



Handläggare: Monica Christensen
Telefon: 08-508 31 921

Till
Kulturnämnden

KuN 2011-02-15
Nr 20

Förslag till verksamhetsstöd till Kulturdirekt 2011 – svar på uppdrag från kulturnämnden

Sammanfattning

Kulturdirekt ansöker om verksamhetsstöd för 2011. Ansökan avser medel för fortsatt drift och utveckling av ett informations- och biljettkontor på nätet och vid egen disk i Kulturhuset för det fria kulturlivet.

Under förra mandatperioden beslutade kulturnämnden att under tre år (2008-2010) satsa 10 miljoner extra per år i så kallade ”växtpengar” för att utveckla Stockholm som kulturstad och gav kulturförvaltningen i uppdrag att utveckla incitamentsstrukturen för kulturlivet och bland annat i samverkan med det fria kulturlivet skapa ett marknadsförings- och biljettkontor. Detta gjordes och 2010-12-14 presenterades en utvärdering av samtliga delar av dessa växtpengar för kulturnämnden. Förvaltningen föreslog då i den sammanfattande skrivelsen att förvaltningen får i uppdrag att se över möjligheten att temporärt utöka stödet under 2011 till Kulturdirekt för att ge organisationen möjlighet att utveckla en modell för högre självfinansiering och för att öka sin synlighet gentemot allmänheten. Potentialen är stor men det finns ett starkt behov att ytterligare synliggöra verksamheten.

Förvaltningen föreslår därför ett verksamhetsstöd för Kulturdirekt om 1 mnkr för verksamhetsåret 2011 samt 200 tkr i engångsbidrag till marknadsföringsinsatser samt utveckling av självfinansieringsmodell.

Underlag för beslut

Ansökan om verksamhetsstöd samt kompletterande ansökan om extra medel för marknadsföring under 2011.



Förslag till beslut

Kulturförvaltningen föreslår kulturnämnden besluta

att fastställa förvaltningens förslag om stöd till Kulturdirekt om 1 000 tkr i verksamhetsstöd för 2011 och 200 tkr i engångsbidrag för marknadsföringsinsatser samt utveckling av en självfinansieringsmodell

.....
Berit Svedberg
Kulturdirektör

.....
Patrik Liljegren
Avdelningschef

UTLÅTANDET

Bakgrund

Kulturdirekt bildades i januari 2009 och har sedan dess beviljats verksamhetsstöd av kulturnämnden för att driva och vidareutveckla ett marknadsförings- och biljettkontor för det fria kulturlivet. Idag är Kulturdirekt en ekonomisk förening med över 120 medlemmar från ett vitt spektrum av det fria kulturlivet i Stockholm. Bland medlemmarna finns både organisationer och enskilda kulturutövare. Kulturdirekt har en webbportal på nätet www.kulturdirekt.se och en fysisk disk i Kulturhuset för information, marknadsföring och biljettförsäljning för de kulturaktörer i Stockholm som inte har statlig, kommunal eller landstingskommunal huvudman. På hemsidan förmedlar man även lediga lokaler för uthyrning. Kulturdirekt erbjuder också utbildningsseminarium för sina medlemmar, t.ex. en seminarierie om marknadsföring och digitala medier i samarbete med Teatercentrum hösten 2010. Kulturdirekt har även en Facebook-grupp som i dagsläget har ca 1 600 medlemmar med tävlingar och utlottning av biljetter mm.

Kulturdirekt är en ekonomisk förening, vilket innebär att det är medlemmarna som äger organisationen och att föreningsstämman är högsta beslutande organ. Föreningens operativa verksamhet drivs av tre heltidsanställda: en verksamhetsansvarig, en webbansvarig och en informationsdiskansvarig.

Fokus under uppbyggnadsfasen har till stor del legat på medlemsrekrytering, utveckling av tjänster samt att etablera samarbeten. Detta arbete måste fortsätta för att Kulturdirekt ska växa sig till ett starkt varumärke och därmed en naturlig kanal



för allmänheten att använda sig av samt för att t.ex. förmånliga annonsavtal ska kunna upprättas.

Förvaltningens synpunkter

Kulturdirekt har efter att ha verkat i ca 1,5 år värvat över 120 medlemmar och utvecklat tjänster som fortbildningskurser för medlemmar och förmedling av lediga lokaler. Potentialen är stor men det finns ett starkt behov att ytterligare synliggöra verksamheten. Kulturdirekt behöver dels fortsätta öka medlemsantalet och dels synliggöras mer för publiken. Därför föreslår förvaltningen, förutom verksamhetsstöd för den ordinarie verksamheten, ett engångsstöd för marknadsföringsinsatser för att göra verksamheten mer synlig och attraktiv.

SLUT