



# PROJEKT MAGERI

MED DEN GENERØSE  
ORGANISATION SOM AFSÆT

Metoder og inspirationsmateriale udviklet på baggrund  
af Kulturregion Fyns Projektmagerforløb

# BAGOM KATALOGET



**Tine Sønderby** er antropolog og har skrevet kataloget i samarbejde med projektleder Cecilia de Jong. Hun var tilknyttet Projektmaker som underviser og antropolog på feltarbejde, og kataloget er baseret på hendes obser-

vationer samt fælles refleksioner med Cecilia og deltagere. Tine er selvstændig med firmaet Praxis21 og arbejder antropologisk med sociale og kulturelle problemstillinger. Tine har ti års erfaring med at udvikle samarbejder mellem borgere/brugere/deltagere og organisationer. Hun er desuden ekstern lektor på Institut for Antropologi i evalueringsantropologi.

**Cecilia de Jong** er projektleder for Det Fynske Ungekulturråd og har igennem hele forløbet fungeret som koordinator, underviser og sparringspartner for Tine, Ungekulturråde og samarbejdspartnere i projektet. Cecilia er uddannet billedkunstner fra Det Fynske Kunstakademi og har derudover en uddannelse som faglærer i billedkunst. Hun har erfaring med kulturelt iværksætteri, talentudvikling og undervisning, samt projektledelse.

**Deltagere:** Der har været over 30 unge involveret i projektet undervejs, men vi vil sige særlig tak til nogle af dem, der har været med over en længere periode: Anders Stahlsmidt Jensen, Emil Stærkær, Emilie Klok, Frederik Nykjær, Helene Thygesen, Louise Bundgaard Larsen, Mathilde Paprika Bech, Nanna Akeleje Saandvig Fløytrup, Rasmus Degn Pedersen, Sandie Johansson, Stina Tolbøll Bekker, Søren Degn Laxy, Thomas Tornhøj og Thor Holm.

Layout: KreativGrafisk

Fotografer: Kim Sørensen  
Hans Kristian Hannibal-Bach  
Elias Robusto Levorsen

Illustration side 58: Louise Bundgaard Larsen



# INDHOLD

---

|  |    |
|--|----|
| BAGOM KATALOGET.....                               | 2  |
| INDHOLD.....                                       | 3  |
| FORORD.....  | 4  |
| INTRODUKTION.....                                  | 6  |
| KATALOG.....                                       | 8  |
| KAPITEL 1.....                                     | 11 |
| DEN GENERØSE ORGANISATION.....                     | 12 |
| MODTAGE.....                                       | 14 |
| FORBINDE.....                                      | 16 |
| KVALIFICERE.....                                   | 20 |
| FORANDRE.....                                      | 22 |
| KAPITEL 2.....                                     | 24 |
| SAMARBEJDE.....                                    | 26 |
| HVEM SKABER RAMMERNE FOR ARBEJDET?.....            | 27 |
| HVOR BREDT SKAL PROJEKTET NÅ UD?.....              | 34 |
| DET LOKALE SAMARBEJDE.....                         | 36 |
| DET REGIONALE SAMARBEJDE.....                      | 38 |
| DET NATIONALE SAMARBEJDE.....                      | 40 |
| KATALOG 3.....                                     | 42 |
| UDVIKLING AF PROJEKTER OG AFVIKLING AF EVENTS..... | 44 |
| 1. FASE.....                                       | 45 |
| 2. FASE.....                                       | 48 |
| 3. FASE.....                                       | 52 |
| 4. FASE.....                                       | 55 |

---

# FORORD

## PUBLIKATIONEN

Denne publikation giver et indblik i kulturprojekter, udviklet sammen med unge fra en hel region. Den videregiver erfaringer fra Kulturregion Fyns Projektmagerforløb, og formidler metoder, som er udviklet i den forbindelse.

Der er fokus på, hvordan vi – Kulturregion Fyn og andre offentlige organisationer – indretter vores organisation og arbejdsmetoder til at modtage de unges ideer, drive og kreativitet. Disse tanker udfoldes især i katalog ét, hvor vi præsenterer: "Den generøse organisation". I katalog to behandles "Samarbejde", der fokuserer på erfaringer og metoder omkring rammesættelse af samarbejdet. I katalog tre "Udvikling af projekter og afvikling af events" præsenteres arbejdsredskaber til at komme i mål med projekterne.

## KONTEKST OG MÅL

Projektmagerforløbet, som danner baggrund for publikationen, er en del af Kulturregion Fyns aktiviteter. Kulturregion Fyn er et samarbejde imellem ni kommuner på Fyn og øerne: Assens, Faaborg-Midtfyn, Kerteminde, Langeland, Nordfyns, Nyborg, Odense, Svendborg og Ærø. De ni kommuner har samlet 450.553 indbyggere. De er meget forskellige, både i størrelse og i forhold til kultur- og uddannelsesstilbud. Mange unge flytter fra de mindre kommuner, når de skal studere, men mange lokalsamfund har alligevel stærke ungefællesskaber, som er omdrejningspunktet for deres liv udenfor skolen.

Kulturregion Fyn har indgået en kulturaftale med Kulturministeriet, som løber fra 2015-slut 2018. Kulturaftalerne har blandt andet til formål at "fremme og videreudvikle de kulturelle institutioner, produktionsmiljøer og aktiviteter i kulturregionerne med vægt på kvalitet" og "opsamle og videregive særlig viden og erfaringer på kulturområdet til gavn for det samlede kulturliv i hele landet".



## HAVNEBAD 1 FAABORG

Projektmagerforløbet er en del af kulturaftalens indsatsområde: "Skab dig selv", der har fokus på talentudvikling og kulturel dannelse. I indsatsområdet arbejdes på at understøtte fynske kulturtalenter og på at sikre, at alle børn og unge (uanset baggrund) møder kunst og kultur. Det sker blandt andet ved at "styrke de unges kompetencer i forhold til kulturelt iværksætteri". Det er også hovedformålet med Projektmagerforløbet.

Forløbet har fået tildelt midler fra Slots- og Kulturstyrelsens pulje "Projektmagerforløb for unge". I aftalen står der, at forløbet skal "løfte de unge, så de får en mere professionel tilgang til det at organisere og afvikle kulturprojekter" og give dem "en række analytiske og metodiske værktøjer, de kan bruge i arbejdet med kulturelt iværksætteri". Disse målsætninger arbejder projektet efter, men som du vil kunne læse, er perspektivet bredt ud til også at omfatte en opkvalificering af det kulturelle praksisfelt, de unge udfolder sig indenfor.

Kulturregion Fyn håber at se en ny generation af aktive kulturarrangører, der samarbejder med etablerede kulturinstitutioner, kommuner og foreninger om at udvikle nye koncepter og events for unge, i årene der kommer. Forhåbentlig vil dette materiale fungere som en løftestang for dette og kvalificere de unges eget arbejde. Både med at afvikle events, men også i forhold til at dele viden og erfaringer ung til ung.

## TAK

Vi siger mange tak til Kulturministeriet, Slots- og Kulturstyrelsen, som har finansieret en stor del af forløbet, samt til alle de kulturkonsulenter, kulturaktører, privatpersoner og foreninger, som har hjulpet de unge og deres projekter på vej. Vi ser frem til et fortsat samarbejde. Vi håber denne publikation giver anledning til en masse spørgsmål og vidensudveksling, og glæder os til at tænke videre sammen med jer.



# INTRO DUKTION

## ORGANISATIONS- OPBYGNING, SAMARBEJDE OG OPKVALIFICERING

Projektmagerforløbet blev igangsat i 2015 for at opkvalificere unge eventmagere i Det Fynske Ungekulturråd. Det Fynske Ungekulturråd engagerer unge fra de ni kommuner i Kulturregion Fyn i kulturprojekter og events. Projektmagerforløbet skulle give færdigheder i blandt andet organisering, evaluering, økonomi og PR, samt støtte afviklingen af events. Forløbet skulle også fungere som en rekrutteringsplatform for Ungekulturrådet. Derudover skulle forløbet udvikle metoder og viden om at skabe kulturprojekter sammen med unge.

Den røde tråd igennem hele forløbet har dermed været at skabe læringsmuligheder for den enkelte og for den samlede gruppe. Det har også været en eksplicit strategi at opsøge en bred vifte af ungemiljøer i hele regionen, så der blev skabt en bedre fødekæde til eventarbejdet.

Det viste sig imidlertid for énstrengt kun at fokusere på at styrke den enkelte unge og ungegruppen. De unge skal have interessante og inspirerende medspillere på forskellige niveauer og i forskellige organisationer for at være i stand til at skabe gode projekter, blive inspirerede og udvikle sig. Derfor har det været essentielt at styrke forbindelsen til de kulturmiljøer, unge kan indgå i, og skabe bedre rammer for samarbejde i et praksisfelt.

Det lykkedes at opbygge relationer til en bred vifte af samarbejdspartnere, blandt andet kulturhuse, teatermiljøer, spillesteder, ungdomsskoler, kommunale ressourcerpersoner i forskellige forvaltninger, et bådebyggerværft, en musikskole, skonnerten Fylla, en lokal spejderforening og kulturfestivalen Mod.Strøm. Der blev udviklet meget forskellige events i fem kommuner. 30 unge deltog i planlægningen af dem, og der var cirka 770 gæster. Flere af de eventkoncepter, der blev udviklet, fortsætter i 2018 i regi af Det Fynske Ungekulturråd i samarbejde med eksterne parter.



## TILGANG OG VÆRDIER

Erkendelsen af, at opkvalificeringen af den enkelte måtte gå hånd i hånd med styrkelsen af samarbejdsrelationer i et praksisfelt blev afgørende for den tilgang og de værdier, som kom til at kendetegne Projektmager.

Vi har haft fokus på relationskvalitet og relationskompetence. De relationer, som skal udvikles til projektpartnere, skal være værdifulde for alle parter. Kun på den måde opnås det, at alle strækker sig så meget for at nå hinanden, at der opstår en frugtbar situation for udveksling af ideer og udvikling af projekter. Kompetencerne til at opbygge disse relationer er essentielle – også for projektorganisationen. Vi har udviklet modellen "Den generøse organisation", som synliggør projektorganisationens opgaver i udviklingen af kulturelle projekter. Den generøse organisation modtager, forbinder, kvalificerer og forandrer. Modellen hviler på tanken om, at det kan betale sig at være tillidsfuld og generøs, fordi det skaber det bedste udgangspunkt for udvikling af mennesker og projekter og udveksling af ideer, viden og genstande. Modellen hviler også på antagelsen om, at alle deltagere er i besiddelse af ressourcer; det er projektorganisationens opgave at blive i stand til at modtage og kvalificere dem.

## ROLLER

Som I kan læse i kataloget, har rollerne udviklet sig undervejs i projektperioden. Projektet var oprindeligt organiseret omkring et undervisningsforløb, der skulle samle unge fra ni kommuner. Sideløbende med undervisningen skulle de unge afvikle events lokalt.

Denne arbejdsmetode viste sig at være for afkoblet fra de kulturmiljøer, eventsene skulle foregå i, ligesom teori og praksis blev for adskilt. Derfor transformerede vi forløbet til et

mere praksisnært forløb, som foregik i lokalmiljøer. Den traditionelle undervisningsrelation blev justeret, så underviser, unge og projektleder i højere grad løste udfordringer i fællesskab. Underviseren blev i højere grad en organisator og koordinator, som faciliterede en læringsproces, der udsprang af praktiske erfaringer. Projektlederen fik en lignende rolle i mange sammenhænge.

Læringsprocessen blev bygget op omkring en flad struktur med tæt coaching. Det indebærer, at den person eller gruppe, som havde påtaget sig ansvaret for en opgave, også fik handlekompetence til at træffe beslutninger og udføre dem. Dette skete i tæt samarbejde med mere erfarne personer i projektet – en samarbejdspartner, mentor, underviser eller projektleder.

## UDVIKLING AF VIDEN OG METODER

Projektmagerforløbet havde også til formål at udvikle viden og metoder om at skabe kulturprojekter sammen med unge. Underviseren var antropolog, og hun observerede processer og dynamikker undervejs, ligesom hun afholdt uformelle interviews med aktører i projektet igennem halvandet år. Disse data dannede grundlag for fælles refleksioner – i første omgang mellem projektleder og underviser. Vi udviklede i fællesskab en undersøgende, afprøvende arbejdsform, så vi løbende kunne bruge nye indsigter til at justere projektets tilgange og metoder.

Dataindsamlingen og de fælles refleksioner har også dannet grundlag for udviklingen af dette katalog. Dele af kataloget er desuden blevet kvalificeret af nogle af de unge deltagere.

# KATALOG

Kataloget er delt op i tre underkataloger

## KATALOG 1

“Den generøse organisation - inspiration til opbygning af projektorganisation”

Her kan du læse mere om modellen, og om de erfaringer fra Projektmaker, som ligger til grund for udviklingen af den.

## KATALOG 2

“Samarbejde- inspiration til at skabe klare rammer om samarbejdet”

Her kan du læse mere om samarbejder. Der er fokus på to essentielle nedslagspunkter: “Hvem sætter rammerne for arbejdet?” og “Hvor bredt skal projektet nå ud – arbejder I lokalt, regionalt eller nationalt? Kataloget behandler karakteristika ved forskellige samarbejdsniveauer og -former, og kan særligt bruges i forberedelsesfasen, hvor rammerne for samarbejdet skal fastsættes.

