

[illegible]

— til unge kulturskabere

DEN LILLE PROJEKTHÅNDBOG
— til unge kulturskabere

1. udgave, 1. oplag 2019
ISBN: 978-87-992995-3-9

© 2019 FRONTLØBERNE
Julie Melgaard Smidt
Stine Skjødtt Mygind
Torben Vinter

PROJEKTLEDER OG REDAKTØR
Julie Melgaard Smidt

IDÉ OG TEKST
Julie Melgaard Smidt
Stine Skjødtt Mygind
Torben Vinter

LAYOUT, ILLUSTRATIONER OG SPARRING
USE studio, www.usestudio.dk

REDIGERING OG KORREKTUR
Emilie Maarbjerger Mørk

FOTOS I BOGEN
Johan Adrian Buus
Sophie Haack
Richo Lund Hald
Emil Agerskov
Det turkise telt
Aarhus Volume

TRYK
Narayana Press

PAPIR
Omslag 200g Munken Lynx
Materie: 115g Munken Print White 15

TYPOGRAFI
Akzidenz-Grotesk Pro
Bluu Next
Andale Mono
Pilowlava

OPLAG
1000 stk

UDGIVET MED STØTTE FRA TUBORGFONDET



Kreditering-Ikkekommerciel-Deling på samme vilkår
4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0)



www.frontløberne.dk
www.projekthåndbog.dk



INDHOLD

FORORD	4
LÆSEGUIDE	5
KAPITEL 1: AT LAVE PROJEKTER	7
KAPITEL 2: FORMÅL OG OVERBLIK	13
KAPITEL 3: IDÉEN	21
KAPITEL 4: TEAMET	27
KAPITEL 5: ORGANISERING	35
KAPITEL 6: FRIVILLIGE	43
KAPITEL 7: MØDER	47
KAPITEL 8: KONCEPTET	53
KAPITEL 9: ØKONOMI	59
KAPITEL 10: FORMALIA OG MYNDIGHEDER	71
KAPITEL 11: MARKEDSFØRING	79
KAPITEL 12: AFVIKLING	85
KAPITEL 13: EVALUERING	91
EFTERORD	99
HVEM STÅR BAG BOGEN?	100

Frontløberne har gennem 30 år lavet alt fra små spontane events i Aarhus' baggårde til store festivaler med mange tusinde deltagere. I løbet af årene har vi samlet en masse erfaringer om, hvordan man kan gøre, når man som ung kulturskaber vil i gang med at lave et projekt. Det er de erfaringer, vi har samlet i Den lille projekthåndbog.

Den lille projekthåndbog er en kort udgave af bogen 'Hack det! Projekthåndbogen til unge kulturskabere'. Har du lyst til at gå mere i dybden og få inspiration fra andre unge, så sving forbi projekthåndbog.dk, hvor du kan finde ud af, hvordan du får fat i den store udgave. Her finder du også en podcast, vi har lavet til at supplere bøgerne.

Den bog, du sidder med i hænderne, er altså en slags grønspættebog til at lave kulturprojekter, der giver dig og dit team gode værktøjer og råd med på vejen. Den er opdelt i små kapitler, der kort introducerer de væsentligste elementer af at lave et projekt og giver dig værktøjer til at komme videre med din idé, hvis du sidder fast. Resten lærer du undervejs. Så nu er det bare om at komme i gang med at skabe de projekter, du drømmer om.

Vi tror på dig!

Julie, Stine og Torben,
Frontløberne, august 2019.

Tak til Tuborgfondet, som har støttet bogen og arbejdet bag.



Bogen er skrevet til unge projekt-magere og projektteams, der laver kulturprojekter. Læser du den fra ende til anden, kan den fremstå som en lige vej til at lave et projekt. Men sådan er virkeligheden sjældent. Derfor opfordrer vi til, at du bruger den som et opslagsværk og hopper frem og tilbage mellem de forskellige kapitler i takt med, at du får brug for dem.

Bogens værktøjer skal ses som inspiration og ikke som en færdig manual til at gøre tingene på én bestemt måde. Så hack dem, og tilpas dem til dit projekt. Tag, hvad du kan bruge, og spring resten over.

Bogens indhold bygger på en masse værktøjer og metoder, andre har skabt, som vi har lånt og videreudviklet. Vi håber, at du som læser på samme måde vil tage bogens indhold og bygge videre på det.

De fleste kulturprojekter skaber vi sammen med andre. Derfor er bogen skrevet til teams, og vi vil fremefter skrive 'jer' i stedet for 'dig'. Du kan dog sagtens bruge bogens værktøjer, selvom du laver projekter alene.

Bogen er fyldt med værktøjer, I kan bruge i projektarbejdet. Nogle er skabeloner og modeller, mens andre er øvelser, jeres team kan lave undervejs i processen for at styrke jeres sammenhold eller få nye idéer. Alle værktøjer er bygget op på samme måde, så de er lette at gå til. De består af et formål og en step for step-guide.

DERUDOVER BESTÅR DE AF

🕒 **TID:**
Hvor lang tid kan/skal det tage?

🔧 **MATERIALER:**
Hvad skal I bruge?

🧑‍🔧 **HACK:**
Hvordan kan værktøjet hackes og tilpasses til det, I har brug for? Måske synes I, at der mangler noget, eller at det kan gøres smartere. Så bryd med vores struktur, og lav jeres egen.

👉 **TIP TIL FACILITATOR:**
Det skal øvelsens facilitator være opmærksom på.

FORTAB JER IKKE I VÆRKTØJERNE:
Værktøjerne er til for at hjælpe jer med at prøve noget nyt eller gøre projektprocessen bedre og sjovere. Men sid ikke fast i dem. De er kun noget værd, hvis I bruger dem til at skabe noget virkeligt. Udvælg dem, der giver mening for jer, og hav hele tiden fokus på at handle. For uden handling, intet projekt.

KAPITEL 1: AT LAVE PROJEKTER



Et projekt er en sjov størrelse. Det kan være alt fra at stå ud af sengen om morgenen til at lave byens største gadefest. Læs her om, hvordan I kan gå til projektet for at komme hele den kringlede vej fra den første idé til det endelige mål.

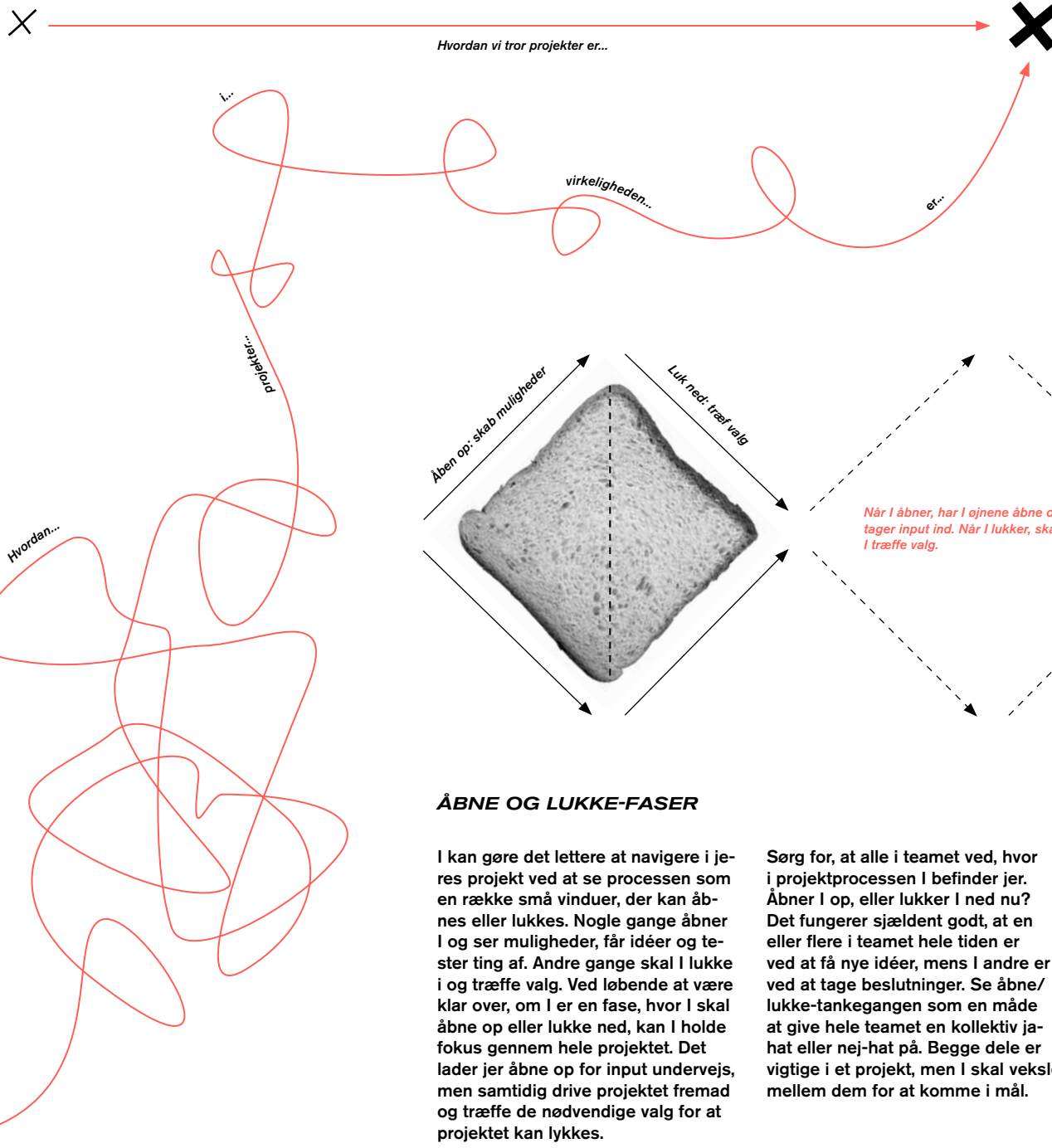
HVAD ER ET PROJEKT?

