

Borås Kulturskola

ARRANGÖRS BOKEN

Handbok för unga arrangörer



BORÅS
STAD



Innehåll

s. 4-7	Diskussionsfrågor
s. 8	Aktivitetsplanering och brainstorm
s. 10	Roller och samarbeten
s. 12	To-do!
s. 14	Ta kontakt
s. 16	Marknadsföring
s. 20	Budget
s. 24	Program
s. 26	Värdskapet
s. 28	Lokal och säkerhet
s. 29	Utvärdering
s. 30	Ordlista

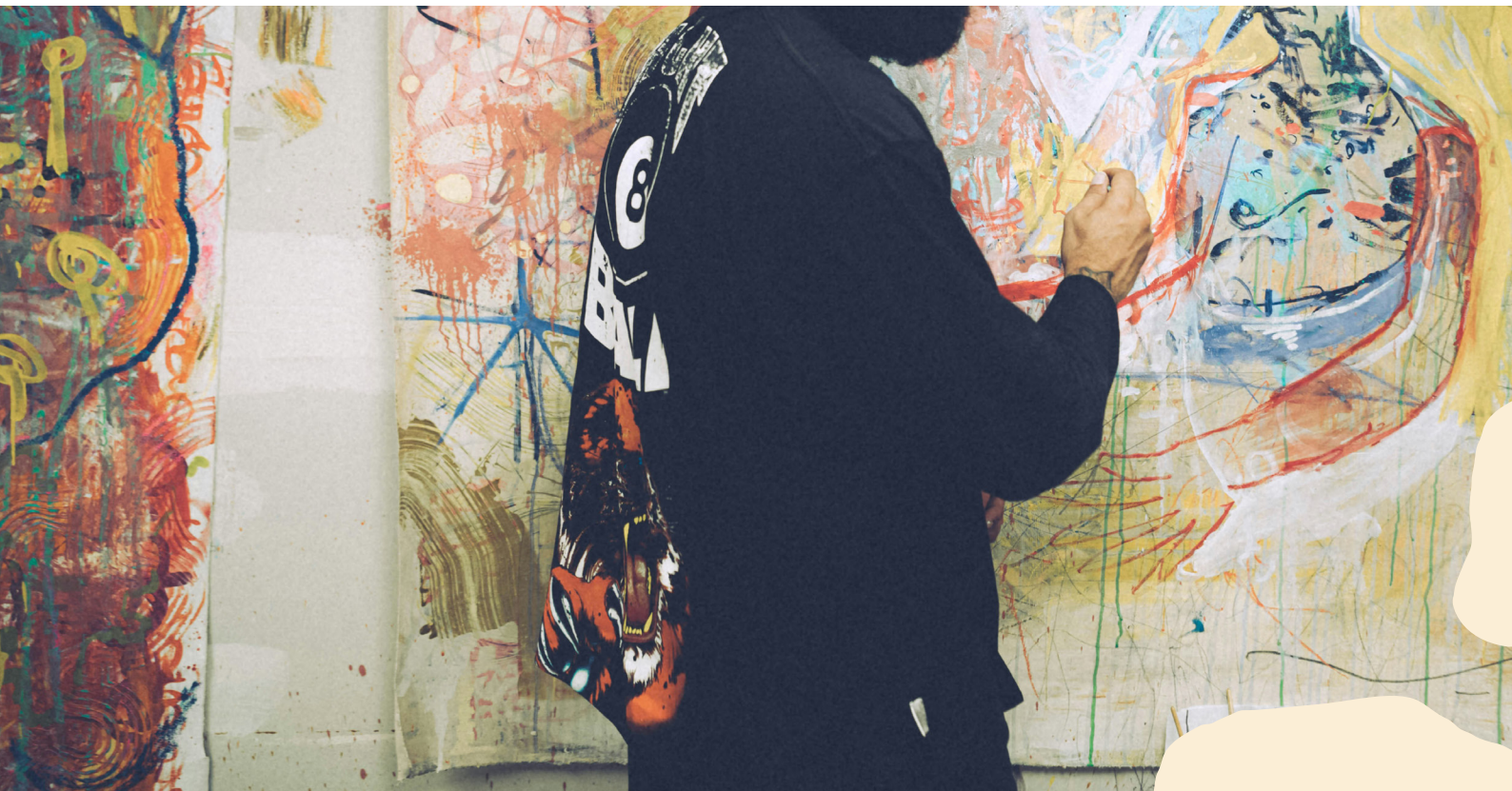


Vad är ett evenemang?