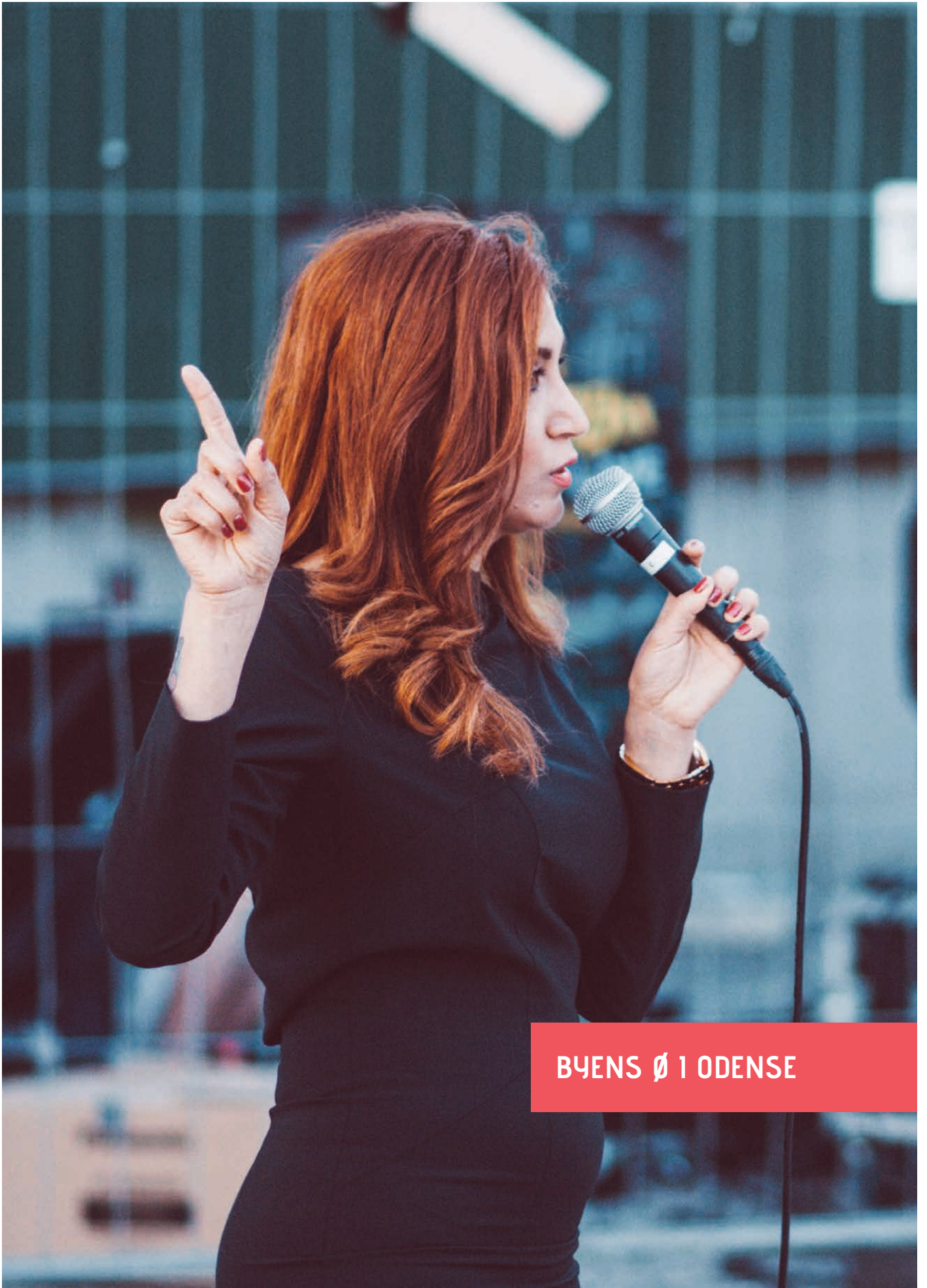
## KATALOG 3

“Udvikling af projekter og afvikling af events - arbejdsredskaber”

Her finder du materiale, som kan guide jer igennem fire faser i arbejdet.

- 1. FASE:** Afsæt: Et ressourc-baseret fællesskab – om skabelsen af en stærk og innovativ projektgruppe igennem ressourcebaseret arbejde
- 2. FASE:** Ideen udvikles og kvalificeres – om en stærk idé som udgangspunkt for arbejdet
- 3. FASE:** Netværket styrkes og ideen videreudvikles – nedslagspunkter i samarbejder med projektpartnere
- 4. FASE:** Organisering af arbejdet - giver redskaber til at komme i mål med projektet





BYENS Ø I ODENSE





Fall





# KATALOG 1

Den generøse  
organisation  
- inspiration  
til opbygning af  
projektorganisation

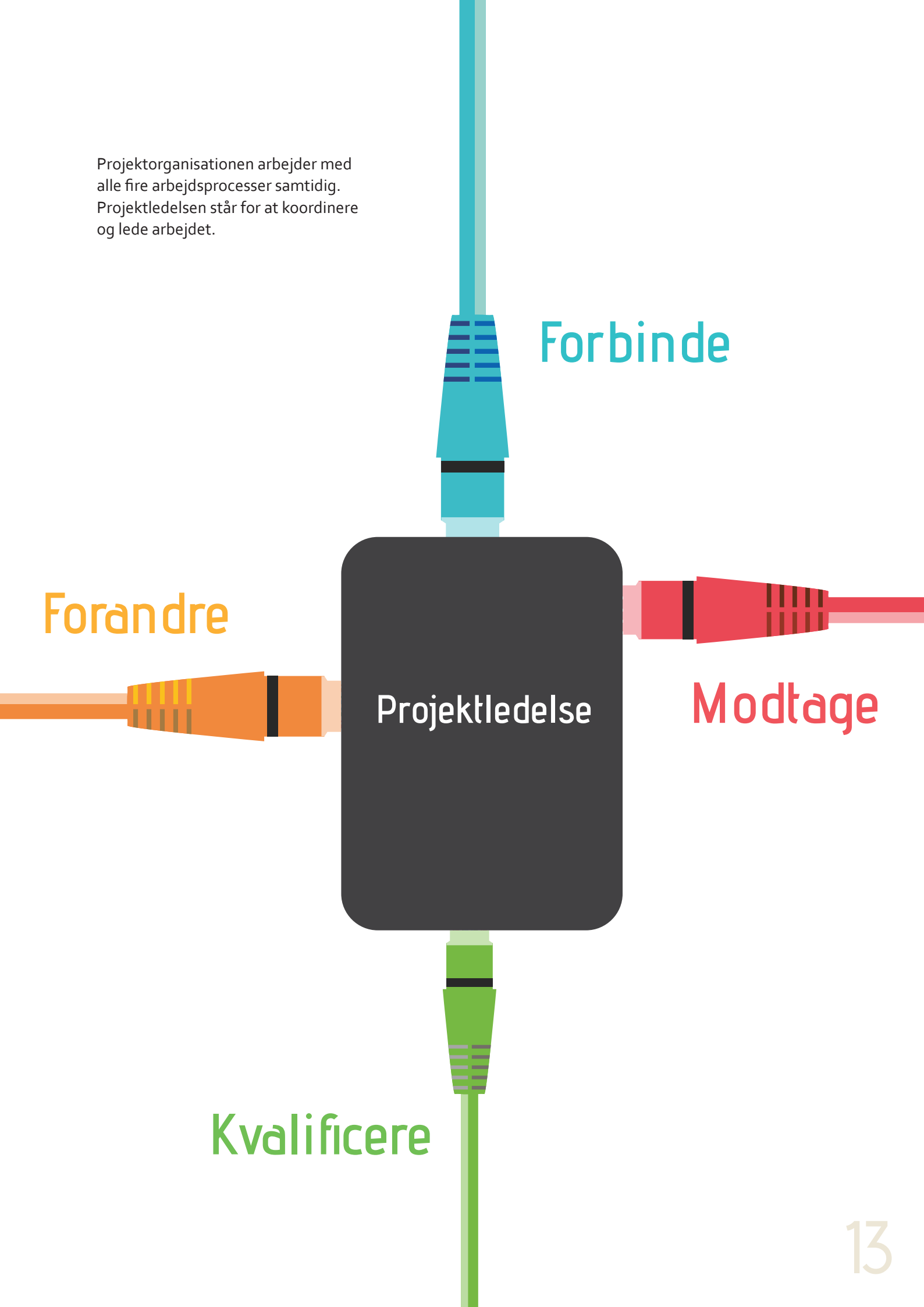
es

# DEN GENERØSE ORGANISATION

Vi har udviklet en model for projektorganisation, som vi kalder "Den generøse organisation". Modellen hviler på tanker om, at det kan betale sig at være tillidsfuld og generøs, fordi det skaber det bedste udgangspunkt for udvikling af mennesker og projekter og udveksling af ideer. Man arbejder ud fra, at alle har ressourcer i form af erfaringer, viden og kompetencer, og at der findes masser af kreativitet og opfindsomhed blandt unge, som de gerne vil udvikle. Det kreative projekt opstår, når disse ressourcer sættes i spil i unikke samarbejder og kontekster, samt udvikles og kvalificeres. Projektorganisationen skal spille en afgørende rolle i udviklingen af det kreative projekt ved at:

- **MODTAGE**
- **FORBINDE**
- **KVALIFICERE**
- **FORANDRE**

Projektorganisationen arbejder med alle fire arbejdsprocesser samtidig. Projektledelsen står for at koordinere og lede arbejdet.





# MODTAGE

Projektorganisationen er indrettet til at modtage ideer, ønsker, impulser og mennesker. Input ses som en gave og ikke som en forstyrrelse, der rykker ved en fastlagt arbejdsrutine og plan. Der er tillid til, at unge deltageres ideer og kompetencer er værd at bygge videre på, og derfor bruger projektorganisationen energi på at afdække den enkeltes og gruppens ressourcer og skaber afsæt for videre arbejde heri. En del af kontrollen med projektet er overdraget til deltagerne, da man i fællesskab løfter projektet. Denne tilgang er oprigtig og ikke kun en hensigtserklæring om samskabelse eller en smart beskrivelse på en hjemmeside.

Organisationen skaber attraktive projekter, som involverer ambitiøse samarbejdspartnere. De har forskellige ressourcer at byde ind med, og de har lyst og tid til samarbejdet. Rekrutteringen til disse projekter foregår løbende, og projektorganisationen flytter sig for at indoptage og omdanne de mange input, ønsker, ideer og mennesker, der tilflyder den. Projektet

opleves som åbent og tilgængelig. Når unge møder projektet første gang efterlades de med en forhåbning om succes, og de, som involveres mest, oplever, at projektet rammer et uopfyldt behov i dem og vækker en passion til live. Organisationen modtager denne passion og skaber mulighed for, at unge kan udleve drømme i projektet.

Organiseringen er også indrettet til, at unge menneskers liv kan forandre sig ganske hurtigt, ligesom der er plads til, at man kan deltage i varierende omfang og få en opgave, som passer til ens tidsramme, erfaringer og personlige egenskaber.

Baglandet er indforstået med, at der er mange veje til at nå et mål, og der er plads til at skifte spor, når der opstår en uventet barriere eller organisationen får tilført en ny ressource. Der er altså en høj grad af manøvre frihed for projektorganisationen.





## Erfaringer fra Projektmager: **DEN INNOVATIVE PROJEKTGRUPPE**

I Projektmager bestod en innovativ projektgruppe ikke nødvendigvis af unge, som havde traditionelt kreative interesser. Den opstod, når ressourcerne i og omkring en ungegruppe blev aktiveret. Det første skridt i denne proces var at modtage og afdække ressourcer i gruppen og bruge dem som afsæt for det videre arbejde. En stor gruppe unge vidste for eksempel meget om at sejle og havde en passion for havet og havneliv. Det blev afgørende for, at det maritime Fyn og øerne blev et omdrejningspunkt i projektet Dokken, som afholdt et event på en smuk skonnert og et andet på et bådebyggerværft.

## Erfaringer fra Projektmager: **RAMMER FOR ADGANG**

I begyndelsen af Projektmagerforløbet skulle 36 unge forpligte sig til at deltage i et undervisningsforløb, der strakte sig over seks måneder. Det viste sig imidlertid hurtigt, at det var mere fordelagtigt at skabe rammer for, at man kunne forpligte sig på forskellige niveauer og løbende tilslutte sig en projektgruppe. Nogle var med til mange events, og andre kun til et enkelt. Unge rekrutterede andre unge, som tilsluttede sig projektet i kortere eller længere tid, og nogle var med i udvalgte perioder.

Den fleksible adgang til projektet gjorde det muligt at modtage nye deltagere og passede bedre til unges til tider korte tidshorisonter i en omskiftelig hverdag. Nogle skulle begynde på studie eller nyt (studie)job eller skulle finde en ny bolig. Derfor zappede de lidt ind og ud af projektet.

