



## Verksamhetsstöd till kulturorganisationer 2022 - Ansökan

### ✓ 1. Organisation och kontaktuppgifter

#### Organisation och kontaktperson

Organisationens namn ska vara det namn som finns registrerat hos Skatteverket.

Under **Kontaktperson** skriver ni kontaktinformation till den person som skriver ansökan. Kommunikation sker under **Mina sidor** via en meddelandefunktion som kopplas till e-postadressen som anges här. Det går bra att ange en gemensam e-post (exempelvis info@exempel.se) och telefonnummer.

**Organisationens namn**  
Föreningen Kulturcentralen

**Organisationsnummer**  
846502-2385

**Adress**  
Södra Förstadsgatan 18

**Postnummer och ort**  
211 43 Malmö

#### Kontaktperson

**För- & Efternamn**  
EMIL ANDERSSON

**E-postadress**  
info@kulturcentralen.nu

**Telefon**  
040103020

**Mobiltelefon**  
0706357249

**Notifieringar**  
E-post

**Organisationens hemsida**  
<https://www.kulturcentralen.nu/>

#### Uppgifter för utbetalning

Bankgiro

**Kontonummer**  
5346-0838

#### Organisationsform

Ideell förening

#### Styrelsens ordförande

Vi behöver kontaktuppgifter till ordföranden som är ytterst ansvarig för organisationen och dess ekonomi.

**Namn**  
Eva Omagbemi

**E-postadress**  
eva@mixmusik.com

**Telefon**  
0766281290

### Bifoga aktuella stadgar

 **STADGAR FÖR FÖRENINGEN KULTURCENTRALEN.doc** (32 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.

### Medlemsantal 2021

Om ni exempelvis inte har några stödmedlemmar anger ni "0" i det fältet.

	<b>Antal</b>
Antal enskilda personer som är medlemmar i föreningen och har rösträtt vid årsmöte	8
Antal organisationer som är medlemmar i föreningen och har rösträtt vid årsmöte	3
Antal stödmedlemmar eller motsvarande	0
<b>Summering</b>	<b>11</b>

## ✓ 2. Verksamhetsplan

### Verksamhetsplan 2022

För handläggningen av ansökan är det viktigt att frågorna besvaras direkt i respektive fält även om samma information finns i en kompletterande bilaga. Om ni behöver ge mer detaljerad information kan ni bifoga en sådan i **steg 7 Övriga bilagor**.

Verksamhetsplanen innehåller följande avsnitt:

- **Målsättning**
- **Verksamhetsbeskrivning**
- **Organisation och personal**
- **Jämställdhet**
- **Lokaler och utrustning**
- **Sammanfattning av planerade förändringar 2022**
- **Långsiktig planering 2023-2024**

Sammantaget ska ni ge en beskrivning av planerad verksamhet med information om nuläge och utveckling. Vi rekommenderar att ni förbereder underlag till varje avsnitt innan ni börjar fylla i.

#### Målsättning

Beskriv den övergripande målsättningen för er verksamhet.

Att erbjuda en fysisk och digital biljett- och informationsportal som ökar tillgängligheten till arrangemang och stärker bilden av Malmö som en stad med ett rikt och omfattande kulturutbud.

## Verksamhetsbeskrivning

Beskriv verksamhetens innehåll och de arrangemang och aktiviteter ni genomför och planerar.

Kulturcentralen startades för att lösa det fria kulturlivets behov av en samordnad biljettförsäljning. I november 2001 bildades Föreningen Kulturcentralen som från 1 januari 2002 driver verksamheten med årligt verksamhetsstöd från Malmö kulturnämnd.

Vår ambition är att erbjuda både en digital biljettportal och ett lokalt fysiskt informationscenter med personlig service. Kulturcentralen är idag väletablerat i Malmös kulturliv, både bland arrangörer och publik. Vi strävar hela tiden efter att knyta nya arrangörer och samarbetspartners till oss och bredda vidden av vårt utbud. Vi vill att alla ska kunna hitta ett tilltalande evenemang hos oss. Kulturcentralen drivs av arrangörer från det fria kulturlivet och dessa har stora möjligheter att påverka verksamheten. Att olika arrangörer finns på en gemensam plattform ser vi som en styrka, och vår erfarenhet visar att detta ökar publiken för alla arrangemang. Vi tror på att samverkan är en stor tillgång för hela stadens kulturliv. Vår målsättning är att öka synligheten och tillgängligheten till Malmös fria kulturliv och stärka bilden av Malmö som en stad med ett rikt och omfattande kulturutbud.