Et projekt er at kaste en idé ud i verden og begynde at gøre noget ved den. Et projekt har et start- og slutpunkt inden for et afgrænset tidsrum. Ud fra den definition kan et projekt både være at samle et IKEA-skab og at lave en stor teaterfestival. Fælles for alle projekter er, at de har et ønsket resultat, og at der skal tages en række mere eller mindre veldefinerede skridt for at komme derhen.

VIRKELIGHEDEN ER KRINGLET

At lave et kreativt kulturprojekt er sjældent en lige proces, hvor I fra starten lægger en plan, som I følger slavisk. For der kan ske mange ting, fra idéen opstår, til I står med jeres projektafvikling. Derfor kræver det noget særligt at være projektledere i et kulturprojekt. Som projektledere skal I have blik for alle involverede, samarbejdspartnere og kunne lede jer selv og teamet godt gennem projektet. I skal også kunne holde fokus og navigere i de uforudsete ting, der opstår.

I projektarbejde skal I ofte asfaltere, mens I kører og lave justeringer undervejs, når I får nye idéer eller der opstår udfordringer. Det er godt, for det gør processen og slutresultatet langt mere spændende. Så hav tiltro til processen, selvom det kan føles skræmmende, mens det står på.



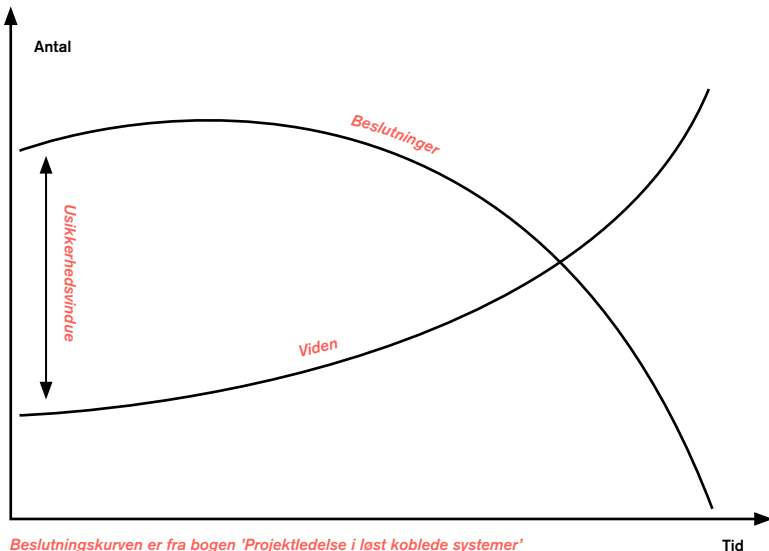
ÅBNE OG LUKKE-FASER

I kan gøre det lettere at navigere i jeres projekt ved at se processen som en række små vinduer, der kan åbnes eller lukkes. Nogle gange åbner I og ser muligheder, får idéer og tester ting af. Andre gange skal I lukke i og træffe valg. Ved løbende at være klar over, om I er en fase, hvor I skal åbne op eller lukke ned, kan I holde fokus gennem hele projektet. Det lader jer åbne op for input undervejs, men samtidig drive projektet fremad og træffe de nødvendige valg for at projektet kan lykkes.

Sørg for, at alle i teamet ved, hvor i projektprocessen I befinder jer. Åbner I op, eller lukker I ned nu? Det fungerer sjældent godt, at en eller flere i teamet hele tiden er ved at få nye idéer, mens I andre er ved at tage beslutninger. Se åbne/lukke-tankegangen som en måde at give hele teamet en kollektiv ja-hat eller nej-hat på. Begge dele er vigtige i et projekt, men I skal veksle mellem dem for at komme i mål.

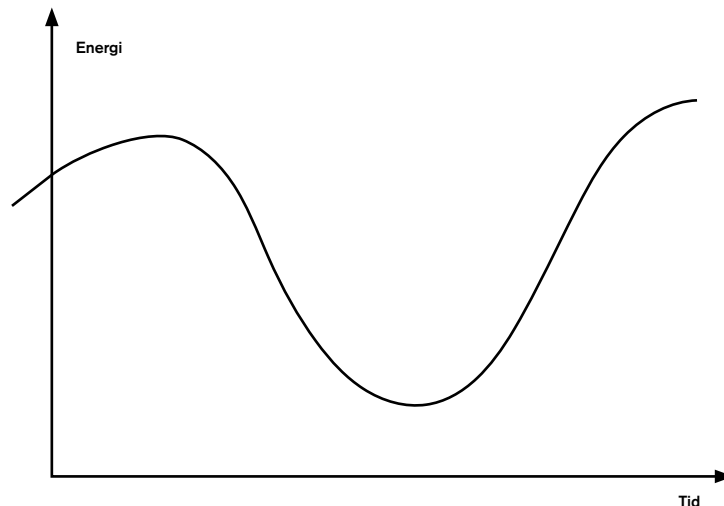
HVORNÅR SKAL I TRÆFFE BESLUTNINGER?

Det kan være tidskrævende og udmattende at diskutere og tage beslutninger i et projekt. Og man vil tit tage beslutninger, når man ved allermindst om, hvordan projektet ender med at se ud. Et tip er at spørge jer selv, om I har nok viden til at tage en beslutning her og nu – eller om I kan udskyde den. Hvis svaret er, at beslutningen kan udskydes, så gør det. I vil ofte opleve, at beslutningen giver sig selv, når I er kommet længere med projektet.

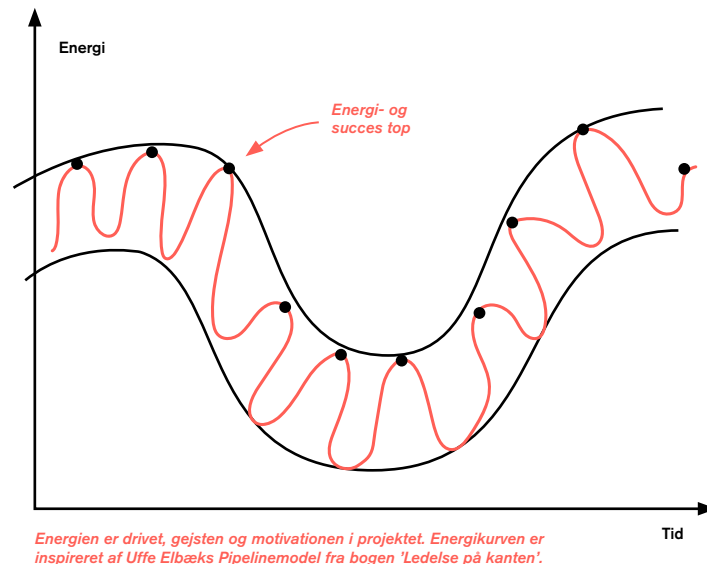


PROJEKTETS ENERGIKURVE

I løbet af jeres projektproces vil I opleve, at energien går op og ned. Typisk er energien høj i begyndelsen, når I lige har sat projektet i gang. Alt kan ske, I har en god idé, og det hele er sjovt. Men så kommer der en periode med koordinering, praktik og måske endda nogle uenigheder om, hvor projektet skal hen – og så daler energien. Her kan idéen dø, og projektteamet kan falde fra hinanden. Men formår I at holde skruen i vandet, stiger energien for det meste igen, i takt med at I nærmer jer projektets mål.



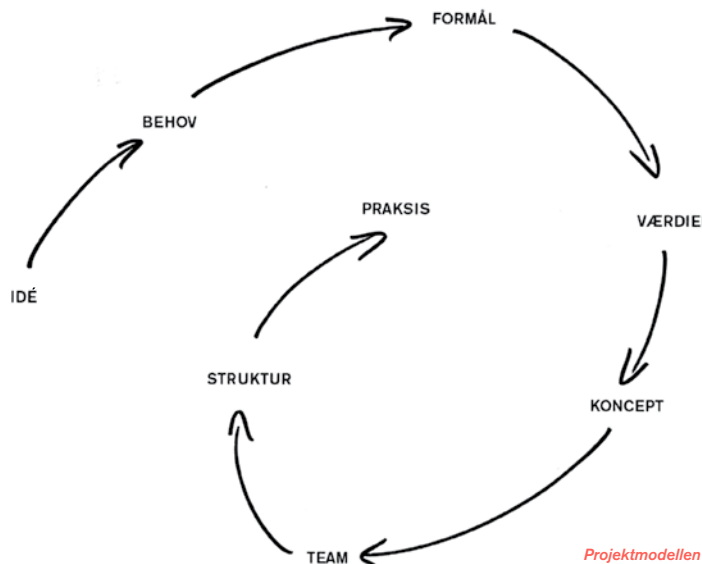
Selvom det store energidyk i midten af kurven kan ligne en uovervindelig dal, er der håb forude. For projektet består også af en masse små kurver. Nogle gange kan I, selvom I er i en periode med lav energi, nå et vigtigt delmål for projektet og pludselig få et energiboost. Derfor skal I heller ikke lade jer slå helt ud, hvis der kommer et ekstra dyk i en periode, hvor energien i forvejen er nede. Sker det, bør I pumpe ekstra energi ind i projektet og projektteamet – for eksempel ved at lave noget sjovt sammen.





KAPITEL 2: FORMÅL OG OVERBLIK

I ved, at I vil lave et projekt. Men har I overvejet, hvorfor I vil lave det? Find ud af, hvad der driver jer til at lave projekter, så I kan sejle uden om projekternes Bermudatrekant.