En större eller mindre tillställning. Något som inte händer varje vecka.

Exempel på evenemang:

- En utställning med vernissage.
- En skateboardtävling.
- En spelning.
- En battle inom dans.
- En festival.
- ... kommer du på något mer?



Vad gör en arrangör?

Den som ser till att evenemanget blir av är arrangören.

Exempel på arbetsuppgifter:

- Bokar artister.
- Fixar lokalen.
- Gör alla inköp.
- Gör planering.
- Tar hand om budget.
- ... kommer du på något mer?



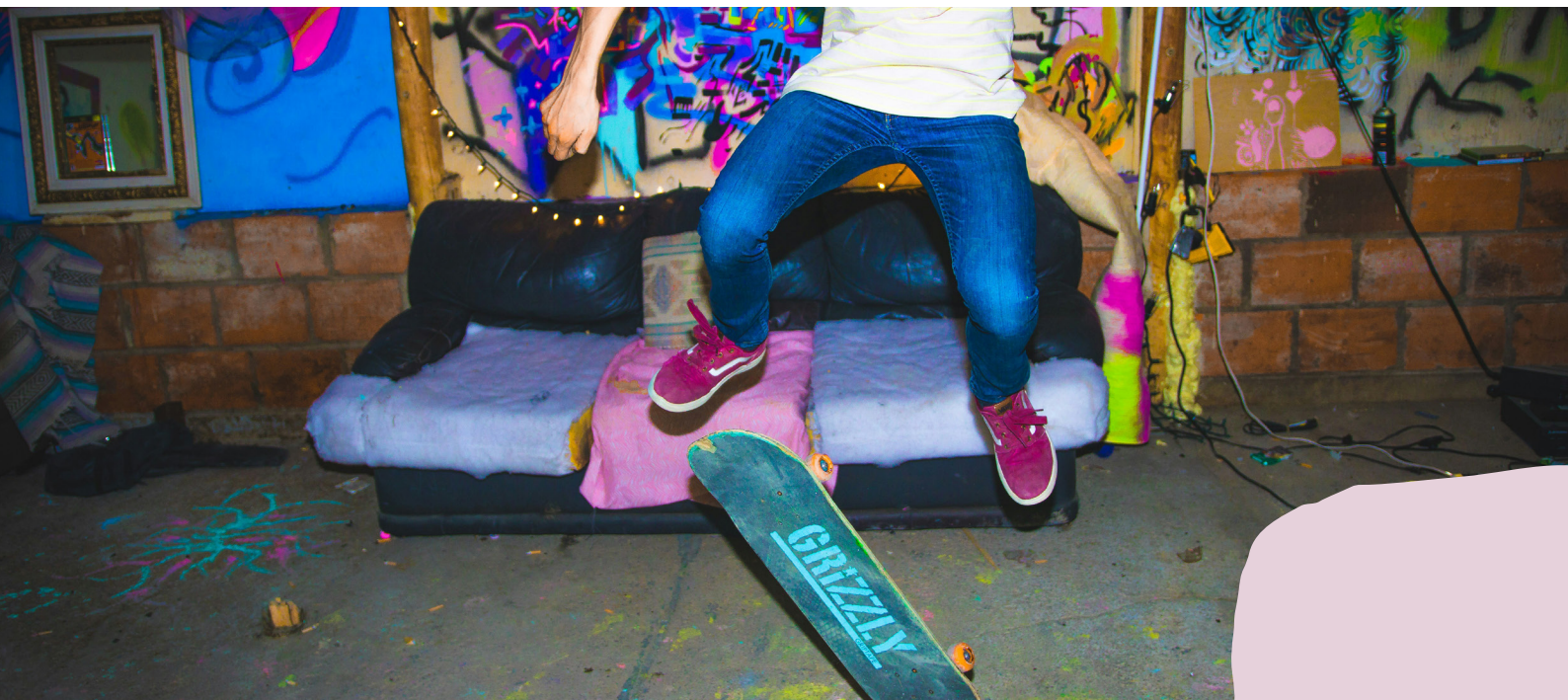
Vad är kultur?

