

## Manual för litteraturfestival på bibliotek

Framtagen av Claes Wallgren och Sara Hagström Andersson utifrån Sättra litteraturfestival



### Bakgrund

I februari 2015 hade Sättra bibliotek Augustprisvinnaren Kristina Sandberg på besök. Det blev en stor publikframgång med över 100 besökare. Efter detta funderade vi på hur vi skulle kunna jobba vidare med författarbesök. Skulle det gå att toppa detta?

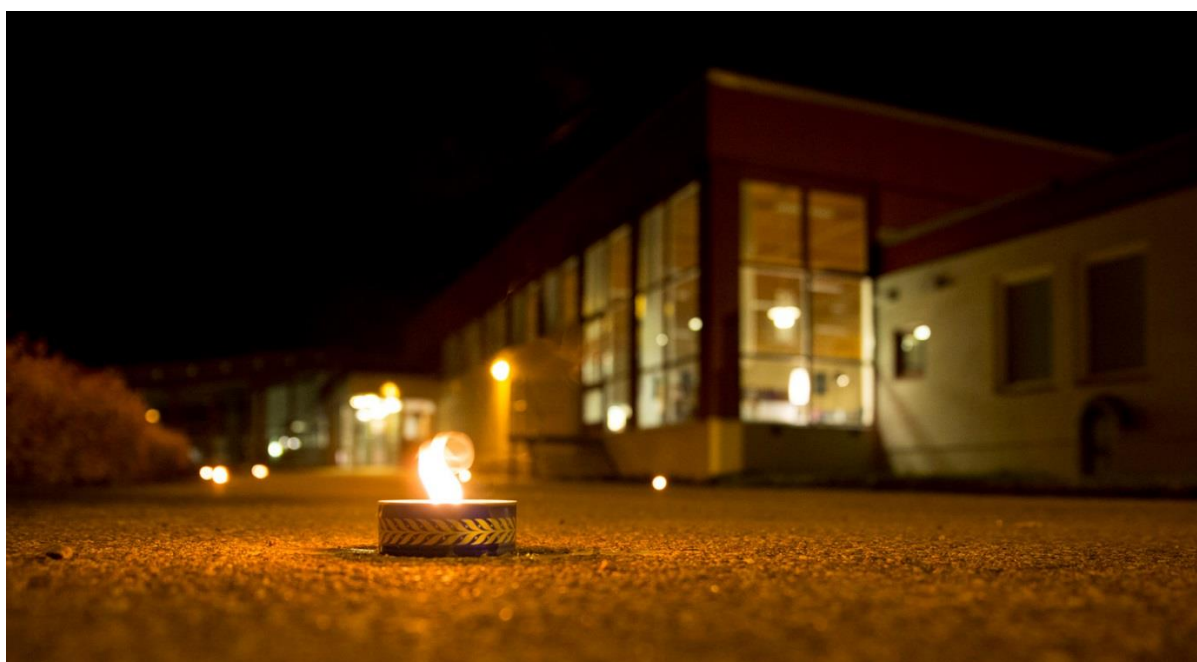
En idé som väcktes var att rent av göra en litteraturfestival. Men kan man verkligen göra en stor litteraturfestival på ett litet bibliotek med tre anställda? Och varifrån skulle pengarna komma? Efter att ha pratat med chefer och partners framstod det hela inte längre som en galen idé, utan faktiskt som någonting som skulle gå att genomföra. I oktober 2015 arrangerade vi första upplagan av Sättra litteraturfestival. Ett år senare genomfördes den andra upplagan av festivalen, som vi är stolta över att kunna kalla Sveriges största minsta litteraturfestival.



## Utgångsläge

Sättra bibliotek är en integrerat folk- och skolbibliotek i Gävle. Biblioteket har tre heltidsanställda och har öppet totalt 27 timmar måndag-fredag. I stadsdelen Sättra bor cirka 11 000 personer av Gävles totalt snart 100 000 invånare.

Att just Sättra bibliotek arrangerar en litteraturfestival är ingen tillfällighet. Under några år har biblioteket utvecklat det skönlitterära arbetet med författarbesök, bokcirklar, bokkaféer, löp- och läscirkel, läskollo med mera.



## **Syfte**

Det övergripande syftet med Sättra litteraturfestival var att lyfta biblioteket och i förlängningen stadsdelen. Vi ville ta litteraturen och de stora samhällsfrågorna till vår stadsdel och visa att även små bibliotek kan vara stora krafter i kultur- och samhällslivet. Tillsammans med våra samarbetspartners strävade vi mot samma mål: att göra Sättra till en mer attraktiv plats att bo på och komma till.

