



RAPPORT 2011

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

FÖRORD	3
RESULTAT 2009 - 2011	4
SAMMANFATTNING	5
OM HBTQFESTIVALEN	5
FESTIVALEN 2011	6
Festivalkansliet	6
Regnbågsambassadörer	6
Verksamhetsområdet och programutbud	7
Infocentrum	7
Regnbågs kvarteret	7
Regnbågsparaden	7
Regnbågsparken	8
Webb/Media	8
Funktionärssamordning	8
Logistik- och sambandscentralen	9
Distribution	9
Invigningsgala	9
Regnbågsgala	9
Den Stora Efterfesten	10
Programutbudet	10
Tillgänglighet	10
FESTIVALFÖRENINGENS STYRELSE	11
BIDRAGSGIVARE, SPONSORER & SAMARBETSPARTNERS	12
KOMMUNIKATION & MARKNADSFÖRING	13
Flaggning med regnbågsflaggan	13
Program i tryck och på webb	13
Hemsida och annan webb	14
Press och media	14
Festivalaccessoar	14
Turmässan	14
VÄSTRA GÖTALANDSREGIONEN	15
Vetenskapsfestivalen	15
KOMPETENSUTBILDNING	16
UTVÄRDERINGAR	17
SLUTSATSER	19
HBTQFESTIVALEN 2012	21
Samordning och koordinering	21
Konst- och kulturprogram	21
Infocentrum	21
Invigning och avslutning	21
Flaggning	22
Regnbågs kvarteret	22
Regnbågsparken goes Trädgårdsföreningen	22
Regnbågsparaden	22
Funktionärssamordningen	22
Marknadsföring	22
Regnbågsredaktion / Medieproduktion	22
Logistik / Sambandscentral	22
Säkerhet	22
TACK!	23
SAMARBETSPARTNERS 2011	24

FÖRORD

Efter förra årets succéfestival dröjde det inte länge förrän planeringen av 2011 års verksamhet var i full gång. HBTQ-Festivalens satsning 2010, på öppenheten och synligheten fick i år även en tydligare koppling till Göteborg och Västra Götalandsregionen som destination, ett led i arbetet med att attrahera flera hitresande besökare. I vårt intima samarbete med Göteborg & Co resulterade detta i festivalens kampanj "go: WEST" som togs fram av vår kommunikations- och marknadsföringspartner Dragster. Vi satsade åter igen stort på att färglägga stora delar av staden genom att flagga med regnbågsflaggor på stadens flaggstänger och genom alla våra samarbetspartners som också flaggade på sina flaggstänger, Västtrafik flaggade på alla spårvagnar och stadsbussar. Knappast någon kunde gå miste om festivalen under vår flaggperiod som sträckte sig mellan den 23 maj till den 5 juni. På bara två år har vi lyckats etablera regnbågsflaggan som ett tydlig symbol i Göteborg för mångfald, öppenhet, inkludering, lika värde och lika rättigheter.

"För att förändra världen behövs HBTQ-Festivalen" var rubriken till mitt förord i årets programkatalog. Att vi har förändrat bilden av Göteborg och vårt omgivande samhälle är numera ett faktum. Våra succésiffror på antalet besökare är också ett bevis för att HBTQ-Festivalen behövs. Vi hade visserligen hoppats på flera besökare men ingen av oss hade kunnat drömma om att vi åter skulle mer än dubblera antalet besökare till 127 000 (se sidan 4 för sammanställning av resultat 2009-2011), vilket inkluderar såväl besökarna av festivalen i Göteborg som den verksamhet vi genomfört i Västra Götalandsregionens kommuner.

Intresset för att samverka med festivalen har också ökat lavinartat från både organisationer, offentliga institutioner, kommunala förvaltningar, myndigheter och näringsliv. Som ett led i vårt arbete med att förändra negativa attityder i samhället, diskriminering, kränkningar och utanförskap är det viktigt att vi fortsätter ställa krav på våra samarbetspartners om ökad hbt-kompetens och ett större engagemang för mångfaldsfrågor. Därför har det varit ett vinnande koncept att vi erbjudit våra sponsorer och samarbetspartners en grundläggande hbt-kompetensutbildning för deras personal.

Givetvis är jag stolt och mycket glad över årets resultat men även en succé kräver eftertanke och analys. Vårt fantastiska resultat beror givetvis på det engagemang och de insatser som våra ideellt arbetande platschefer och funktionärer presterat, samt våra samarbetspartners som arrangerat programpunkter och sponsorer som stått för kostnader som festivalen aldrig hade kunnat finansiera. Festivalen lever således inte ett eget liv. För utan alla våra partners som möjliggör festivalen så existerar vi inte, festivalen är inget självändamål. Och det är nu när vi är som störst som vi måste satsa mer på kvalitet, de flesta kvantitativa mål har vi nått med råge.

Det vinnande konceptet för festivalen med inkludering, öppenhet och bredd har skapat reella förutsättningar för olika åsikter att brytas, för olika program att skapas, för olika konstyttringar att upplevas och för många olika människor att mötas. Det är just bredden som gör inkluderingen möjlig. En bredd som innebär att både mer svårtillgängliga och konstnärligt smala arrangemang kan arrangeras, tillsammans med mer publikfriande och lättillgängliga program. HBTQ-Festivalen bereder plats för såväl de heta politiska debatterna som för de djupa diskussionerna kring konst. Regnbågsparaden är den enskilt största programpunkten som samlar flest deltagare. I år blev paraden större än någonsin, med 8 000 paraddeltagare och över 20 000 åskådare.

Våra uppsökande insatser i Göteborg och i andra Västra Götalandskommuner har också vuxit och fått en tydligare innebörd. Huvudsakligen har detta bestått av en turné med föreställningar, föreläsningar och konstutställningar för grundskole- och gymnasieelever. I mötet med ungdomarna har jag sett hur tomma ögon fyllts av nyfikenhet och energi men också en lättnad av att äntligen få känna tillhörighet. Det har oftast varit en engagerad diskussionsnivå och ibland har vi behövt sticka hål på förlegade fördomar. Vi har svarat på frågor ur frågelådor och vi har delat med oss av våra livserfarenheter. Navet i HBTQ-Festivalens verksamhet är att, med konst- och kultur, lyfta upp hbtq-frågor. Jag är övertygad om att vi har gjort skillnad, i den annars så heteronormativa vardagen. Efter två år som verksamhetschef kan jag med enkelhet konstatera att HBTQ-Festivalen gör skillnad och har en enorm utvecklingspotential. HBTQ-Festivalen behövs!

Göteborg den 10 november 2011



Tasso Stafliadis, verksamhetschef



RESULTAT 2009 - 2011

	2011	2010	2009
ANTAL BESÖKARE	127 000	60 000	10 000
PARADDELTAGARE/ÅSKÅDARE	8000/20000	3-5000/15000	0
PROGRAMPUNKTER	400	300	130
FUNKTIONÄRER	200/250	75/100	10
PLATSCHEFER	12/25	8	0
SAMARBETSPARTNERS	303	150	50
BIDRAG STADEN	800 000	350 000	250 000
BIDRAG REGIONEN	300 000	300 000	100 000
ÖVRIGA BIDRAG	500 000	250 000	80 000
SPONSRING PENGAR	350 000	200 000	1 500
SPONSRING TJÄNSTER	7 000 000	1 600 000	100 000
ANSTÄLLDA	1	1	0,5
NYSTARTSJOBB AF	0,5	0	0
PRAKTIKANTER	5	2	1





SAMMANFATTNING

2011 genomfördes HBTQ-Festivalen för femte året i Göteborg och likt förra året har vår verksamhet fortsatt att expandera. Vi har arrangerat konst- och kulturprogram över hela året i många av Västra Götalandsregionens kommuner och dessutom kompetensutvecklat de flesta av våra största samarbetspartners och sponsorer med grundläggande hbt-kompetensutbildning. Festivalens kampanj och grafiska manér gick under parollen "go:WEST" som bland annat anknöt till Göteborg som destination.

Bara i Göteborg under festivalens höjdpunkt den 1-5 juni arrangerades fler än 400 programpunkter vilket är en markant ökning från förra året. Intresset för festivalen var enormt och våra besökssiffror har skjutit i höjden till 127 000 besökare, en ökning med mer än det dubbla från förra året. Vår 68-sidiga programkatalog trycktes upp i 25 000 exemplar och programmet fanns även att tillgå på hemsidan och via en mobilapplikation.

Över femhundra regnbågsflaggor vajade runt om i hela Göteborgs stad under den två veckor långa flaggperioden 23 maj till 5 juni. Västtrafik flaggade med regnbågsflaggor på alla bussar och spårvagnar i staden under samma period. Synligheten ökade även genom att vi skapade vår Regnbågspark i hjärtat av Göteborg, i Bältesspännarparken, där utställare, scenprogram samt, mat och dryckesservering lockade till sig de inbitna festivalbesökarna men också nyfikna förbipasserande. Regnbågsparaden blev även i år en succé med 8 000 paradedtagare och över 20 000 åskådare.

En förutsättning för HBTQ-Festivalen var alla ideellt arbetande funktionärer som i år uppgick till över 200 personer. Det var 12 platschefer som arbetade med sina

verksamhetsområden och med deras ledningsgrupper var det ca 25 personer som var verksamma med festivalarbete under hela året, på ideell basis. På kansliet, som är förlagt på Göteborg & Co, har vi haft 1,5 tjänster samt fem praktikanter under året.