Lite förenklat:

Beteenden (antropologi)
Sånt som vi skapar (estetik)

Diskutera:

- Är fotboll kultur?
- Är religion kultur?
- Varför finns kultur?
- Varför kostar kultur?
- Vilka yrken finns inom området kultur?
- Berätta om din bästa kulturupplevelse!
- Har ni någon drömupplevelse?





**Dags att
planera!**

Aktivitets- planering

Skriv alltid ner det ni planerar. En bra idé kan vara att gå igenom aktivitetsplaneringen vid varje möte. I den här handboken finns mallar att använda till några av punkterna.

- Namn, dag och tid för evenemanget.
- Lista på de som arbetar och kontaktuppgifter.
När ses vi och planerar?
- Lista på olika samarbeten, namn, organisation och kontaktuppgifter.
- Kort beskrivning av evenemanget och plan för marknadsföring.
- Behövs scenteknik och tekniker?
- Budget.
- Aktiviteter och spelschema.
- Personalschema och olika roller.
- To-do lista och tidplan för planering.
- Efter evenemanget: plan för städ, utbetalningar, rapportering, utvärdering.

Kom igång med
en tankekarta!

Typ av evenemang,
vad kan man göra?

Syfte / varför?



Samarbeten?



Evenemangets namn: _____

Dag, tid, plats: _____

När?



Var?



Vilka ska vara med?

Samarbeten

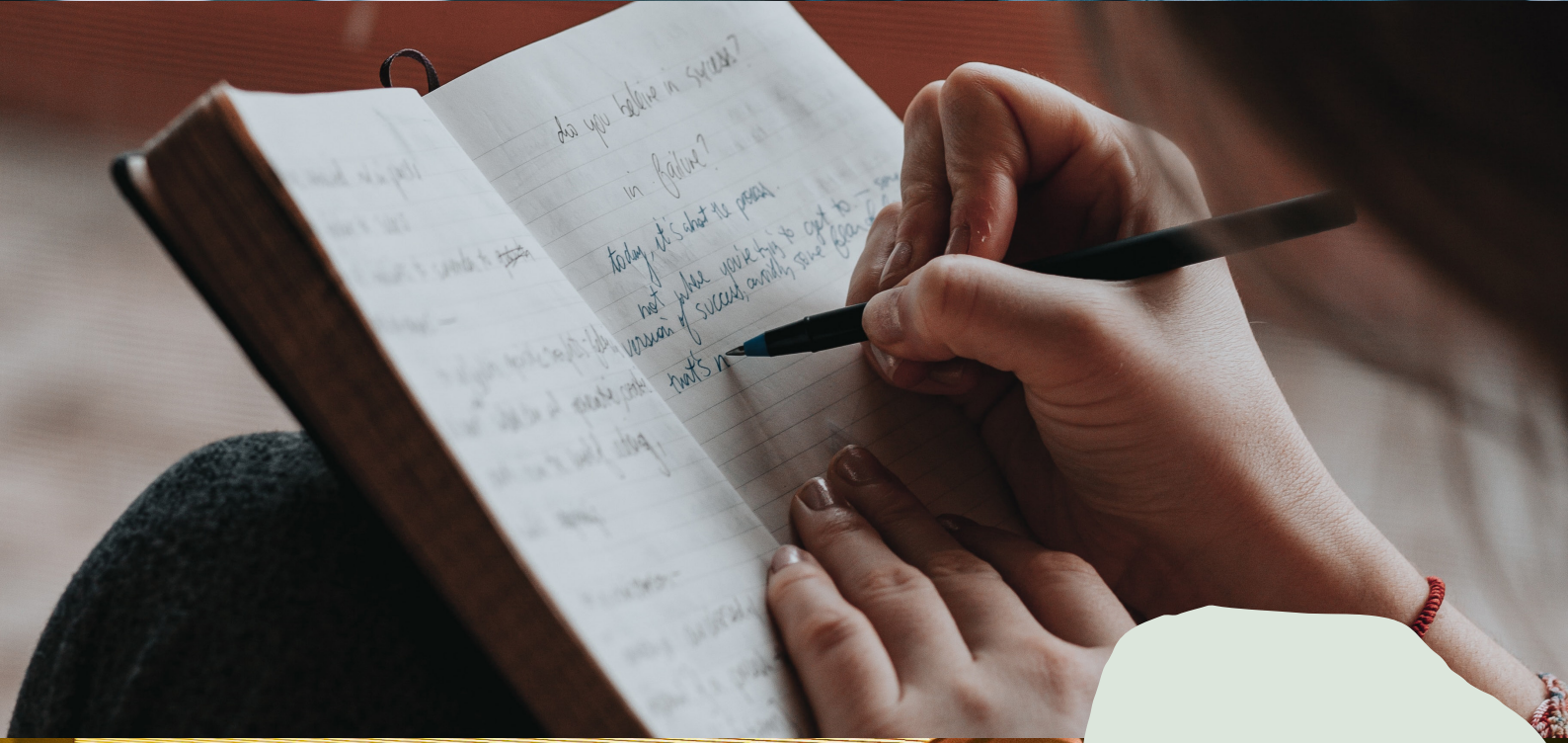
Känner vi någon som kan hjälpa oss med sånt som inte vi kan själva?