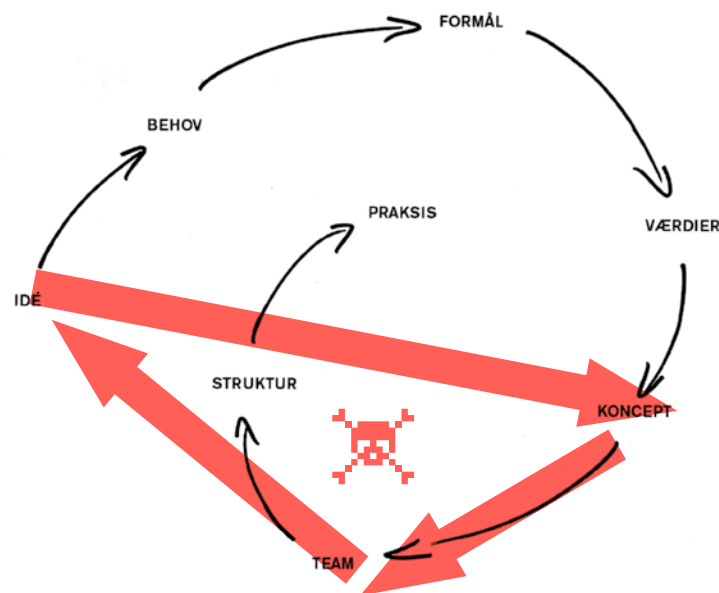
Projektmodellen

De fleste projekter begynder med en idé. Men hvorfor bliver nogle projekter rent faktisk til noget, mens andre bliver ved idéen? Alle har oplevet at have en god aften med vennerne og få verdens bedste idé, men dagen efter gør ingen noget ved det, og idéen er hurtigt glemt igen. Det sker enten, fordi idéen simpelthen ikke var så god, eller fordi der ikke blev skabt noget fælles engagement for den.

Med de rette greb kan flere gode idéer blive til succesfulde projekter. Det kræver, at I går til projektet på en lidt anden måde, end I måske er vant til. For selvom teamet synes, at samme idé er god, er det ikke sikkert, at I er enige om, hvorfor projektet er vigtigt at lave. For nogle er det

vigtigste at være en del af et fællesskab, mens det for andre handler om projektets kunstneriske ambitioner. Det er ikke nødvendigvis et problem. Men får I ikke talt det igennem, er der potentiale for uenigheder undervejs og slinger i valsen, når projektet skal realiseres.

Kast derfor et blik på projektmodellen, når I går i gang med et projekt. Den viser, hvordan I kan skabe et fælles fundament for jeres projekt, inden I gør idéen til et konkret koncept ved at tale om behovet for den og jeres motivation for at realisere projektet.



SEJL UDEN OM PROJEKTERNES BERMUDATREKANT

Går I direkte fra idé til koncept, risikerer I at sejle ind i projekternes Bermudatrekant, der kan tage livet af projektet.

Selvom det kan føles som en omvej at tale om formål og værdier, er det en god vej at sejle. For går I grundigt til værks i begyndelsen af jeres projektproces, kan I planlægge det på en måde, så I favner jeres individuelle motivationer for at lave projektet og samtidig sikrer, at I arbejder for det samme mål.

Bermudatrekanten opstår, når I går direkte fra at være et team med en idé til at udvikle konceptet uden at have defineret behov, formål og værdier.

Hvordan gør I så det i praksis? Værktøjet på næste side gennemgår Projektmodellen og stiller en række spørgsmål, der hjælper jer med at tale om jeres bevæggrunde for projektet, så I får sat skibet godt i søen.

VÆRKTØJ: PROJEKTMODELLEN
FORMÅL: AT SKABE ET FÆLLES
GRUNDLAG OG SIKRE, AT I KOM-
MER OMKRING BEHOV, FORMÅL
OG VÆRDIER, NÅR I BEGYNDER
JERES PROJEKTARBEJDE.

TID: 60-90 MINUTTER.

MATERIALER: MODELLEN, TUS-
SER OG ET STORT PAPIR TIL AT
NOTERE SVARENE.

SÅDAN GØR I

01 IDÉ: Læg ud med at beskrive jeres idé for projektet. Hvad går idéen overordnet ud på?

02 BEHOV: Hvilke behov oplever I, at der er for at realisere idéen? Stil jer selv spørgsmål om de indre og ydre behov:

YDRE BEHOV: Hvad mangler verden, som I gerne vil skabe? Er der noget, der pisser jer af? Eller går I og savner noget i jeres lokalområde? Tager idéen udgangspunkt i et reelt behov lokalt, nationalt eller globalt?

INDRE BEHOV: Hvad er jeres personlige motivation for at deltage i projektet? Hvorfor er det fedt at lave projektet?

03 FORMÅL: Hvad er projektets overordnede formål, som samler jeres indre og ydre behov? Hvad er årsagen eller målet med at lave projektet?

04 VÆRDIER: Hvilke værdier er centrale i projektet? Hvad er vigtigt at have fokus på? Værdierne er projektets kompas, som skal fungere som jeres grundsætninger for, hvordan I skal navigere i det.

05 KONCEPT: Først når behov, formål og værdier er på plads, er I klar til at udvikle konceptet. Hvordan skal idéen udfolde sig for at opfylde det formål, I har opsat? Hvilke aktiviteter skal projektet have? Hvordan matcher aktiviteterne jeres værdier og behov?

06 TEAM: Hvem er I på holdet, og hvad er I gode til? Mangler I nogle kompetencer internt til opgaver, I kan se i projektet? Skal I have hjælp udefra?

07 STRUKTUR: Hvordan vil I strukturere jeres projektarbejde? Hvordan skal I tage beslutninger? Hvilke roller tager I hver især? Skal I have en formel eller uformel organiseringsform?

08 PRAKSIS: Hvad er tidsrammen for projektet? Hvornår skal det afvikles? Hvor ofte mødes I om projektet?

Nogle af spørgsmålene er lettere at svare på end andre. Det er helt fint. Måske kan I ikke svare på alle spørgsmål nu, men så kan I vende tilbage til modellen senere. For den kan både bruges i den helt tidlige fase af et projekt, og når projektet er godt i gang, så I holder styr på, om noget skal rettes til eller mangler. Modellen er særligt god til at sikre, at alle har samme viden og er motive-rede gennem hele projektet.

HACK: I kan begynde forskellige steder i modellen. Måske kommer idéen først? Så begynd der. Måske er I et team, der sammen vil finde et ydre behov og en vision og derefter skal finde en idé (i så fald se kapitel 3). Brug modellen som en slags checkliste til at sørge for, at I kommer rundt om alle de vigtige dele af projektet.

Hvad er forskellen på idé og koncept? Idéen kan for eksempel være at lave en gadefest. At sætte mere kød på idéen er at udvikle den til et koncept: Hvordan skal gadefesten se ud, og hvad indeholder den?

Projektmodellen er lånt fra Uffe Elbæks bog 'Ledelse på kanten', hvor I også kan finde andre gode projektværktøjer.



SÆT MÅL FOR PROJEKTET

Udover et skarpt formål har alle projekter et eller flere mål og måske en række delmål. Målene giver projektet fokus og retning. Behov og formål er knyttet til værdier, mens mål er mere håndfaste. Sig målene højt for hinanden, så I har samme forventninger til den del af projektet.

Hvor formålet handler om, hvorfor I laver projektet, handler målene om, hvad projektet skal opnå. Det kan være et mål om antal aktiviteter eller kunstgenrer repræsenteret. Uanset hvilke mål I opstiller for projektet, bør I diskutere dem i plenum og blive enige om, om de er værd at stræbe efter at opnå.

Overvej at sætte mindre delmål i løbet af projektet. Især hvis I laver et stort projekt over lang tid. Delmål giver jer mulighed for at fejre små succeser undervejs i processen, og fejring holder motivationen oppe.

Sæt både bløde og hårde mål for projektet. Hårde mål kan være konkrete tal, mens bløde mål kan være det, projektet skal give jer, jeres lokalsamfund og jeres gæster. Gør alle mål så konkrete som muligt. På den måde kan I bedre se, hvornår I når dem og kan fejre succeserne.

HOLD OVERBLIKKET MED PROJEKTTØGET

Når formål og mål er klare, og projektet ruller, bør I skabe overblik over projektet. Hvem gør hvad? Og hvilke ting skal I have styr på?

Projekttoget er et simpelt og fleksibelt værktøj, der giver jer et fælles overblik over projektets forskellige elementer. I kan bruge det til at koordinere internt og fordele opgaver i løbet af processen. Mange af togets vogne udfoldes i bogens resterende kapitler, så hvis I ikke er klar til at fylde dem alle ud nu, kan I vende tilbage til toget senere.

VÆRKTØJ: PROJEKTTØGET

FORMÅL: AT SKABE ET VISUELT OVERBLIK OVER PROJEKTETS ELEMENTER OG KOORDINERE OPGAVER.

TID: 30-40 MINUTTER.

MATERIALER: ET STORT PAPIR OG TUSSE.

SÅDAN GØR I

01 Tegn toget på et stort stykke papir, og hæng det op på væggen.

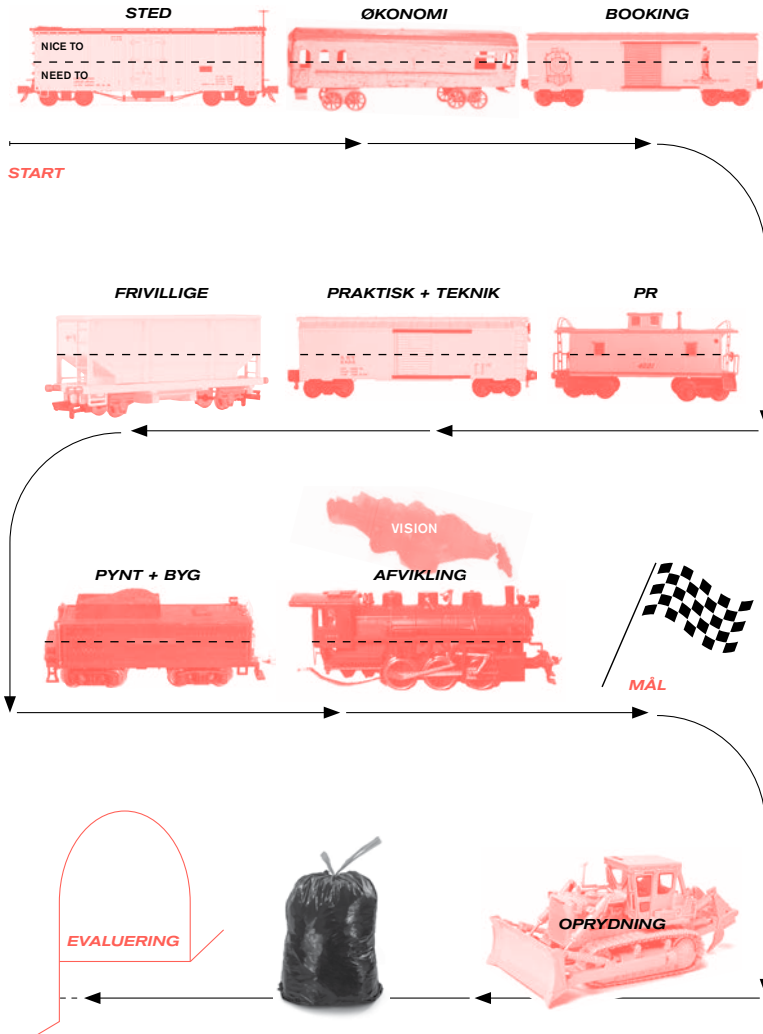
02 Udfyld skorstenen med jeres vision eller formål og flaget med jeres mål og eventuelle delmål. I kan også udfylde jeres individuelle mål med projektet her.