Programutbudet arrangerades av våra 303 samarbetspartners, vilket är en dubblering från förra året. Värdet av de tjänster som våra sponsorer bekostat har uppgått till över 7 miljoner kronor vilket är den absolut största procentuella ökningen av de statistiska resultat vi presenterar. Jämförelsen med förra året är en ökning med 5,7 miljoner kronor. Utöver detta erhöll festivalen sponsring i form av pengar på närmare 350 000 kr. Våra bidrag har också ökat men tyvärr inte med samma storlek. Från Göteborgs Stad ökade bidraget från 300 000 kronor till 800 000 kronor. Västra Götalandsregionen låg kvar på samma nivå som tidigare trots vårt stora arbete ute i regionen. Vi fick även ett utvecklingsbidrag från Stiftelsen Framtidens Kultur på 500 000 kronor. Summan av bidragen var totalt 1,6 miljoner kronor vilket är en stor skillnad mot den sponsring festivalen erhållit.

HBTQ-Festivalen 2011 har därmed ökat markant i såväl verksamhet som antalet besökare. Om festivalen även fortsättningsvis ska hålla samma storleksnivå krävs en inriktning på kvalitet nu när de kvantitativa målen nåtts. Likaså måste kansliet utvidgas då flera verksamheter kommer att tvingas prioriteras bort om inte de offentliga bidragen ökar. HBTQ-Festivalens målsättning om att förändra attityder är bara påbörjad och vi har lång väg kvar att gå. Kan Göteborg och Västra Götalandsregionen vara utan oss? Knappast!



OM HBTQ-FESTIVALEN

HBTQ-Festivalen är en konst- och kulturfestival som lyfter upp normkritik och hbtq-personers livssituation i en konst- och kulturkontext. Med festivalen strävar vi efter att samla det varierade hbtq-communityt och andra aktörer under ett och samma paraply.

Festivalens målgrupp är alla i Göteborg och Västra Sverige men också nationella och internationella besökare, oavsett etnicitet, sexuell läggning, könsidentitet, funktionalitet och religiös åskådning. Festivalen riktar sig specifikt till alla de personer, organisationer, institutioner och företag som känner sig delaktiga i och respekterar den kultur som har sina rötter i homosexuellas, bis sexuellas och transpersoners liv.

HBTQ-Festivalen synliggör en mångfald av uttryck genom att samordna och arrangera konst och kultur av högsta kvalitet. HBTQ-Festivalen skapar också mötesplatser och arenor för kunskapsfördjupning, samtal och reflektion. Genom konsten och kulturen uppmuntrar vi även till ett öppet och tolerant samhällsklimat i Göteborg och Västra Sverige som motverkar fördomar och diskriminering på grund av sexuell läggning och könsidentitet.

HBTQ-Festivalen når många olika kulturskapare i Göteborg och Västsverige och genom dessa får festivalen ett brett utbud av bl.a. musik, sång, dans, teater, film, klubb och utställningar. Förutom ett spännande konstnärligt program presenteras även heta och aktuella debatter, seminarier och samtal. Flertalet av programpunkterna äger rum på olika kulturinstitutioner som t.ex. museer och teatrar.

HBTQ-Festivalen är en ideell kulturförening med uppdrag

att arrangera en årlig konst- och kulturfestival - HBTQ-Festivalen.

HBTQ-Festivalen grundades 2007 som HBT-GBG av Göteborgs Stadsteater, Kulturhuset Blå Stället, Pustervik, Röhsska museet, och Världskulturmuseet. Festivalen har sedan 2009 genomförts i Föreningen HBT-Festivalens regi.

FESTIVALENS SYFTE OCH MÅL

Syftet med HBTQ-Festivalens verksamhet är att erbjuda en bred bild av konst och kultur skapad av och för hbtq-personer, att bryta heteronormativiteten, att skapa nya mötesplatser och gemenskap för hbtq-personer, att skapa ett hbtq-vänligare samhälle, att förstärka och förbättra Göteborg och Västra Götalands kulturliv, att skapa ett brett intresse för hbtq-frågor och på så vis få en öppnare och friare stad och region genom att synliggöra dess mångfald.

Målet med att sprida verksamheten i Västra Götalandsregionens kommuner är att de i regionen verksamma aktörer som arbetar med konst, kultur och hbtq-perspektiv lättare ska kunna hitta samarbetsformer och därmed utveckla sitt arbete. Vidare ville vi undersöka vilka nya aktörer som kan vara intresserade av ett nätverk som detta och på vilket sätt olika aktörer kan samverka. Målet var således att öppna upp samhället för dess mångfald, att skapa en friare stad och nya mötesplatser för hbtq-personer, att festivalen på olika sätt skall äga rum i hela Västra Götalandsregionen, att skapa ett regionalt, nationellt och internationellt nätverk att stärka festivalens varumärke, att ifrågasätta det heteronormativa samhället och bryta den norm som inte berättigar alla människor likvärdigt bemötande och lika rättigheter.



FESTIVALEN 2011



Planeringen av festivalen 2011 påbörjades i oktober 2010. Det operativa arbetet med festivalen delegerades av styrelsen till verksamhetschefen.

Alla tidigare medverkande och samarbetspartners bjöds in till informations- och samverkansmöten. Särskilda möten hölls för de medverkande kulturinstitutionerna samt de studieförbund som var engagerade i festivalen och även klubbarrangörer bjöds in till ett eget möte. Publika stormöten med information om festivalen hölls där alla tänkbara samarbetspartners bjöds in och vem som helst kunde delta. Information om festivalen och hur en kan delta i programmet spreds även via festivalens hemsida, QX-blogg, Twitter och Facebook.



Därefter emottog kansliet programanmälningar till programbladet samt koordinerade dem som var i behov av lokal eller scen till sin programpunkt, dessa förlades i första hand till Regnbågs kvarteret och Regnbågsparken.

Alla som ville fick delta med programpunkter i årets festival, så länge de inte bröt mot festivalens värdegrund, syfte och mål. Inga sådana tveksamma fall uppdagades under årets programkoordination. De som initialt visat intresse men sedan valde att inte medverka gjorde det på grund av att festivalen inte kan erbjuda någon ersättning eller av tidsbrist.



Målet för årets festival var ett fortsatt arbete med öppenhet, synlighet och inkludering. Detta gjordes bland annat genom den omfattande flaggningen och ett fortsatt arbete med att tydliggöra att festivalen är en paraplyorganisation som välkomnar alla programpunkter.

Det nya för året var att det formades en destinationskampanj under parollen "go:WEST" i samarbete med Göteborg & Co. Denna syftade till att locka hit besökare och samarbetsparter från övriga landet, att helt enkelt "go west" - att ta sig till Västkusten och Göteborg!



FESTIVALKANSLIET

Sedan oktober 2009 är en verksamhetschef, Tasso Stafliadis, anställd av HBTQ-Festivalens styrelse för att verkställa festivalen och operativt ansvara för denna. HBTQ-Festivalens styrelse uppfyller sina arbetsgivaråtaganden korrekt och har kollektivavtal för personalen genom medlemskap i Arbetsgivaralliansen. Festivalkansliet förfogar över två arbetsplatser på Göteborg & Co, Evenemangsavdelningen. Verksamhetschefens huvuduppgifter för att möjliggöra festivalen har varit att finna finansiering för festivalens kostnader genom att få in bidrag och sponsring, att attrahera fler samarbetspartners, att koordinera alla olika delar

i festivalen – såväl de administrativa som de strategiskt konstnärliga samt att arbetsleda all annan personal som arbetar med festivalen.

HBTO-Festivalen erbjuder Arbetsförmedlingen att förlägga arbetsplatspraktiker för praktikanter på festivalkansliet. De praktikanter som förlagt sin arbetsplatspraktik hos HBTO-Festivalen är Raisa Pennanen som arbetade under titeln verksamhetskoordinator och som sedan även kunde erbjudas projektanställning juni – december 2011, Jonas Hugosson som främst haft som uppgift att sköta sin platschefroll, därutöver fanns även Lena Bergström, som enbart arbetar med uppbyggandet av nätverket Stolta Föräldrar. Via utbildningen Kulturverkstan, fanns även ytterligare en praktikant, Cizzi Grönkvist, på plats som Projektkoordinator. Arbetsplatspraktiken har innehållit uppgifter både inom administration och koordination av festivalprogram.

REGNBÅGSAMBASSADÖRER

Regnbågsambassadörer har utsetts för att synliggöra festivalens syfte och mål. Det har varit öppet för alla att nominera passande personer. Festivalen har önskat att få ambassadörer i många skilda områden för att brett kunna sprida kunskap om festivalen och dess värdegrund.

Ambassadörer för 2011 års festival var Anosh Sheytan – stå upp komiker, bloggare, grundare av Fighting Against Rape, Åke Jacobsson – stadsdirektör Göteborgs Stad, Lisskulla Lindström – personaldirektör Göteborgs Stad, Angelica Löwdin – transaktivist, Bettan Andersson – idrottsprofil, Leif Nilsson – ordförande STCC, Inti Chavez Perez – författare och journalist, Iki Gonzalez Magnusson – projektledare Utopia, inspiratör, DJ och klubbarangör.

VERKSAMHETSOMRÅDEN OCH PROGRAMUTBUDET

Förra årets sju verksamhetsområden blev åtta, med en eller två platschefer till varje område. Som platschef är en ansvarig för sitt område och arbetar på volontär basis under hela året med detta uppdrag. Platscheferna bildar tillsammans med kansliet Samrådet där arbetet med festivalen diskuteras fortlöpande.

