

Handläggare
Karin Axelsson
Telefon: 508 31 989**Till**
Kulturnämnden

Information om Kulan och Kulanpremien 2015

Sammanfattning

Kulan är en mötesplats för förskolor, skolor och det professionella kulturlivet och Kulanpremien är en rabatt på 50 kr till barn i förskola och skola som riktas mot utvald fri scenkonst inom teater, litteratur, dans, musik etc.

Drygt hälften av stadens barn och unga i grundskola och förskolan är nöjda med de kulturupplevelser de får ta del av enligt stadens skolenkät. Resultatet är i linje med förra året, och visar en liten ökning i förskolan.

Nyfikenheten på Kulans utbudssidor på webben ökade 2015 mätt i besök, från 100.143 till 147.271 vilket innebär 47 procent fler jämfört med 2014.

93.200 barn och unga har upplevt kultur med stöd av Kulanpremien. Detta har fördelats på ordinarie premier om 50 kr per besök men också till kampanjer riktad mot ytterstaden, särskola och förskola samt till barn och ungdomar på asylboenden. Kulanpremien omfattar även subventionerade författarbesök i grundskola och gymnasiet. Antalet nyttjade premier är 24 procent lägre jämfört med 2014.

De minskade besöken med Kulanpremie jämfört med 2014 kan bland annat kopplas till att andelen kampanjerbjudanden varit högre i år. Den ekonomiska ramen har också varit något lägre än 2014 då kampanjerna till stor del finansierades av extra medel från staden för arbete med värdegrundsfrågor i skolan. Ett nytt bokningssystem har införts vilket komplicerade bokningarna för vissa bokare under våren men utvecklingen under hösten pekar åt rätt håll. Systemet omfattar nu ca 1.700 aktiva bokare från förskola och skola och ca 80 olika kulturproducenter från det fria kulturlivet har tagit emot bokningar till sammanlagt 175 olika program

Även Kulans kommunikation via blogg och facebook har lockat många läsare och gillare. Kulans facebook har under året fördubblat antalet gillare och är nu uppe i 1.100.

Inledning

Kulan

Kulan är en mötesplats för förskolor, skolor och det professionella kulturlivet. Målet är att fler barn och unga ska få ökad möjlighet att uppleva kultur. Kulan består av en webbaserad kommunikations-plattform samt fysiska mötesplatser i form av kulturombudsträffar, kulturproducentträffar och gemensamma träffar mellan kulturlivet och kulturombud i skola och förskola. Systemet omfattar nu ca 1 700 aktiva bokare från förskola och skola som under året kunnat välja mellan ca 450 programaktiviteter. 328 kulturproducenter inom bland annat teater, litteratur, dans, cirkus och musik har funnits med och presenterat sitt utbud.

Sedan hösten 2013 har utbildningsförvaltningen och kulturförvaltningen i uppdrag att driva Kulan som ett samarbete mellan förvaltningarna i ordinarie verksamhet och från och med 2015 ingår även stadsdelsförvaltningarna.

Kulanpremien

Kulanpremien är en rabatt på 50 kr till barn i förskola och skola som riktas mot utvald fri scenkonst inom teater, litteratur, dans, musik etc. Syftet är att öka barns och ungdomars tillgång till kvalitativ fri scenkonst och konst. Kulturförvaltningen beslutar om urvalet med hjälp av en referensgrupp. Kulanpremien omfattar även riktade kampanjer och författarbesök i grundskolan och gymnasiet. De riktade kampanjerna används för att stimulera eftersatta målgrupper eller geografiska områden. Kampanjerna kan också göras för att stärka konstområden. Under året har drygt 6,5 miljoner kronor nyttjats till Kulanpremier.

Resultat och statistik

Det finns ett stort intresse för Kulan på webben. Antalet besökare på Kulans utbudssidor har ökat kraftigt under 2015. Från 100.143 visningar under 2014 till 147.271 visningar 2015. Detta är en ökning med 47 procent. Även antalet unika besökare har ökat från 13.908 under 2014 till 20.571 under 2015. Av dessa besökare är 56 procent nya användare. På utbudssidorna har 328 kulturproducenter funnits med under året och presenterat sitt utbud av totalt ca 450 aktiviteter.

Även Kulans kommunikation via blogg och facebook har lockat många läsare och gillare. Kulans facebook har under året fördubblat antalet gillare och är nu uppe i 1.100

Brugarundersökningar

Ytterligare ett sätt att titta på kulturen i förskolan och skolan är att utgå ifrån stadens brukarundersökningar. Under 2015 var 65 procent av föräldrarna med barn i förskolan, nöjda med sina barns möjligheter att ta del av och möta olika sorters kulturutbud på och utanför förskolan vilket är högre än 2014. I grundskolans åk 5 svarar 65 procent av eleverna att de är nöjda med de kulturupplevelser de fått ta del av i skolan vilket är på samma nivå som 2014.

Kulanpremien

Systemet med Kulanpremien omfattar nu ca 1 700 aktiva bokare från förskola och skola och ca 80 olika kulturproducenter från det fria kulturlivet som tagit emot bokningar till sammanlagt 175 olika program. 93.200 barn och unga har upplevt kultur med stöd av Kulanpremien. Förskolan ökade sina besök medan grundskolan, som ökade stort under 2014, minskade antalet besök vilket även gymnasiet gjorde.

Årets besökssiffror motsvarar 53 procent av Stockholms barn och unga i åldern 1-18 år. Nedgången i nyttjandet av Kulanpremier har bland annat påverkats av att andelen helt subventionerade kampanjer varit högre i år. Den ekonomiska ramen har också varit något lägre än 2014 då kampanjerna till stor del finansierades av extra medel från staden för arbete med värdegrundsfrågor i skolan. Ett nytt bokningssystem har införts vilket komplicerade bokningarna för vissa bokare under våren men utvecklingen under hösten pekar åt rätt håll.

Teater är fortfarande det största konstområdet när det gäller användningen av Kulanpremien men dominansen är inte lika stor som tidigare. Musiken ökar och cirkusen har tagit andelar under året och utgör nu 3 procent.

Tabell: Andelen besök för olika konstområden. Procent.

Konstområde	2015	2014
Teater	48%	64%
Musik	26%	16%
Dans	11%	14%
Övrigt: Litteratur, cirkus, film mm	15%	6%

Kampanjer

Under höstterminen 2015 gjordes flera riktade kampanjer. Målgrupper för dessa kampanjer var särskolor, förskolor (främst i ytterstaden) samt åk 1-3 i grundskolan som också till största del i ytterstaden. Kampanjerna för förskolan har innehållit dans och cirkus. Särskolekampanjen innehöll konst, dans och workshops och kampanjen gentemot årskurs 1-3 innehöll musik.

Utöver ovan nämnda kampanjer genomfördes också en kampanj riktad mot barn och ungdomar boende på flykting- och transitboenden i Stockholm. Den genomfördes av Clowner utan gränser och nådde ca 200 barn och unga. Intresset från förskolor och skolor har varit stort och totalt nåddes ca 7 000 barn av höstens kampanjer.

SLUT

