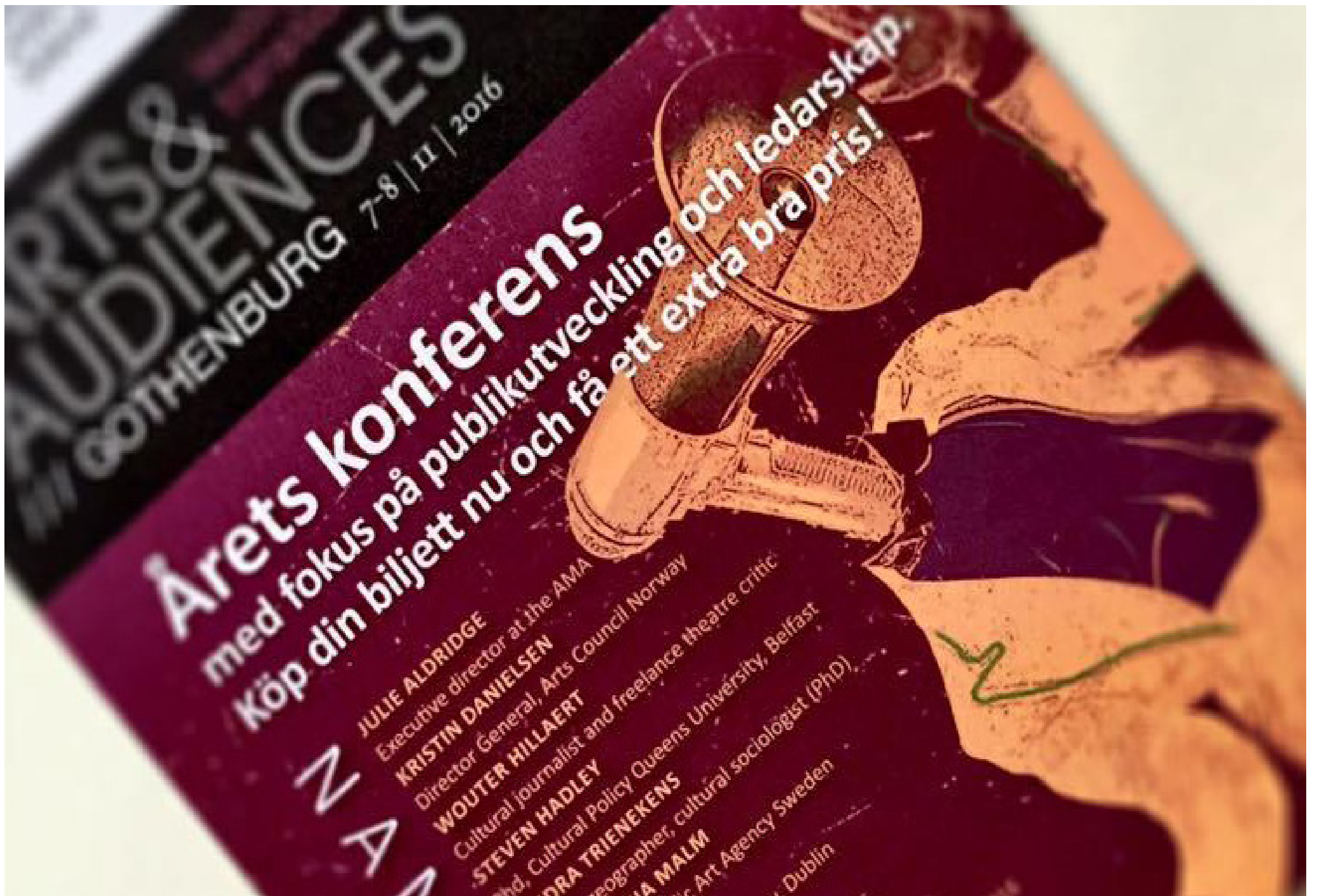
ARTS & leading AUDIENCES transition

/// GOTHENBURG

Rapport
2016







Bakgrund

Arts & Audiences är en nordisk konferensserie som arrangerats årligen sedan 2011. Kultur i Väst har i flera år ingått i det nordiska nätverket bakom konferensen och åtog sig i ett 'letter of intent' (2015-01-22) åtagit sig att arrangera konferensen 2016 tillsammans med Producentbyrån