## **Samarbeten**

Knappast något närbibliotek har egna resurser att genomföra en veckolång litteraturfestival. Därför är goda samarbetspartners en absolut förutsättning. Vi undersökte vilka aktörer som fanns i Sättra och som kunde tänkas vara intresserade av att stötta en litteraturfestival. Kontakt togs med ABF Gästrikbygden och det kommunala bostadsbolaget Gavlegårdarna, som båda är stora i stadsdelen. Vi bjöd in båda dessa till ett möte på biblioteket, där vi presenterade vår idé. Vi fick omgående positiv respons och kunde snabbt gå vidare med planeringen.

Inför Sättra litteraturfestival 2016 tänkte vi på hur festivalen skulle kunna växa. Vi insåg behovet av en större budget och därmed fler samarbetspartners. ABF och Gavlegårdarna var positiva till en fortsättning. Ytterligare samarbeten inleddes med föreningen Gävles Unga, som var delaktiga i planering och genomförande av en ungdomsdag. Även Dagermanseminariet vid Högskolan i Gävle bidrog med resurser.

Via samarbete med Akademibokhandeln i Gävle kunde vi erbjuda bokförsäljning under hela festivalen.

Vi gjorde en ansökan till Kulturrådet om läs- och litteraturfrämjande insatser, vilken beviljades. Vi vände oss också till Region Gävleborg Kulturutveckling med en ansökan om stöd till kulturarrangemang, som även den beviljades. Dessutom fick vi ekonomiskt bidrag från Kultur- och föreningsstöd i Gävle kommun.

## **Upplägg**

En litteraturfestival kan se ut på en mängd olika sätt. Tänk noga igenom vilken typ av festival du vill arrangera. Hur länge ska den pågå? Vilka gäster ska bjudas in? Hur många programpunkter ska det vara? Vilken målgrupp vänder sig festivalen mot? Ska festivalen ha någon särskild inriktning? Alla dessa frågor, och säkert flera till, behöver du som arrangör ha svar på.

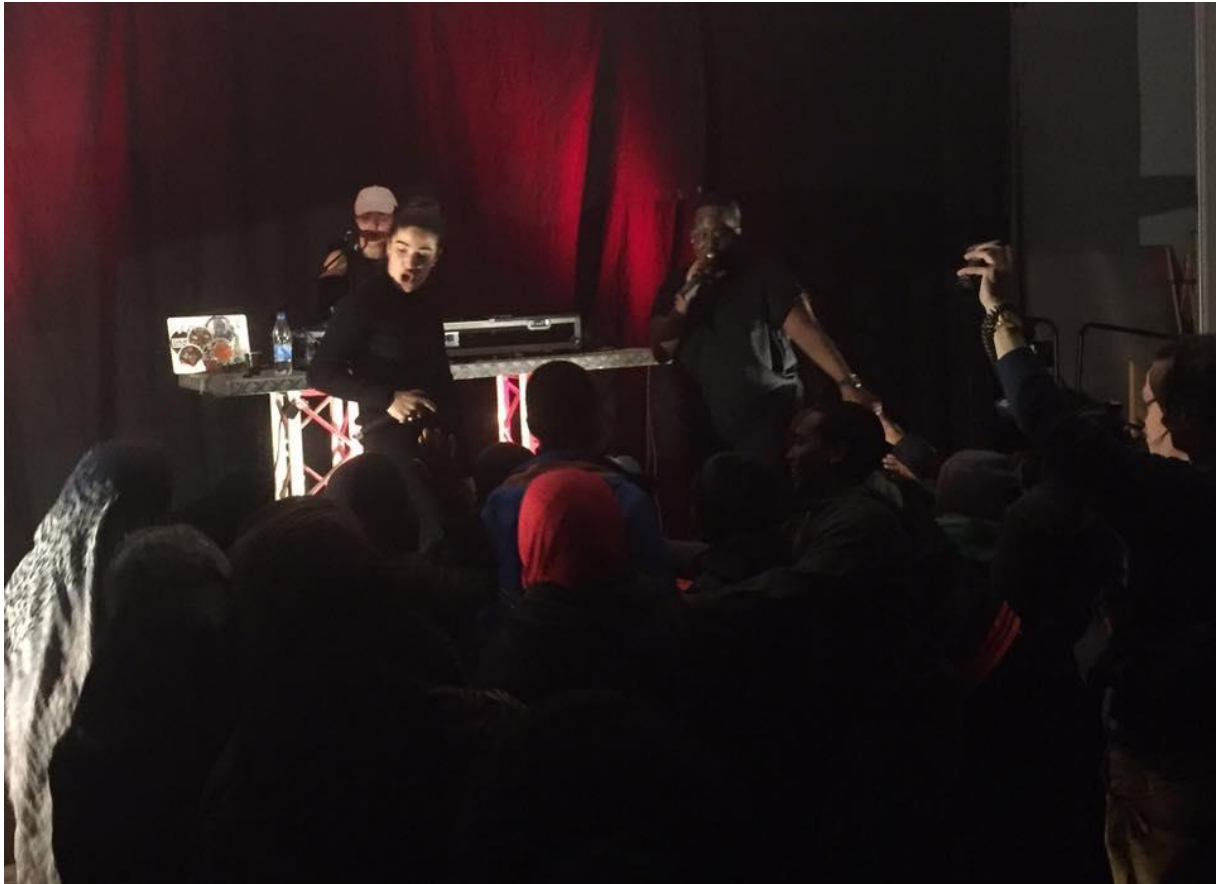
Båda upplagorna av Sättra litteraturfestival har pågått i sex dagar. Programpunkterna har i huvudsak ägt rum på kvällen.