Graden af fleksibilitet var kontinuerligt til debat, da nogle deltagere ønskede, at andre forpligtede sig dybere til projektet. Det skabte udgangspunkt for vigtige diskussioner og forventningsafstemninger og alt i alt betød den justerede tilgang, at projektet blev mere levedygtigt og lystbetonet, og at der løbende kom nye ressourcepersoner til.



KYST CAMPING, BOGENSE

# FORBINDE

Projektledelsen ser udad og fremad. Den uformelle projektledelse varetages gerne af flere personer, så man kan diskutere og sparre med hinanden. Projektledelsen er synlig og opsøgende i lokale netværk, hvor den opbygger relationer og knytter alliancer. Den deltager i andres arrangementer og viser, at den er indstillet på at opbygge gensidige relationer. Det skaber tillid til personer og organisationen.

Samtidig oparbejder projektledelsen viden om, hvordan praksisfeltet fungerer netop nu, fordi den får overblik over, hvem der beskæftiger sig

med hvilke emner, og hvem der kunne være interessante samarbejdspartnere. Den arbejder på at indfælde projektorganisationen i et praksisfelt, så de unge deltagere kan blive forbundet til eksterne partnere og deltage i en udveksling af ressourcer i form af ideer, steder, viden og genstande. Denne proces knytter de unge til et levende kulturmiljø, hvilket styrker muligheden for at skabe passionerede projekter. De fælles erfaringer og udfordringer, som overkommes i arbejdsprocessen, styrker også fællesskabsfølelsen og tilliden til hinanden.

## Erfaringer fra Projektmager: TÆT PÅ KULTURMILJØET

Deltagerne i Projektmagerforløbet skulle i begyndelsen mødes i Odense til undervisning én lørdag om måneden i seks måneder. Dette forløb skulle gentages med variationer.

Møderne skulle foregå i professionelle rammer på et kommunalt konferencenter i Odense. Der var god plads og gode tekniske forhold i det lyse rum, og frokost og kage blev sat klar, når der var brug for det. Men vi var der om lørdagen, og var næsten alene i den store, ombyggede folkeskole. Den mentale afstand til det sprudlende kulturmiljø, vi ønskede at være medskabere af, var enorm. Diskussioner af, hvor på Marstal havn, vi kunne vise en open air film, eller hvem vi kunne samarbejde med i Faaborg, blev abstrakte, og det blev vanskeligt at forestille sig, hvordan eventsene kunne at se ud i praksis. Projektet havde brug for at blive knyttet tættere til kulturmiljøet, både fysisk og mentalt.

Derfor besluttede projektlederen og underviseren at afholde undervisningen i de lokalmiljøer, hvor der skulle afholdes events. Det gav projektet nyt liv. Fyn og øerne har et meget varieret ungdoms- og kulturliv, og stedernes og kulturmiljøernes karakteristika blev ét af projektets stærkeste trumfkort. At arbejde i de miljøer gav projektet en tydeligere identitet, og der opstod overensstemmelse mellem de rammer, vi arbejdede i, og den ånd, vi ønskede i vores eget projekt.

Denne arbejdsform havde også en praktisk bieffekt. Kulturregion Fyn er spredt over et stort geografisk område, og transport fra den ene ende til den anden tager tid. Derfor fungerede det bedst, at alle skiftedes til at flytte sig, når vi skulle mødes.

HARDERS, SVENDBORG



## Erfaringer fra Projektmager: TILLID, FÆLLESSKAB OG PASSION

Det var essentielt at opbygge en fællesskabsfølelse – både mellem unge, mellem unge og underviser/projektleder og mellem projekt og lokalmiljø. Arbejdet indeholdt en bred vifte af nye komponenter og var i mange henseender et eksperiment, der skulle afvikles under tidspress. Vi skulle i fællesskab skabe noget nyt på kort tid. Dette krævede både tillid til sig selv, hinanden og situationen, og de unge havde brug for at vide, at andre troede på dem og så værdien i deres arbejde. I en midtvejsevaluering fremhævede flere unge også, at tro på projektet og passion omkring arbejdet var uundværlige kompetencer hos en underviser/projektleder.

Fællesskabsfølelse og passion var også vigtige i forhold til samarbejdspartnere – især dem, projektet arbejdede tæt sammen med. Harders spillested i Svendborg var et ypperligt eksempel på dette. Harders ligger i stemningsfulde bygninger omkring en gammel brostensbelagt gård, Ribers Gård, som også huser værksteder for kunstnere og en brugerdrevet filmklub. Harders afholder koncerter med hjælp fra en kreds af frivillige, og huset bruges af musikere, der øver, og andre kulturskabere. Vi havde udset os Ribers Gård som en ønskelokation til et event i Svendborg. Gården var hyggelig og lå centralt, og der var allerede et teknisk set-up, som gjorde det enkelt at vise den dokumentarfilm, som vores event var bygget op omkring. Filmen, vi ville vise, var en musikfilm, hvilket passede perfekt til Harders profil.

Det Fynske Ungekulturråd og Kulturregion Fyn havde tidligere arbejdet sammen med Harders, og det var let at

etablere den første kontakt. Vi fik også lov at bruge deres mødelokale, allerede inden vi havde aftalt at samarbejde om filmvisningen. Vi holdt vores første møde i et lokale fuld af koncertplakater fra de sidste årtiers koncerter, mens to musikere øvede i lokalet ved siden af. Til mødet om et eventuelt samarbejde, dukkede både ejeren, Henning, og den daglige leder Mads, op. De lyttede til de unges ideer til eventet, og efter cirka 15 minutter sagde Henning, at han syntes, det lød som et glimrende projekt, og de ville med glæde samarbejde. Idéen passede godt til deres profil, og de kunne få stor glæde af eventet. Han fortalte, hvad de kunne bidrage med, og hvad de gerne så afklaret. Derefter fik vi nummeret til Mads, så vi kunne SMS's ham, når vi var færdige med mødet, så han kunne komme og låse efter os.

Den tillidsfulde, kreative og passionerede stemning gav hele projektet et løft. Det gjorde det lettere for de unge at forestille sig, at de på ganske kort tid skulle få et større kulturprojekt på benene, når de var omgivet af andre, der gjorde det samme hver eneste dag, og som elskede det. Derudover kunne Harders se værdien i det, de unge havde at byde på, og der skete en reel udveksling af ressourcer.

Efter eventet var afholdt, fortsatte samarbejdet. Vi fik lov at låne teknisk udstyr af dem, som vi kunne bruge til events andre steder. Vi knyttede kontakter til teknikere, som vi samarbejdede med, når vi havde brug for ekstra support, og Harders blev en central figur i et regionalt koncertprojekt, Ø-lyd, som blev udviklet senere.

# KVALIFICERE

Projektledelsen ser ikke kun udad og forbinder ressourcer i samarbejder. Den ser også indad i projektet og er med at kvalificere produkter og processer. Personer i ledelsen faciliterer en proces, som både fokuserer på at udfolde uudnyttede potentialer og spotte eventuelle faldgruber. Alle involverede, både professionelle og frivillige, bringer deres viden i spil og giver hinanden feedback. På den måde bruges alle ressourcer og gruppen skaber et produkt i fællesskab.

Undervejs hjælper projektledelsen gruppen på vej. Der er både opmærksomhed på den enkeltes udvikling og på samarbejdet i gruppen. Projektledelsen er med til at sørge for, at deltagerne får en rolle, der passer til deres hverdagsliv, erfaringer, viden og personlige egenskaber, og der sørges for, at der er mulighed for at lære nyt.



## Erfaringer fra Projektmager: FRA UNDERVISNING TIL PRAKSISNÆR GUIDNING

Som tidligere beskrevet var undervisning og eventafvikling i udgangspunktet kun løst forbundet. Det viste sig imidlertid ikke fordelagtigt, og undervisningen blev derfor transformeret til et mere praksisnært forløb. Den traditionelle undervisningsrelation blev justeret, så underviser, unge og projektleder i højere grad løste udfordringer i fællesskab. Underviseren blev også i højere grad en organisator og koordinator, som faciliterede en læringsproces, der udsprang af praktiske erfaringer. Denne praksisorienterede form gjorde projektet tilgængeligt for en bred vifte af unge, og det kom blandt andet til at favne: Unge fra HF-Søfart på Ærø, teaterinteresserede unge fra Bogense, lærerstuderende fra Ollerup, universitetsstuderende fra Odense og gymnasieelever fra Faaborgområdet.

I disse håndholdte forløb fik de unge jævnlig feedback af hinanden, organisatoren, projektlederen og samarbejdspart-

ner. Af og til blev også tilknyttet mentorer, der hjalp med specifikke praktiske udfordringer, og de gav også feedback undervejs. Det betød, at unge fik respons på stort og småt i hele arbejdsforløbet – fra den første spirende eventidé til, hvad de ville sige i en velkomsttale. Denne kontinuerlige feedback hjalp med at udvikle de unges kompetencer og projektets kvalitet. Det blev udviklet en arbejdsrutine, hvor der hele tiden var flere øjne på processen – ofte også øjne som var mere erfarne og kunne hjælpe med at udfolde uudnyttede potentialer eller påpege eventuelle faldgruber. Afviklingen af nogle events var også i sig selv en kontinuerlig feedback-kæde. Projektet Dokken udførte fem events i løbet af fem måneder, hvor grundelementerne blev gentaget i forskellige kontekster. Det betød, at det var relativt enkelt at finde ud af, hvordan ideer fungerede i praksis, og forbedre dem fra gang til gang.

## Erfaringer fra Projektmager: HÅNDHOLDTE FORLØB TILPASSET DEN ENKELTES RESSOURCER

Da undervisningsforløbet blev ændret fra ét samlet forløb til arbejde i mindre grupper, blev det muligt at tilpasse forløbet til den enkelte deltagers ressourcer.

De unge, som deltog, var meget forskellige: Nogle unge trivedes bedst med meget ansvar og frihed til at løse opgaver, mens andre ønskede en tættere opfølgning og guidning. Nogle unge var gode til at tænke stort og planlægge spektakulære rammer for aktiviteterne i sin helhed, andre var gode til at strukturere et forløb, mens atter andre var praktisk begavede og dygtige afviklere i situationen. Den enkeltes ressourcer blev gradvist tænkt mere ind i vedkommendes rolle i projektet. I nogle tilfælde tog dette tid, da det krævede at både den unge og underviseren kendte den enkelte unges personlige ressourcer og kompetenceområder og vidste, hvor der eventuelt var behov for back-up.

# FORANDRE

Den helhedsorienterede tilgang, hvor projektorganisationen er dybt indlejret i et praksisfelt, betyder, at effekten af arbejdet kan aflæses bredt. Projektorganisationen arbejder således målrettet på at skabe forandring, som kan aflæses hos individet, gruppen, den bredere organisation og i feltet som helhed.

Forandringen hos den enkelte viser sig personligt, fagligt og/eller socialt. Arbejdet skaber minder og stof til samtaler, og erfaringerne fra arbejdet omdannes efterfølgende i forskellige kontekster.

Gruppen får flere kontakter i kulturmiljøerne, større vingeang og flere kompetencer. Det gør den i stand til at arbejde stadig mere selvstændigt og kaste sig ud i større projekter.

Forandringen i hele organisationen aflæses ved, at den opbygger mere viden om, hvad der er på spil i kulturmiljøerne, hvem der er interessante medspillere lige nu, og hvilke metoder, der fungerer godt i hvilke kontekster. Denne forankring i praksis ruste organisationen til at imødekomme spirende behov, udvikle nye, relevante indsatsområder og arbejdsmetoder og rådgive andre.

I praksisfeltet som helhed aflæses forandringen i form af, at flere individer og organisationer opdyrker samarbejdsrelationer, styrker deres kvalifikationer og får mere erfaring på feltet. Det styrker lysten til og mulighederne for samarbejde, og der sættes flere og mere interessante initiativer i søen.

Projektorganisationens bagland har tillid til, at et styrket praksisfelt kommer organisationen til gode. Derfor er den også indforstået med, at dele af den akkumulerede viden og netværk forankres udenfor organisationen.

Baglandet arbejder både med kortsigtede og langsigtede succesparametre. Det gør den i stand til at leve op til politiske krav om at kunne påvise en umiddelbar effekt af indsatsen, samtidig med der er fokus på det helhedsorienterede arbejde, som viser effekter på en længere bane. I synliggørelsen af den skabte forandring bruges både kvantitative og kvalitative målemetoder.

## Erfaringer fra Projektmager: FORANKRING I REGIONALE SAMARBEJDS- KONSTELLATIONER

Projektmager skulle blandt andet skabe en rekrutteringsplatform til Det Fynske Ungekulturråd. Det var også her, viden og netværk skulle forankres. Det viste sig imidlertid at være vanskeligt at operere med et formaliseret råd, som mødtes jævnligt. De geografiske afstande er store, hvilket giver praktiske udfordringer med at mødes. Derudover har mange fynske kommuner gradvist opbygget kommunale ungeråd. Kun få unge kan overkomme at være engageret i både et kommunalt og et regionalt ungeråd - især fordi mange flytter tidligt fra de kommuner, hvor der er begrænsede muligheder for videreuddannelse, og de derfor kun kan være med i en begrænset tidsperiode. Endelig er nogle af de allermest engagerede unge også med NAU, som er et nationalt netværk af ungeråd.