De funktionärer som fick ett ledningsansvar med titeln platschef var följande:

Infocentrum - Selene Meza

Regnbågskvarteret - Erica Rūden som efterträddes av Caroline Andersson

Regnbågsparken - Daniella Olsson

Regnbågsparaden - Caroline Kello och Linn Magnfält

Webb/media - Lars Bohlin

Funktionärssamordning - Greta Persson som efterträddes av Patrik Johansson

Logistik- och sambandscentralen - Jonas Hugosson

Distribution – Johanna Volkmann som efterträddes av Nadia Dagelin

INFOCENTRUM

Infocentrum fanns både i Nordstan, strax utanför Turistbyrån, samt i entréfoajen på Göteborgs Stadsbibliotek. Infocentrum hade öppet 31 maj till och med 4 juni. Där kunde en förutom att få program och programinformation även köpa HBTO-Festivalens tygkasse, små regnbågsflaggor, böcker, anteckningsblock och tygkassar från Kabusa förlag samt biljetter till Invigningsgalan, Queerieteen, Ich bin Ein Star och Den Stora Efterfesten. Dessutom kunde medlemskap till föreningen HBTO-Festivalen lösas på Infocentrum. Biljettförsäljningen genomfördes i samarbete med Tickster. Infocentrum bemannades av funktionärer mellan 10 – 19 och hade sammanlagt 7 000 aktiva besök. Det var något fler besökare under den första veckan vilket även märktes på den rykande åtgången av programblad, detta tyder på att det var ett stort intresse för festivalen redan innan den dragit igång.

Enligt Nordstans egna siffror passerar runt 100 000 människor köpcentret dagligen. Eftersom Infocentrum var synligt placerat i den stora korsningen framför Turistbyrån och taket var dekorerat med stora regnbågsflaggor blev festivalens synlighet stor.

REGNBÅGSKVARTERET

Festivalens seminariecentrum bytte namn från HBT-Universitetet till Regnbågskvarteret, platsen var dock den samma som förra året – Högskolan för Scen och Musik. Det blev sammanlagt 90 programpunkter med 1772 besökare.

Utöver dessa besökare fanns det även de som inte gick på någon föreläsning utan tog del av husets övriga verksamheter; i foajén fanns förutom en informationsdisk utställningen Tusen Bilder, Tusen Ord från RFSL Ungdom, en aktör sålde smycken och Bokkafé Vulgo sålde böcker och serier ur sitt sortiment.

REGNBÅGSPARADEN

Omdöpt från förra årets Regnbågspromenaden gick paraden från Kanaltorget vid Operan till Götaplatsen. 8000 personer deltog och 36 olika sektioner var anmälda. Paraden hade runt 20 000 åskådare. På Götaplatsen motogs paraddeltagarna med tal av Thomas Martinsson från Göteborgs Stads kommunfullmäktige och Tasso Stafilidis. Den sistnämnda hoppade in för Ulrika Dahl som på grund av hastigt insjuknande var tvungen att ställa in sin medverkan.

Både på Kanaltorget och Götaplatsen delades det ut biljetter till Liseberg där den avslutande Regnbågsgalan skulle äga rum.

REGNBÅGSPARKEN

Att flytta det som förra året kallades Festivalcentrum från Götaplatsen till ett mer centralt, välbesökt och synligt ställe samt att lägga till en servering var ett önskemål som

många hade, både besökare och utställare. Därför flyttades Infocentrum till Bältesspännarparken som har stor genomströmning av folk och området döptes även om till Regnbågsparken.

Nyheter för året var även det stora cirkustält med scen och scenprogram samt den servering som Haket drev. Regnbågsparken var öppen onsdag till lördag och serveringen höll öppet även under söndagen. Under veckan hade Regnbågsparken i stort sammanlagt runt 15 000 besökare och Haket rapporterar att de serverade ca 3 000 personer.

Parken invigdes av HBTO-Festivalens ordförande och vice ordförande och med tal av Christina Kjellsson, Arne Nilsson och sånguppträdande med Frida Selander och Jan Hammarlund.

Utställare i parken var RFSL, RFSL Ungdom, Miljöpartiet, Göteborgs Stad (med PREVU, Ungdomsmottagningarna i Göteborg, Familjerätten, SDN Majorna/Linné, Blå Stället, Idrotts- och föreningsförvaltningen, Pustervik, BRG, Göteborg & Co, Tre Stiftelser samt Jämställdhets- och Mångfaldsgruppen Stadsledningskontoret) FPES, SKTF, Vårdförbundet, Svenska Kyrkans Unga, SFO, Kvinnofolkshögskolan, Räddningstjänsten Storgöteborg, Polisen i Västra Götalands Län/Storgöteborg, Vänsterpartiet, Socialdemokraterna, Folkpartiet, Kondomeriet, LO, Göteborg Bear Club, Amnesty, RFSU m.fl.

Konferencierer för den stora scenen i Regnbågsparken var Anton Romanus och Gretchen (Robert Aug). Scenprogrammet bjöd på Drugbingo, Olle Hedberg, Gretchen, Frida Selander, Sean-Magnus Ålskar Man, Hellmans Drengar & Melo'men, Ich Bin Ein Star, Queerchoir, Christina Kjellsson, Jan Hammarlund, Hetroquiz Med Gretchen, Mollgan, Anosh Sheytan, Karoline Espås, The Preacher & The Bear, Tupilak, Åsa Gustafsson, Pfemme Records, Ligga med P3, Birgitta Stenberg, Tiina Rosenberg, Mian Lodalen, Maria Sveland, Beauty Blinds, Jon-André Band, Emelie Jansson, Hanna Svensson & Per Ödberg, The Magic Bling, Trio Ståltand, Damón Navandi och Hayat.

WEBB/MEDIA

Webb/media-gruppen hade under festivalen som uppgift att dokumentera och rapportera från festivalen. Materialet lades upp på festivalens hemsida och även på den blogg som fanns på QX. Webb/media-gruppen använde även festivalens Twitter- och Facebook-konto under festivalveckan.

Webb/media-gruppen hade ett rum till förfogande på Regnbågskvarteret under festivalveckan, men var oftast utspridda runt om i staden.

Innan festivalen hade platschefen för web/media det övergripande ansvaret för hemsidan och dess utformning. En



viss uppfräschning gjordes för att göra hemsidan mer estetiskt tilltalande samt enklare att navigera på. Under festivalen publicerades 42 artiklar och runt 700 bilder på hemsidan. Under maj och juni månad gjordes över 33 000 besök på hemsidan av cirka 22 000 unika besökare.

FUNKTIONÄRSSAMORDNING

Tillsammans med kansliet hade funktionärssamordningen huvudansvaret för att rekrytera funktionärer till årets festival. Rekryteringsträffar ordnades, funktionärer efterlystes via hemsidan samt med hjälp av enkla flyers och affischer som platscheferna delade ut, samt togs med ut i regionen under regionsturnén. Resultatet av detta arbete blev närmare 200 funktionärer till årets festival.

Funktionärerna fick gå en obligatorisk utbildningsdag där till exempel arbetsuppgifter, festivalens värdegrund, en bemötande-policy samt en kort säkerhetsgenomgång ingick.

Som tack för sitt arbete fick funktionärerna ett present-kit, en HBTO-Festival-tygkasse, en bok (de fick välja mellan olika titlar från Kabusa böcker), ett regionen runt-kort från Västtrafik som gällde i två veckor, ett årskort till Liseberg, en försäkring som gällde under festivalen samt den svarta pikétröja som gällde som arbetskläder. Dessutom fick funktionärerna mat under sina arbetspass. De som önskar får även ett intyg på sitt arbete efter avslutad festival.



LOGISTIK- OCH SAMBANDSCENTRALEN

Under festivalen var logistik- och sambandscentralen ansvariga för koordinering av t.ex. matleveranser och annat som behövde samordnas åt de övriga verksamheterna. Genom sponsring från Higab fick HBQ-Festivalen tillgång till två lokaler på Stora Teatern som med sitt läge mitt emot Regnbågsparken var ypperligt för sambandscentralen. I dessa lokaler kunde även funktionärer ta rast.

DISTRIBUTION

Distributionsgruppen påbörjade sitt arbete med att dela ut programblad, affischer och vykort så fort programbladet haft sin release den 3 maj. Dessa delades ut till samarbetspartners och andra viktiga ställen i staden där de skulle vara synliga och tillgängliga.

Distributionsgruppen var även ansvarig för att leverera ut mat till funktionärerna under festivalen.

INVIGNINGSGALA

För att ordna en invigningsgala tillfrågades Nicklas Liljesand för uppdraget att skapa en fest som var underhållande och tilltalande för så många som möjligt. Av lärdomarna från förra årets invigning som ansågs för långrandig var ett av önskemålen att ha en mer koncentrerad gala.

Invigningsgalan hölls på Restaurang Estrad på Gothia Towers onsdagen den 1 juni. Biljettpriset var satt till 120 kronor för förköp och 150 kronor i dörren. Medlemspris var 120 kronor i dörren. Ungdomar mellan 15-17 fick köpa biljetter

för 80 kronor. Sammanlagt såldes ca 600 biljetter till denna fest och med de personer som fanns på gästlistan så fanns det uppåt 800 gäster på plats.

Konferencierer för galan var Nicklas Liljesand, Helena Sandström samt Gretchen (Robert Aug) och de artister som presenterades var Linda Pritchard, Frida Selander, Jenny Silver, Sean Kelly & Magnus Skogsberg. Invigningsstalare på galan var Tiina Rosenberg och Västra Götalands läns landshövding Lars Bäckström.

Efter showen vidtog en dj-stafett med DJs från Göteborgs klubbvärld, där främst de som vanligtvis vänder sig till en HBQ-publik var inbjudna. Stafetten utgjordes av: Iki (Konstfück, Svett), Ladyfest Göteborg, Feed the Horse, DJ Xavio från Bee Bar samt DJ K-PAXian från SLM Göteborg.

REGNBÅSGALA

Efter paraden på söndagen hölls en avslutande Regnbågsgala i ett samarbete med Liseberg och som producerades av Anders Ohlson. Galan hölls några timmar efter paradens slut på Lisebergs Stora scen.

Konferencierer för denna gala var Kitty Jutbring och Stefan Holm. De presenterade talarna Tiina Rosenberg, Birgitta Ohlson samt kommunstyrelsens ordförande Anneli Hulthén. De artister som uppträdde på galan var New Kid, Hästpojken, Le kid, Love Generation, Loreen och Alcazar. Dessutom DJ:ade Markus Gisslén (Bee Bar) och Leo B.