2016 års festival hade ett brett innehåll, där vi riktade oss till målgruppen 13 år och uppåt. Vi eftersträvade en jämn fördelning mellan män och kvinnor bland de inbjudna gästerna.

Nytt för i år var att varje dag hade en egen rubrik, som ringade in kvällens tema. Årets rubriker var: På brottets bana, I huvudet på Nanna Johansson, På tal om poesi, Den hotade yttrandefriheten, Med landsbygden i centrum och Ord från orten. Med den avslutande dagen, Ord från orten, riktade vi oss enbart till unga. Innehållet i dagen, som var ett samarbete med föreningen Gävles Unga, utgick från ungas egna önskemål. Möte med fotbollsspelare, tv-spel, workshop i spoken word och hiphopkonsert var några av inslagen.

Nytt var även att festivalen hade stark lokal prägel. Varje dag blandades en lokal gäst med en mer nationellt känd. Så långt det var möjligt var framträdandena i samtalsform med inbjudna intervjuare.

Förutom scenframträdanden har vi också verkat för att skapa delaktighet genom eget skapande. Det har skett genom ett par olika workshops samt en bokcirkel.



## Marknadsföring

När det gäller marknadsföring kan det vara bra att börja där du är. Kan du ta hjälp av kommunens informationsavdelning är det ett stort plus. På så sätt kan du få stöd och producera material, t.ex. programblad, affischer och flyers, utan att det behöver kosta pengar. Tillsammans med kollegorna på informationsavdelning har vi skapat en enhetlig layout för både tryck och digital kommunikation.

Ett programblad tar ofta lång tid att göra eftersom det innebär många steg, från att samla information och bilder till skrivande och korrektur. Därför är det bra att vara ute i god tid. Vårt programblad har varit basen i det övriga marknadsföringsarbetet. Programmets framsida har t.ex. använts som affisch.

Något som underlättar marknadsföringsarbetet mycket är att tidigt göra en genomarbetad kommunikationsplan. I vårt fall tog vi hjälp av kommunens kommunikationsstrateg. Med en sådan plan på plats blir det tydligt för alla parter vad som ska göras och när det ska göras.

Se till att utnyttja kommunens egna informationskanaler. Vilka sociala medier har kommunen tillgång till? Finns det informationstavlor eller liknande att använda? Har kommunen en personaltidning där festivalen kan spridas?



För att sprida Sätra litteraturfestival tog vi även hjälp av övriga samarbetspartners. Vi delade t.ex. ett eget facebook-evenemang på våra respektive sidor. Även tryckt material kan förstås spridas via olika partners.

Lokalmedia är en annan väldigt viktig aktör när det gäller att nå ut. Att skicka ut pressmeddelanden är ett bra sätt för att skapa uppmärksamhet kring det vi gör. Inför Sätra litteraturfestival hade vi ett programsläpp, där media informerades och allmänheten bjöds in till en kväll på biblioteket. Vi bjöd på dricka och tilltugg och presenterade festivalprogrammet.

En annan bra väg för att skapa intresse kring festivalen är att använda förlagen och författarna själva. Ofta är de aktiva i olika sociala medier och vill gärna bidra till marknadsföringen. Vi fick exempelvis facebook-hälsningar från författarna och böcker av förlagen som vi använde till utlottning i samband med författarbesöken.

## Tidsplan

Många författare och föreläsare har en långsiktig planering och blir uppbokade snabbt. Därför är en viktig framgångsfaktor att börja i god tid. De första förfrågningarna till Sätra litteraturfestival gjordes i februari. Författarcentrum är ofta en bra bokningskanal, men det kan också vara en god idé att etablera direktkontakt med förlagen.