Udfordringen med at forankre viden og netværk i et formaliseret råd tvang os til at gentænke vores forankringsstrategi. Det faldt imidlertid godt i tråd med de

mange andre justeringer, vi havde foretaget undervejs; vi havde arbejdet os væk fra formaliserede strukturer, som primært orienterede sig indad i projektorganisationen og henimod åbne og foranderlige netværksstrukturer, der var bygget op om samskabelsesprojekter med mange parter.

Som man kan læse i næste katalog, var det lykkedes for flere af projekterne at opbygge en regional identitet nedefra. Disse projekter blev drevet frem af grupper af unge fra flere kommuner i samarbejde med eksterne partnere og Projektmager. Disse fora blev oplagte forankringspunkter for akkumuleret viden og netværk. De var ikke en del af organisationen, men drivere i et praksisfelt, og de kunne fostre nye ideer og initiativer, som kunne komme regionen til gode.



FTSLA





# KATALOG 2

Samarbejde -  
inspiration til at  
skabe klare rammer  
om samarbejdet

# SAMARBEJDE

Udgangspunktet for jeres samarbejde skal være klart, og det skal være tydeligt kommunikeret. Ellers er der stor risiko for, at deltagerne mister motivationen, og man misforstår hinanden. Vi har valgt at fokusere på to nedslagspunkter, som man med fordel kan tydeliggøre i forberedelsesfasen:

- HVEM SÆTTER RAMMERNE FOR ARBEJDET?
- HVOR BREDT SKAL PROJEKTET NÅ UD? ARBEJDER I LOKALT, REGIONALT ELLER NATIONALT?

Forskellige valg skaber forskellige arbejdsprocesser med specifikke karakteristika, mulighedsrum, skalaer og udbytter. De stimulerer og motiverer også deltagerne på forskellige måder og stiller forskellige krav til dem.

I det første nedslagspunkt placerer man projektet på et deltagelseskontinuum. Er projektet rammesat af professionelle, rammesat af deltagere i en opstartsfasen, eller af erfarne unge i samarbejde med professionelle?



# HVEM SKABER RAMMERNE FOR ARBEJDET?

Placér jeres projekt på et kontinuum. I skal ikke nødvendigvis arbejde jer i den ene eller den anden retning – alle placeringer på kontinuum'et er lige gode. Forskellige placeringer skaber blot forskellige rammer om arbejdet.

---

**Deltagere i  
opstartsfase**

**Deltagere  
med erfaring i  
samarbejde med  
professionelle**

**Professionelle**

## RAMMESAT AF DELTAGERE I OPSTARTSFASE

Opstartsprojekter er typisk baserede på deltagernes interessefællesskab og personlige netværk, og nye og overraskende samarbejdskonstellationer kan spire frem. Unge udvikler en idé, en projektgruppe-gruppe og en kreds af samarbejdspartnere. Projekterne åbner mulighed for, at deltagerne kan få bred erfaring med idéudvikling og projektafvikling. De kan selv bestemme tempoet og set-up'et, og eventuel sparring kan foregå på deres præmisser. Da deltagerne selv formulerer succeskriterier og arbejdsformer, kan disse projekter rumme at være spontane og udpræget lystdrevne, ligesom de kan styrke et fællesskab.

Projekterne kræver stærke, lokale ungefællesskaber, som kan løfte i flok. Målgruppen er primært i det lokale netværk omkring deltagerne, og derfor har projekterne typisk små budgetter og en begrænset PR-indsats.

### Eksempel fra Projektmaker: RAMAZANG

I vinteren 2016/foråret 2017 støttede Projektmaker en gruppe teaterengagerede unge i Bogense. Syv unge var drivkræfterne i en større gruppe, der ville eksperimentere med at afholde deres egne arrangementer. Vi holdt et opstartsmøde og tre workshops i deres teaterhus Ramazang, hvor gruppen havde gået til teater i flere år, og som de følte en stærk følelsesmæssig tilknytning til. Afholdelsen af møder på deres intime hjemmebane underbyggede de unges rolle som værter og ansvarlige for arrangementerne, og de fastholdt en høj grad af kontrollen over arbejdsprocessen, som projektvejledningen blev tilpasset.

Gruppen havde mange ideer til små og store projekter, og igennem en idéudviklingsproces snævrede de deres fokus ind til to projekter. Det ene arrangement var målrettet børn og indeholdt en påske-

ægsjagt og en mindre teaterkoncert, som blev afholdt på den lokale campingplads. Campingpladsen blev valgt, fordi der var en scene, nogle tekniske faciliteter, potentielle gæster, og fordi pladsen var ejet af en af de unges forældre, så det var enkelt at arrangere samarbejdet. Andre i gruppen kendte en lokal spejderforening, der blev inddraget som samarbejdspartner omkring påskeægsjagten, fordi de havde megen erfaring med udendørs aktiviteter og konkurrencer.

Arrangementet havde værdi i sig selv og var desuden tænkt som opvarmning til et større og mere ambitiøst anlagt teaterprojekt. De unges arbejde blev baseret på lokale kontakter, deres nære fællesskab med hinanden og deres ihærdige engagement. Den nyetablerede ungegruppe modtog glade børn og voksne til deres første arrangement, som forløb fint og gav gruppen bred læring, særligt omkring samarbejde, forventningsafstemning og eventafvikling.



EVENT PÅ KYST  
CAMPING, BOGENSE  
Påskeægssjagt, sjove  
aktiviteter og en  
teaterkoncert



## RAMMESAT AF UNGE MED ERFARING OG PROFESSIONELLE I FÆLLESSKAB

Unge med erfaring på feltet samarbejder med professionelle aktører om at formulere og opbygge et projekt. Denne samarbejdsform åbner for direkte kanaler ind i et professionelt miljø og et ungdomsmiljø på samme tid. Dermed er der mulighed for at skabe kunstnerisk/kulturelt ambitiøse projekter, der udspringer af deltagergruppens behov og ønsker, og som er forankret i deres virkelighed.

Denne samarbejdsform kræver fleksibilitet, kapacitet og appetit på et nyt udtryk, både for unge og for professionelle. De professionelle skal være i stand til at modtage impulser, forslag og mennesker og se værdien af et til tider upoleret udtryk. De skal også have kapacitet til at løfte et nyt projekt og en anderledes arbejdsproces. De unge skal være i stand til at hæve deres niveau, overholde deadlines og have forståelse for arbejds gange i organisationer.

### Eksempel fra Projektmaker: Ø-LYD

Et regionalt spillested på Fyn havde brug for unge til at løfte en indsats for vækstlaget indenfor rytmisk musik i regionen. Projektmaker havde brug for professionelle samarbejdspartnere til regionale kulturprojekter for unge. En kulturkonsulent blev opmærksom på de to parter behov og formidlede kontakt mellem dem. Det blev startskuddet til Ø-lyd, som arbejder med at sikre kontinuitet og kvalitet i udviklingen af vækstlaget, musikpræsentationen og publikumskulturen på Fyn og øerne.

Konceptet og aktiviteterne blev udviklet af tre spillesteder, unge fra Det Fynske Ungekulturråd og Projektmakers projektleder i fællesskab. Idéen er, at unge vækstlagsmusikere og talenter møder den professionelle musikbranche og derigennem får øgede kompetencer og et styrket netværk. Vækstlagsmusikerne præsenteres for en række professionelle musikere, som igennem workshops, oplæg og talks deler ud af deres erfa-

ringer og hjælper de unge talenter med at styrke deres brand og forbedre deres chancer for at nå ud til deres publikum. Der tilbydes også workshops med fokus på branding, branchekendskab og eventmanagement. Projektet startede i 2017 og fortsætter i 2018.

Konceptet og formålet var enkle at fastlægge. Det tog imidlertid nogle måneder at udvikle aktiviteter, som passede til de ressourcer, som spillesteder og unge ville investere, og som var fleksible i forhold til input fra brugerne.

Projektet blev kickstartet med et meget vellykket Band Jam Dating – en idé, som blev udviklet af et medlem af Det Fynske Ungekulturråd. Her mødtes 15 musikere, som ikke kendte hinanden på forhånd, og udviklede i fællesskab nye sange i løbet af flere, korte rotationer af to timers varighed. Det hele foregik over en weekend, og hver dag sluttede af med en fælles koncert, hvor det nye materiale blev præsenteret for de andre deltagere.



## RAMMESAT AF PROFESSIONELLE

Professionelle, erfarne aktører opbygger rammer, som deltagerne udfolder sig indenfor. Denne type projekter kan rumme at være kulturel/kunstnerisk ambitiøse og udfordrer deltagerne på dette område. Projekterne åbner mange muligheder for, at deltagerne kan udvikle sig indenfor et felt i samarbejdet med professionelle, også selvom de ikke har erfaring med feltet.

Aktiviteterne indeholder en høj grad af organisering og stiller høje krav til deltagerne om at skabe produkter af høj kvalitet og overholde deadlines. Hvis en samlet ungegruppe samarbejder med professionelle aktører, kan det være nødvendigt at gøre en indsats for at bevare gruppeidentiteten i de professionelle rammer. Det er også en god idé at have en særlig opmærksomhed på at få det professionelle niveau koblet til et ungdomsliv. Projekterne involverer ofte større budgetter og megen PR-arbejde. Til gengæld tiltrækker de en bred skare af deltagere og skaber profilering udadtil.

### Eksempel fra Projektværk: DOKKEN

Dokken opstod i kølvandet på en henvendelse i foråret 2016. DR2's Dokumania Live efterlyste grupper af unge, der havde lyst til at samarbejde om at vise dokumentarfilm under åben himmel. DR2 udvalgte filmene og ønskede, at der blev faciliteret en debat om de komplekse emner, som blev behandlet i filmen. Derudover havde de unge frie hænder til at udvælge locations, sammensætte eventprogram og afvikle event.

DR havde altså allerede udviklet et koncept. Den begrænsede mulighed for at forme projektet fra bunden frastødte nogle unge, mens andre var begejstrede for at deltage i et så stort anlagt projekt. De, som gik videre med projektet, besluttede at bruge lejligheden til at fremvise noget af det, de selv holdt mest af ved regionen, som var havet, havnene og ø-identiteten. Derfor ville de afholde events i "Fyn og øernes maritime omgivelser", som de kaldte det. Gruppens formål skulle være at afholde

debatskabende og ikke-kommercielle filmbegivenheder af høj kvalitet. Kerneværdier var fællesskab og hygge med kant, samt generøsitet/givisme. De døbte gruppen "Dokken", fik produceret et logo og oprettet en Facebook-side. Identiteten omkring gruppen blev også styrket i takt med, visningsstederne blev udvalgt, samarbejdspartnere faldt på plads, pressemeddelelserne blev skrevet og der blev taget gode fotos fra de afviklede events.

En veninde til en deltager i Dokken producerede gruppens logo



Dokken viste dokumentarfilm, faciliterede debatter, afholdt koncerter og arrangerede fællesspisninger i fem byer i Kulturregion Fyn. Alle fem events blev afholdt i det fri på udvalgte locations:

>>>



## DOKKEN

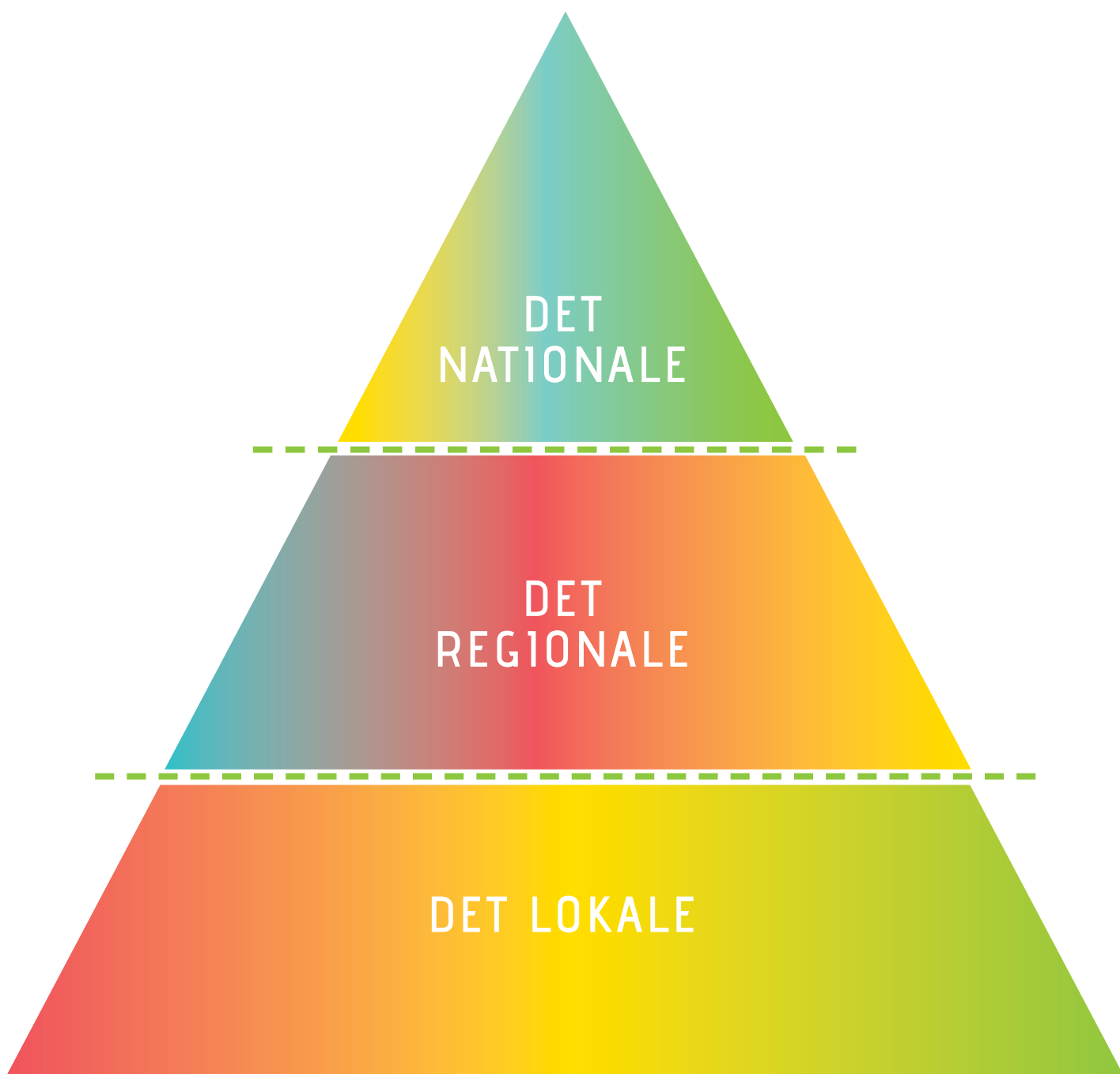
- *Maj 2016: På Fodboldfabrikken på Byens ø i Odense havn*  
Visning af dokumentarfilmen "Mellemøstens skjulte slaver" og en debat om emnet.
- *Juni 2016: På Skonnerten Fylla i Ærøskøbing havn*  
Fællesspisning og visning af dokumentarfilmen "Islamisk Stat – år 0"
- *Juli 2016: I Ribers gård i Svendborg*  
Fællesspisning, koncert med en ung, lokal musiker, debat med en musiker med misbrugerbaggrund og visning af dokumentarfilmen "Amy"
- *August 2016: På Ebbes bådbyggeri i Marstal havn*  
Visning af dokumentarfilmen "Hackernes hemmelige våben"
- *September 2016: I Havnebadet i Faaborg*  
Koncert med et lokalt ungt band, debat om amerikansk politik samt visning af dokumentarfilmen "Weiner".



PÅ HARDERS I RIBERS  
GÅRD I SVENDBORG

# HVOR BREDT SKAL PROJEKTET NÅ UD?

Lokale, regionale og nationale samarbejder har forskellige karakteristika, åbner forskellige mulighedsrum og stiller forskellige krav til deltagerne. I nedenstående samarbejdspyramide fungerer det lokale samarbejde desuden som fundamentet for de andre samarbejdsniveauer. Placér jeres eget projekt og overvej, hvilke udfordringer og muligheder jeres placering indebærer.



Samarbejdspyramide over lokalt, regionalt og nationalt samarbejde



# DET LOKALE SAMARBEJDE

Det lokale samarbejde er basis for samarbejds-  
pyramiden. Det er baseret på lyst til at udvikle  
en idé og indgå i specifikke samarbejder, og det  
gode lokale samarbejde styrker fællesskaber.  
Det gode lokale samarbejde er karakteriseret  
af tætte netværk, ligeværdige samarbejder og  
udveksling af ressourcer. Alle tre dele har man  
brug for at trække på i de andre samarbejdsni-  
veauer.



ÆRØSKØBING HAVN

## Erfaringer fra Projektmager: TÆTTE NETVÆRK

Når vi skulle etablere lokale samarbejder, begyndte vi med en kortlægning af potentielle samarbejdspartnere. Nogle fremstod som oplagte samarbejdspartnere, fordi de havde bestemte kvalifikationer eller ressourcer. Andre var utraditionelle samarbejdspartnere, der var en del af et personligt netværk eller havde positive personlige træk, som gjorde dem til ønskede samarbejdspartnere. Når de unge kendte den potentielle samarbejdspartner på forhånd, stod de selv for at initiere kontakt. I andre tilfælde sørgede underviseren eller projektlederen for, at en etableret aktør havde introduceret de unge for den potentielle samarbejdspartner, så de var forberedte på de unges henvendelse. Det skabte et godt udgangspunkt for den første kontakt. I den efterfølgende arbejdsproces fik de unge i varierende grader hjælp til forventningsafstemning og indgåelse af samarbejdsaftaler. Det skabte et godt fundament for projekterne, som mødte megen velvilje i lokalmiljøerne.

Der var også stor villighed til at dele ressourcer. Samarbejdspartnere anerkendte, at Projektmager bidrog med positive aktiviteter i deres lokalmiljø, og til gengæld lånte de os blandt andet et trommesæt, et transportabelt lærred, forstærkere, en projektor og mikrofoner. Af og til fik vi først overdraget ting i sidste øjeblik, da dem, vi lånte tingene af, selv brugte dem. Det var en stressfaktor og af og til en udfordring for teknikken. Men det sparede projektet for mange udgifter og var samtidig med til at knytte relationer til mange forskellige aktører. Det var også med til at skabe en åben stemning om at løfte i flok, og denne stemning spredte sig også til publikum. Det gav sig blandt andet udslag i, at gæster i Faaborg på eget initiativ kørte hjem og hentede stabler af havestole, som vi kunne låne, da de kunne se, vi ikke havde nok. Og i Odense hjalp en gæst til filmvisningen med teknikken, da filmen ikke ville starte. Denne lokale goodwill var guld værd, både praktisk og i forhold til at skabe optimisme i projektet.

# DET REGIONALE SAMARBEJDE

Det regionale samarbejde har mere spændvidde end det lokale. Man kan overføre erfaringer, metoder og ressourcer fra sted til sted og dermed løfte større projekter og nå en større målgruppe. Det regionale projekt rummer muligheden for at skabe sammenhænge i et større geografisk område. Og nicheprojekter bliver mere relevante, fordi deltagergruppen bliver væsentligt udvidet.

Regionalt samarbejde kræver koordinering, bearbejde og en strammere styring end det lokale, fordi det er spredt ud over flere steder og aktører. Det er afgørende at forankre det regionale samarbejde i det lokale samarbejdsniveaus tætte netværk.



## Erfaringer fra Projektmager: FÆLLES IDENTITET

Projektmager arbejdede med to regionale projekter. Det ene var Dokken, som primært viste dokumentarfilm og skabte debat på Fyn og øerne. Dokkens største udfordring var at arbejde på et lokalt og regionalt niveau samtidig. Nogle unge var med til at planlægge flere events, men i hver by kom nye unge til, et nyt team skulle etableres og nye relationer til samarbejdspartnere opbygges. Derefter skulle eventet afvikles på en god og lystbetonet måde. Sideløbende hermed skulle der forberedes nye samarbejder i de andre byer, da projektet arbejdede i lokale kontekster, som ikke i forvejen var forbundet til hinanden.

Det regionale aspekt skabte imidlertid variation og bredde, både i kredsen af samarbejdspartnere, i ungegruppen og i forhold til gæster. Nogle ressourcer kunne også genanvendes, og det professionelle netværk trækkes med ind over en kommunegrænse, så der eksempelvis var en tekniker fra netværket i Svendborg, som hjalp til ved et event i Faaborg. Det

var også flere muligheder for at øve sig for de unge. Nogle erfaringer var knyttet til en lokal kontekst, men mange erfaringer kunne overføres fra én kontekst i en anden, og de unge som var med i alle events fik mulighed for at øve sig igen og igen i nye kontekster og blive bedre på kort tid.

Derudover muliggjorde den regionale dimension at opbygge et større projekt med synlighed og genkendelighed. Da deltagerne gik ind i projektet, var der ikke mange af dem, som følte et stærkt tilhørsforhold til regionen Fyn. Alligevel lykkedes det dem gradvist at skabe en regional identitet i projektet nedefra, og projektet forbandt nye miljøer og mennesker. Dette gør sig også gældende i projektet Ø-lyd, som er et regionalt projekt, igangsat i Projektmagerregi i 2017 (der fortsætter i 2018). Ø-lyd fokuserer på vækstlagsmusikere, og den regionale spændvidde giver projektet de fornødne muskler til at skabe interessante muligheder på dette specifikke område.

# DET NATIONALE SAMARBEJDE

Det nationale samarbejde har mange af de samme karakteristika som det regionale, men i forstørret udgave. Det kan favne bredt, og med et stærkt koncept er der mulighed for at nå et stort publikum. Med overførsel af ressourcer, viden og erfaringer fra kontekst til kontekst kan det nationale samarbejde skrue op for faglige eller kunstneriske ambitioner, også indenfor et overskueligt budget.

Nationale samarbejder kræver fastlagte arbejdsgange for at koordinere projektstyringen. Disse fastlagte arbejdsgange må lokale grupper tilpasse sig i varierende grader. Den arbejdsmåde fordrer en grad af professionalisme blandt de unge, som deltager i projekterne. Endelig kræver nationale projekter en lokal forankring, hvis de skal være i stand til at udnytte lokale muligheder.

## Erfaringer fra Projektmager: PROFESSIONALISME

DR2's Dokumania var national samarbejdspartner for projektet Dokken. DR2 efterlyste grupper af unge, der havde lyst til at samarbejde om at vise udvalgte dokumentarfilm under åben himmel. DR2 udvalgte filmene og ønskede, at der blev faciliteret en debat om de komplekse emner, som blev behandlet i filmen. Derudover havde de unge frie hænder til at udvælge locations, sammensætte eventprogram og afvikle event. Der blev etableret seks ungedrevne visningssteder rundt omkring i landet – et af dem var Dokken.

DR havde mange ressourcer, et stærkt koncept og en platform, som åbnede muligheder for Dokken. Men det var også en udfordring for Dokken at tilpasse sig arbejdsgangene i et så stort projekt, der var forankret langt fra deres hverdag. DR leverede nye, interessante dokumentarfilm og PR-materiale i form af pressebil- leder, videoklip og en pressemeddelelse, som ungegrupperne kunne versionere, så de passede til deres stil. Men ofte kom materialet ganske sent, og de unge skulle arbejde meget hurtigt, særligt med PR-materialet. De havde ikke megen kontrol med denne del af arbejdsprocessen, og det var frustrerende. Heldigvis havde enkelte af de unge erfaring på området fra tidligere projekter, hvilket var en afgørende faktor i forhold til at kunne følge med i det høje tempo.

# KATALOG 3

Udvikling af  
projekter  
og afvikling  
af events -  
arbejdsredskaber



*Albani*



# UDVIKLING AF PROJEKTER OG AFVIKLING AF EVENTS

På de næste sider finder I arbejdsredskaber, som kan hjælpe jer, når I skal skabe projekter og events. Noget af materialet er inspireret af andet materiale på feltet og har fået et twist, som gør det ekstra anvendeligt i samarbejdet med ungegrupper. Andet materiale er skabt fra grunden til projektet.

Materialet guider jer igennem fire faser i arbejdet.

## 1. FASE:

*Afsæt: Et ressourcebaseret fællesskab* - om skabelsen af en stærk projektgruppe igennem ressourcebaseret arbejde

## 2. FASE:

*Ideen udvikles og kvalificeres* - om en stærk idé som udgangspunkt for arbejdet

## 3. FASE:

*Netværket styrkes og ideen videreudvikles* - nedslagspunkter i samarbejder med projektpartnere

## 4. FASE:

*Organisering af arbejdet* - giver redskaber til at komme i mål med projektet

# 1. FASE

## AFSÆT: ET RESSOURCEBASERET FÆLLESSKAB

Afsættet for arbejdet skabes ved at samle en stærk og innovativ projektgruppe. Arbejdet starter med en *Refleksion over ressourcer hos den enkelte*. Disse ressourcer kan spænde vidt og sætte et unikt præg på det arbejde, lige præcis denne gruppe kan udføre netop nu. I redskabet *Projektgruppen dannes* arbejder I med at sikre en sammenhængende projektgruppe.





# 1.A: REFLEKSION OVER RESSOURCER HOS DEN ENKELTE

Denne spørgeguide er tænkt som inspiration, når I skal skabe overblik over ressourcer hos de enkelte. I kan bruge spørgeguiden i uformelle samtaler med den enkelte, I kan oprette online spørgeskemaer eller

afholde rundbordssamtaler, hvor hele gruppen deltager. Find ud af, hvad der passer til jeres gruppe. Og gentag gerne refleksionen efter et stykke tid.

## REFLEKSION OVER RESSOURCER HOS DEN ENKELTE

### Spørg ind til:

#### Dagligdag

Uddannelsesstatus, jobsituation, tidsperspektiv i byen (hvor længe har du været her, og hvor længe forestiller du dig at blive) og personlige forhold (boligsituation, familie, sygdom, job mv.). Dette kan indvirke på hvor meget og hvornår, man kan udføre opgaver

#### Erfaringer

Erfaringer fra andet frivilligt arbejde, fritid, studieliv, jobs – hvilke typer af erfaringer har du?