På Kulturcentralens hemsida har arrangörerna tillgång till egen inloggning, där de kan reservera egna platser, hålla koll på biljettförsäljningen, hitta försäljningsstatistik och e-postadresser till kunder, koppla på egen biljettförsäljning i vid entrén vid evenemanget, hyra utrustning för biljettförsäljning på plats, scanna sina biljetter vid entrén etc. Biljettsystemet är ett godkänt kassaregister enligt Skatteverkets regler för kontantförsäljning.

Kulturcentralen säljer även presentkort som kan utnyttjas till hela det fria kulturlivet i Malmö. Biljetterna säljs i butiken, online och vi tar även emot bankgiro och fakturerar biljetter. Det går både att boka biljetter för att hämtas ut vid ett senare tillfälle och att köpa biljetter direkt utan att skapa en inloggning.

Biljettsystemet är specialbyggt för vår verksamhet och ägs av Kulturcentralen. Stor vikt har lagts vid att det ska kunna användas också av de allra minsta aktörerna med begränsade resurser och teknik. Personalen på Kulturcentralen finns i en ständig dialog med arrangörerna och fångar upp förslag på förbättringar och utveckling av systemet. Då det också är personalen som sedan driver vidareutveckling av olika funktioner i systemet, är det en kort beslutsväg från önskemål till beslut, till implementering av förbättringar i biljettsystemet.

Det är av största vikt att vi ligger i framkant av den tekniska utvecklingen, då Kulturcentralen blir mer och mer konkurrensutsatt av webbaserade biljettsystem. Vi vill vara ett fullgott alternativ till mer kommersiella biljettkanaler och vår ambition är att kontinuerligt vidareutveckla och förbättra biljettsystemet.

För att öppna möjligheter för ytterligare investeringar framöver har Kulturcentralen under senare år minskat de fasta tjänsterna med en halvtid och minimerat användandet för extrapersonal.

Under verksamhetsåret 2020 skrev Kulturcentralen avtal med 87 arrangörer (117 st år 2019) för biljettförsäljning till olika arrangemang. Totalt under 2020 såldes 24 704 st biljetter på Kulturcentralen, jämfört med år 2019 då vi sålde 87 618 st biljetter. Den stora minskningen är helt och hållet ett resultat av Corona-pandemins effekter. Antalet biljettköp via Kulturcentralens hemsida fortsatte öka under 2020 och står nu för 83 % av den totala årsförsäljningen.

## Organisation och personal

Beskriv här nuläge och planering för

- organisationens uppbyggnad, ledning och ansvarsfördelning
- anställd personal och arbetsuppgifter

Föreningen Kulturcentralen är en ideell förening med en styrelse som är arbetsgivare och har ekonomiskt ansvar. På årsmötet den 28 april 2021 valdes nedanstående ledamöter och suppleanter: Styrelsen för verksamhetsåret 2021 är: Eva Omagbemi (Mix Musik) ordförande, Kicki Malm (Barnens Scen, Folkets Park) kassör, Karin Blixt (Musik i Syd) styrelseledamot och vice ordförande, Sandra Johansson (Moomsteatern) styrelseledamot, Per Bergström (Internationell Författarscen, Ramus förlag) och Lina Ehn Öberg (Bastionen) styrelsesuppleanter. Till revisor valdes Ann-Christin Hansson och till valberedning valdes Emil Andersson och Maria Knutsson.

Kulturcentralen har i dag två personer anställda på två tjänster. Emil Andersson arbetar heltid och är verksamhetsledare. Maria Knutsson arbetar heltid och är verksamhetsutvecklare.

I nuläget är Emil Andersson och Maria Knutsson korttidspermitterade till 60 % med statligt stöd från Tillväxtverket p g a den rådande pandemin. Kulturcentralens butik har då begränsade öppettider (måndag - fredag 12-17).

Gun Bettenhausen och Elias Andersson arbetar som extrapersonal vid sjukdom och semester.