03 Udfyld need to og nice to i de vogne, I kan på nuværende tidspunkt. Need to er opgaver, der SKAL løses, mens nice to er ting, der kunne være fede at have med. Med den opdeling kan I prioritere opgaver i pressede situationer (for eksempel lige inden afviklingen).

04 Skriv navnet på den ansvarlige ud for opgaverne, og tal om, hvor mange personer der er brug for til at hjælpe med de forskellige opgaver.

05 Tag udgangspunkt i toget, når I mødes i teamet. Brug det til at gøre status, skabe overblik og koordinere nye opgaver.

HACK: Tilpas vognene, så de passer til jeres projekt. Kobl nye vogne på, og fjern dem, I ikke har brug for. Skal I rekruttere frivillige, lang tid før I skal booke? Så skal I måske bytte rundt i rækkefølgen. Toget kan også bruges som en plan med milepæle (delmål), som leder jer mod det endelige mål.



Brug ikke for meget tid på planlægning, hvis I laver små projekter. Få styr på de vigtigste ting, og tag resten, som det kommer. Det er ofte lettere og sjovere. Har I derimod et kæmpe stort projekt, kan Projekttoget være mangelfuldt. Her kan I i stedet udarbejde en grundig handleplan baseret på tid, hvor I noterer alle opgaver med tidspunkt for, hvornår de skal laves



KAPITEL 3: IDÉEN

Ethvert projekt bygger på en god idé. Læs med her, hvis I ikke har fundet den helt rigtige idé endnu, eller hvis I sidder med en genial tanke, som bare trænger til at blive pudset af. I dette kapitel får I værktøjer til at sætte tanker i gang og finde den idé, I skal løbe videre med.

DE FIRE FASER I IDÉUDVIKLING

Hvis I har en fælles vision eller et fælles formål men ingen fast idé endnu, skal I i gang med at generere projektidéer. Og ikke mindst kvalificere dem. I kan få en masse gode og mindre gode idéer, som I til sidst skal sortere og kombinere, til der kun er én tilbage. Forestil jer idéfasen som en tragt, I hælder en masse input ned i. Ud løber den idé, der bliver til projektet.

⁰¹ STIL DET GODE SPØRGSMÅL.

⁰² GENERER IDÉER.

⁰³ KVALIFICER IDÉERNE.

⁰⁴ UDVÆLG EN IDÉ.

STIL DET GODE SPØRGSMÅL

Læg ud med at stille det spørgsmål, I skal generere idéer ud fra. Det er det vigtigste punkt, fordi spørgsmålet danner ramme for de idéer, I skal arbejde videre med. Gå tilbage til jeres vision eller formål, og opstil et idégenereringsspørgsmål, der er relateret til en af dem.

EKSEMPEL

VISION: Alle mennesker i vores by skal leve mere bæredygtigt.

IDÉGENERERINGSSPØRGSMÅL: Hvad kan vi skabe, der kan få folk i vores by til at leve mere bæredygtigt?

GENERER IDÉER

Når idégenereringsspørgsmålet er på plads, er I klar til at få idéer. I denne fase åbner I helt op, så hav tre grundprincipper i baghovedet:

- ☉ I SIGER ALTID JA.
- ☉ ALLE INDSPARK ER TILLADT.
- ☉ INTET ER FOR DUMT AT SIGE.

Når I genererer idéer, handler det om at smide så mange idéer på bordet som muligt. Også de dårlige! De første mange idéer er som regel ikke særligt gode eller nytænkende. Men de skal siges, så de kan komme ud af systemet, og I kan åbne op for guldgruberne. De ligger oftest og gemmer sig, til hjernen er kommet i sving. Prøv for eksempel øvelsen Negativ brainstorm til at få dårlige idéer, der kan transformeres til gode.



VÆRKTØJ: NEGATIV BRAINSTORM

FORMÅL: AT FINDE ANDERLEDES OG INTERESSANTE IDÉER VED FØRST AT SKABE EN MASSE NEGATIVE IDÉER OG DERPÅ VENDE DEM TIL POSITIVE IDÉER.

TID: 30-60 MINUTTER.

MATERIALER: FLIPOVER, TUS-SER OG POST-ITS.

SÅDAN GØR I

⁰¹ Stil et positivt spørgsmål. For eksempel: Hvad kan vi skabe, der kan få folk i lokalområdet til at leve mere bæredygtigt?

⁰² Vend spørgsmålet om til et negativt. For eksempel: Hvad kan vi skabe, der kan få folk til at leve så lidt bæredygtigt som muligt? Skriv det tydeligt på en flipover, så alle kan se det. Stil gerne flere underspørgsmål til det negative spørgsmål: Hvordan ser der ud? Hvordan lugter der? Hvad foregår der?

⁰³ Brug fem minutter på individuelt at producere så mange negative idéer, I kan komme i tanke om ud fra spørgsmålet. Skriv dem enkeltvist på post-its.

⁰⁴ Præsenterer de negative idéer for hinanden en efter en, og hæng dem op på væggen.

⁰⁵ Tag de negative idéer (undgå dine egne), og brug fem minutter på individuelt at vende dem om til positive idéer.

⁰⁶ Præsenter dem for hinanden.

TIP TIL FACILITATOR:

☉ Stil et klart og relevant positivt spørgsmål. Det sætter rammen for hele øvelsen.

☉ Insister på, at idéerne skal være så negative, som de overhovedet kan blive. Nogle gange bliver de urealistiske – og det må de gerne. Det gør også øvelsen sjovere, når I læser dem op for hinanden.

HACK: Hvis I har en idé, I gerne vil bruge øvelsen til at udvikle, kan I tilpasse spørgsmålene. Spørg for eksempel: Hvordan skaber vi den bedste teaterforestilling nogensinde? (og den værste?) Leg også med at udvikle hinandens negative og positive idéer undervejs. På den måde folder I idéerne ud og kan opdage nye sider af dem.

Eksperimenter med at lade jeres idéudviklinger foregå i forskellige rum. Gå udenfor, ned til vandet eller op på loftet. Nye omgivelser kan sætte gang i nye tanker – og det er altid godt at strække benene lidt.



TIP: Der findes mange sjove idégenereringsværktøjer. Prøv jer frem med værktøjer som ordstorm, rubrikleg, associationsleg, vind-tunnel, de 100 på 10 minutter, 360 graders brainstorm, bodystorm og utopiscenarier. Søg på google, eller tjek bogen 'Gamestorming' eller 'Hyper Island Toolbox'.



LILLE ØVELSE: GÅ PÅ OPDAGELSE I BYEN:

Gå på opdagelse i jeres by. Uanset om I synes, at I bor i en kedelig by, kan I ved at gå en tur finde en masse steder, der kunne være sjove at gøre noget ved. Prøv at gå en tur i byen, og find på idéer til, hvordan den også kunne se ud. Måske ser I pludselig, hvordan I kan kombinere kulturoplevelser på en ny måde. For eksempel kunne pizzamandens butik blive til 'disco and slices', den syriske frisørs salon blive til 'klip en forfatter – syrisk street food og litteraturoplæsning', eller en gammel baggård kan blive tryllet om til byens sjoveste forhindringsbane. Øvelsen kræver, at I stopper op nogle udvalgte steder og kan holde fokus. Overvej for eksempel at lave en rute på forhånd, og afgræns tiden for jeres gåtur. Tag billeder af de gode steder med jeres telefoner. Print dem så ud til et moodboard over jeres drømme for byen.

KVALIFICER IDÉERNE

Når I har genereret en masse idéer, gælder det om at få dem kvalificeret, se dem fra forskellige vinkler og bygge på. Det gør I ved at gå alle idéerne igennem og spørge: "Hvad nu hvis...?", og "Hvad skal der til for, at [idé] bliver muligt?". I åbner stadig op, men bruger alle de idéer, I hver især har genereret, som udgangspunkt for at bygge helt nye ting på og gøre idéerne til fælleseje. Værktøjet Brainwalking tager jer gennem processen.

TEST IDÉERNE AF

Når I har udvalgt en eller flere gode idéer, bør I teste dem af. Hvad tænker dem, I gerne vil henvende jer til? Tag en snak med målgruppen: Hvad er deres behov? Kunne de have lyst til at deltage i en litteraturoplæsning? Hvad er vigtigt for dem? Hvad kunne gøre dem interesserede? Og hvad ville skræmme dem væk? Spørg også jer selv, om andre laver noget sejt, der kan spille sammen med jeres idé.

UDVÆLG EN IDÉ

Når I har testet idéerne, skal I udvælge den, I har lyst til at gå videre med. Hvad brænder I mest for? Hvad giver kriller i maven? Hvad er visionært men samtidig muligt at realisere med den tid og de ressourcer, I har? Når I har kvalificeret jeres idéer, kan I ofte mærke, hvad der er energi i.

Kan I slet ikke blive enige om den bedste idé? Så kan I lave en simpel afstemning om det eller måske kombinere flere idéer.

VÆRKTØJ: BRAINWALKING
FORMÅL: AT KVALIFICERE JERES GENEREREDE IDÉER OG BYGGE VIDERE PÅ DEM.
TID: 10-30 MINUTTER.
MATERIALER: JERES GENEREREDE IDÉER PÅ POST-ITS OG ET STORT STYKKE PAPIR.

SÅDAN GØR I

⁰¹ Spred alle jeres genererede idéer ud på et bord, og stil jer omkring det.