Syfte

Under 2015 har Kultur i Väst startade RePublik, ett svensk forum för publikutveckling. Syften med att arrangera Arts and Audiences 2016 var att:

- Etablera och positionera RePublik, Kultur i Västs nystartade nationella forum för publikutveckling.
- Lyfta fram Kultur i Västs tematiskt prioriterade områden – ökad internationalisering samt vidgat deltagande.
- Utveckla och stärka samverkan och kunskapsdelning kring publikutveckling inom Kultur i Väst



Målgrupper och intressenter

Konferensen skulle adressera RePubliks huvudmålgrupper: chefer, ledare, kommunikatörer och publikutvecklare inom institutioner och organisationer med offentliga kulturruppdrag. Därmed var även kulturpolitiker på olika nivåer en målgrupp. Konferensen skulle vara konststartsövergripande, internationell och hållas på engelska, vara av stort internationellt och nationellt intresse.

Kommunikation

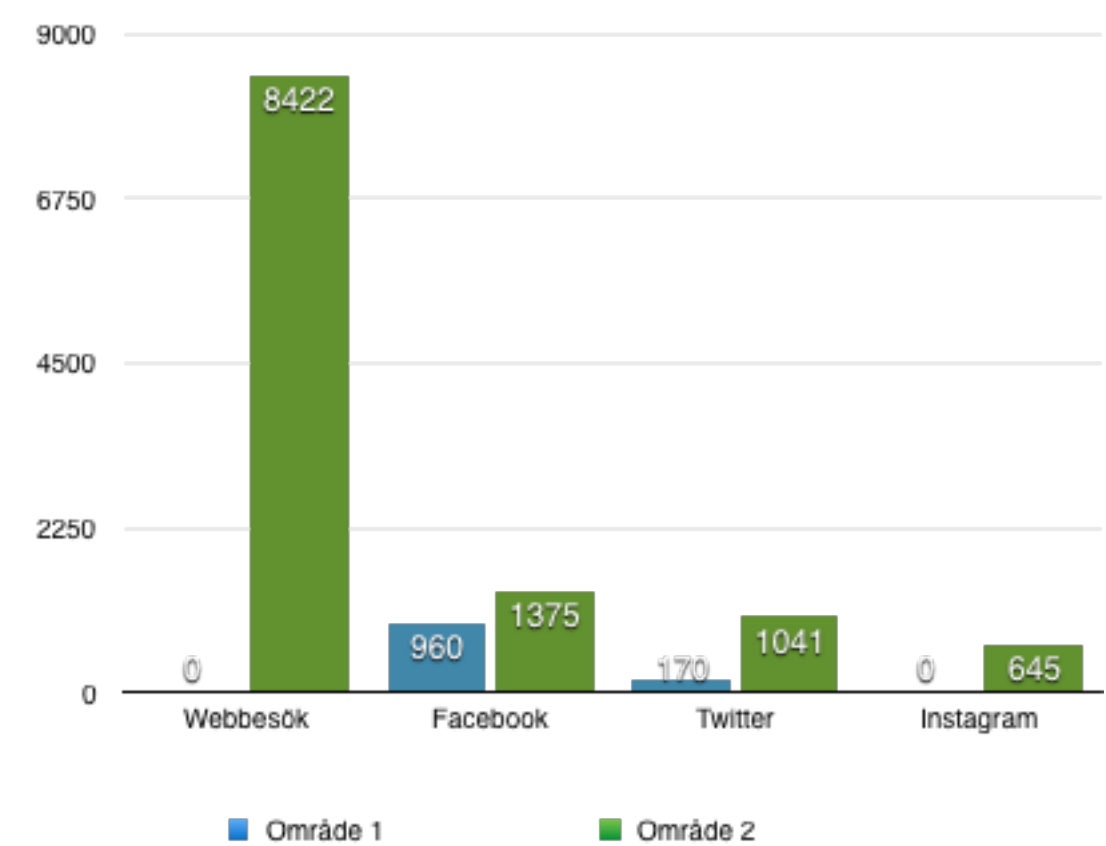
Sociala medier

Facebook har varit den viktigaste kanalen i sociala medier för Arts & Audiences. Det har varit bra aktivitet i kanalen. Vi skapade ett Facebook-event för att sprida evenemanget ytterligare. Totalt klickade 109 i att de kom och 133 klickade i ett intresse. På Twitter har det varit en del flöde, men inte så mycket som vi hade hoppats på innan konferensen. Däremot ökade flödet markant under konferensen. Instagram har ett haft bra aktivitet. Vi har ökat följare i alla sociala-mediekanaler markant under perioden. Vi har gjort två

FB-annonser under perioden. Under hela perioden har vi jobbat i kanalerna med nya föreläsare som blivit klara och annat för att skapa ett intresse och få likes, gilla och deltagare till konferensen.

Webb

Vi skapade vi en så kallad "Sight i sight" för Arts & Audiences. Sidan har en besöksstatistik på 8 000 och har legat tre i topp på www.kulturivast.se under perioden.



Press

Vi gjorde två pressutskick innan Arts & Audiences. En när programmet var klart. Och ett tre dagar innan konferensen.

Annonsering

Vi annonserade två gånger i magsinset PING samt i Norskt Publikumsutviklings konferensblad.