#### Viden og kompetencer

Har du flair for tal eller for at tage billeder? Er du god til at sejle, spille fodbold, debattere, optræde, organisere, snakke med folk eller få folk til at grine? Ved du en masse om et bestemt emne? Man kan aldrig vide, hvilke kompetencer, I kan bruge, så afdæk meget bredt.

#### Personlige egenskaber

Er du god til at udvikle og tænke nyt? Er du struktureret? Trives du bedst med frie

tøjler, eller vil du helst følges tæt? Kan du godt lide opsøgende og udadvendte opgaver, eller har du det bedst med at udvikle noget alene eller i små grupper? Er du interesseret i detaljen, eller vil du hellere udvikle de store linjer?

#### Rolle

Hvilken rolle indtager du typisk, når der skal løses opgaver? Hvilken rolle vil du gerne have i denne sammenhæng, og hvorfor?

#### Motivation og lyst

- Hvad motiverer dig generelt, når du skal løse opgaver?
- Hvad har du lyst til at lave i denne forbindelse?
- Hvad har du lyst til at lære?
- Hvad vil motivere dig til at blive her?
- Har du lyst til at udvikle specifikke kompetencer?

#### Mål

Har du et eller flere mål med at være med netop her? Hvad er de? Hvad er et succeskriterium for dig i denne sammenhæng?



# 1.B: DANNELSE AF PROJEKTGRUPPEN

Mange unge er – ligesom mange voksne – målrettede, når de afgør, hvad de vil bruge deres tid på. De involverer sig i aktiviteter, som er givende, relevante, spændende, udfordrende og opkvalificerende. Mange søger interessefællesskaber med ligesindede og ønsker at udvikle sig. Når man starter en ny projektgruppe, skal man overveje, hvordan man er attraktiv for nye medlemmer, og rekruttere på baggrund af det.

Når de første deltagere er rekrutteret, er det en god idé at diskutere grundpillerne i jeres projektgruppe igennem. På den måde sikrer I, at alle er enige om, hvad gruppen skal og kan. Dette diskussionspapir hjælper jer i gang med denne del af arbejdet, og I kan med fordel gentage diskussionen efter nogen tid.

## DANNELSE AF PROJEKTGRUPPEN

### Formål:

- Hvad er gruppens overordnede formål?
- Er der et primært og et sekundært formål?

### Mål:

- Hvilke aktiviteter vil gruppen sætte i gang?
- Hvilke resultater vil gruppen opnå på kort og lang sigt?
- Er der overensstemmelse imellem den enkeltes mål med at være i gruppen og de fælles mål for gruppen?
- Er der overensstemmelse mellem de ressourcer, der er tilstede i gruppen som helhed, og de mål, gruppen har sat sig?

### Værdier:

- Hvilke værdier skal kendetegne gruppens aktiviteter?
- Hvilke potentielle samarbejdspartnere har værdier, som ligger på linje med gruppens?

Er der projekter eller organisationer, som har værdier, I vil kopiere eller videreudvikle?

### Identitet:

- Hvordan vil I kommunikere jeres værdier, formål og mål til omverdenen?
- Hvordan vil I gerne omtales af omverdenen?
- Hvilken stil kendetegner jeres visuelle identitet?

### Det sociale:

- Hvilke kendetegn ønsker I for det sociale liv i projektgruppen?
- Hvordan forestiller I jer det interne samarbejde?

### Rekruttering:

- Hvordan vil I rekruttere nye medlemmer af projektgruppen? Hvad kan I tilbyde?

## 2. FASE

# IDEEN UDVIKLES OG KVALIFICERES

I næste fase zoomes ind på ideer til projekter og events. Ideer kan opstå på mange måder, og udviklingen af dem kan tage forskellige baner. Materialet her fører jer igennem et struktureret forløb, hvor en idé fødes, udvikles og kvalificeres. Forløbet tager udgangspunkt i, at arbejdet foregår i en gruppe, som er rystet godt sammen, har arbejdet med at kortlægge ressourcerne hos den enkelte og er enige om gruppens formål og værdier. Hvis jeres gruppe er samlet, fordi I har en fælles idé, kan I eventuelt gå videre til kvalificering af ideer til events.



**HARDERS, SVENDBORG**

## 2.A: IDÉUDVIKLING TIL EVENTS

Dette dokument guider jer igennem en proces, hvor I udvikler og kvalificerer ideer. Jeres projektleder kan facilitere processen, eller I kan udpege en facilitator i gruppen.

### IDÉUDVIKLING TIL EVENTS

Når I skal udvikle ideer til events, kan I udvikle ideer ud fra konkrete og abstrakte associationspunkter, så I får forskellige typer af ideer i spil.

#### BRAINSTORM

Brainstorm sammen to og to eller i fællesskab. Gruppen kan for eksempel associere ud fra:

- Et sted, de kunne tænke sig at bruge til et event
- Et formål, de vil opnå
- En følelse, de vil sætte fokus på
- En gruppe, de ønsker at nå
- En årstid/anledning/højtid, som åbner for bestemte typer af arrangementer
- En stemning, de ønsker at skabe
- Særlige ressourcer i gruppen, som det kunne være spændende at bygge videre på

Brug evt. billeder. Og uddel gerne store papirer, hvor man kan skrive/tegne i fællesskab. Det er vigtigt at alle ideer bliver skrevet ned, så alle kan se dem, når de bliver nævnt.

#### ENGAGEMENTBAROMETER

- Er der ideer, gruppen umiddelbart føler stærkt for? Arbejd videre med dem.

Hvis gruppen kan rumme det, kan det være en god idé at arbejde med to projektideer – en enkel idé med hurtig produktionstid og som gruppen kan lære af, og én mere kompleks idé med længere produktionstid.

#### UDFOLD IDEER OG VISION

Diskutér og fold ud i plenum.

Idéens potentialer:

- Hvad bidrager ideen med på et overordnet niveau – hvilke visioner bidrager ideen til at virkeliggøre?
- Hvad bidrager ideen med på et konkret niveau – hvem får glæde af ideen og hvordan?
- Hvor godt kan det gå i bedste fald?

#### FORBEDR IDEEN

Ja, og...: Lad gruppen uddybe hinandens ideer – i første omgang må man kun gøre hinandens ideer bedre, større og vildere.

#### OVERBLIK

Kan gruppen stadig se potentialerne i ideen, og har de lyst til at kaste sig ud at arbejde videre med den? Hvis lysten er til stede, og I kan se potentialerne, kan I gå videre til at kvalificere ideen.



## 2.B: KVALIFICERING AF IDEER TIL EVENTS

### KVALIFICERING AF IDÉ TIL EVENTS

I næste runde skal ideen kvalificeres yderligere. Diskutér:

#### FORMÅL OG VÆRDIER

- Hvordan hjælper virkeliggørelse af eventideen gruppen med at nå sit formål?
- Hvordan spiller ideen sammen med gruppens værdier og identitet?

#### TID

- Hvad er potentialet i at virkeliggøre ideen netop nu?
- Hvor meget tid kræver dette, og er denne tidsmængde til rådighed i gruppen? Tag højde for ferier, eksamen mv.
- Kan gruppen evt. udvides/nye samarbejder indgås?

#### RESSOURCER OG ERFARING

- Hvilke ressourcer kræver ideen – netværk, udstyr, penge, ekspertise – og kan de skaffes?
- Hvor meget erfaring kræver de enkelte elementer af ideen, og er det realistisk, at gruppen kan bære virkeliggørelsen af ideen igennem?

#### RISIKO

- Hvad kan gå galt? I værste fald, hvor galt kan det gå? Og kan dette forebygges?

#### OVERBLIK

- Skal ideen justeres ud fra diskussionen?
- Er ideen god, men hører den til i et andet regi? Giv i så fald ideen videre til andre, som kan arbejde videre med den.
- Er der stadig lyst til at gå videre med ideen?

Det er en god idé at planlægge de næste skridt umiddelbart efter, I har besluttet at gå videre med en idé. Det er vigtigt, at alle ved, hvad de skal og indenfor hvilken tidsramme.

#### INDSAML VIDEN OG STYRK KVALITETEN

- Start gerne med at indsamle viden om emnet. Undersøg også, hvad andre har gjort, så I evt. kan lære af deres erfaringer.
- Styrk kvaliteten i eventet og arbejd med hovedelementerne – meget gerne sammen med jeres projektpartnere eller andre, som ved mere end jer om den genre, I beskæftiger jer med.

## 3. FASE

# NETVÆRKET STYRKES OG IDEEN VIDEREUDVIKLES

Stærke samarbejder gør det muligt for jer at virkeliggøre ideer på uventede måder og i større skalaer, end hvis I skal løfte opgaven selv. Samarbejdspartnerne kan være enkeltpersoner, små foreninger, offentlige institutioner eller private aktører, og en variation i kredsen af samarbejdspartnere kan åbne for forskellige typer af ressourcer og perspektiver. Uanset projektpartner, er det væsentligt at skabe en gensidig relation, hvor I skaber værdi for og med hinanden. I skal kende hinandens udgangspunkter og være enige om kriterierne for et godt projekt.

Samarbejdet skal helst fungere som en læreproces for de involverede deltagere, og derfor er det vigtigt, at jeres samarbejdspartnere er villige til at dele deres viden og er lydhør overfor deltagernes ideer og indspark. Det skaber udvikling og tryghed i samarbejdsprocessen, når alle bidrager og deler.

Jeres netværksopbygning skal helst have et strategisk element. Nye alliancer skal tilføre jeres projektorganisation værdi og åbne for nye muligheder, også gerne på længere sigt. Det er

udgangspunktet for udvikling og tilfører jeres arbejde legitimitet, fordi det kan bidrage til at synliggøre perspektiver i jeres arbejde. Relationer til samarbejdspartnere skal imidlertid også fungere på et følelsesmæssigt niveau og skabe energi, glæde og tro på hinanden. Det er afgørende, når man skal have lyst til at bevæge sig ud på ukendt territorium sammen.

Nødvendigheden af stærke, vitale relationer betyder også, at man af og til kan være nødt til at opgive samarbejder med organisationer. Det er ikke alle, som er gearede til nye, innovative projekter, og det kan være en god idé at være bevidst om de krav, det stiller til organisationer at deltage i denne form for projekter. På den måde kan I undgå at bruge for meget tid - og frivilliges energi – på samarbejder, som ikke kan lykkes lige nu.

## 3. NETVÆRK OG PROJEKTUDVIKLING

### NETVÆRK OG PROJEKTUDVIKLING

#### PLANLAGT FORBEREDELSE REFLEKSION OVER RESSOURCER I LOKALOMRÅDET

Tegn et kort over mulige samarbejds-partnere. Husk at brede perspektivet ud og inkludér både individer, foreninger, offentlige institutioner og private aktører. Måske vil det også være interessant for jer at inkludere partnere udenfor jeres lokalmiljø.

Overvej:

- Hvem har erfaringer og kompetencer på det område, I vil arbejde med?
- Hvem har I et værdifællesskab med?
- Hvem har I lyst til at samarbejde med?
- Hvilke opgaver, har I brug for, at jeres samarbejdspartnere kan løfte?

#### DISKUSSION OG PRIORITERING

Diskutér de muligheder og begrænsninger, forskellige partnere åbner for. Nogle projektpartnere åbner måske for strategisk interessante samarbejder, men er besværlige at samarbejde med. Andre partnere tilfører samarbejdet energi og glæde, men tilbyder færre ressourcer. Brug gerne god tid på diskussionen af disse elementer, og prioritér både efter praktik, strategi og lyst.

#### INDLEDENDE FORVENTNINGS- AFSTEMNING

Når I er nået til at planlægge et samarbejde med en projektpartner er det vigtigt, at I forventningsafstemmer. Har I de samme kriterier for et godt projekt? Har I realistiske forventninger til hinanden? Kan I nå et godt resultat med de ressourcer, I i fællesskab kan/vil lægge i projektet? Kan I forestille jer at samarbejde over længere tid?

Hvis I samarbejder med store organisationer, kan det være en fordel at huske på, at I også samarbejder med en specifik person. Hvordan er denne person placeret i organisationen? Er samarbejdet med jer besluttet af andre personer i organisationen udenom jeres kontaktperson? Eller står samarbejdet netop højt på jeres kontaktpersons ønskeliste? Hvordan skaber I en god relation til lige præcis denne medarbejder?

#### FÆLLES UDVIKLING

Kvalificér jeres projektidé yderligere igennem samarbejdet med jeres nye projektpartnere

#### AFTALER

Lav klare aftaler. Arten af samarbejdsaftaler kan variere fra mundtlige aftaler til opsummerende mails til udspecificerede aftaler. Det afhænger af jeres relation og graden af samarbejde

#### AT GRIBE DEN UVENTEDE MULIG- HED OG AT SKIFTE HEST

Nogle gange opstår der uventede samarbejds muligheder, som åbner helt nye perspektiver for jeres arbejde. Det er vigtigt, I er i stand til at gribe disse muligheder, også selvom det kan betyde, at I må omstrukturere jeres arbejdsplan og tilpasse jeres ideer.

Det kan også vise sig, at der ikke er de forventede ressourcer eller tilstrækkelig motivation hos jeres samarbejdspartnere. I så fald, skal I skifte hest så hurtigt som muligt. Gå efter de partnerskaber, hvor der er energi og ressourcer til et godt samarbejde, og vær flytbar.