⁰² Tag efter tur en post-it op med en idé. Løft den, så alle kan se den, og tag en runde, hvor alle skyder løs med nye perspektiver eller tilføjer til idéen. Suppler hinanden ved at sige: "Og så...", og den næste: "og så...". Det kan lyde fjollet, men det virker.

⁰³ Når ingen har mere at tilføje, tager I en ny post-it med en idé. Noter kommentarerne undervejs.

TIP TIL FACILITATOR: Sæt fart på øvelsen, så det ene "og så" afløses af det næste. Hjælp teamet på vej ved at opfordre til mere tempo.

HACK: Prøv at kombinere de forskellige idéer på tværs. Tag to post-its op ad gangen. Eller til!

Brug tid på at kvalificere jeres idéer, inden I udvælger den, I vil løbe med. På den måde bliver I klogere på idéerne og har et solidt grundlag for at vælge den bedste.



KAPITEL 4: TEAMET



At arbejde sammen om et projekt er en kunst. Det kan både være dybt frustrerende og det fedeste nogensinde. Uanset om I er bedste venner eller lige har mødt hinanden, bør I give lidt kærlighed til jeres samarbejde. For gode projekter kræver godt sammenhold. Og så skal det selvfølgelig være sjovt undervejs.

Nogle teams fungerer godt sammen fra start, mens andre skal have hjælp til at blive gode. Måske er I en gruppe venner, der starter sammen, og undervejs kommer nye til, mens andre falder fra. Det er helt naturligt, men det kræver, at I sikrer holdånden hele vejen gennem projektet.

Selv hvis I ikke er venner fra start, kan I ende med at have det fedeste team nogensinde. Ofte har man nogle af de bedste projektoplevelser med folk, man ikke kender i forvejen og er helt forskellig fra – som efterfølgende bliver ens gode venner.

Det kan være svært at sætte fingeren på, hvorfor et teamsamarbejde nogle gange fungerer godt og andre gange ikke, for det skyldes et sammensurium af dynamikker.

Punkterne her giver et praj om, hvad der ofte karakteriserer et velfungerende samarbejde. Brug dem til indimellem at undersøge, om I skal give nogle områder lidt ekstra kærlighed. Måske har en af jer for mange opgaver, mens andre savner mere ansvar? Eller måske er det uklart, hvem der har ansvaret for hvilke opgaver? Brug jeres tid der, hvor I har behov for det.

DET GODE TEAM:

- ☺ I HAR ET KLART FÆLLES FORMÅL OG KLARE MÅL MED PROJEKTET.
- ☺ I HAR EN KLAR ROLLEFORDELING OG VED, HVEM DER ER ANSVARLIG FOR HVAD.
- ☺ I KOMMUNIKERER KLART OG TYDELIGT.
- ☺ I KAN TRÆFFE HURTIGE VALG I STEDET FOR AT FEDTE RUNDT MED BESLUTNINGERNE.
- ☺ ALLE DELTAGER, OG I KAN REGNE MED HINANDEN.
- ☺ I SÆTTER PRIS PÅ JERES FORSKELLIGHEDER.
- ☺ I FØLER JER TRYKKE VED HINANDEN.
- ☺ I KAN HÅNDTERE KONFLIKTER.
- ☺ I SER LØSNINGER FREM FOR PROBLEMER.



LÆR HINANDEN AT KENDE

Uanset om I kender hinanden i forvejen, er det altid godt at lære hinanden lidt bedre at kende. Ved at kende hinanden personligt får I en dybere forståelse for hinandens handlinger og beavæggrunde. Jeres personlige historier og motivation er det brændstof, I bruger til at køre projektet, og ved at dele det skaber I en fælles motor. I kan for eksempel bruge værktøjet Den personlige fortælling, når teamet er samlet for første gang, eller hvis I holder en teambuilding-weekend. Det kan virke fjollet pludselig at skulle lave en øvelse, når I sidder og hygger jer. Særligt, hvis I ikke har prøvet det før. Men det skaber magi at gøre noget lidt andet, end I plejer.



VÆRKTØJ: DEN PERSONLIGE FORTÆLLING
FORMÅL: LÆRE HINANDEN BEDRE AT KENDE VED AT FORTÆLLE EN PERSONLIG HISTORIE MED UDGANGSPUNKT I EN GENSTAND, DER HAR BETYDNING.
⌚ TID: 45-90 MINUTTER.
🔗 MATERIALER: EN TING MED PERSONLIG BETYDNING, I HVER TAGER MED OG EVENTUELT ET TÆPPE.

SÅDAN GØR I

- 01 Tag hver en fysisk genstand med, som har betydning for jer. Det kan være en genstand, der hører til en personlig historie.
- 02 Læg alle genstandene under et lille tæppe, eller hvad I lige har, der kan dække dem. Har I ikke noget, sidder I bare med dem fremme.
- 03 Sæt jer i en cirkel rundt om tæppet. En af jer trækker nu en genstand frem.
- 04 Tingens ejer fortæller den personlige historie, tingen er en reference til. De andre må ikke afbryde undervejs.
- 05 Herefter trækker den næste person en genstand frem.



AFSTEM FORVENTNINGERNE

HVORFOR GØR JEG DET IKKE BARE SELV?

Når en flok forskellige mennesker arbejder sammen i et team, kan I sagtens blive irriterede på hinanden. Nogle gange føles det, som om det hele ville være lettere, hvis man bare gjorde det selv. Men når I arbejder sammen med andre, kan I hente ekstremt meget energi i teamet, som I ikke får alene. Derfor er alle de besværlige ting, der følger med gruppearbejde, det hele værd. Er I meget forskellige, kan det faktisk gøre både idéer og resultat bedre, end hvis alle tænker ens. Det handler om at skabe et rum, hvor teammedlemmerne kan gøre det, de hver er gode til og motiverede for, og hvor I er nysgerrige på jeres forskelligheder.

EN FORVENTNINGS-AFSTEMNING GØR JER KLOGERE

At I er forskellige, betyder også, at I har brug for forskellige ting. En har det måske bedst med høj musik, mens I laver projektarbejde, én bliver irriteret, hvis andre i teamet kommer for sent, mens det for andre ikke betyder så meget, om musikken er høj eller lav, eller mødet går i gang et kvarter senere end aftalt. Men er I opmærksomme på alles forventninger til projektarbejdet, og hvordan I hver især arbejder, kan I bedre respektere hinanden for at gøre tingene på forskellige måder. Gør I det, går projektarbejdet lettere. Værktøjet her er en slags brugsanvisning og forventningsafstemning, der gør jer klogere på hinanden.

VÆRKTØJ: FORVENTNINGS- AFSTEMNINGEN

FORMÅL: AT SKABE ET FUNDAMENT FOR ET GODT PROJEKT-SAMARBEJDE VED AT GØRE DET TYDELIGT, HVAD ALLE I TEAMET FORVENTER AF PROJEKTARBEJDET, OG HVORDAN FOLK ARBEJDER BEDST.

⌚ **TID:** 30-60 MINUTTER.

📌 **MATERIALER:** ILLUSTRATIONEN OG SKRIVEREDSKABER.

SÅDAN GØR I

01 Brug 15 minutter på at svare på spørgsmålene individuelt. Start hvert svar med "jeg". For eksempel: "Jeg har valgt at være med i projektet, fordi...". Gør jeres svar så korte og konkrete som muligt.

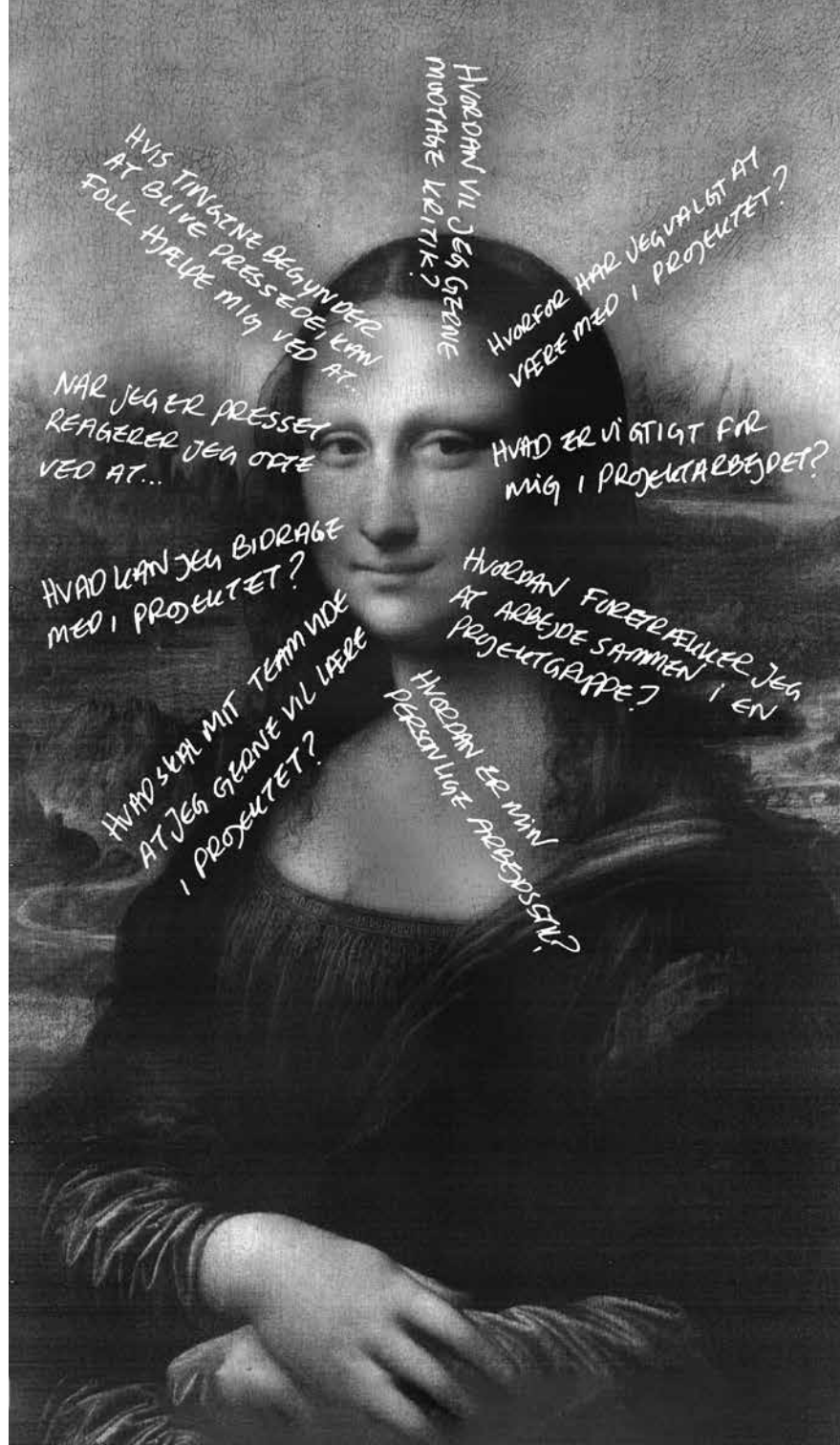
02 Hæng hver jeres forventninger op på væggen som en planche.