Nyhetsbrev

Vi har gjort totalt 9 digitala utskick för konferensen. Det första save-the-date gick ut i mars. Det sista gick ut några dagar innan sista anmälningssdag.

Material:

Vi delade ut RePublik-kassar med informationsmaterial om RePublik och Kultur i Väst. Vi delade ut PK under konferensen. Vi hade en höra med Kultur i Väst-material.

Internt i VGR

Vi hade en nyhet på vgregion.se och intra.vgregion.se. De låg ute cirka en månad totalt.

Tidsperiod för projektet

januari – december 2016

Genomförande

7-8 november 2016 på Clarion Hotel Post. Dessutom samlades medverkande och crew kvällen innan, för informellt umgänge och nätverkande.

Tema

Konferensen valde att fokusera på ledarskapets betydelse för utvecklingen av publikcentrerat konst- och kulturliv: politiskt, institutionellt och konstnärligt. Temat sattes till Leading Transition, och hade fyra perspektiv:

- artists
- audience
- institutions
- leadership



Konferensdesign och agenda

Varje dag var uppbyggd kring tre block:

Dag 1. Opening keynote, Audience inclusion, Artistic strategies for relevance

Dag 2. Institutional leadership, Free sector leadership, Policy challenges

Första dagen avslutades med valbart konstnärligt offprogram och ett mingel som Västra Götalandsregionens Kulturmånd var värd för. Därefter följde en tre-rätters middag i tre akter kurerad av Cecilia Gelin och Petra Johansson. Medverkande var Lundahl o Seidl och Khashayar Naderehvandi.

Medverkande

Moderatorer

Petra Johansson från Kultur i Väst

Anne Torreggiani från The Audience Agency

Talare

Amanda Mogensen, Andrea Phillips, Birgitta Persson, Carl-Oscar Sjögren, Cecilia Gelin, Chris Baldwin, Chris Torch, Deborah Cullinan, Elli Papakonstantinou, Julie Aldridge, Kristin Danielsen, Lynn Scarff, Magdalena Malm, Sandra Trienekens, Steven Hadley, Wouter Hillaert, Jo Parkes, Martin Q Larsson, Rita Davies.

Talarna kom från Sverige 7, Storbritannien 3, Norge 3; Irland 1, Holland 1, Grekland 1, Belgien 1, Tyskland 1, Kanada 1, Spanien 1, USA 1.