## ÆRØSKØBING



TRÆMASTET SEJLTØY PAKKEN SÆT

## FYLLA



Rigget 1922/1923 på HAN Olsen's Skibsvarv i Svendborg.  
 "Fylla" har 1 mere end 100 år i søens tjeneste, og har været  
 som fragt skib.

Siden 1989 har Fylla fungeret som udstillingsskib og  
 sejler traditionelle rundrejser, rejser og charter til  
 og fra private charter.

|        |          |                  |          |
|--------|----------|------------------|----------|
| LOA:   | 42,60 M. | SEJLAREAL:       | 500 M.   |
| BREDD: | 7,57 M.  | H.O.V.:          | 25,75 M. |
| DBG.:  | 9,10 M.  | DRIKTSBESÆTNING: | 3 MAND   |

## SKIBET ER UDROSTET TIL AT SEJLE MED

- 22 overnattende gæster
- 42 gæster på dagture.

## REDERIET FYLLA

Kontakt:  
 Tlf. 0045 62 52 12 12 | info@rederietfylla.dk | www.rederietfylla.dk

FAABORG-MIDTFYN  
KOMMUNESvendborg  
KommuneÆRØ  
KOMMUNE



# 4. FASE

## ARBEJDET ORGANISERES

Arbejdet skal organiseres, så I når jeres mål. For nogle deltagere er det første gang, de stifter bekendtskab med frivilligt arbejde af denne karakter. Målet for jeres arbejde kan derfor være abstrakt, ligesom arbejdsprocessen hen imod eventen kan fremstå uoverskuelig og antallet af opgaver uklart. Mange er heller ikke forberedte på de barrierer, I vil støde imod undervejs. Derudover kan der hurtigt opstå misforståelser, fordi alle skal afkode nye samarbejdspartnere og indgå i nye konstellationer. En stor del af disse komplikationer kan I fange i opløbet ved at gøre arbejdsprocessen mere gennemsigtig og sikre fremdrift.

Det er også afgørende at fastholde opmærksomhed på livet udenfor projektgruppen. Mange aktører kan få indflydelse på jeres projekt – i positiv og negativ forstand. Derfor er det vigtigt, I bruger tid på at gennemføre en interessentanalyse og aktivere et bredt netværk omkring jeres arbejde. Materialet i dette kapitel kan guide jer igennem udvalgte dele af processen. Det omhandler:

- FORDELING AF ROLLER OG ARBEJDSOPGAVER
- PROJEKTPLAN
- INTERESSENTANALYSE
- PRODUKTIONS- OG AFVIKLINGSPLAN
- 12 KORTE ANBEFALINGER TIL KOMMUNIKATION

## 4.A: FORDELING AF ROLLER OG ARBEJDSOPGAVER

Nogle drives af lysten til at organisere bredt, andre drømmer om at sætte et specifikt projekt i søen eller udvikle deres spidskompetencer på et bestemt felt. Nogle er dygtige til at skabe ro på de indre linjer, mens andre orienterer sig mod omverdenen.

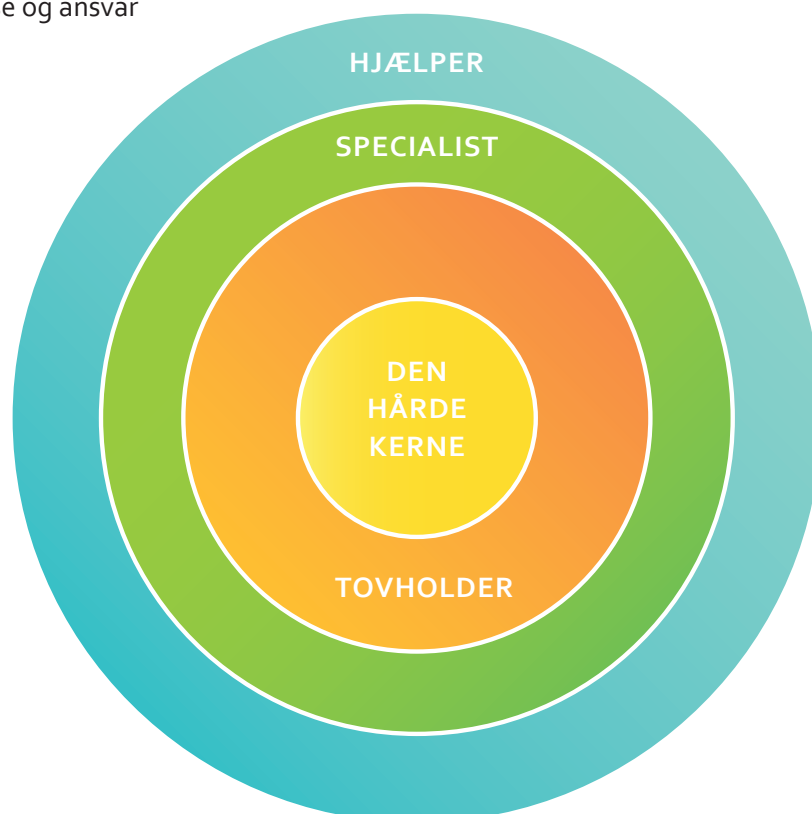
Rollefordelingen skal tage højde for den enkeltes ønsker og evner, så alle får arbejdsopgaver, som er spændende og overkommelige. Men samtidig skal holdet som helhed fungere, og der er opgaver i eventafvikling, som skal løftes. Derfor kan det være nødvendigt at bevæge sig ud på nyt territorium og påtage sig opgaver, man ikke umiddelbart regnede med, man kunne løse.

I kan bruge dette redskab som inspiration til at:

- afklare grader af involvering, indflydelse og ansvar for den enkelte.
- skabe overblik over arbejdsområder. Vi har opridset et "Dream Team" af seks spillerpositioner med hver sit arbejdsområde og forbundet med specifikke kompetencer og personlige egenskaber. De seks spillerpositioner kan udfyldes af forskellige personer, afhængig af flowet ind og ud af projektet. Af og til kan nogle personer også spille flere roller samtidig.

Når I skal fordele roller, er det en god idé at starte med at diskutere arbejdsopgaverne igennem og konkretisere, hvad de indeholder. Vær også opmærksom på, at rollerne indebærer arbejde på forskellige tidspunkter. Justér gerne rollefordelingen undervejs, efterhånden som deltagere udvikler sig, slutter sig til jer eller stopper.

**FIGUR:** Involvering, indflydelse og ansvar



## DEN HÅRDE KERNE

**Tid:** Meget over længere tid (for eksempel i et ungeråd)

**Ansvar:** Meget

**Indflydelse:** Er med til at træffe beslutninger på et overordnet niveau, f.eks. hvad et ungeråd skal arbejde med

**Hvad skal man kunne/have lyst til at lære:** Meget, især organisatorisk viden

## TOVHOLDER PÅ ET PROJEKT

**Tid:** Meget, men i et afgrænset projekt

**Ansvar:** Medium

**Indflydelse:** Meget, men kun på det specifikke projekt

**Hvad skal man kunne/have lyst til at lære:** Meget viden om det emne, projektet handler om, og om projektudvikling

## SPECIALISTEN

**Tid:** Afgrænset opgave over kortere tid

**Ansvar:** Kun for sin egen specialistopgave

**Indflydelse:** Meget, men kun på sit felt

**Hvad skal man kunne/have lyst til at lære:** Specifik viden på sit felt

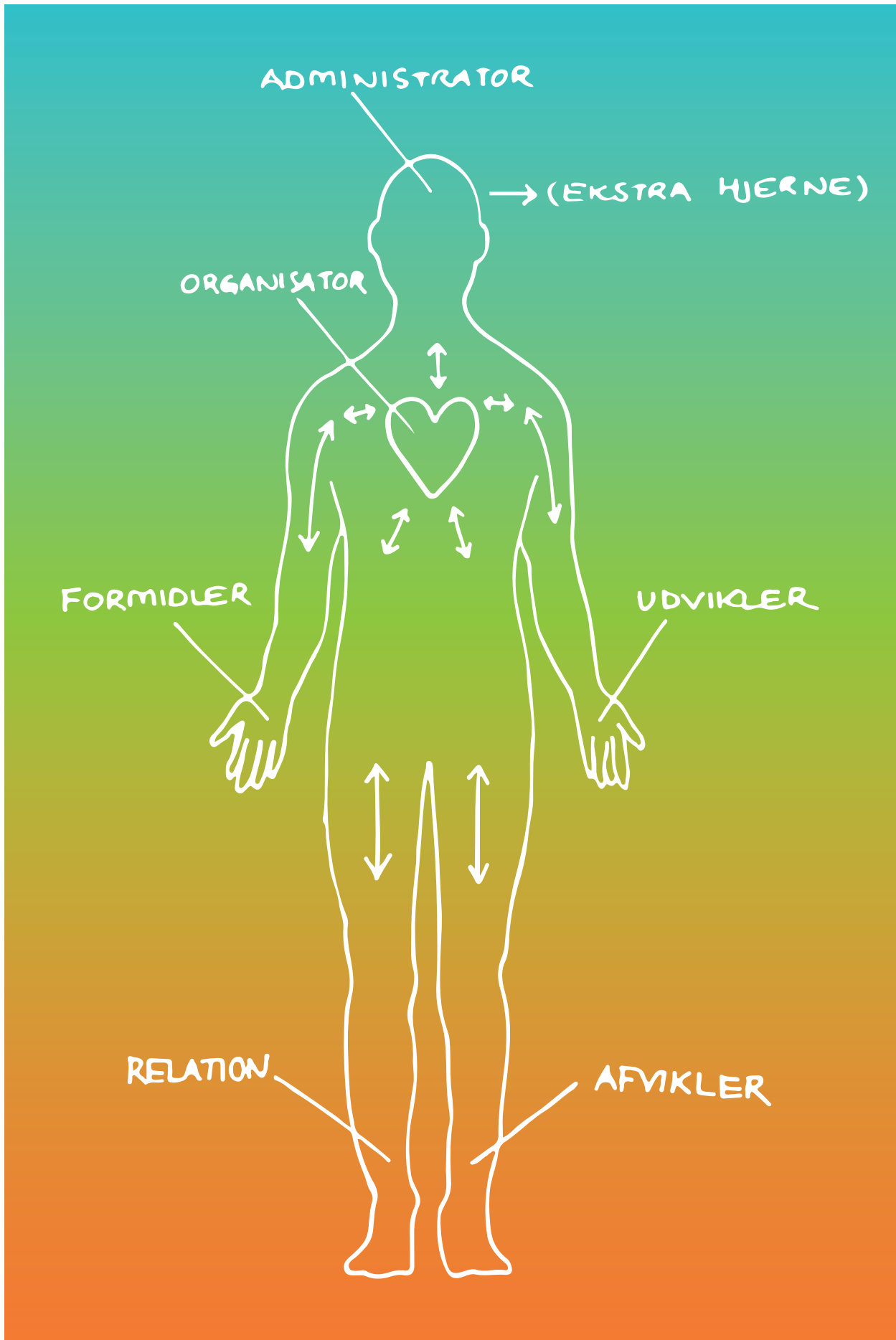
## HJÆLPER

**Tid:** Man hjælper til enkelte dage

**Ansvar:** Ganske lidt

**Indflydelse:** Ganske lidt

**Hvad skal man kunne/have lyst til at lære:** Ikke noget bestemt





# DREAM TEAM

## DEN OPMÆRKSOMME ORGANISATOR

Organisatoren guider holdet igennem arbejdsprocessen og bevarer overblikket. Organisatoren har blik for, hvordan den enkelte og holdet fungerer lige nu, og giver kontinuerlig feedback. Samtidig har hun/han målet i sigte, sikrer fremdrift og foretager evt. justeringer i arbejdsformen. Han/hun er hjertet i projektet, fordi organisatoren får projektet til at hænge sammen og sørger for, at de andre spillere får tilstrækkelig ilt.

## DEN SKARPE ADMINISTRATOR

Administratoren samarbejder tæt med organisatoren og husker alle de detaljer, som får et projekt til at glide: at følge op på aftaler, at skrive og gemme referater, uploade dokumenter til jeres Dropbox, tænke på budgettets rammer osv.

## DEN PASSIONEREDE UDVIKLER

Udvikleren brænder for at opbygge nye produkter eller strukturer og vil skabe store, nyskabende ambitiøse projekter. Det kan være en person, som har en passion for den genre, I arbejder med (musik, teater mv.) eller én, som ønsker at opbygge nye samarbejder, eller udvikle nye ungepolitikker i jeres kommune.

## DEN VELORGANISEREDE AFVIKLER

Afvikleren er velforberedt, struktureret og tænker på, hvordan arrangementerne skal fungere i praksis. Afvikleren har sans for de praktiske muligheder og begrænsninger i det rum, I arbejder i, og tænker på vejrforhold, teknik, transport, adgang til strøm, udstyr mv.

## DEN KREATIVE FORMIDLER

Formidleren kan sætte ord og billeder på jeres succeshistorier og taler gerne jeres arbejde op. Formidleren lærer at se jeres projekt i et større perspektiv og opbygge en historie eller et univers omkring jeres arbejde. Formidleren påtager sig også opsøgende opgaver for at få historierne ud i lokalmiljøet.