03 Stil jer foran dem, og lav en forventningsafstemning ved på skift at læse jeres forventninger op for de andre.

04 Tal til sidst kort om, hvad I sammen kan gøre for, at alle får det bedst muligt i projektarbejdet.

🧠 **HACK:** Suppler med spørgsmål, der er relevante for netop jeres projektarbejde, eller fjern spørgsmål, som ikke fungerer for jer. Definér til slut et sæt fælles spilleregler, der kan gøre projektarbejdet godt for alle.

👉 **TIP TIL FACILITATOR:** Vent med at lave en forventningsafstemning til lidt inde i projektprocessen. For eksempel når I har idéudviklet. Vi har ofte ikke forudsætningerne for at gøre det helt fra start.



SAMMENHOLD ER NØGLEN TIL SUCCES

Når man laver projektarbejde har man ofte mest fokus på de arbejdsopgaver, der hører til projektet. Men I må ikke glemme motivationen og sammenholdet mellem jer i teamet, selvom det kan føles overflødigt. For det er helt centralt for projektets succes at have et velfungerende team hele vejen igennem projektet – også når det går godt. For at styrke jeres sammenhold bør I derfor også lave noget 'unygtigt' sammen ind imellem. Projektarbejde skal være sjovt! Hvis det drukner i praktiske møder og trælse opgaver, har ingen lyst til at være med – uanset hvor dedikerede I er til formålet.

SKAB EN GOD TEAMKULTUR

At have en god teamkultur handler om at skabe fælles måder at gøre tingene på. Jeres fælles praksis (altså måde at arbejde på) kan se forskellig ud alt efter, hvor ofte I ses, hvor mange I er, og hvad I har brug for. Men skab nogle gode rutiner, så I hurtigt får føling med hinanden.

Et godt trick til at sætte rammen for jeres teammøder er at bruge værktøjet Check ind/check ud.

VÆRKTØJ: CHECK IND/CHECK UD
FORMÅL: VED CHECK IND ER FORMÅLET AT LANDE I RUMMET SAMMEN OG FÅ EN FORNEMELSE AF, HVORDAN ENERGIEN ER, OG HVOR FOLK I TEAMET ER. VED CHECK UD ER DET AT SAMLE OP OG AFSLUTTE PÅ EN GOD OG NÆRVÆRENDE MÅDE.

 TID: 5-15 MINUTTER.

 **MATERIALER:** EVENTUELT EN CIRKEL MED STOLE, HVIS I VIL SIDDE NED.

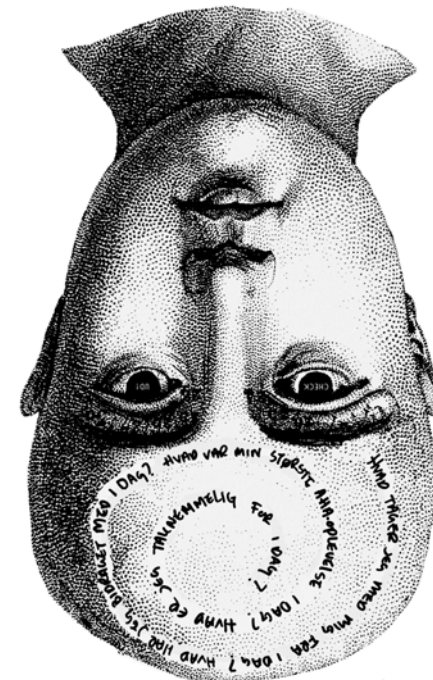
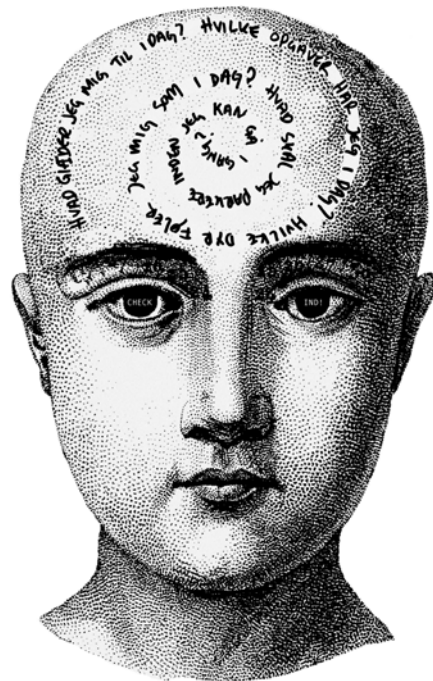
SÅDAN GØR I

01 Stå eller sid i en cirkel.

02 Stil det spørgsmål, I vil checke ind eller ud med.

03 Check ind eller ud en efter en ved at svare på spørgsmålet. I kan enten gøre det popcornstyle, hvor den, der har lyst, siger sit svar, fulgt af den næste der har lyst, eller I kan følge cirklen hele vejen rundt.

TIP TIL FACILITATOR: Check ind og ud kan gøres på mange måder afhængig af, hvad I har brug for, og hvor meget tid I har. Det kan handle om noget personligt, hvis I har brug for at forstå hinanden, men det kan også handle om, hvilke opgaver I skal i gang med eller har lavet den dag.



KAPITEL 5: ORGANISERING



Én i projektteamet er god til at booke kunstnere, en anden er chefkok, og en tredje kan gøre ethvert lokale hyggeligt på ti minutter. Fordel ansvaret, så I ved, hvem der bestemmer hvad.

Når I skal i gang med jeres projekt, skal I finde ud af, hvordan I skal tage beslutninger. Hvem har ret til at bestemme hvad? Er det den, der har fået projektidéen? Er det fællesskabet? Er det den med ansvar for en delopgave? Her kan I komme på dybt vand, hvis I ikke har en god organiseringsform. Men hvilken skal I vælge?

Demokratiske beslutninger kan føles som de bedste. Måske skal I sætte jer sammen og tage beslutninger i fællesskab ved håndsoprækning. Det kan være en alle tiders løsning, fordi alle bliver hørt og derfor er med på, hvad der sker. Ulempen er, at det kan tage rigtig lang tid at tage beslutninger i fællesskab, og at jeres projekt pludselig kan køre i sneglefart.

FORDEL OPGAVER OG ROLLER I TEAMET

For at undgå at holde mange lange møder kan I uddelegere ansvar til nogle tovholdere. En af jer kan for eksempel være tovholder for baren og derfor få lov at bestemme, hvad der skal serveres. Det giver de enkelte teammedlemmer mere motivation, fordi det er fedt at have ansvar og frihed til at træffe beslutninger.

Når I uddelegerer, giver I samtidig slip på den fælles kontrol. Derfor er det godt at sætte rammer for beslutningerne. For eksempel ved at vedtage nogle overordnede retningslinjer for projektet, der matcher jeres værdier. Og måske allervigtigst: Ved at sørge for at alle områder har et fast budget, som de skal holde sig inden for. Når ansvaret er uddelegeret til forskellige områder, skal I respektere de beslutninger, de ansvarlige for området træffer. Det er en tillids-sag at lave projekter sammen. Brug derfor god tid på at tale om jeres forventninger til hinanden, og hvad I lægger i det ansvar, I giver hinanden.

SÆT DOGMER FOR BESLUTNINGER

Ved at bruge dogmer kan I undgå konflikter, og at der bliver truffet beslutninger, som ikke alle er enige i. Dogmerne er med til at sætte en ramme for, hvordan jeres beslutninger skal træffes. De skal ses som fælles huskesætninger, som de områdeansvarlige skal træffe beslutninger ud fra.

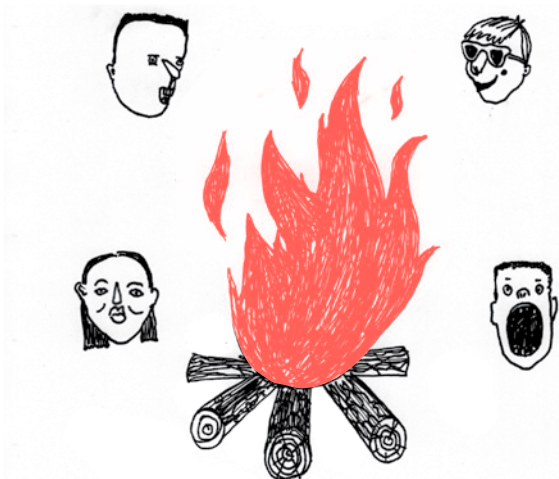
Et eksempel på et dogme kan være, at der skal være ligestilling og mangfoldighed i projektet. Det kan jeres bookingsansvarlige tolke, som at der skal bookes både mænd og kvinder. For den markedsføringsansvarlige kan det betyde, at alle navne på plakaten bliver skrevet med lige store skrifttyper i stedet for at have hovednavne og opvarmningsnavne. Eller det kan betyde, at der både skal være drikkevarer med og uden alkohol og mad med og uden kød. På den måde kan et simpelt dogme være med til at give en fælles retning for projektet, uden at alle skal være med til at træffe alle beslutninger.