Den snabbt ökande onlineförsäljningen har påverkat personalens arbetsuppgifter, bl a genom höjningen av servicegrad gentemot arrangörerna. Den avsevärt största förändringen är att personalen i allt större utsträckning måste ha en ständigt pågående omvärldskontroll, d v s titta på konkurrenterna, lägga tid på att besluta om vilka delar vi ska utveckla, vad vi ska prioritera och hur det sedan ska införlivas i vårt befintliga system. Personalen är djupt involverade i detta utvecklingsarbete tillsammans med vårt/våra webbutvecklingsföretag.

Generellt planerar vi att fortsätta med samma personalstyrka i samma omfattning som tidigare. Så länge pandemin håller nere provisionsintäkterna väsentligt avser vi att fortsätta korttidspermitteringen, men vår förhoppning är att kunna avsluta den efter sommaren.

## Personal - omfattning

Ange antal anställda omräknat till normala heltidsanställningar per kalenderår. Exempelvis innebär 1 heltidsanställd och 1 halvtidsanställd under hela året 1,5.

- **Konstnärlig personal:** utövande konstnärlig personal. Skådespelare, musiker, dansare, regissörer, bildkonstnärer, författare etc.
- **Administrativ och teknisk personal:** ledning, producenter, assistenter, ljud- och ljustekniker etc.
- **Övrig personal:** städpersonal, garderobspersonal etc.

	Preliminärt 2021	Planerat 2022
Konstnärlig personal	0	0
Administrativ och teknisk personal	2	2
Övrig personal	0	0
<b>Summering</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

## Jämställdhet

Beskriv organisation, verksamhet och publik ur ett jämställdhetsperspektiv samt hur ni arbetar med jämställdhetsfrågor.

I styrelsen sitter fem kvinnor och en män. Personalstyrkan består av en heltidsanställd man och en heltidsanställd kvinna. Extrapersonal består av en man och en kvinna som är anställda på timmar vid behov.

Vid nyrekrytering av styrelseledamöter och personal har vi strävat efter att hålla en jämn könsfördelning. Den senaste rekryteringen till styrelsen blev gjorde dock fördelningen mer ojämn.

Vad gäller evenemang och publik har vi ingen möjlighet att påverka jämställdheten då vi endast har en biljettombudsfunction och inte arrangerar egna evenemang.

## Lokaler och utrustning

Beskriv här nuläge och planering för

- permanenta och tillfälliga lokaler i Malmö
- teknik och utrustning

Uppgifter om hyreskontrakt lämnas i nästa fråga.

Kulturcentralens lokal och butik ligger på Södra Förstadsgatan 18 i Malmö. Malmö kulturnämnd upplåter lokalerna som uppgår till ett värde av ca 161 000 kr.

Butikslokalen har fungerat som ett biljettkontor för malmöborna sedan mer än 30 år tillbaka, och är mycket väletablerad. Det centrala läget gör Kulturcentralen till en knutpunkt som förenar och sammanbinder hela bredden av kulturaktörer. Tusentals flanörer passerar dagligen butiken, som även fungerar som ett skyltfönster utåt gatan med affischer. Detta bidrar till en stor andel spontankunder och turister som vill veta vad som händer i staden. Sommartid är andelen inhemska och utländska turister hög och butiken fungerar då även som ett informationscenter, då vi tillhandahåller både kartor och turistguider.

Att kunna erbjuda en fysisk butik på bästa läge mitt i Malmö ser vi som en enorm styrka när det gäller att tillgängliggöra kulturutbudet. Vi är dagligen i kontakt med personer som av olika anledningar inte kan använda de digitala lösningarna fullt ut. För dessa kulturkonsumenter är det av avgörande vikt att de kan få personlig betjäning via telefon eller i vår butik. I butiken erbjuder vi t ex betalningsmöjlighet med både kort och kontanter.

Vi har inga planer på att byta lokal och är tacksamma att vi har möjlighet att disponera vår nuvarande butikslokal.

Följande anpassningar som rör biljettförsäljning till evenemang med olika former av begränsningar och streamade föreställningar har hittills genomförts under 2021:

Vi har byggt en funktion som ger arrangörerna tillgång till samtliga kunders e-post för vissa föreställningar, så att arrangörerna sedan kan skicka länkar till streamade föreställningar. Detta har gjorts genom att införa att godkännande av kontakt via e-post blir tvingande vid föreställningar där vi väljer detta alternativ.

Vi har byggt en funktion som gör det möjligt att lägga upp evenemang utan tid och plats för digitala föreställningar som inte spelas live. Det sistnämnda kan också användas när vi säljer t ex medlemskap, festivalpass, inestående biljetter och stödbiljetter.

