

Information om Kulans nya bokningstjänst

Bakgrund Kulan

Kulan syftar till att främja samverkan mellan förskolor, skolor och det professionella kulturlivet så att fler barn och unga får tillgång till kvalitativa kulturupplevelser. Kulan är ett resultat av ett samarbete som inleddes 2007 med en skrivelse från ett antal grupper ur det fria kulturlivet. Ingivarnas mål var att nå ut med scenkonst till fler barn och unga på ett enklare sätt, till en lägre administrativ kostnad och med ett förenklat sätt att boka och fakturera.

Sedan 2013 drivs Kulan av utbildningsförvaltningen och kulturförvaltningen och fr.o.m. 2015 bidrar även stadsdelsförvaltningarna ekonomiskt. Kulan består av en webbaserad kommunikationsplattform samt fysiska mötesplatser mellan Stockholms kulturproducenter och kulturombud på Stockholms skolor och förskolor. Kulans webb speglar bredden av Stockholms kulturliv och nås på utbildningsförvaltningens webbplats Pedagog Stockholm. För närvarande finns 482 kulturaktiviteter som erbjuds av 307 kulturaktörer. Teaterområdet upptar en dryg tredjedel av utbudet. Därefter följer dans, musik, film och museer med ca 10 procent vardera samt ytterligare konstformer. Kulturdirekt som är en medlemsförening för Stockholms fria kulturliv, har i uppdrag att driva Kulans utbudssidor.

Bakgrund Kulanpremien

Kulturförvaltningen erbjuder sedan hösten 2000 alla skolor och förskolor en subvention i syfte att främja barns och ungas tillgång till utvald fri scenkonst. Subventionen är kopplad till Kulan och kallas därför Kulanpremien. Genom den subventioneras barns besök till fri scenkonst med 50 kr per tillfälle och totalt omfattar Kulanpremien 6,7 mnkr. Under 2014 gjordes ca 123 000 besök med Kulanpremien vilket motsvarar 71 procent av målgruppen barn och unga i Stockholm 1-18 år.

Syfte ny bokningstjänst

En ny bokningstjänst lanserades den 8 december. Tjänsten har flera syften och ska göra det enkelt att boka hela Kulans utbud. Barns

och ungas kulturdeltagande genom Kulan ska vara enkelt att följa upp. Med den nya tjänsten ska kunskapen öka om barns och ungdomars kulturdeltagande inom förskolans och skolans ram vad gäller t.ex. årskurser, områden, ålder eller konstnärliga kategorier. Syftet är att kunna göra kampanjer i de områden där det finns stora behov eller efterfrågan är stor. Därutöver ska administrationen av Kulanpremien minska för kulturproducenter, förskolan och skolans bokare och kulturförvaltningen. Genom att låta Kulanpremien vara åtkomlig via Kulans webbplats ska skolans och förskolans pedagoger lättare upptäcka Kulan med hela dess utbud.

Information

Hösten 2014 har informationsinsatser genomförts mot de olika målgrupperna. Förskolorna har informerats via möten med avdelningschefer, utvecklingssekreterare och kultursamordnare samt via särskilt utskick, veckobrev och nyhetsbrev till alla förskolor och dagbarnvårdare. Skolorna har fått information via kulturombuden, Kulans Facebook och Kulans blogg samt i nyhetsbrev till rektorer och informationsmöten om Kultur i ögonhöjd. Kulturdirekt har sedan hösten 2014 haft i uppdrag att berätta om den nya tjänsten för kulturlivets företrädare. Tolv möten genomfördes under hösten där 98 kulturaktörer deltog. Kulan informerar löpande om den nya tjänsten och deltog bl.a. på museimässan på Moderna museet i januari.

Nuläge

Varje dag registreras nya bokare och nya bokningar görs. För närvarande har 14 910 bokningar genomförts i det nya systemet sedan starten den 8 december 2014. Bokarna är från förskolor och skolor såväl i fristående regi som kommunal. Just nu är 903 bokare registrerade och ökar löpande i antal.

Användningen av Kulan har ökat sedan lanseringen. Jämfört med okt-dec 2013 ökade antal sidvisningar från 5 000 st till 30 000 st under samma period 2014. Antalet unika besökare har ökat från 2 200 st 2013 till 4 400 st efter lanseringen.

Det är Kulans främsta prioritering under 2015 att löpande göra anpassningar av tjänsten och identifiera uvecklingsbehov så att alla målgrupper ska vara nöjda med Kulans nya system. En första uppföljning av lanseringen kommer att göras i maj/juni 2015.