DEN STORA EFTERFESTEN

Med initiativ från och i samarbete med Katja Gustafsson ordnades även en efterfest till festivalen på söndagkvällen. Festivalen ordnade med kontakter till lokaler och valet föll på Brew House. Festivalen tillhandahöll festen med funktionärer men i övrigt var Katja Gustafsson arrangör. Biljettpriset var 100 kr.

Medverkande på festen som DJ:s eller artister var, förutom arrangören Katja Gustafsson, Cunigunga (Robert Fux, Per Öhag och Leo Berglund), Karin Victorin, Alexi Carpentieri, Emelie Henriksson, Evy Maroon, DJ Police, Swedish Siren, Feed the Horse, Martina Wicked, Nina Natri, An[dj]elica, DJ Empa, Karolinek, DJ Faleryne, Malin Nordström med flera.

PROGRAMUTBUDET

Festivalen verkar koordinerande och samlar ihop olika institutioners och kulturutövares arrangemang och evenemang under festivalperioden. Detta ger en festival med ett enormt brett utbud.

Under 2011 års festival fanns över 400 olika programpunkter, och många av dessa framfördes flera gånger eller pågick kontinuerligt under hela festivalen. Många programpunkter är också införda i programmet under en rubrik, men innehåller flera enskilda programpunkter under sig, som exempelvis Alingsås HBTQ-Festival samt Q-Festivalen på Världskulturmuseet som båda var tvådagarsarrangemang.

TILLGÄNGLIGHET

Utgångspunkten är att festivalens olika arrangemang ska vara tillgängliga för alla. De lokaler och platser som festivalen själva ansvarat för har varit tillgänglighetsanpassade. Festivalen har inte fått in några klagomål gällande tillgänglighet i lokaler.

Det är dock viktigt att HBTQ-Festivalen även fortsättningsvis i förlägger festivalens arrangemang vid lokaler som är tillgänglighetsanpassade och fortsätter med arbetet att försöka hitta lösningar för att göra festivalen fullt tillgänglig för alla.

Genom ett samarbete med tolkcentralen på initiativ från RFSL Regnbågen teckentolkades några av de större arrangemangen under årets festival. RFSL Regnbågen, en förening för teckenspråkiga hbt-personer, fick tillgång till programmet så fort det blev någorlunda klart och kunde välja ut och informera tolkcentralen om vilka programpunkter de önskade skulle få tolkning. Dock är önskemålet ännu fler tolkade punkter inför nästa år, för vilket det bör sökas bidrag.

Sammantaget kan HBTQ-Festivalen konstatera att utifrån förutsättningarna har tillgängligheten varit god. När det kommit in förfrågningar om särskilda behov till oss har

dessa hanterats och blivit tillgodosedda.

Förhoppningen är också att finna flera samarbetspartners bland olika intresseorganisationer och inte minst hitta bättre samverkansformer med de parter som redan idag är engagerade i festivalen. På så sätt kan vi också öka attraktionen för besökare med funktionsskillnader. Om HBTQ-Festivalen har en större framförhållning kan vi tillsammans med våra samarbetspartners på ett bättre sätt tillmötesgå de önskemål och behov som finns.

FÖRENINGENS STYRELSE

FESTIVALENS STYRELSE ÄR ÖVERGRIPANDE ANSVARIG FÖR FESTIVALEN. STYRELSENS SAMMANSÄTTNING 27 OKTOBER 2010 - 23 NOVEMBER 2011

ORDFÖRANDE	MARCUS GUSTAVSSON
VICE ORDFÖRANDE	MARIA LINDAHL
KASSÖR	MARIA SVENSSON
SEKRETERARE	DENNIS JOSEFSON
LEDAMOT	KAJ HEINO
LEDAMOT	LARS GÅRDFELDT
LEDAMOT	ERIKA GUSTAFSSON
LEDAMOT	AGNETA WIRÉN
LEDAMOT	CARINA LILJESAND
1:A ERSÄTTARE	MIA MAGNUSSON
2:A ERSÄTTARE	ANNA JOHANSSON
3:E ERSÄTTARE	INGELA GISS
4:E ERSÄTTARE	ROBIN HELLBERG
AUKTORISERAD REVISOR	JONAS JONASSON
REVISOR	HÅKAN ERIKSSON
REVISORSERSÄTTARE	THOMAS MARTINSSON *

* THOMAS MARTINSSON AVSADE SIG UPPDRAGET VID ÅRSSKIFTET 2010/2011 MED ANLEDNING AV ATT HAN UTSÅGS TILL KOMMUNALRÅD.





BIDRAGSGIVARE, SPONSORER & SAMARBETSPARTNERS

HBTO-Festivalen erhöill bidrag från Göteborgs Stad (800 000 kr), Västra Götalandsregionen (300 000 kr) och Stiftelsen Framtidens Kultur (500 000 kr) på totalt 1,6 miljoner kronor. De inkomster festivalen fick i form av sponsring, både pengar och tjänster, uppgick till 7 miljoner kronor. Utöver detta tillkommer värdet av de kostnader som festivalens samarbetspartners stod för i form av tillhandahållandet av sina lokaler, teknik och personal. Dessutom bör en ta med i beräkningen även de egna arrangemang som samarbetspartners som bekostat och den marknadsföring de har kunnat bidra med.

HBTO-Festivalens stolta sponsorer var 2011: Dragster Kommunikation, Gothia Towers, GT, Göteborg & Co, Göteborgs Stad, Hire Sound, Liseberg, Stiftelsen Framtidens Kultur, Västra Götalandsregionen och Västtrafik.

Våra stolta samarbetspartners var Brew House, Clever CRM, First Hotel G, Göteborg Classic Tattooing, Göteborgs Konsthall, Göteborgs Konstmuseum, Göteborgs Stad, Göteborgs Stadsbibliotek, Göteborgs Stadsmuseum, Göteborgs Stadsteater, Göteborgs Symfoniker/Konserthus, GöteborgsOperan, Göteborgstryckeriet, Haket, Högskolan för Scen och Musik, Kulturhuset Blå Stället, Kvinnofolkhögskolan, LO, MoMa, Nordstan, Pustervik, Qruiser.com, QX, RFSL Göteborg, RFSL Ungdom, RFSU Göteborg, Röhsska museet, Sjöfartsmuseet Akvariet SKTF, Tickster, Tre Stiftelser samt Världskulturmuseet.

Under 2011 hade HBTO-Festivalen sammantaget runt 300 samarbetspartners. Se bilagan i slutet av rapporten för lista.

KOMMUNIKATION & MARKNADSFÖRING

Marknadsföringsarbetet är ett nära samarbete med Dragster Kommunikation och Göteborg & Co och dessutom det nätverk som alla festivalens samarbetspartners utgör.

Tillsammans med Dragster togs årets kampanjparoll "go: WEST" fram. Det var en anspelning till Pet Shop boys/YMCA:s låt som är populär i gay-sammanhang, samt rakt av en uppmaning att bege sig västerut i och med den destinationskampanj som gjordes kring HBTQ-Festivalen. Denna destinationskampanj gjordes i samarbete med Göteborg & Co. Den grafiska profil som skapades kring detta byggde på en bild som var som en klassisk sjömanstatuering, tecknad av en tatuerare från Göteborg Classic Tattooing, med ett visst Göteborgstema i bakgrunden och maneret i övrigt gick även det i denna sjömans-stil.

Med delsponsring från Göteborgs Tryckerier trycktes 3 000 vykort och 1 000 affischer som spreds runt om i Göteborg och övriga regionen. Genom Citrus trycktes även 50 000 reklamvykort upp som Citrus sedan spred i sina ställ på caféer i Göteborg, Stockholm, Lund och Malmö.

Affischer och vykort distribuerades samtidigt som programbladen till våra samarbetspartners och andra intresserade. Affischer sattes även upp på stadens offentliga affischtavlor.

FLAGGNING MED REGNBÅGSFLAGGAN

Festivalens fortsatta mål att öka synlighet fokuserades på en ökad flaggning med regnbågsflaggor under två veckor, 23 maj – 5 juni. 200 nya flaggor köptes in och sammanlagt fanns då över 500 flaggor i staden. Flaggor hyrdes ut till alla intresserade institutioner och samarbetspartners och efterfrågan för dessa var så stor att flaggorna tog slut och flera aktörer blev utan. Västtrafik flaggade under festivalveckan på både spårvagnar, stadsbussar och båtar. Genom ett samarbete med Göteborg & Co fanns även baner i regnbågsfärger och texten "Go: Together" runt om i staden, till exempel utmed Avenyn.

PROGRAM I TRYCK OCH PÅ WEBB

Årets festivalprogram blev ett 68 sidigt A5 häfte, att jämföra mot förra årets 40-sidiga dito.

Uppgifter om programpunkter och annonser sammanställdes av festivalkansliet och festivalens sponsor Dragster Kommunikation formgav programmet. Genom delsponsring från Göteborgs Tryckerier trycktes programmet upp i 25 000 exemplar. Programmet fick en bred spridning genom våra samarbetspartners och det distribuerades till



kulturinstitutioner i kommuner ute i regionen. Under festivalveckan var det främst på InfoCentrum, Regnbågsparken och Regnbågs kvarteret som besökarna kunde vara säkra på att få tag i ett program.

Det tryckta programmet släpptes i samband med katalogreleasen för utställningen "in no particular order" av Martin Gustafssons i ett samarbete med Konstmuseet. Utställningen hade runt 100 besökare.

Programmet samt de punkter som tillkom efter deadline för tryck lades upp på hemsidan som uppdaterades kontinuerligt. På hemsidan gick det också att ladda ner det tryckta programbladet som en pdf-fil.

Utöver detta utformade företaget MoMa en mobilapp/mobilsite med festivalprogrammet som kunde laddas ner för kostnaden av två kronor. Dessa pengar användes sedan till att skicka ett tack-sms efter festivalen.