## Hyr ni permanenta lokaler?

Nej

## Sammanfattning av planerade förändringar 2022

Beskriv kort planerade väsentliga förändringar under 2022 jämfört med tidigare. Det kan exempelvis gälla innehåll, omfattning, organisation, personal och lokaler.

De förändringar ni beskriver ska relatera till er verksamhet före påverkan av corona-pandemin.

Vad gäller innehåll, omfattning, organisation, personal och lokaler planerar vi inte att genomföra några förändringar under 2022. Vi hoppas att kunna avsluta korttidspermitteringen av personal så snart som möjligt under innevarande år.

Vad gäller teknisk utveckling av hemsida och biljettsystem planerar vi i första hand att genomföra följande:

- Möjlighet att lösa in presentkort på nätet.
- Nyhetsbrevet layoutas och anpassas efter den nya sidan.

Vi har fått skjuta fram större arbeten med hemsidan under 2020 och 2021 p g a det osäkra ekonomiska läge som pandemin har medfört.

## Långsiktig planering 2023-2024

Sammanfatta kort planerade väsentliga förändringar och förväntad utveckling för 2023-2024.

Vad gäller innehåll, omfattning, organisation, personal och lokaler planerar vi inte att genomföra några förändringar under 2023-2024.

Vad gäller teknisk utveckling av hemsida och biljettsystem planerar vi att genomföra följande:

- Redesign och uppgradering av intern arrangörssida.
- Redesign och uppgradering av administratörssida för personalen.

Även den långsiktiga planeringen av teknisk utveckling har skjutits fram p g a corona-pandemin.

## ✓ 3. Målgrupper och kommunikation

### Riktat sig er verksamhet till barn och unga (0-18 år)?

Ja

### Arbetar ni med involvering av barn och unga i er verksamhet?

Beskriv i så fall hur er arbetsprocess ser ut.

Barn är framtidens kulturkonsumenter och vi ser det som ytterst viktigt att nå denna målgrupp.

Vi säljer årligen biljetter till hundratals olika föreställningar och aktiviteter som riktar sig till barn och ungdomar. För att främja denna verksamhet har vi rabatterade provisionsintäkter (7 kr/biljett) på alla arrangemang där målgruppen är 0-12 år.

### Målgrupper i Malmö - vilka vill ni nå och varför?

Det kan exempelvis gälla åldersgrupper, kön, geografisk hemvist eller språklig bakgrund. Om ni riktar er till nya eller återkommande målgrupper kan också vara viktigt. Tänk även på att ta med information om tillgänglighet för personer med funktionsvariation.

Statistik över publik/deltagare vid arrangemang och aktiviteter anges i **steg 6 Verksamhetsstatistik**.

På Kulturcentralen kan man köpa biljetter till dans-, performance- och teaterföreställningar, konserter, filmfestivaler, litteraturaftnar, barnteater, skolföreställningar, föreläsningar, digitala livesändningar, matvandringar, chokladprovningar och guidade turer för att ge några exempel.

Vårt utbud, både vad beträffar arrangemang och arrangörer, är mycket brett och återspeglar hela Malmö. Kulturcentralens kunder representerar de flesta målgrupper både vad beträffar olika åldersgrupper och olika intresseområden. Vår ambition är att tillgängliggöra ett så brett och varierat kulturutbud som möjligt, för att på så vis nå en bred och varierad målgrupp. Målet är att alla ska kunna hitta ett tilltalande evenemang på Kulturcentralen.

Att kunna erbjuda en fysisk butik på bästa läge mitt i Malmö ser vi som en enorm styrka när det gäller att göra kulturutbudet tillgängligt. Vi är dagligen i kontakt med personer som av olika anledningar inte kan använda de digitala lösningarna fullt ut. För dessa kulturkonsumenter är det av avgörande vikt att de kan få personlig betjäning via telefon eller i vår butik. I butiken erbjuder vi t ex betalningsmöjlighet med både kort och kontanter.