At lave fælles dogmer betyder ikke, at alle beslutninger bliver problemfrie. Men gode dogmer giver jer mulighed for at tale om værdierne i projektet – og er altså samtidig en smart måde at ensrette jeres beslutninger på.



HVORDAN SKAL I ORGANISERE JER?

Det er en god idé at tage en snak om jeres organisering og eventuelt tegne den, så alle er enige om, hvordan arbejdsopgaverne er fordelt. Overvej, hvordan jeres projekt bedst kan organiseres ved at se på de forskellige modeller, der følger her. Hvordan vil det være at tage beslutninger indenfor de forskellige modeller? Vil det gå hurtigt eller langsomt? Vil der være meget spildtid, hvor forskellige teammedlemmer er med til at tage beslutninger, de ikke behøver at være inde over? Eller vil det være effektivt?

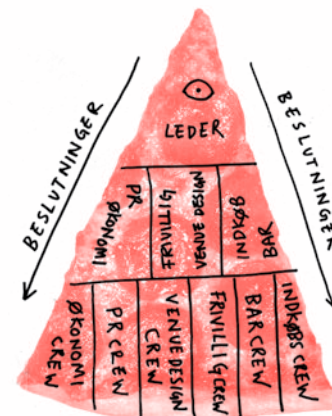
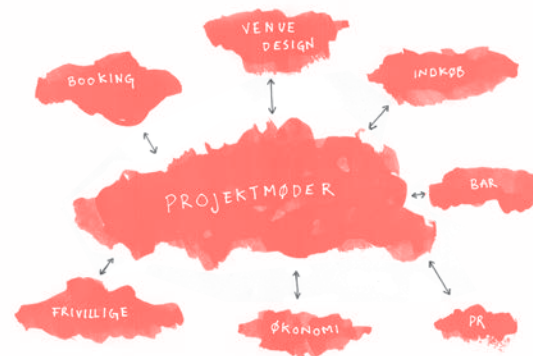


RUNDT OM BÅLET-MODELLEN

En model mennesker i årtusinder har brugt til i mindre grupper at træffe beslutninger, hvor alle er med, og emner bliver diskuteret i dybden. I tænder måske ikke et bål, men sidder i stedet rundt om et bord og taler jer ind på opgaverne og koordinerer projektet i fællesskab.

SKY-MODELLEN

En rollefordelingsstruktur, hvor I holder fælles projektmøder og koordinerer store, fælles anliggender for projektet sammen, mens de enkelte arbejdsgrupper sørger for at eksekvere og tage mindre beslutninger.



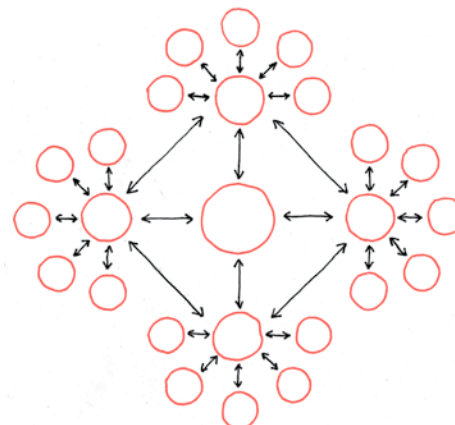
PYRAMIDE-MODELLEN

En klassisk oppefra og ned-struktur, hvor en til to projektleder(e) uddeler ansvaret til undergrupper, der igen har hold under sig, som de koordinerer med.

SNEFNUG-MODELLEN

En model, hvor en lille gruppe i midten sætter rammerne for et projekt og så opretter små, selvstændige enheder, der hver især står for deres egen indholdsproduktion og kun lever op til ganske få dogmer/regler udstukket af styregruppen.

 **HACK:** Find på en helt ny organiseringsform, der passer til netop jeres projekt.



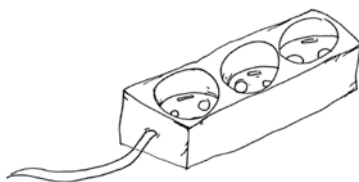
MELLEM MØDERNE

Ét er, hvordan I organiserer jeres projekt, noget andet er, hvordan jeres projektarbejde i praksis kommer til at fungere godt. Her kommer nogle tips til at skabe et fedt mødested og holde kommunikationen i gang mellem projektmøderne.

SKAB DET FEDE HOVEDKVARTER

Det er godt at have et fedt fælles projektkontor, hvor I kan arbejde på jeres projekt. Her kan I også opbevare projektpapirer, holde møder og skabe et rum, hvor I dedikerer jer til projektarbejdet – det er særligt vigtigt i større projekter. Ved at have et kontor har I også et fælles mødested, som giver jer en følelse af, at projektet er seriøst og kræver fokus. Det kan smutte, når I sidder hjemme hos jer selv.

Mangler I et sted, så prøv at kontakte den lokale ungdomskole, ungdomshuset, et spillested eller et medborgerhus, og spørg, om de har et frit lokale, I kan låne til jeres projekt. Særligt i mindre byer er der mange små lokaler, som med en god spand maling, nogle plakater og lidt kærlighed kan blive rigtigt fine. Husk at få jeres egen nøgle, og brug tid på at indrette det, så det bliver rart at være der.



HVAD KAN DET FEDE HOVEDKVARTER INDEHOLDE?

- ☺ ET WHITEBOARD ELLER EN HVID VÆG
- ☺ POST-ITS OG TUSSE
- ☺ ET GODT MØDEBORD MED PLADS TIL JERES TEAM
- ☺ ADGANG TIL EN KAFFEMASKINE
- ☺ KØLESKAB
- ☺ PRINTER
- ☺ NOGLE PLANTER
- ☺ PLAKATER PÅ VÆGGENE
- ☺ EN LÅS PÅ DØREN
- ☺ EN NØGLE, SÅ I HAR ADGANG 24/7

I har selvfølgelig også brug for at kommunikere med hinanden, når I ikke mødes fysisk i projektteamet. I dag foregår næsten al kommunikation på de sociale medier, så når noget skal koordineres, planlægges eller besluttet, vil det være naturligt at gøre det over Facebook, mail eller en anden online platform. Find den fælles platform, som vil passe bedst til jeres projekt. Det kan være en fælles gruppe, en fælles chat eller noget helt tredje. Men hav kommunikationen samlet ét sted, så I har overblik. Tag en snak om, hvor I gerne vil kommunikere og holde styr på jeres projekt. Skal jeres fælles kommunikation foregå over Facebook eller et andet sted? Og vil I arbejde i et Google Drev eller noget andet?

Udforsk eventuelt anderledes platforme som Slack eller Trello. Sidstnævnte er smart til at holde overblik over jeres fælles opgaver.

👉 **TIP:** Keep it simple! Brug en god gammeldags klassiker: Telefonen. Ring i stedet for at skrive en besked eller mail. Det er både hurtigere og rart lige at sige hej.



KAPITEL 6: FRIVILLIGE

Hvem har ikke lyst til at være en del af et fedt projekt? Hvis I kan overbevise andre om værdien af jeres projekt, kan I få uvurderlig hjælp til gengæld. Læs her om, hvordan I kan motivere frivillige og skabe gode rammer for deres arbejde.

Når I nærmer jer afviklingen af jeres projekt, begynder I ofte at kunne se, at I mangler hænder og gerne vil have flere med om bord. De fleste bruger den samme fælles betegnelse for projektets hjælpere: frivillige. Men det er lidt fjollet at kalde dem det, for jeres team er jo også frivillige. At være frivillig vil egentlig bare sige at stille sin arbejdskraft til rådighed uden at få penge for det. Så overvej, om I vil kalde dem hjælpere, en del af teamet eller noget andet, der passer godt.

ER FRIVILLIGE BARE GRATIS ARBEJDSKRAFT?

Selvom frivillige arbejder gratis, skal de ikke ses som gratis arbejdskraft. Nok er behovet helt legitimt – der mangler hænder til jeres projekt, og I har ikke råd til at give hverken jer selv eller andre løn. Men tilgangen skal være en anden. Hvis I begynder at spørge om hjælp til at løse opgaver uden at forklare formålet med det, får I sjældent andre end jeres bedste venner med på vognen. Og så bliver det svært at få projektet til at hænge sammen.

Der er forskellige måder, hvorpå I kan motivere andre til at tage del i jeres projekt. Først handler det om at vende tilbage til formålet: Hvad er formålet med projektet? Det er helt centralt, at jeres frivillige ved, hvad de er med til at skabe.

EKSEMPEL: "Synes du også, at der mangler liv i Holstebro? Vær med til at skabe den fedeste teaterfestival og få dit grin på!". Det budskab er en langt bedre måde at forklare andre, hvorfor de skal være frivillige, end: "Vi mangler hænder til en teaterfestival! Tag en vagt, og få to gratis øl".

Hvorfor? Fordi det første budskab adresserer et behov i stedet for bare at beskrive en opgave, der i virkeligheden er dårlig løn for et kedeligt stykke arbejde med et uklart formål. Ville du selv have lyst til at sidde i døren en aften for to gratis øl, hvis det var som en del af et projekt, du ikke forstod?

HVAD MÅ I FORVENTE AF FRIVILLIGE?

Når I får flere med på jeres projekt, er I pludselig ledere for dem. De skal have klar besked om, hvad der forventes af dem, og hvordan og hvornår de skal hjælpe til. Vis overskud, og fortæl, at I sætter pris på deres engagement.

Selvom folk er frivillige, kan I sagtens stille krav til dem. Målet er, at de føler, at de gør en positiv forskel, og at jeres projektteam får hjælp med nogle arbejdsopgaver. I laver en byttehandel, hvor de frivillige giver tid og arbejdskraft til gengæld for fællesskab, følelsen af at skabe et fedt projekt og forhåbentligt nogle gode oplevelser.

I styregruppen har I ansvar for, at de frivillige får oplevelsen af fællesskab. Lav en god introduktion til dem, og tag godt imod dem, når de ankommer. Især de, der kommer alene og ikke rigtig kender nogen i projektet.

👉 **TIP:** Tag frivilligbrillen på, og overvej: Hvis jeg mødte op som frivillig her, ville jeg så føle mig velkommen? Har jeg nok information? Er jeg blevet klædt nok på til min vagt? Ved jeg, hvad jeg skal? På den måde kan I som ledere af frivillige finde ud af, om I har skabt de bedste rammer.