Här nedan följer alla föredragstitlarna. Dessa ringar in och sammanfattar konferensens tema på ett bra sätt:

Dag 1, leddes av moderator: Petra Johansson konsulent konst på Kultur i Väst

1. "Are we still in the arts business?"
2. "Developing cultural leadership - an essential European challenge"
3. "Artistic development and transformative structures"
4. "Inclusion is about the borderlands, in the search for knowledge, aims, and the stranger in yourself"
5. "Nordic Music Days - An all inclusive exp-h-earience"
6. "The importance of being earnest"
7. "Mutually inclusive"
8. "Art in transition"



Dag 2, leddes av moderator: Anne Torreggiani, CEO på The Audience Agency

1. "Staying edgy - ensuring institutional relevance with the help of everyone"
2. "The future proof institution"
3. "Center for the art of doing something about it"
4. "Leading institutions towards resilience and relevance"
5. "Participatory arts and structures of power"
6. "Giving voice and space to the public"
7. "The copernican revolution of culture policy"
8. "some assembly required - Rita Davies on constructing culture plans"
9. "Beyond leaders"

"Surprisingly I really enjoyed most of the #artsaud16 good ideas and good people."

emrik larsson@emrikfromsweden, Nov

Planering

Arbetet inleddes i januari med att göra projektbeskrivning, projektekonomi samt tidsplanering för hela året. Kommunikationsplan färdigställdes när kommunikatör blev klar för projektet. Projektarbetet inleddes med en storsamling för alla medarbetare. Projektgruppen har träffats varje vecka, programgruppen har träffats fyra gånger och produktionsgruppen sex gånger. Veckan innan konferensen hölls ett stormöte för alla som arbetade under genomförandet.



Resultat

Målsättningen var att få 400 deltagare till konferensen. Vi nådde inte hela vägen fram men är nöjda med deltagarantal på 354 deltagare och 20 medverkande. En av huvudmålgrupperna var ledare och 20 % av deltagarna utgjordes av personer i ledande befattningar. Enkätsvaren visar att 81 % av de tillfrågade tyckte att temat leading transition var relevant

Mer än 50 % av deltagarna nappade på vårt erbjudande om gruppbokning, vilket överträffade våra förväntningar. Flera valde att anmäla ledningsgrupp och personal från sin organisation. Vi tror att genom att tillsammans komma flera befattningar kan effekterna av innehållet i konferensen ge mer genomslag i organisationen.

Utmärkande är också att konferensen tycks ha lockat fler företrädare för scenkonst mer än institutioner. Den kommunala och regionala sektorn var också väl representerade.

82 nordiska deltagare, eller 23%, utanför Sverige, är ett mått på hur väl Arts & Audiences har etablerat sig som en nordisk arena för publikutveckling sedan starten 2011.

Flest antal kom från värdlandet Sverige, 208 stycken. Därefter Norge 27, Danmark 15, Finland 8, Island 3, Belgien 3, Storbritannien 2, Holland 2, Åland 2, Bulgarien 1. Deltagarna var fördelade på 238 kvinnor och 116 män.

Konferensen innebar en stor investering för Kultur i Väst och biljettintäkterna utgjorde en stor intäkt. Budgeten var 1,2 mkr.

”Leaving @ArtsAA inspired, confused and a bit tired. Lots of thoughts and ideas. Thank you all, nice work! #artsaud16”

Twitter: Kenneth Johansson @Kenneth_Johanss Nov 8 Gothenburg, Sweden



Vad har vi lärt oss av detta

Projektets struktur var bra och det fanns en tydlighet med tidsplan för hela projektiden. Men det är viktigt att ge information om upplägg och planering så tidigt som möjligt. Ett projekt av den här storleken hade behövt längre förprojekteringstid och mer tid för programresearch.