Vid sidan av vår huvudmålgrupp som är kulturkonsumenterna, finns även vår andra målgrupp som är kulturarrangörerna. Deras arrangemang utgör fundamentet i vårt utbud. Att förlägga sin biljettförsäljning på Kulturcentralen innebär en avlastning för kulturarrangörerna, då vi tar hand om service, administration och tekniska frågor vad gäller biljettförsäljning. Under 2020 har Kulturcentralen skrivit avtal för biljettförsäljning med 87 enskilda arrangörer, jämfört med 117 arrangörer år 2019. Minskningen är ett resultat av pandemin och vi hoppas att snart kunna återgå till vår normala nivå.

### Hur ska ni nå era målgrupper?

Beskriv er kommunikation och marknadsföring och vilka kommunikationskanaler ni planerar att använda.

Hemsidan, [www.kulturcentralen.nu](http://www.kulturcentralen.nu), är ett biljettsystem, ett kalendarium och en scenkonstportal. Här listas arrangemangen på olika kategorier, arrangörer och datum. Arrangörerna har en egen presentationssida med en infotext och bild, bildpuffar med länkar till alla sina arrangemang, samt en kalender för sina egna arrangemang.

Varje vecka skickar Kulturcentralen ut ett nyhetsbrev med samtliga arrangemang under den aktuella veckan, som går ut till ca 70 000 e-postadresser. Detta är till stor hjälp för marknadsföringen för de mindre aktörerna med knappa resurser och används flitigt som ett kalendarium.

Kulturcentralen marknadsför dessutom arrangemang både via Facebook, Twitter och Instagram.

Sedan våren 2018 hämtar Malmö Stads evenemangskalender information om alla evenemang på Kulturcentralens hemsida.

Sedan 2019 finns en funktion som ger media automatisk tillgång till vår kalender. Aftonbladet har efterfrågat detta, och de kan nu hämta information om evenemang direkt via vår sida för att sedan kunna publicera materialet i sina kanaler.

### Aktuella kommunikationsinsatser

Bifoga eller länka till aktuellt material i urval från 2021. Det kan exempelvis vara trycksaker, webbsidor eller säsongsprogram.

 **Informationsmaterial Kulturcentralen.pdf** (298 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.

### Lägg till länkar

Beskrivning av länk	Länk
Hemsida	<a href="https://www.kulturcentralen.nu">https://www.kulturcentralen.nu</a>
Facebook	<a href="https://sv-se.facebook.com/foreningenkulturcentralen">https://sv-se.facebook.com/foreningenkulturcentralen</a>
Twitter	<a href="https://twitter.com/kulturcentralen">https://twitter.com/kulturcentralen</a>
Instagram	<a href="https://www.instagram.com/foreningenkulturcentralen/">https://www.instagram.com/foreningenkulturcentralen/</a>

## ✓ 4. Resultat och effekter

### Resultat och effekter

Beskriv och motivera kort om och hur er verksamhet bidrar till

- utveckling av Malmös kulturliv
- god tillgänglighet för publik och medverkande med olika bakgrund och förutsättningar
- goda arbetsvillkor och arbetsmöjligheter för kulturskapare i Malmö

Kulturcentralen har sedan 2001 fungerat som en biljett- och informationscentral för det fria kulturlivet i Malmö. Via hemsida och butik skapar vi en knutpunkt för ett mycket omfattande och varierande kulturutbud för malmöborna och för Malmös besökare. Varje år säljer vi biljetter till flera tusen olika evenemang fördelat på över hundra olika enskilda arrangörer. Arrangemangen är av mycket varierad karaktär och återspeglar hela Malmös kulturella mångfald.

Kulturcentralens hemsida fungerar som ett kalendarium där alla arrangemang listas på olika kategorier, arrangörer och datum. Den snabba digitala utvecklingen har medfört att vi under de senaste åren har lagt allt större resurser på hemsida och biljettsystem, för att kunna möta kraven från kunder och arrangörer. Det är av största vikt att vår hemsida uppgraderas kontinuerligt, så att vi på bästa sätt kan synliggöra det kulturutbud som vi erbjuder, och samtidigt göra själva biljettköpsproceduren så enkel och smidig som möjligt. Att arrangörerna syns sida vid sida på en gemensam plattform bidrar till att stärka bilden av Malmö som en stad med ett rikt och mångfacetterat kulturliv.

Att samtidigt kunna erbjuda en fysisk butik på bästa läge mitt i Malmö ser vi som en enorm styrka när det gäller att tillgängliggöra kulturutbudet. Vi är dagligen i kontakt med personer som av olika anledningar inte kan använda de digitala lösningarna fullt ut. För dessa kulturkonsumenter är det av avgörande vikt att de kan få personlig betjäning via telefon eller i vår butik. I butiken erbjuder vi t ex betalningsmöjlighet med både kort och kontanter.