HEMSIDA OCH ANNAN WEBB

HBTO-Festivalens hemsida har inför 2011-års festival genomgått en viss uppdatering kring form och struktur. Hemsidan har framförallt använts till att marknadsföra festivalen, presentera programutbudet, sprida information och rekrytera funktionärer. Under själva festivalen har hemsidan också varit vår kanal för att presentera dokumentation i form av artiklar från pågående programpunkter, intervjuer av medverkande och bildgallerier.

Av resurs- och tidsskäl fick vi aldrig någon möjlighet att presentera hemsidan på något annat språk än svenska. Målet är att även kunna presentera festivalen på engelska.

I övrigt har HBTO-Festivalen även använt sig av den Facebook-sida som finns och nu (september 2011) har 1 227 fans för att skapa event och dela med sig av nyheter och vidare pusha för hemsidan. Även Twitter har använts på samma sätt.

PRESS OCH MEDIA

Pressinformation och pressmeddelanden har skickats ut regelbundet till all media; tv, radio, dagstidningar, kvällstidningar, tidskrifter och webbaserad media. Utöver presentationen av festivalens alla nyheter, artister, programpunkter, invigningstalare etc. har vi presenterat samarbetet med våra stora sponsorer genom gemensamma pressmeddelanden. I samband med presentationen av programmet bjöd vi in all media till en stor presskonferens på Röhsska.

Festivalen har under 2011 påbörjat ett samarbete med GT, vilken genererade fem mindre annonser. Dessutom har samarbetet med QX fortsatt och festivalen har annonserat inför festivalen, vilket innebar tio stycken annonser, både hel- och halvsides.

Pressbevakningen som festivalen själv har gjort har visat att HBTO-Festivalen kunde räkna runt 150 unika artiklar/inslag i såväl tidningar, radio och tv. Om även bloggar räknas in uppgår träffarna till 360 stycken, i överlag positiva ordalag.

FESTIVALACCESSOAR

Inför årets festival togs en festivalaccessoar fram i samarbete med Dragster. Resultatet blev en tygkasse med långa axelband och med festivalens logotype i fullfärg på. Denna trycktes upp på både svarta och vita påsar. Påsen såldes för 100 kronor och fanns att köpa på Infocentrum, på stormöten och medlemsträffar innan festivalen samt via hemsidan. Väskan användes även som give-away till artister och press och fanns även med bland de gåvor funktionärerna fick.

TURMÄSSAN

I samarbetet med Göteborg & Co och den destinationsskampanj "go:WEST" som gjordes kring festivalen fick HBTO-Festivalen vara med och representera Göteborg på TUR-Mässan. TUR-Mässan har inriktning på rese- turism- och mötesindustrin och fanns på Svenska Mässan under 24 – 27 mars 2011. Besökarna är både fack- och privatpersoner. HBTO-Festivalen fanns i Göteborgs monter tillsammans med bland andra Liseberg, Way Out West och Universeum.

Till turmässan togs en reklambroschyr om HBTO-Festivalen fram. Denna hade samma sjömans-maner som det övriga tryckta materialet. Broschyren trycktes i 5000 exemplar och delades ut till alla som besökte Göteborgs monter. TUR-mässan hade sammanlagt 44 500 besökare.



VÄSTRA GÖTALANDSREGIONEN

Arbetet som påbörjades under förra året med att göra en turné i regionen fortsatte. I och med Cizzi Grönkvists praktik kunde festivalen nu även erbjuda föreställning "Världsanalysen" av och med Cizzi Grönkvist själv. Förutom detta fanns sedan förut föreställningen "Kärlekens Pris", föreläsning med Stolta Föräldrar, föreläsning med RFSL, fotoutställningen "He has a female name", Gun Nordstrands bildvävar och pysselverkstaden Papercuts med i utbudet utan kostnad. Dessutom erbjöds kontakter även till författare, teatergrupper, föreläsare, konstnärer och drama-/teaterpedagoger. Dessutom erbjöds ett utbud från Sensus, vilket var fem olika föreläsningar, till priset av 6 000 kronor + reseersättning för varje föreläsning.

Skolor och kulturinstanser i regionen kontaktades med erbjudandet om att ta del av något av detta kostnadsfritt. De ställen som besöktes var gymnasieskola ni Vänersborg, högstadiet i Mölndal, gymnasiet samt högstadiet på Öckerö, Ale gymnasium, Kulturhuset i Skövde, Tanums bibliotek, Hulebäcksgymnasiet i Härryda, Lerums bibliotek

samt Kulturhuset i Alingsås (under Alingsås HBTO-Festival).

I Alingsås fanns även detta år en HBTO-Festival. Visst samarbete med HBTO-Festivalen fanns. Verksamhetskoordinatören och Projektkoordinatören varit med på förberedande möten och HBTO-Festivalen har hjälpt till marknadsföring. Därutöver har festivalen i Alingsås valt att boka in av delar från regionsturnén under sina festivaldagar, 13 - 14 maj, men i övrigt har Alingsås HBTO-Festival kunnat vara en självständig festival.

VETENSKAPSFESTIVALEN

I samarbete med Vetenskapsfestivalen och Världskulturmuseet gjordes även föreställningar av Kärlekens Pris med workshop som erbjöds till högstadie- samt gymnasieskolor i regionen. Det var sammanlagt nio föreställningar med fullsatt – det vill säga 100 elever – på varje föreställning under den 3-5 maj.

KOMPETENSUTBILDNING

Alla HBTQ-Festivalens stolta samarbetspartners och sponsorer har erbjudits grundläggande hbt-kompetensutbildning riktad till deras personal. Sponsorer som stöttat festivalen på en högre nivå har fått utbildningstillfällen inkluderade i samarbetsavtalen. Syftet med den grundläggande hbt-kompetensutbildningen är förutom festivalens motprestation till sponsorerna/de stolta samarbetspartnerna ett led i festivalens uppdrag att förändra attityder.

”Kärlekens pris” av och med Tasso Stafflidis är en föreställning med berättelser som baseras på vittnesmål om hur svårt det fortfarande är att öppet manifesteras sin sexuella läggning och könsidentitet, såväl i Sverige som i världen. Med sånger av Jacques Brel och Vladimir Vysotskij får vi följa med på en resa där öppenheten kan vara en balansgång mellan liv och död.

Kompetensutbildningen gjordes vid 25 olika tillfällen för olika samarbetspartners och sammanlagt 2800 personer tog del av den. Föreställningen gjordes 10 gånger för en sammanlagd publik av 2100 personer. En av de samarbetspartners som tog del av detta var Tre Stiftelsers där hela personalen deltog i kompetensutbildningen och utöver det fick även de boende med sina anhöriga se föreställningen, några andra är Göteborg & Co, Dragster, Gothia Towers och Räddningstjänsten Storgöteborg.





UTVÄRDERINGAR

På festivalens sista dag, strax innan paraden hade HBTO-Festivalens styrelse utlyst ett kort utvärderings- och visionsmöte för allmänheten. Efter festivalen skickades utvärderingsenkäter ut till alla festivalens arrangörer samt särskilda utvärderingsblanketter till deltagarna i Regnbågsparaden samt utställarna i Regnbågsparken. Även funktionärerna och platscheferna har fått göra en utvärdering. Förutom detta hölls ett publikt stormöte för att vidare diskutera kring 2011 års festival dit arrangörer, samarbetspartners, medlemmar och funktionärer bjöds in att delta.

Rent generellt är de flesta nöjda med festivalen i stort, och många kommer därför istället med förslag på mindre justeringar snarare än övergripande stora ändringar.

Flaggningen är något de flesta lyfter upp som väldigt positivt av flera olika anledningar; för att det synliggjorde festivalen, för att det visade på att Göteborg ska vara en öppen stad för alla men också de som uppskattade det färgglada inslaget av rent estetiska skäl.

Även det breda programutbudet har varit mycket uppskattat.

Årets uppåt 200 funktionärer får mycket beröm för trevligt bemötande och stor serviceanda.

De större sakerna som många lyfter som förslag på ändringar till 2012 är att ge till exempel Regnbågs kvarteret och Regnbågsparken tydligare skyltning då de utifrån har uppfattats som anonyma eller till och med svåra att hitta till.

En större festivalstämning i hela staden önskas, förslag här är återigen att göra en gemensam skyltning av staden och på något sätt lyfta fram eller märka ut de platser som har programpunkter.

De flesta var mycket positiva till Regnbågsparaden, men önskar att den ska bli festligare och med mer musik. Många hade missat det faktum att HireSound erbjuder hyra av ljudanläggningar för billiga pengar. Förslag för nästa år är att göra en större genomgång av hur många som tänker delta med musik i sin sektion i förväg eller att placera ut DJ-stationer utmed paradvägen. Många tyckte också att Regnbågsparaden borde ha avslutats på Liseberg för att slippa väntetiden mellan paradens avslutning och tills att Regnbågsgalan drog igång.

Vad gäller Regnbågsparken i är alla överens om att den nya platsen i Bältesspannarparken var mycket bra, likaså scenprogrammet och matserveringen. Dessa tre faktorer tillsammans bidrog till en stor genomströmning av folk och en mycket större feststämning än förra årets mer undångömda placering på Götaplatsen. Det enda som några påpekat var tråkigt med denna placering var att närheten till Regnbågskvarteret försvann.

Dessutom har en hel del påpekat att det fanns vissa svårigheter med att fylla hela tältet med mycket publik, många tror att det fanns en problematik med att väggarna var uppe och folk ute på gatan då inte spontant droppade in då de inte såg när det hände saker inne i tältet.

I likhet med förra året hade även många av utställarna i Regnbågsparken problem att hålla öppet sent på kvällen både på grund av att brist på arbetskraft men också att den typen av "senare" besökare var mer inne på fest och kanske inte var så intresserade av den sortens verksamhet som fanns i tälten.