Ett samarbete kan både vara roligt och inspirerande. Det är dessutom ekonomiskt! Vi kanske kan få mer personal på evenemanget eller få tag på material och kunskap som vi inte har? Ett grymt samarbete kan ofta leda till nya spännande idéer.

Namn:	Uppgift före och/eller under evenemanget:	Kontaktuppgifter:
Organisation:	Vem av oss är kontaktperson?	Övrigt:

Namn:	Uppgift före och/eller under evenemanget:	Kontaktuppgifter:
Organisation:	Vem av oss är kontaktperson?	Övrigt:

Namn:	Uppgift före och/eller under evenemanget:	Kontaktuppgifter:
Organisation:	Vem av oss är kontaktperson?	Övrigt:



Ta kontakt!

Ni kanske vill boka en artist eller workshop till ert event, eller behöver skriva till någon som ni vill samarbeta med?

Här kommer lite tips på sånt som är bra att få med i ett mail eller telefonsamtal.

- Berätta vem du är och lite kort om evenemanget som ni planerar. Glöm inte dag, tid och plats.
- Säg gärna varför ni just vill ha med den här personen eller gruppen.
- Fråga om de har möjlighet detta datum.
- Fråga om de har några tekniska krav eller motsvarande, och kolla vad de kan ta med själva.
- Om de svarar ja kan det vara bra att nästa gång prata mer ingående kring teknik eller materialbehov. Prata med dem om hur mycket plats de behöver, om de har önskemål kring kost, frågor kring resa eller annat. Kom också överens om pris och faktura skriftligen.
- Ha en trevlig, proffsig och personlig ton
- var dig själv :)

Psst...

Det är helt okej
att ha fusklapp!

Ett påhittat exempel:

Hej! Jag heter Lamar och jobbar i en ung arrangörsgrupp som heter Kulturkompis på kulturskolan. Just nu planerar vi en minifestival den 30 augusti på bryggan i västra hamnen. Vi letar efter lokala unga artister som vill uppträda på våran scen. Vi såg er på en spelning i somras och tycker ni är så himla bra! Skulle ni vilja vara med?

Vi har sökt pengar från Kulturstödet och har inte jättestor budget för detta event. Har ni ett bra pris för oss så blir vi jätteglada! Vi kan erbjuda ljudtekniker och har ett trumset på plats. Vi har redan bokat Liljekonvalj till våran scen, och så samarbetar vi med några lokala unga poeter.

Vi ser fram emot att höra från er!

MVH Lamar och medlemmarna i Kulturkompis



Marknadsföring

Hur når vi ut?

- Vad ska produceras?
 - Affisch?
 - Bilder för webb och sociala medier?
 - Illustration?
 - Programblad?
 - Skyltar och infolappar?
 - Pressmeddelande?
- Vilka kanaler ska ni nå ut i?
 - Hemsida/eventemangssidor?
 - Sociala medier?
 - Affischering?
 - Flyers/handouts?
 - Mailutskick?
- Gör en tidplan och sätt deadlines.
-
- Bestäm vem som gör vad.
- Har vi någon som dokumenterar; fotar eller filmar?

Samarbeten?

Glöm inte att kolla vad som gäller kring loggor eller grafiska regler.



Pitch!

Försök att förklara vad ni ska göra för någon som inte vet.

Det är bra om texten lockar och väcker intresse, och är ganska kort. Texten blir ett bra underlag i marknadsföringen.