Att förlägga sin biljettförsäljning på Kulturcentralen medför också en avlastning för kulturarrangörerna, då vi tar hand om service, administration och tekniska frågor vad gäller biljettförsäljning. 20 års kontinuerlig drift har gett oss värdefulla erfarenheter som vi gärna förmedlar till nya arrangörer. Stor vikt har också lagts vid att biljettsystemet ska kunna användas av de allra minsta aktörerna med begränsade resurser och teknik. För de små verksamheterna innebär Kulturcentralen inte bara en biljettförmedling och informationskanal, utan också ett stöd i marknadsföringen.

Kulturcentralen erbjuder sammantaget en i många avseenden unik knutpunktsfunktion, som är av största betydelse för att skapa goda förutsättningar för en positiv utveckling av kulturlivet i Malmö.

## ✓ 5. Ekonomi


### Sökt belopp och totala intäkter för 2022

Summorna ska vara desamma som ni anger i ekonomibilagan.

	Ange belopp i kronor
Sökt belopp för verksamhetsstöd från Malmö kulturnämnd	1002000
Budgeterade totala intäkter	2140400

### Bilaga för ekonomi

Bifoga den ifyllda ekonomibilagan här.

 **Verksamhetsstöd 2022 - Ekonomibilaga.xlsx** (21 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.

### Kommentarer till ekonomibilagan

Det kan vara värdet av insatser som inte syns i budgeten, till exempel från sponsorer och samarbetsparter eller ideellt arbete. Annan viktig information kan handla om större förändringar eller påverkan av corona-pandemin.

Provisionsintäkterna präglas fortfarande av Corona-pandemin och försäljningen ligger på en ytterst blygsam nivå. En stor osäkerhet råder vad gäller möjligheten att sälja biljetter i större kvantiteter även under resterande delen av året, och vi lägger därför budget för provisionsintäkter på blygsamma 100 000 kr. Då vi inte heller under huvuddelen av 2021 har kunnat erbjuda vår vanliga mängd och bredd av arrangemang, kommer vi att förlänga presentkortens giltighet ytterligare ett år. Vi kommer därför inte få någon intäkt för outnyttjade presentkort under 2021.

Tack vare flera tillfälliga bidrag (extra anslag från Malmö kulturnämnd, bidrag för korttidsjobb från Tillväxtverket, omställningsstöd från Skatteverket och krisstöd från Statens kulturråd) ser året ut att gå ihop och vi kan göra en del vidareutveckling av systemet (i första hand anpassningar som rör försäljning av arrangemang med restriktioner). Om vi under höstsäsongen skulle gå tillbaka till en mer normal nivå försäljningsmässigt, öppnas möjligheter för att vi kan göra mer utveckling i systemet.

Vi har också för avsikt att avsluta korttidspermitteringen eller gå ner i permitteringsgrad, så fort vi närmar oss ett mer normalt läge, med lättade eller helt utan restriktioner.

### Har ni pågående verksamhetsstöd?

Ja

## ✓ 6. Verksamhetsstatistik

### Genomför ni publika kulturarrangemang?

Nej

### Är ni en teater- eller dansgrupp?

Klicka på **Hjälp** för att se vilka organisationer med återkommande verksamhetsstöd som ska svara på frågan.

Nej

### Har ni verksamhet som inte riktar sig till en publik?

Det kan exempelvis vara kurser, workshops, branschträffar eller daglig träning (såsom dans).

Nej

### Kompletterande statistik för verksamhet i Malmö

Beskriv omfattningen av aktiviteter under 2021 och 2022 som ni inte redovisat i ovanstående frågor. Ta även med digitala arrangemang.

Kulturcentralen genomför inga egna arrangemang utan endast biljettförmedling och information till andras arrangemang. Vi bifogar den vanliga statistiken under "Övriga bilagor".

## ✓ 7. Övriga bilagor

### Övriga bilagor

Det kan exempelvis vara en fördjupad verksamhetsplan eller en extra bilaga om budgeten.

 **Verksamhetsstatistik Kulturcentralen 2020-2021-2022.pdf** (122 KB)

Samtliga filer ovan finns bifogade i detta dokument, se bifogade filer.