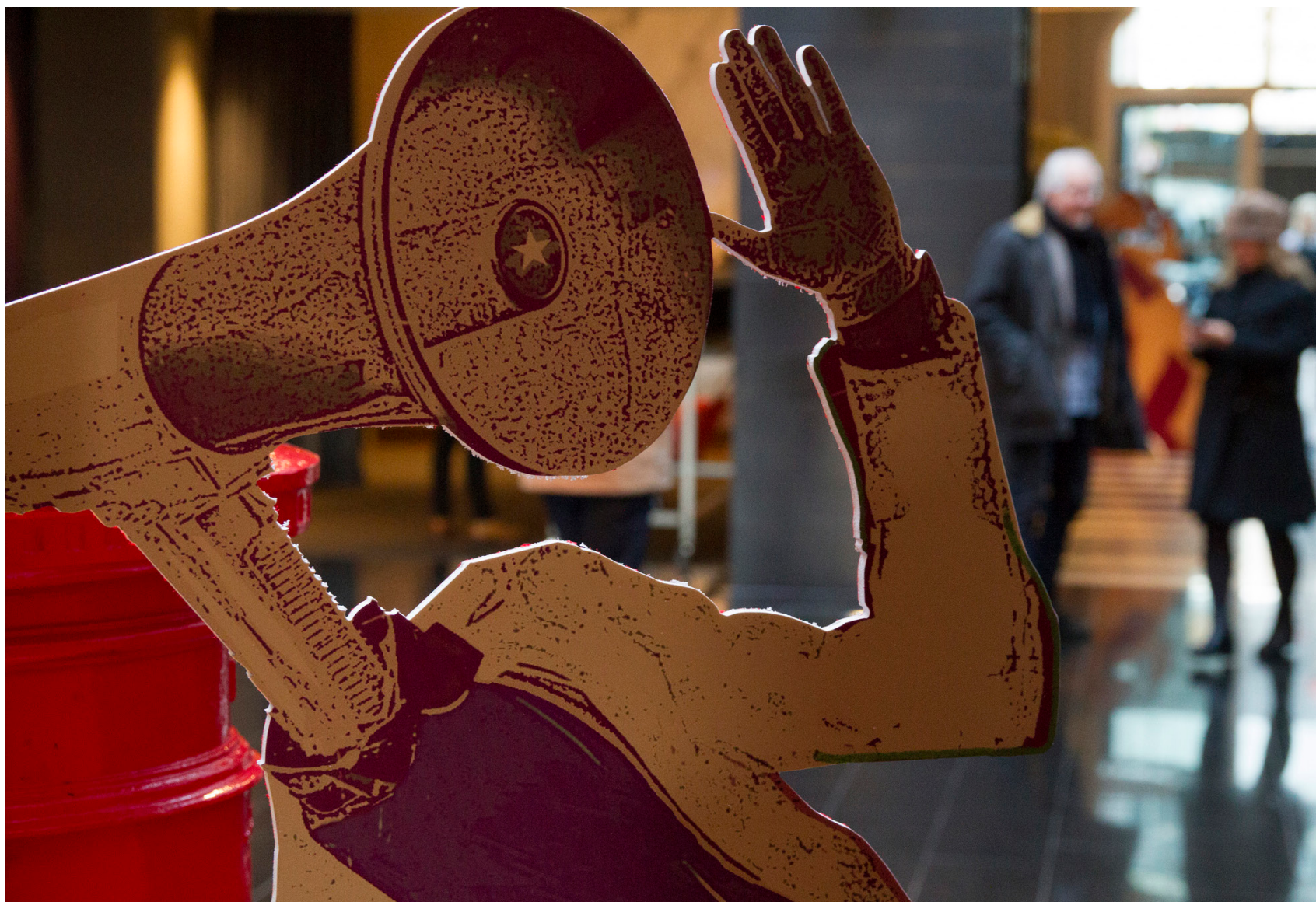
Projektet bestod av flera olika parter och arbetsgrupper vilket medförde en utmaning att alla fick den kommunikation som behövdes. Förvaltningen saknar ett bra verktyg för projekthantering.

Flera medarbetare fanns med i olika roller under projektet vilket var positivt och innebar en möjlighet att påverka innehållet under längre tid.

Förutsättningar finns att växla upp organisationens kunskap i de frågorna om man hade fortsatt och gjort konferensen en gång till. Till en annan gång eller om man gör konferensen igen kan man och jobba ännu mer med konferensdesignen, låta konferensen byta form som blandar föredrag och nätverksaktiviteter mer under dagarna.