## DEN SAMLENDE RELATIONSSKABER

Relationsskaberen har blik for de andre i gruppen og knytter bånd til dem. Relationsskaberen er opmærksom på at samle gruppen, blandt andet ved sociale arrangementer, og skaber tryghed og ro på de indre linier.

## 4.B: PROJEKTPLAN

### PROJEKTPLAN

Dette dokument hjælper jer med at skabe en plan for projektet. Hvis I har arbejdet indgående med at kvalificere jeres idé, kan I springe ned til punkt 5.

#### 1. Mål

Definer projektets mål klart. Husk, at alle skal være enige. Skriv det, I bliver enige om, ned.

#### 2. Værdier og identitet

Vær sikker på, at projektets mål passer til gruppens værdier, identitet og formål.

#### 3. Afstemning af omkostninger, resourcer og tidshorisonter

Gennemgå om projektet er realistisk og tag højde for, hvor meget erfaring, gruppen har. Overvej også økonomi, tidsperspektiv og fordelingen af arbejdsopgaver. Alle skal synes, det er sjovt at være med. Husk at tage højde for ferier, eksamenperioder og lignende.

#### 4. Risiko

Hvad kan gå galt for projektet? Hvor galt kan det gå i værste fald? Undersøg det og læg en strategi for, hvad I i så fald vil gøre.

#### 5. Eksternt samarbejde og interessenalyse

Kortlæg interessenterne og planlæg samarbejde med eksterne partnere. Vær sikker på, at alle – både gruppen og andre samarbejdspartnere – er enige om samarbejde, roller og formål.

#### 6. Tidsplan og produktionsplan

Udspecificer alle opgaver og fastlæg deadlines. Jeres tidsplan må ikke være for stram – der skal være tid til, at ting kan gå galt. Vær realistisk. Udarbejd en produktionsplan.

Opdater løbende tidsplanen, når I laver ændringer. Husk at informere og afstemme med alle, når der sker ændringer (se evt. næste dokument)

#### 7. Budget

Lav en oversigt over udgifter og indtægter.

#### 8. Afvikling

Udarbejd en afviklingsplan for dagen og husk at opdatere den.

#### 9. Evaluering

Evaluer på forløbet, både positivt og negativt. Skriv læringspunkterne ned, så gruppen kan bruge dem fremadrettet.

## 4.C: INTERESSENTANALYSE

Mange mennesker kan have en interesse i jeres arbejde og bidrage til, at I når jeres mål. Det kan være modtagere af projektet, mulige samarbejdspartnere eller nogle, som "blot" ønsker at støtte jer og jeres

dagsorden. De kan åbne døre for jer på forskellige måder. Derfor skal I skal finde ud af, hvem disse interessenter er, afgøre hvordan I ønsker at samarbejde med dem og tale med dem i et sprog, de forstår.

### INTERESSENTANALYSE

#### 1. KORTLÆGNING

Skriv alle interessenter ned.

Tænk på:

- hvem er vigtigst for jeres arbejde
- hvem kan have størst indflydelse
- hvem bliver mest påvirket af jeres resultater

Hvem er I særligt interesserede i at inddrage i jeres projekt? Lav en prioriteret rækkefølge.

#### 2. INDLEVELSE

Hvad vil jeres interessenter? Lad som om, I er dem – hvordan ser de på jeres arbejde, negativt og positivt.

Hvad skal der til, før interessenterne føler et medansvar for jeres arbejde og vil hjælpe jer på vej?

#### 3. KONTAKT

Hvordan vil I kontakte dem, og hvad vil I sige?

Tænk på:

- hvordan kan I formulere jer, så det bliver interessant for dem at blive en del af projektet?
- Skal interessenterne have mulighed for at påvirke projektet? Hvis ja, hvordan?

Hvem gør hvad og hvornår? Lav en plan for, hvem der gør hvad.

Dette arbejde er vigtigt, så husk at øve jer, inden I kontakter interessenterne. Husk også at tænke på, om I kender nogle, som kan introducere jer for dem eller anbefale jer, så er det lettere at få en god, første kontakt.

## 4.D: PRODUKTIONSPLAN OG AFVIKLINGSPLAN

En produktionsplan skaber overblik over forberedelsesprocessen – både for gruppen og for hver deltager. Man får overblik over, hvilke opgaver projektet indebærer, og hvornår de skal løses. Man kan også se, hvilke arbejdsområder, der indeholder særligt mange opgaver, og hvem der gør hvad.

En afviklingsplan hjælper jer med at fastholde overblikket på dagen. Jo større jeres event er, jo mere udspecificeret har I brug for, jeres plan er.

I Projektmager brugte vi enkle, low tech produktions- og afviklingsplaner, som fungerede glimrende. Vi har medtaget udsnit af planerne, så I kan se, hvordan de fungerede.

Lav jeres egen produktionsplan for forberedelsesperioden med de opgavekategorier, som er relevante for jer. Hvis I afholder et event, anbefaler vi, at I udarbejder en afviklingsplan, når I nærmer jer dagen for eventet. Sæt tid af til opgaverne og vær gerne fælles om at udarbejde planerne.

### PRODUKTIONSPLAN

#### 1. DEFINER OPGAVEKATEGORIER

Definér kategorierne for opgaver – for eksempel "teknik", "kommunikation", "økonomi". Giv hver kategori en farve

#### 2. BRAINSTORM OVER OPGAVER

Brainstorm over mulige opgaver. Start med større leverancer og arbejd baglæns derfra.

#### 3. UDSPECIFICÉR ALLE OPGAVER

Skriv hver opgave ned på den farve post-it sedler, som passer til kategorien. Få overblik over, hvilke arbejdsområder, som er særligt arbejdstunge.

#### 4. SKAB EN TIDSLINIE

Når alle opgaver er skrevet ned, sætter I dem op på en tidslinje, så I kan se forløbet i alle leverancer. Tag jer god tid og byt rundt, indtil tidlinjen ser helt rigtig ud.

#### 5. DEADLINES

Sæt deadlines på opgaverne. De skal fastsættes så tidligt, at der er plads til, at noget går galt og må laves om.

#### 6. UDDELEGERING

Uddelegerer opgaverne. Hvem gør hvad?





## BYENS Ø, ODENSE

### AFVIKLINGSPLAN

Afviklingsplanen følger samme proces som produktionsplanen. Sørg blot for at udspecificere opgaverne endnu mere detaljeret end i produktionsplanen, og vær endnu skarpere på den rækkefølge, I løser opgaverne i. Supplér gerne med vigtige adresser og telefonnummer/kontaktinfo på alle, der skal levere noget ifølge planen, inklusive alle fra bandmedlemmer til cateringfirmaer.

Som du kan se i udsnittet fra Dokkens afviklingsplan, skulle vi på dagen for eventet finde ud af, hvordan projektoren skulle sættes op på den nye location. Vi skulle holde event i et havnebad og manglede et ophæng eller stativ at placere projektoren på. Det var en temmelig stor udfordring, da hovedbestanddelen af aftenen var filmvisning.

Dette skulle have været afklaret i dagene inden, men var ikke sket. I sidste øjeblik fandt vi et bord og en stol på en ungdomsskole, som kunne sættes ovenpå hinanden og fungere som stativ. Den slags feberredninger skete jævnligt, og der er næsten altid et eller andet, stort eller småt, der ikke går, som man regner med. Men eventafvikling er en trænings-sag, og de fleste bliver bedre til det med tiden. Det er dog en god idé at have is i maven og være indstillet på at skulle hjælpe hinanden, når noget går galt. Hav også gerne ekstra hjælpere (evt. med en bil) klar. De skal hjælpe, når et uventet problem opstår.



BYENS Ø, ODENSE

## UDSNIT AF PRODUKTIONSPLAN FOR EVENT 1 DOKKEN

### Organisering og aftaler

Søg endelig tilladelse til arrangementet  
Endelig aftale, strøm  
Endelig aftale, band

### Ansvarlig

Emil/Thomas  
Tine  
Emil/Thomas

### Deadline

Slut juni  
7. sept.  
10. sept.

### Teknik

Lån/lej scene  
Download film og gennemse  
Test projektor på location

Emil  
Emil/Thomas  
Emil/Thomas

9. sept.  
11. sept.  
12. sept.

### PR

Oprette FB-begivenhed  
Flyers og plakater op  
Pressemeddelelse  
Lokal promovring

Louise  
Emil/Thomas  
Louise/Tine  
Emil/Thomas

1. sept.  
5. sept.  
7. sept.  
12. sept.

## UDSNIT AF PRODUKTIONSPLAN FOR EVENT 1 DOKKEN

| Tid   | Opgave                             | Ansvarlig            | Kommentar            |
|-------|------------------------------------|----------------------|----------------------|
| 12.30 | Modtag instrument/forstærker       | Benjamin, H.C., Tine |                      |
| 13.30 | Modtag og gennemgå lydudstyr       | Benjamin, H.C., Tine | se efter gul trailer |
| 14.30 | Sætte lille scene op               | Lars og band         |                      |
| 14.30 | Finde set-up til projektor og test | Emil, H.C, Tine      | kig på ungdomsskolen |
| 15.00 | Hente stole m.m.                   | Thomas, Ungdomsskole |                      |

## 4.E: 12 KORTE ANBEFALINGER TIL KOMMUNIKATION

Det er vigtigt, I synliggør jeres succeser undervejs. Det giver lyst til at fortsætte arbejdet og kan være med til at sikre opbakning til projektet i jeres bagland. Her følger overordnede anbefalinger til arbejdet med kommunikation, som I kan bruge som afsæt for jeres arbejde.

### KOMMUNIKATION

#### STRATEGI

- **OVERORDNET**

Udarbejd en kommunikationsstrategi. Tænk både på målgrupperne, du vil nå, og byen, arrangementet skal afholdes i. Vælg de kommunikationstyper, som er relevante i jeres sammenhæng (mund-til-mund, personlig promotion, flyers/plakater, pressemeddelelser til avis, mail-invitationer, so-me).

- **ØKONOMI**

Afsæt et budget til kommunikation – I kan blandt andet få behov for en grafiker, gode fotos/video, plakater/flyers og diverse accessories som stickers, muleposer, t-shirts mv., som fremhæver gruppens identitet.

- **TIMING OG ORGANISERING**

Forbered jeres materiale, så I er klar til at rykke ud. Det skal ofte gå stærkt, og timingen er afgørende. Lav en tidsplan og fordel hver enkelt opgave.

- **SKRIFTLIG OG VISUEL KOMMUNIKATION**

Find en skrivestil og et udtryk I er stolte af, og som I har lyst til at kommunikere ud. Overvej både den skriftlige og den visuelle kommunikation og udarbejd en visuel identitet. Sæt et personligt aftryk på jeres kommunikation, og sørg for jeres kommunikation er på linje med gruppens værdier og aktiviteter.



# KOMMUNIKATION

## PR

- **SKAB SAMMENHÆNGE**  
Overvej hvilke overordnede dagsordener, jeres aktiviteter kan tænkes ind i.
- **PRESSEMEDDELELSE**  
Hvis I arbejder med større arrangementer, er det en god idé med pressemeddelelser – til radio, tv og aviser. Overvej, hvem I sender pressemeddelelsen til. Brug jeres kontakter og hold også øje med, hvem der tidligere har været interesseret i lignende historier. Prioritér kontakten til dem højt. Husk den menneskelige vinkel i jeres pressemeddelelser.
- **OPFØLGNING**  
Når I sender jeres pressemeddelelse ud, skal I følge op ved at ringe. Husk, at I skal kunne kontakte journalister i deres arbejdstid. I kan også indsende et artikelforslag med jeres egen reportage og billeder fra arrangementet til mange lokalaviser.
- **MUNDTLIG PRÆSENTATION**  
Vær forberedt, hvis der kommer journalister til arrangementet. Hvem taler med dem, og hvad er vigtigt at få fortalt?

## SO-ME

- **SKAB FORBINDELSER TIL ANDRE**  
Hvis du skaber en platform – f.eks. en Facebook-side - så sørg for, at den er levende og interessant i tiden inden eventet og forbind den til community'et omkring eventen. Dvs. interager med andre sider og personer, og like, kommentér og del deres indhold.
- **AMBASSADØRER**  
Kortlæg, hvem der kan hjælpe dig med at dele budskabet, når eventen lanceres. Lav en oversigt. Udpeg personer, som har tætte relationer til projektet, og bed dem om at dele information om jeres event på sociale medier. Henvend dig personligt til dem.
- **TIMING**  
Når et event lanceres, er det vigtigt, I får en masse aktivitet i timerne lige efter. Sørg for, at alle involverede omkring eventet er aktive, og jeres partnere og dem, I har engageret, kommenterer, deler og liker. Vent med at lægge noget ud, til I har organiseringen på plads.
- **INTERESSANTE FOTOS OG VIDEO**  
Lav posts, som er oplagte at kommentere, og del billeder, som er værd at dele eller like. Tag de mennesker, du kender (hvis det er ok med dem), så billedet bliver synligt og interessant i en større kreds. Brug også gerne video - korte videoer af 20-30 sekunder fungerer bedst.