Ett påhittat exempel:

Kulturbomben är en minifestival som går av stapeln den 30 augusti på bryggan i västra hamnen. På scen bjuds vi på poesi av Hibiskus, Smultron och Ek. Boråsbandet Liljekonvalj spelar melankolisk pop och Fristadbaserade Paradis ger oss skränig postpunk och scenkostym utöver det vanliga. Biljettsläpp den 1 juli, mer info och fler bandsläpp hittar du på www.boraskulturskola.se och vår instagram @kulturbomben_boras. Festivalen arrangeras av de unga arrangörerna i Kulturkompis. Kostnad: 150kr, evenemanget är alkohol- och drogfritt, från 13 år. I samarbete med Kulturstödet.

”Vi ville erjuda en scen för unga i Boråsområdet. Kulturbomben ska vara en plats för unga scenutövare att få chansen att uppträda, men också ett ställe att möta andra som sysslar med kultur. Det blir garanterat en kväll med go stämning och riktigt grymma artister!”
Lamar, arrangör i Kulturkompis.

Tidplan exempel:

Lite mer
avancerat!

Vad ska göras?	Vem gör det?	Kanal?	När?
Skapa affisch	Idun	A3, A4, flyer A5, digital affisch, bild för webb, bild för instagram.	Innan sommarlovet
Sätta upp affischer	Lamar och Kendra	Bäckäng, Kulturskolan, Kulturhuset, runt om i stan	20 juli
Instapost biljettsläpp	Lamar	Instagram inlägg och stories	30 juli
Instapost bandsläpp 1	Lamar	Instagram inlägg och stories	10 augusti
Skriva och släppa pressmeddelande	Idun och Kendra	Mail till BT, P4 sjuhärads, GT	5 augusti





Budget

Vad kommer det kosta?

En budget är en uppskattning av inkomster och utgifter. Efteråt gör man en resultaträkning för att se om det gick att hålla budget.

**Vad vi hade
tänkt handla för.**

**Vad det faktiskt
kostade.**

Utgifter:	Budgeterad summa:	Utfall:	Resultat:
Inköp av fika	1000kr	1200kr	-200kr

**Vad vi trodde
vi skulle tjäna.**

**Vad vi faktiskt
tjänade.**

Inkomster:	Budgeterad summa:	Utfall:	Resultat:
Försäljning av fika	1500kr	1600kr	+100kr

TOTALT:

-100kr

Tänk ekonomiskt!

- Ett grymt samarbete kan vara ett sätt att minska på utgifterna. Om det behövs mer, går det att söka pengar någonstans?
- Fundera noga på vad vi kan göra själva och vad vi måste köpa, men tänk på att det tar extra tid att göra saker själv.

Program

Vad händer?

När besökarna kommer vill de veta vad de kan göra och vilka hålltider som gäller. Gör ett spelschema och program som ni sätter upp i lokalen om ni har många aktiviteter under evenemanget.

SCENKVÄLLEN!

program:

16.00	Insläpp och fika
16.30	Upptredanden
17.30	Paus
17.45	Upptredanden
19.00	Tävling
20.00	Slut

Värdskapet

Vad betyder det?

När vi gör ett event vill vi ju att alla ska trivas och ha det riktigt kul. Det gäller både besökare, artister, workshopsledare och personal. Vi som arrangörer har en viktig roll i detta - nämligen värdskapet!

Fundera kring frågorna i de olika molnen.

Välkommen!

Hur känns det när besökarna kommer in här?

Visualisera:
testa att vara gäst och värd.

Känns det lätt att hitta?
Känns det tryggt och trivsamt?
Är det fint och städat?

Backstage

Hur kan vi få våra artister att trivas? Ordna med ett rum där de kan byta om och ha sina saker. Kolla om de har några särskilda önskemål och om det är något vi kan ordna.

Hej!

Glad personal smittar av sig!

Hur ska vi få personalen att må bra? Finns ett ostört ställe för fika och rast? Har någon särskilda behov? Specialkost?

Vi hjälps åt
och peppar varandra
hela vägen!

Fråga gärna mig

Märk ut vilka som är personal genom till exempel namnskyltar eller speciella t-shirts så blir det tydligt för besökarna.

Tillgänglighet

Ta reda på hur lokalen är tillgänglighetsanpassad.