Hur tar vi hand om det här?

Konferensen har generat mycket material som man kan använda vidare i olika former. Det är ett bra underlag och verktyg för RePublik att arbeta vidare med i sin verksamhet. Särskilt viktigt blir att möta behovet av nätverk och kunskapsdelning kring Publikutveckling, samt att engagera ännu fler ledare i utvecklingen av publikcentrerade kulturorganisationer.



”Tack för en ovanligt givande och välordnad konferens. Jag fick med mig många nya och angelägna tankar, idéer och kontakter. Jag är också imponerad över hur välgenomtänkt både innehållet och allt praktiskt var. Både innan och under konferensen. Hälsa dina kollegor och gratulera er till ett gott arbete.”

Projektorganisation

Ansvarig chef: Bengt Källgren

Projektägare: RePublik/Henrik Martén

Projektgrupp: Johanna Hagerius (projektledare), Nils Wiklander (bitr projektledare), Pernilla Johansson (kommunikatör), Helén Liljedal (konsulent), Henrik Martén (verksamhetsledare RePublik)

Programgrupp: Petra Johansson, Eyrún Thorhallsdóttir, Pia-Marie Wehring (konsulenter), Dag Rosenqvist (Producentbyrån)

Produktionsgrupp: Ylva Ehrenborg-Harström (koordinator), Kristina Johansson (ekonom), Anders Magnusson (AD), Malin Enberg (Producentbyrån)

Förutom arbetsgrupperna har studenter från Kulturverkstan och medarbetare från Kultur i Väst och Producentbyrån arbetat i olika delar under projektets gång och under konferensens genomförande.

En nordisk referensgrupp och RePubliks Advisory Board har också ingått i projektorganisationen.

Partners: Center for Kunst & Interkultur (CKI), Norsk Publikumsutvikling (NPU), Producentbyrån och Kultur i Väst.

”A quick note of thanks to you and the team for all your hard work and commitment over the course of the conference. It ran very smoothly, and I felt really well supported and informed about all elements of what was happening. I know how much effort it takes from all members of a team to make it feel that like for the delegates - so I just wanted to tell you that I appreciated it. Also, thanks for the lovely food and the warm welcome from all the staff!”

Utvärdering och utformning:

Pernilla Johansson

Anders Magnusson

Kultur i Väst

2016

Arts & Audiences 2016

Unfollow board



↑ 1



↑ 1

Saved by Kultur i Väst



↑ 1

Saved by Kultur i Väst



Saved by Kultur i Väst

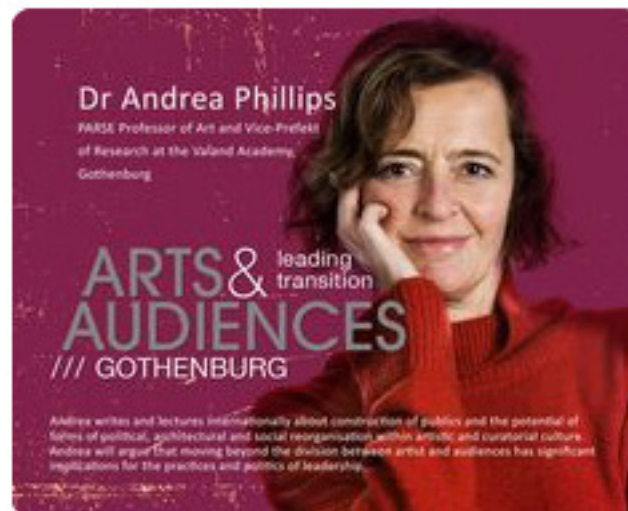


↑ 1



↑ 1

Saved by Kultur i Väst



↑ 1

Saved by Kultur i Väst



Saved by Kultur i Väst



↑ 1



↑ 1

Saved by Kultur i Väst



↑ 1

Saved by Kultur i Väst



Saved by Kultur i Väst



↑ 1





ARTS & leading transition AUDIENCES

/// GOTHENBURG