Vad gäller programbladet och hemsidan har många påpekat att de var svåra att hitta i både den tryckta och den på hemsidan. Men det är framförallt programmet på hemsidan som fick massiv kritik. Nyheten för året – mobilappen med festivalprogrammet orsakade tyvärr att något i programmeringen kring schemat på hemsidan inte fungerade

som det skulle. Tyvärr märktes detta alldeles för sent för att det skulle kunna åtgärdas ordentligt.

På utvärderingsmötet som hölls innan paraden diskuterades festivalens tillgänglighet, huruvida det kunde vara ett krav att ha tillgängliga lokaler för att kunna vara med i festivalen.

Funktionärerna är i stort väldigt nöjda med arbetet med festivalen och de gåvor de fick som tack, det enda som var problematiskt var maten, den kom ofta sent och ibland hamnade inte mat avsedd för allergiker rätt. Det fanns även viss förvirring kring den policy som beslutats kring i samrådet – att det i första hand skulle serveras vegetarisk mat, vilket ledde till att vegetarianer ibland serverades kött.

Från kansliets sida ser vi att det mesta fungerat bra i kommunikation med samarbetspartners, det uppkommer ännu vissa missförstånd gällande hur festivalen fungerar då det fortfarande inte är helt tydligt för alla att festivalen är öppen för alla som vill medverka, men att HBTQ-Festivalen därför inte heller kan utfärda till exempel resebidrag till arrangörer från andra städer och dylikt.





SLUTSATSER

Det faktum att de förslag på ändringar som framkommit i utvärderingarna främst har handlat mer om saker som kan ses som finjusteringar än stora ändringar bör tolkas som att strukturen för HBTQ-Festivalen i stort fungerar väl.

Det ökade antalet samarbetspartners, funktionärer och sponsorer visar även på att festivalen lockar allt fler, och att många vill vara med i arbetet för ett hbtq-vänligare och öppnare Göteborg.

De förändringar som önskades från förra året – flytten från Götaplatsen och namnändringen av Festivalcentrum, resulterade i att vi flyttade till Bältesspännarparken där vi skapade Regnbågsparken. Detta visade sig vara mycket lyckosamt och gjorde antagligen en hel del för synligheten för årets festival då även förbipasserande lockades in i parken av de aktiviteter som pågick.

De förslag på förändringar som inkommit tangerar alla på samma tema – synligheten och gemenskapen. Festivalen är fantastiskt stor och bred med mängder av olika typer

av arrangemang runt om i staden, men därför också svår att greppa överlag. Där finns mycket att göra för att skapa en känsla av gemenskap, då kanske framförallt genom att arbeta med att på något sätt markera och lyfta fram de platser där festivalen pågår, speciellt de arrangörer som anordnar programpunkter i sina egna lokaler. Detta skulle antagligen underlätta logistiskt och samtidigt skapa en större festivalkänsla i staden i stort och givetvis även öka synligheten än mer.

Antalet programpunkter är också det en fråga som varje arrangör och samarbetspartner behöver fundera igenom, i synnerhet de som arrangerade många programpunkter. Givetvis vinnas det ett värde av mångfald med många programpunkter men i förlängningen handlar det om att alla programpunkter också ska ha många besökare. Festivalen i sin helhet skulle tjäna på ökad kvalitet istället för att ytterligare ökad kvantitet.

Ser vi till festivalens gigantiska expansion de senaste två åren så är det just kvalitetssäkringen av programutbudet

som vi behöver satsa på nu när vi vet att det finns ett mycket stort intresse bland festivalbesökarna.

Vad gäller festivalens marknadsföring i övrigt finns fortfarande svårigheter då det är en begränsad budget som finns och den förlitar sig i stort på att folk aktivt hittar till festivalen via till exempel hemsidan, Facebook-sidan, Twitter-kontot eller QX-bloggen. Därför kan det inför nästa års festival vara vettigt att utforma en plan för hur de sociala medierna kan användas på ett optimalt sätt och i större mån "rekrytera" följare och fans till dessa under årets gång.

Det finns inte heller möjlighet för festivalen att pusha för alla programpunkter lika mycket på till exempel hemsidan, därför är de enskilda arrangörernas egna marknadsföringskanaler fortsatt mycket viktiga. Samarbetspartners och arrangörer behöver själva satsa på att marknadsföra sina programpunkter som ett komplement till festivalens marknadsföring. En annan möjlighet skulle vara om fler av våra samarbetspartners bidrog ekonomiskt till gemensam marknadsföring av programmet. Likaså är det av stor vikt att HBTQ-Festivalen får en mediepartner som bl.a. kan åta sig att publicera festivalprogrammet och stå för en aktiv annonsering till allmänheten.

Det verkar också viktigt att fortsätta kommunicera hur festivalen fungerar – att alla som vill och kan sympatisera med festivalens värdegrund får vara med och skapa arrangemang knutna till festivalen, detta både för att minska missförstånd kring ersättning och det faktum att festivalkansliet inte styr innehållet alls men framförallt för att locka ännu fler att medverka på olika sätt.

Att så många hörde av sig samt kommenterade att programmet ej fungerade optimalt på hemsidan visar på att många förlitar sig på materialet på webben. Kanske vill de dubbelkolla ändringar och säkerställa att det som står i det tryckta programmet fortfarande stämmer då webb ses som det medie som ständigt ska vara uppdaterat. Möjligen har detta även att göra med att allt fler i större utsträckning har smartphones och är vana vid att kunna hålla koll på programmet genom webben var de än befinner sig. Därför är det av stor vikt att få detta att fungera väl inför nästa år. Målsättningen är att vi får stöd direkt av en professionell webb-byrå som kan åta sig att sköta hemsidan.

Vad gäller festivalens organisation och den struktur som utvecklats sedan 2010 har det visat sig vara en lyckad utvecklingsatsning. Men för framtiden och redan för 2012, så gäller det att hitta lösningar utifrån festivalens nuvarande storlek. Det går inte att använda lösningar som inte anpassas efter festivalens nuvarande behov. Här är verksamhetens omfattning oerhört viktig och detta är knutet till de verksamhetsområden som förverkligats under ledning av ideellt arbetande platschefer. Utan dessa platschefers uppoffringar och idoga arbete skulle festiva-

len inte vara vad den är idag.

Det visade sig också vara klokt att rekrytera många funktionärer. På så sätt fick såväl besökare som medverkande alltid ett gott bemötande och blev väl omhändertagna. Dock ställer den stora mängden funktionärer stora krav på den interna logistiken och kommunikationen, vilket måste förbättras inför nästa år. Detta ställer visserligen högre krav på funktionärssamordningen och på platscheferna som arbetsleder funktionärerna men kommer att resultera i ännu bättre resultat.

Den interna organisationsstrukturen visar också att festivalens storlek har ett behov av fler anställda. Under 2011 har enbart verksamhetschefen varit heltidsanställd och därför varit beroende av att uppgifter utförts av praktikanter samt andra personer i arbetsmarknadspolitiska insatser. Visserligen så har HBTQ-Festivalen erbjudit en värdefull och kompetensutvecklande praktikperiod men det alla parter skulle tjäna på är ytterligare tjänster. Den nuvarande organisationsstrukturen kräver tre-fyra helårsanställda och då är platscheferna fortfarande ideellt arbetande.

Det handlar alltså om att se möjligheterna till ytterligare utveckling av festivalen, att potentialen finns är ett faktum. Men då måste behovet av mer personal lösas. Detta handlar givetvis om finansiering och ställer även högre krav på våra bidragsgivare. Göteborgs Stad och Västra Götalandsregionen bidrar med 800 000 kronor respektive 300 000 kronor och våra sponsorer går in och betalar festivalens kostnader till ett värde på över 7 miljoner kronor.

Vi behöver med andra ord få våra offentliga bidragsgivare att öka det ekonomiska stödet till festivalen. Att detta är skäligt grundar sig i den verksamhet som HBTQ-Festivalen genomfört i både Göteborgs Stad och i ett flertal kommuner i Västra Götalands län. Vi har sett hur vårt arbete bidragit till att förändra attityder och lyfta upp frågeställningar kring allas lika värde och rättigheter på ett mer okonventionellt sätt, genom konst och kultur.

Erfarenheterna från vår regionturné har visat att allt för många elever i grundskolan och gymnasiet inte fått utrymme att reflektera över de frågor som festivalen lyft upp genom våra föreställningar, föreläsningar, utställningar och workshops som vi genomfört. Vi har således identifierat ett mycket stort behov av att hbtq-frågor lyfts upp inom ramen för skolans verksamhet. Skulle det offentliga stödet inte öka så måste festivalen ompröva sin planerade verksamhet och i värsta fall måste den delen av festivalens verksamhet prioriteras bort och därmed läggas ner. Detta skulle enligt HBTQ-Festivalens mening åter skapa ett tomrum när vi i själva verket skulle behöva utveckla och utöka verksamheten som riktas mot ungdomar i grundskolan och gymnasiet.



HBTQ-FESTIVALEN 2012

Planeringen inför 2012 års festival är i full gång och följande ansvar och verksamhetsområden kommer festivalkansliet och de förordnade platscheferna att arbeta med:

SAMORDNING OCH KOORDINERING

HBTO-Festivalens huvudsakliga uppdrag är att samordna infrastrukturen och koordinera festivalen. I detta uppdrag ingår att leda en konstnärlig utvecklingsprocess som ska förmå alla samarbetspartners att arbeta med konstnärlig förnyelse för att på samma gång höja den konstnärliga kvalitén i det utbud som festivalen presenterar. Alla samarbetspartners och arrangörer som väljer att ingå under det regnbågspaply som festivalen erbjuder ska i möjligaste mån kunna förena hög konstnärlig kvalitet och festivalens mångfalds- och inkluderingsmål.