Är lokalen med i tillgänglighetsdatabasen så står det mesta där.

Går det att komma fram med rullstol?
Kan vi förbereda någon med NPF (neuropsykriatiska funktionsnedsättningar) eller andra behov?

Vissa saker går att anpassa, andra inte - det är bra att känna till just den här lokalens förutsättningar för att kunna svara på frågor och informera besökare om tillgänglighet.

Lokal och säkerhet

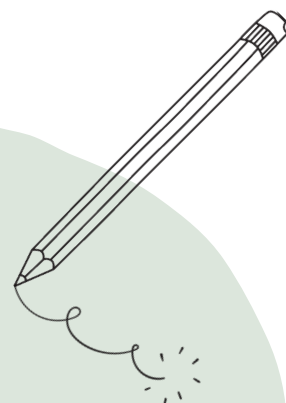
Det är väldigt viktigt att alla i arrangörsgruppen känner till nödutgångar och rutiner vid larm.

Alla evenemang bör ha en säkerhetsansvarig. Det kan vara en vuxen personal som känner till arbetsplatsens rutiner. Innan evenemanget äger rum bör alla som arbetar få en genomgång av rutinerna.



Det är bra att rita en karta över lokalen.
Där kan ni märka ut:

- Var scenen ska stå.
- Uppduktning av stolar och bord.
- Fika eller försäljning?
- Olika aktiviteter och var de ska vara.
- Toaletter.
- Nödutgångar.
- Något annat viktigt på ert evenemang som borde stå med?



Utvärdering

Hur gick det?

Efter evenemanget känner ni förhoppningsvis ”jag vill göra detta igen!”. Det är bra att så snart som möjligt ha ett möte för att utvärdera. Det kan räcka att fråga om vad som var bra och dåligt för att få igång samtalet. Ta anteckningar och titta igenom dessa inför planering av nästa event.

Det här var bra:

Besökarna var nöjda!

Det var roligt att göra detta tillsammans.

Grymma artister

Det här kan bli bättre:

Fikat tog slut.

Vi behöver längre tid att planera!

Flytta scenen till andra sidan.

Liten ordlista för arrangörer

Line up

Alla artister som uppträder på en konsert eller en festival.

Rider

Vad artisten eller bandet kräver eller behöver av arrangören. Det kan röra både vilken dricka de vill ha backstage och krav på teknik på scenen.

Backstage

”Bakom scenen” - område för artister och personal.

Rigga och rodna

När man fixar scenen, ställer i ordning i lokalen och förbereder teknisk utrustning brukar man säga att man riggar.

Get in

Tiden då artisten, gruppen eller bandet ska vara på plats för att börja lasta in sina saker.

Soundcheck

Tiden när artister och band ska testa ljudet på scenen tillsammans med teknikern innan spelningen.

Backline och PA

Den ljudutrustning som bandet eller artisten behöver ha på scenen, så som förstärkare och mikrofoner. Med backline menar man också instrument.

Workshop

En aktivitet, kurs eller möte där deltagarna får vara aktiva, prova-på och jobba tillsammans i mindre grupper än till exempel en föreläsning. Ibland betyder workshop att en person lär ut någon typ av hantverk eller konstform.

Gage

Lön/arvode. De som arbetar med konst och kultur måste få lön. Samtidigt kämpar arrangören ofta med en liten budget - därför brukar man ibland behöva förhandla om arvodet.

LPP

”Löser på plats”: Allt går inte planera eller förutse som arrangör och ibland måste vi lösa olika problem på plats. Det är bra att vara förberedd, och hjälps vi åt så ordnar det sig alltid tillslut!

Det finns såklart många fler krångliga arrangörsord än de här. Kanske kan ni som grupp sätta ihop en egen ordlista med ord som ni lärt er?



**LYCKA
TILL!**

Borås Kulturskola

ARRANGÖRS BOKEN

Att planera ett evenemang kan ta veckor, månader eller ibland år. Arrangörskapet kräver både samarbete och god planering, och bjuder på många spännande lärdomar längs vägen.

I det här häftet har vi samlat några verktyg för dig som vill lära dig mer om att bli en arrangör. Du kan använda allt eller plocka ut vissa delar. Här finns också mallar för planering och lite tips och trix.

Hoppas att handboken ska komma till nytta!