En annan faktor att ta hänsyn till i planeringen är produktionstid för marknadsföring. Ska du t.ex. producera programblad eller liknande och även hinna nå ut med det behövs god framförhållning. Vi hade innehållet klart innan sommarsemestern i juli. På så sätt kunde vi ägna tiden fram till festivalen i oktober till att finslipa och sprida arrangemanget.

Om du planerar att söka någon form av arrangörs- eller projektmedel (t.ex. från Kulturrådet) behöver du ha koll på ansökningstider. Var också medveten om att dylika ansökningar kräver en hel del arbete.

Hur mycket tid går då åt till att göra en litteraturfestival? Det beror förstås på omfattningen och ambitionsnivån och är därför väldigt svårt att säga. När vi sökte ekonomiskt stöd uppskattade vi vår egen arbetstid till 120 timmar, vilket antagligen är i underkant.



## Rummet

En grundförutsättning för att arrangera en festival är att ha någonstans att vara. För vår del fungerade Sättra bibliotek utmärkt som lokal. En stor fördel med att vara på det egna biblioteket är att det inte tillkommer någon extra hyreskostnad. Men du behöver tänka igenom detta noggrant innan. Hur många personer ryms i lokalen? Finns det plats för scen och publik? Går hyllor och annat att flytta?

När du har en lokal är ett bra tips att undersöka vad som redan finns i din förvaltning eller kommun. Vi hade tillgång till egen ljudanläggning. Ljus och scen kunde vi låna inom förvaltningen. Till årets festival satsade vi extra på festivalmiljön. Vi hyrde stolar till publiken och köpte en backdrop, speciellt utformad för Sättra litteraturfestival, som bakgrund till scenen. Vi ville också skapa en varm miljö på scenen som fungerade väl för samtal.



## Bemötande

Givetvis är det väldigt viktigt hur du tar emot både inbjudna gäster och publik.

Bemötandet börjar redan vid bokningen. Hur ser kontakten med författarna/föreläsarna ut? Erbjuds de tågresa? Hur tar de sig till biblioteket, blir de t. ex. hämtade eller väntar en taxi? Väl på plats kan det tyckas självklart, men att bjuda dem på en kopp kaffe är väldigt viktigt för bemötandet. Ett gott värdskap gäller förstås under hela arrangemanget.

Det är även viktigt att publiken tas emot på ett välkomnande sätt. Vem möter dem i dörren? Vem visar dem till rätta? I vårt fall hade en extrapersonal speciellt ansvar för detta under festivalen. Vi inledde varje kväll med mingel i form dryck och enklare tilltugg. Dessutom hade vi utlottning av kvällens aktuella böcker.

Ett bra bemötande skapar god stämning under festivalen och ger ett gott rykte, vilket underlättar för framtida bokningar.



## Personal

Vilka ska jobba med festivalen? Räcker befintlig personal till? Behövs extraresurser? Sättra litteraturfestival har haft en personalstyrka på i grunden tre personer. I princip allt arbete – från planering, bokningar av författare, inköp och scenbygge – har gjorts av den ordinarie personalen på Sättra bibliotek. Vi har t. ex. själva hämtat scenbitar, byggt upp scenen och iordningställt lokalen. Vi har bokat författarnas resor och gått till affären och köpt tilltugg... Under festivalveckan hade vi en extra personal som bemannade biblioteket under vanlig öppettid och agerade värd under kvällarna.

Ett alternativ är förstås att låta andra göra jobbet men då krävs mer resurser. Du måste göra en avvägning var du vill lägga festivalens pengar.

## Utvärdering

När festivalen är över återstår vanligtvis en del arbete. Om du har sökt pengar ska festivalen antagligen redovisas. Har du samarbetspartners som festivalen ska stämmas av med? Att utvärdera kan vara ett avslut men är också ett sätt att blicka framåt. Finns det erfarenheter att ta med till ytterligare en festival? Vilka lärdomar kan man göra?

Det kan vara värt att påpeka att utvärderingar och redovisningar tar en del tid i anspråk. Detta är något som man bör ta med redan i planeringen.

Vad publiken tycker är förstås intressant och viktigt. Tänk igenom hur de ska komma till tals. Vi gjorde ett analogt utvärderingsverktyg där besökarna lade färgade lappar (grönt, gult, rött) i tre

glasburkar. På så sätt fick vi en bild av hur publiken upplevt respektive kväll. Det kan vara ett enkelt och billigt alternativ till ett digitalt system.



#### Avslutande tips

- Våga tänka stort även om biblioteket är litet.
- Formulera en tydlig idé och vision.
- Undersök vilka möjliga samarbetspartners det finns i närområdet.
- Tänk på bemötandet.
- Var ute i god tid!

Lycka till med ditt festivalarbete!