KONST- OCH KULTURPROGRAM

Målsättningen 2012 är åter att i samarbete med alla våra samarbetspartners kunna skapa spännande konstupplevelser av högsta kvalitet. Det handlar om att konsultera och föreslå, för våra samarbetspartners, om vilka föreställningar, utställningar, konserter etc. de kan ta in. Utbudet av högkvalitativprofessionell scenkonst, bildkonst, musik etc. är en förutsättning för att ytterligare öka attraktionen för festivalen. Inriktningen 2012 kommer att vara en uppmantran till våra samarbetspartners som arrangerar pro-

grampunkter att rikta in sig på färre programpunkter med högre kvalitet än försöka arrangera så många programpunkter som möjligt, vi har således inget mål för ökad kvantitet.

INFOCENTRUM

Allmänheten och många av våra besökare hade mycket stor nytta av våra InfoCentrum i Nordstan och på Stadsbiblioteket. Vi såg en tendens till att antalet besökare var större under första veckan av de två veckorna som InfoCentrum höll öppet. Utöver att presentera festivalprogrammet kommer vi att fortsätta sälja böcker och biljetter till olika arrangemang under festivalen.

INVIGNING OCH AVSLUTNING

Vi kommer att lämna formatet "gala" som vi haft de senaste två åren och kommer istället att skapa en invigning i form av en större festlighet och likt 2011 kommer även invigningen att ske både i Regnbågsparken och på Gothia Towers/Svenska Mässan. Formerna för detta är ännu inte slutgiltigt klara.

Avslutningen planeras i likhet med 2011 att hållas på Liseberg efter Regnbågsparaden med målet att paraden avslutas inne på Liseberg om det är praktiskt genomförbart. På Liseberg genomför vi Regnbågsgalan.

FLAGGNING

Flaggningen med regnbågsflaggor i hela staden är ett vinnande koncept som vi fortsätter att utveckla. Intresset för att flagga har varit enormt och flaggorna har inte räckt till. Flaggperioden kommer att vara mellan den 21 maj till den 3 juni och festivalen kommer att försöka inskaffa fler flaggor för att kunna tillmötesgå det stora trycket från alla som vill flagga under flaggperioden. Västtrafik som flaggade under två veckor i kanske måste prioritera flaggningsperioden till den andra veckan på grund av flaggornas hållbarhet. Men likt 2011 ska det flaggas på både spårvagnar och bussar.

REGNBÅGSKVARTERET

Regnbågskvarteret, festivalens seminariecentrum, kommer att fortsätta utvecklas. Här ges alla medverkande utrymme att genomföra bl.a. seminarier, debatter, uppträda på öppen scen, ställa ut konst i den öppna salongen och visa film på regnbågsfilmfestivalen. Regnbågskvarteret kommer även att härbärgera en loppis, en bokhandel och ett kafé för fika och häng.

REGNBÅGSPARKEN GOES TRÄDGÅRDSFÖRENINGEN

2011 skapade vi Regnbågsparken i Bältesspännarparken, en historisk mötesplats för homosexuella män. Resultatet visade att det blev för trångt och 2012 flyttar vi Regnbågsparken till Trädgårdsföreningen i ett nytt samarbete med just Trädgårdsföreningen. Regnbågsparken förblir vår allmänna festivalplats med scen och servering, en mötesplats för alla besökare där alla våra samarbetspartners får möjlighet att ställa ut och visa upp sin verksamhet. Vi kommer dock inte att lämna Bältesspännarparken, utan vi har kvar viss verksamhet där som fortsätter över till Trädgårdsföreningen. Målsättningen är att vi även får ett intimt samarbete med nya Stora Teatern.

REGNBÅGSPARADEN

Regnbågsparaden är nu etablerad och 2011 deltog 8 000 personer och upp emot 20 000 åskådare kantade gatorna för att få se paraden. Paraden är en möjlighet att nå ut till den breda allmänheten. Med paraden vill vi integrera festivalen i hela Göteborg genom att utöver alla aktivister bjuda in föreningar, företag, idrottsorganisationer, myndigheter, förvaltningar, bolag etc. Genom att delta i paraden ställer en sig bakom våra mångfalds- och inkluderingsmål om allas lika värde och lika rättigheter. De som deltar i paraden har en skyldighet att visa respekt för alla andra som deltar i paraden och för de åskådare som väljer att stå vid sidan av.

FUNKTIONÄRSSAMORDNINGEN

Målet är att få så många som möjligt intresserade att ställa upp som funktionärer i festivalen. Nivån på 250 funktionärer är vad festivalen behöver. Funktionärssamordningen rekryterar funktionärer och fördelar dessa till våra olika verksamhetsområden utifrån funktionärernas intresse och verksamheternas behov. Här administreras även de förmåner som funktionärerna får för sitt ideella arbete med

festivalen men också den obligatoriska funktionärsutbildningen. Funktionärerna är försäkrade.

MARKNADSFÖRING

För att synliggöra festivalens programutbud krävs ett aktivare marknadsföringsarbete. Utifrån en marknadsföringsplan ska programmet och festivalens material synliggöras. Marknadsföringen är en förutsättning för att göra festivalen känd för allmänheten och våra presumtiva besökare.

REGNBÅGSREDAKTION / MEDIEPRODUKTION

Att dokumentera festivalens programpunkter och alla andra aktiviteter som sker under festivalen är ett prioriterat område. Dokumentationen ökar även tillgängligheten då alla som inte har möjlighet att närvara på festivalen ska kunna följa verksamheten via hemsidan och andra kanaler på webben. Redaktionen lyfter även upp ett brett utbud genom sina intervjuer och reportage där medverkande artister, föreläsare, arrangörer etc. deltar.

LOGISTIK / SAMBANDSCENTRAL

Alla centrala behov för de olika verksamhetsområdena samordnas logistiskt utifrån behoven av material, transporter, distribution etc. Sambandscentralen kommer att vara bemannad under hela festivalen som en resurs för alla platschefer och för funktionärerna vid akuta behov. All övergripande kontakt kommer att ske över sambandscentralen under festivalen.

SÄKERHET

Vi fortsätter att utveckla festivalens säkerhetsarbete. Det är avgörande att alla festivalens funktionärer, samarbetspartners och besökare känner sig trygga när de arbetar med, verkar i och besöker festivalen. Vi tar ansvar för festivalens övergripande säkerhetsbehov och säkerhetstänkandet genomsyrar alla festivalens verksamheter.



TACK!

TACK!

HBTQ-FESTIVALEN VILL RIKTA EN RAD OLIKA TACK TILL ALLA SOM MÖJLIGGJORT FESTIVALEN 2011.

FÖRST VILL VI TACKA ALLA VÅRA FANTASTISKA VOLONTÄRER MED PLATSCHEFERNA I SPETSEN, UTAN ERA IDEELLA INSATSER SKULLE FESTIVALENS INFRASTRUKTUR ALDRIG FUNGERAT.

SEDAN VILL VI TACKA ALL VÅRA SPONSORER OCH STOLTA SAMARBETSPARTNERS, FÖR UTAN ER SKULLE FESTIVALEN VARIT YTTERST BEGRÄNSAD.

VI VILL ÄVEN TACKA VÅRA AMBASSADÖRER SOM FÖRT UT ORDET OM HBTQ-FESTIVALEN OCH DESS VÄRDERINGAR, UTAN ER LYFTS INTE VÅRA FRÅGOR LIKA STORT.

OCH SÅ VILL VI TACKA ALLA SAMARBETSPARTNERS OCH ENSKILDA KONSTUTÖVARE OCH ARTISTER SOM PÅ OLIKA SÄTT MEDVERKAT I FESTIVALEN GENOM SIN KONST OCH SINA FRAMTRÄDANDEN, UTAN ER SKULLE FESTIVALEN SAKNA INNEHÅLL.

SLUTLIGEN VILL VI TACKA ALLA VÅRA BESÖKARE SOM MED SIN ENORMA ANSTORMNING GJORDE FESTIVALEN TILL EN PUBLIKSUCCÉ, UTAN ER SKULLE FESTIVALEN INTE HAFT NÅGON MENING.

SAMARBETSPARTNERS 2011

1. Ain't I A Woman
2. Alcazar
3. Alexi Carpentieri
4. Alingsås Bibliotek
5. Alingsås Evenemang
6. Alingsås Kulturhus
7. Alingsås Museum
8. Alingsåskuriren
9. Alma Europa
10. And[dj]elica
11. Anders Olsson
12. Andrea Ulvenstål
13. Anna-Maria Kostovska
14. Anneli Hultén
15. Anosh Sheytan
16. A-One Produktion
17. Balettakademien Göteborg
18. Beauty Blinds
19. Bee Kök & Bar
20. Bianca Kronlöf
21. Birgitta Ohlsson
22. Birgitta Stenberg
23. Blenda DJ-kurser
24. Bloody Mary Music
25. Bokkafé Vulgo
26. Brew House
27. Brottsofferjouren
28. Bugg iLegal
29. Bullet Surprise
30. Caisa Viksten
31. Charlie by Kabusa
32. Christina Kjelsson
33. Civis
34. Cizzi Grönkvist
35. Clever CRM
36. CubSec Bevakning
37. Culture Clinic
38. Cunigunda
39. Damón Navandi
40. Danscentrum Väst
41. Dansforum/PerformingArts School
42. Det tvärpolitiska HBT-nätverket i Göteborgs stad
43. Diamond Dogs
44. DJ Empa
45. DJ Faleryne
46. DJ K-PAXian
47. DJ Leo.B
48. DJ Police
49. DJ Xavio
50. Domkyrkoförsamlingen i Göteborg
51. Dotterbolaget GBG
52. Dragster Kommunikation
53. Drugbingo
54. Effekt
55. EKHO Göteborg
56. Emelie Henriksson
57. Emelie Jansson
58. Emelie Pamela Röndahl
59. ETC Göteborg
60. Evy Maroon
61. F.A.R – Fighting Against Rape
62. FacketFörändras.nu
63. Fackförbundet SKTF
64. Fackföreningen UNIONEN
65. Feed The Horse
66. Feministiskt Initiativ Göteborg
67. Femme-Förbundet inom Göteborgs Queerinstitut
68. First Hotel G
69. Folkmusik kafé Göteborg
70. Folkpartiet Liberalerna
71. Forum SKILL
72. Frida Selander
73. Frida Svensson
74. Frizonen Simone/Föreningen Simone
75. Fulradio
76. Galleri First Hotel G
77. Göteborg & Co
78. Göteborg Classic Tattooing
79. Göteborgs Konserthus
80. Göteborgs Konsthall
81. Göteborgs Konstmuseum
82. Göteborgs Queerinstitut
83. Göteborgs Rättighetscenter – mot diskriminering
84. Göteborgs Stad
85. Göteborgs Stad, Stadskansliet
86. Göteborgs Stadsbibliotek
87. Göteborgs Stadsmuseum
88. Göteborgs Stadsteater
89. Göteborgs Symfoniker/Konserthus
90. GöteborgsOperan
91. Göteborgstryckeriet
92. GOTHIA TOWERS
93. Gretchen & Gala Entertainment
94. Grön Ungdom
95. Gruppen Feministisk Teater
96. GS2H
97. GSO Göteborgs Symfoniker
98. GT
99. Gun Nordstrand
100. Håcan Andersson
101. Hagabion
102. Haket
103. Halleluja artistbokning
104. Hallimash
105. Hannah Svensson & Per Ödberg duo
106. Hästpojken
107. Hayat
108. HBT-liberaler
109. HBT-Nätverk
110. HBTQ-ungdomsgruppen
111. HBT-Seniorerna
112. HBT-Socialisterna
113. HBT-Solidaritet
114. Helena Sandström
115. Hellmans Drengar
116. Henrik Petersson
117. Higabgruppen
118. Hire Sound
119. Högskolan för Scen och Musik
120. Humormaffian
121. ILGCN
122. ILGCN History Secretariat – Mineapolis USA
123. ILGCN Information Secretariat – Stockholm
124. Interfem
125. Intersektionell Aktion
126. Jämställdhets och mångfaldsgruppen, Göteborgs Stad
127. Jämt i Skolan
128. Jan Hammarlund
129. Jenny Silver
130. Johannes Rosenlund
131. Jon-André Band
132. Juha Patronen
133. Karin Gustafsson
134. Karin Victorin
135. Karoline Espås
136. Karolinek
137. Katja Gustafsson
138. Kerstin Blomström
139. KIM – Kön Identitet Mångfald
140. Kitty Jutbring
141. Klas Trollius
142. Klubb Goa Gubbar
143. Klubb Guld
144. Klubb SVETT
145. Kollektiv H
146. Kollektivet Plats för luft
147. Kondomeriet
148. Konstfuck
149. Kontaktimprovisation
150. KRIS – kristna studentrörelsen i Sverige
151. Kulturföreningen Tornet, Alingsås
152. Kulturhuset Blå Stället
153. Kulturkalaset
154. KulturKraft Väst
155. Kvalitetsteatern
156. Kvinnofolk högskolan

157. L'chaim
158. Ladyfest Göteborg
159. Lalaland
160. Länsstyrelsen i Västra Götalands län
161. Lärarförbundet
162. Lärarförbundets skolledarförening
163. Lars Bäckström
164. Lars Lerin
165. Le Kid
166. Lerums Bibliotek
167. Liberala kvinnor
168. Ligga med P3, Sveriges Radio
169. Linda Pritchard
170. Liseberg
171. Litterär Salong over the Rainbow
172. LO
173. LO Göteborg
174. Loreen
175. Lotta Malmsten
176. LPS
177. Magnus Skogsberg
178. Malin Nordström
179. Män för Jämställdhet
180. Mångkulturkonsulenterna VGR
181. Manlig Identitetskonst
182. Manoel Marques
183. Manskören Hellmans Drengar
184. m-appeal
185. Margé Westh
186. Maria Sveland
187. Marina Nyström
188. Markus Gisslén
189. Martina Wicked
190. Maud Lindström
191. Melo`men
192. Mian Lodalen
193. Migrationsverket
194. Miljöpartiet
195. Moa Daimar
196. Mohlavyr
197. Mollgan
198. MoMA
199. Musikteatergruppen Trasiga Skor
200. My Boys
201. Network for Nordic-Baltic-Russian-Belarus Co-operation
202. New Kid
203. Niklas Liljesand
204. Nina Natri
205. Nordic Rainbow Council
206. Nordic Rainbow Humanists
207. Nordstan
208. OH music
209. Olle Hedberg
210. Oscar Fredriks församling
211. Oskar Schwartz
212. P.B RockaZ
213. Parken
214. Pfemme Records
215. PG Väst
216. Polisen i Västra Götaland, polisområde Storgöteborg
217. Polish Institute
218. Popkollo Göteborg
219. PRIMADONNAN
220. Pustervik
221. Qruiser.com
222. Queer
223. Queerqchoir
224. Queers Against Pinkwashing
225. QX
226. Räddningstjänsten Storgöteborg
227. Rättvisepartiet Socialisterna
228. Rebecca Evanne
229. Religion hjärta hbt
230. RFSL
231. RFSL Borås
232. RFSL Göteborg
233. RFSL Regnbågen
234. RFSL Ungdom
235. RFSL Ungdom Göteborg
236. RFSU
237. RFSU Göteborg
238. RFSU Göteborgs BDSM-grupp
239. Riksorganisationen HBTsolidaritet
240. Röhsska museet
241. SagaBio, Alingsås
242. SDF Majorna-Linné
243. Sean Kelly
244. Sensus
245. Sexualmedicinskt centrum
246. SFQ
247. Sjöfartsmuseet Akvariet
248. Skolkyrkan
249. SKTF
250. SLM Göteborg
251. Slöjd i Väst
252. Socialdemokraterna
253. SPIV
254. Stefan Holm
255. Stiftelsen Tredje Testamentet
256. Stjärnklart!
257. Stolta Föräldrar till hbtqpersoner
258. Studentprästerna
259. Studieförbundet Vuxenskolan
260. Susanne Hedlund
261. Svensk Scenkonst
262. Svenska HBTQ initiativ
263. Svenska kyrkan
264. Svenska kyrkan Alingsås
265. Svenska kyrkan Haga församling
266. Svenska kyrkan Högsbo församling
267. Svenska kyrkan Lundby församling
268. Svenska kyrkan Näsets församling
269. Svenska Kyrkans Unga i Göteborgs stift
270. Swedish Palestine Groups
271. Swedish Siren
272. Tangoverkstan-Roller i Rörelse
273. Teater UPP Å NER
274. Teaterförbundet
275. Teckenspråkstolkutbildningen på Nordiska Folkhögskolan
276. The Magic Bling
277. The Preacher and The Bear
278. Theodor
279. Theodor Eriksson
280. Tickster
281. Tidskriften Ful
282. Tiina Rosenberg
283. Torbjörn Stenberg
284. Transföreningen FPES
285. TransForm
286. Transmilitanta Brigaden
287. Transnätverket Vänner i Väst
288. Tre Stiftelser
289. Trio Ståltand
290. Tupilak
291. Unelma
292. Ung Vänster Göteborg & Bohuslän
293. Utmskn/Stina Nilsson
294. Utopia
295. Vänsterpartiet
296. Vårdförbundet
297. Världskulturmuseet
298. Västra Götalandsregionen
299. Västtrafik
300. Vetenskapsfestivalen
301. Zaphobar
302. Åsa Gustafsson
303. Öppna Moderaterna

BIDRAGSGIVARE & STOLTA SAMARBETSPARTNERS



Göteborgs
Stad



VÄSTRA
GÖTALANDSREGIONEN

STIFTELSEN **framtidens
kultur**

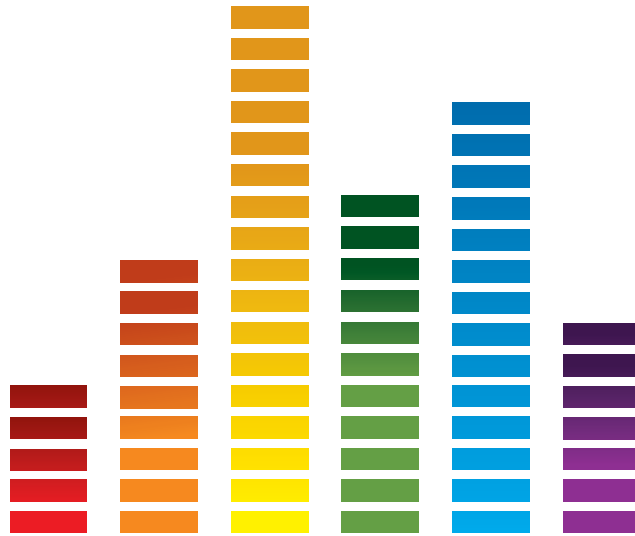


go:teborg&co



Hire Sound
Rental • Sales • Installed Sound

GOTHIA  TOWERS
HOTEL RESTAURANTS MEETINGS



HBTO FESTIVALEN

HBTO-FESTIVALEN
BESÖKSADRESS: GÖTEBORG & CO, MÄSSANS GATA 8, VÅN 7,
GÖTEBORG
POSTADRESS: HBTO-FESTIVALEN, GÖTEBORG & CO,
BOX 29, 401 20 GÖTEBORG
E-POST: INFO@HBTOFESTIVALEN.SE
TEL: 031-368 40 00 (VX GÖTEBORG & CO)
WWW.HBTOFESTIVALEN.SE
ORG.NR: 80 24 42-0641 BANKGIRO NR: 317-6088