100 % ER 100 %

Der findes ikke dovne frivillige. De har jo meldt sig for at hjælpe! Jeres frivillige begynder kun at drive rundt, hvis de ikke kan få klaret deres opgaver. Og det skyldes næsten altid uklare ledelse eller systemer, der ikke fungerer. Som frivilligledere er det jeres opgave at skabe de bedst mulige rammer for, at alle kan give deres 100 %.

Det er forskelligt, hvad frivillige er gode til, og hvor stærke de er. Derfor er en god huskeregel at sige, at alle har forskellige 100 %. For den ene er de 100 % at bære ølkasser en hel dag, mens en anden ikke kan løfte en eneste kasse øl, men i stedet kan være 100 % til stede i at sørge for, at oppyntningen sidder lige i skabet, og stemningen er god. Begge 100 % er lige meget værd, og projektet kan ikke undvære nogen af dem.

100

100

100

100

TIPS OG TRICKS TIL AT MOTIVERE FRIVILLIGE:

☉ Tag jer godt af jeres frivillige. Sørg for, at der er penge i budgettet til god mad og drikke, snacks og en frivilliglounge at være i, så de har et sted at tage en pause (særligt ved større projekter).

☉ Overvej at finde på et andet ord for jeres frivillige, så de føler sig som en del af teamet.

☉ Lav et fællesmøde for alle frivillige, inden I går i gang. Det skaber en fællesskabsfølelse.

☉ Hold en fest, eller lav noget socialt sammen med de frivillige, når projektet er slut.

☉ Skab en fælles holdidentitet med t-shirts eller farvekoordineret tøj.

☉ Giv de frivillige et konkret ansvar og afgrænsede opgaver.

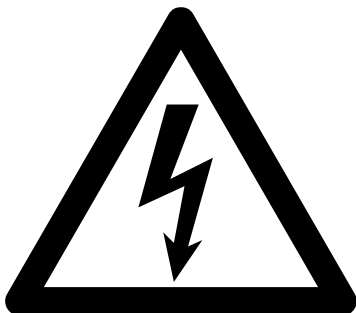
☉ Bring de frivilliges kompetencer på banen ved for eksempel at spørge: "Hvad kunne du tænke dig at hjælpe med?". På den måde kan de selv være med til at definere deres indsats. Andre har det bedre med at få udstukket faste opgaver.

☉ Ros og anerkend de frivillige for deres arbejde – både før, under og efter projektets afvikling.

☉ Giv masser af high fives!

NÅR LOKUMMET BRÆNDER!

Det er aftenen inden jeres afvikling. I er langt bagud med opsætningen, regnen har væltet ned hele dagen, og I mangler akut hænder til næste morgen. Hvad gør I? Grib jeres telefoner, ring rundt til jeres venner, og spørg, om de ikke vil tage en ven i hånden og vil hjælpe en time. Langt de fleste vil gerne give en hånd med, hvis I kontakter dem direkte. Så længe I viser, at de gør en forskel. Det er en fordel at bede dem om at løse en konkret opgave i stedet for at bede dem om at hjælpe et bestemt antal timer.



KAPITEL 7: MØDER

Møder er en del af alle projekter. Hvis I er gode til at holde retning og tempo gennem jeres møder, kan I hurtigt få overstået det kedelige og komme videre til det, I helst vil bruge tid på. Læs om, hvordan god facilitering kan hjælpe jer med at holde overblik, give alle mulighed for at tale og komme igennem punkterne på dagsordenen uden at bruge for lang tid på det.

DEN GODE FACILITATOR

Når I holder møder, er det en stor fordel at vælge en facilitator. Facilitatoren er den eller de, der har forberedt mødet og sørger for, at I bevæger jer fremad, og at alle er med og kan bidrage.

HUSKEREGLER TIL DEN GODE FACILITATOR

01 VÆR EN GOD VÆRT

Sørg for, at mødet er rart at være med til. Sørg for, at der er ryddet op, sæt god musik på anlægget, tag snacks med, find de ting frem, I skal bruge til mødet, og indret rummet, så det passer til jeres aktiviteter.

02 GØR FORMÅLET KLART

Præsenter altid, hvad formålet er med det, I skal i gang med. Det giver teamet lyst til at følge efter og være med. Hvis de ikke ved, hvorfor I gør det, er det nemt for dem at sige nej.

03 VÆR VELFORBEREDT OG KLAR PÅ ÆNDRINGER

Læg en plan, og vær forberedt til fingerspidserne, men vær også klar til at gøre noget helt andet, hvis der er behov for det. Måske er der behov for at stoppe op og lave en energizer eller for at sætte nye punkter på dagsordenen.

04 SÆT DEN RETTE STEMNING I RUMMET

Gode værktøjer til at holde møder er langt fra alt. Facilitatoren skal også være opmærksom på rummet og mærke efter, om der er den rette stemning. Har I brug for entusiasme eller ro og langsom søndagsenergi? Gå forrest med den gode energi. Det smitter.



MØDER MED MENING

Mange bliver trætte, bare de hører ordet møde. For alle har prøvet at sidde til dødsyge møder, der trækker ud i det uendelige, uden at der overhovedet kommer noget ud af det til sidst.

Ofte går møder galt, fordi ingen tager styringen og ved, hvor I skal hen. Det kan I heldigvis gøre noget ved. Med et simpelt værktøj kan I gøre jeres teammøder både meningsfulde og effektive, og I kan på den måde gøre dem kortere og holde færre af dem, så I kan bruge mere tid på alt det fede.

VÆRKTØJ: IDOART

FORMÅL: IDOART HJÆLPER JER MED AT SÆTTE EN RAMME FOR MØDET VED AT GØRE DET KLART FOR ALLE, HVORFOR I MØDES, HVAD DER SKAL SKE, OG HVAD MÅLET ER MED DET. SELV DE, DER IKKE HAR BRUG FOR SÅ MEGET STRUKTUR, ER TIT GLADE FOR, AT DER BLIVER LAVET EN IDOART I BEGYNDELSEN AF ET MØDE, FORDI DET GIVER ET FÆLLES OVERBLIK.

TID: 2-10 MINUTTER.

MATERIALER: WHITEBOARD ELLER STORT PAPIR OG TUSSE.

SÅDAN GØR I

⁰¹ Forbered før mødet en IDOART, og hæng den på væggen, så den er synlig for alle.

⁰² Begynd mødet med at præsentere IDOART. Forklar, hvad bogstaverne betyder, og hvad der gælder for jeres møde.

⁰³ Hør teamet, om der er spørgsmål. Er noget uklart, eller vil de gerne tilføje eller ændre noget?

⁰⁴ Når I er tilfredse, kan I gå i gang med mødet.

TIP TIL FACILITATOR: I starten kan det være en god træning at lave en hel IDOART og gå trinvis igennem den. Men når I får det ind under huden, og teamet bliver bekendt med modellen, kan I nøjes med at vælge enkelte elementer ud, så I ikke skal igennem det hele hver gang. Lad dog hvert møde have en klar intention, et mål og en agenda. Intentionen er vigtig, for hvis målet ændrer sig undervejs, kan I altid gå tilbage til intentionen og sætte nye mål ud fra den.

HACK: Lav jeres rules sammen som team. Det kan være et sæt faste regler, I læner jer op ad til alle jeres projektmøder. Når I har skabt dem sammen, får I alle ejerfølelse for dem.

Idealet er selvfølgelig, at et møde altid er forberedt. Men virkeligheden er ofte anderledes. Har ingen i teamet en plan for, hvad I skal snakke om, så lav et hurtigt mål og en agenda sammen, inden I går i gang.

IDOART ER EN FORKORTELTSE FOR INTENTION, DESIRED OUTCOME, AGENDA, RULES (AND ROLES) OG TIME.

* INTENTION: Hvad er intentionen eller formålet med mødet? Hvorfor er I der?

* DESIRED OUTCOME: De(t) konkrete mål eller resultat(er), I skal stå tilbage med efter mødet.

* AGENDA: Hvad skal I igennem til mødet? I den rækkefølge, tingene skal tages.

* ROLES: Hvilke roller eller ansvarsområder er der til mødet? Hvem tager referat? Hvem faciliterer?

* RULES: Hvilke regler har I for mødet?

* TIME: Hvad er længden på mødet? Hvornår begynder og slutter det, og hvor meget tid er der til de forskellige punkter?

ENERGIZERS

Hvis I har brug for et lille afbræk under jeres møde, men ikke vil holde en længere pause, kan I lave en fælles energizer. En energizer kan bryde isen, hvis I er et team, der ikke kender hinanden så godt. Den kan også bruges til at klare hovedet og forny energien.

Der findes ekstremt mange energizers. For eksempel Den menneskelige maskine eller Sten, saks, papir, hvor I udvikler jer fra æg til krokodille. På nettet er der mange gode steder at finde dem: For eksempel 'Energizer Bible' og 'Hyper Island Toolbox'. I kan også lave energizeren Ninja:

VÆRKTØJ: ENERGIZER: NINJA
FORMÅL: AT FÅ ENERGI SAMMEN.

 **TID: 5 MINUTTER.**

 **MATERIALER: JER SELV.**

SÅDAN GØR I

01 Stil jer i en cirkel på gulvet. Målet med legen er at være den sidste ninja tilbage på gulvet.

02 En af jer tæller 1, 2, 3, og I hopper ud i hver jeres ninja-position.

03 I skiftes nu til at angribe en af dem, der står ved siden af jer. Det gælder om at ramme modstanderens hænder med et ninja-slag. Den, der angriber, har ét træk eller én bevægelse mod modstanderen. Det samme har den, der bliver angrebet. Rammer hun, er modstanderens ene hånd ude af spillet. Rammer hun ikke, er det den næste persons tur.

04 Når begge hænder på en person er ramt, er personen ude af legen.

05 Fortsæt, indtil der kun er én ninja-mester tilbage.

 **HACK:** Når I indtager ninja-position, råber alle en ninja-lyd.

KAPITEL 8: KONCEPTET

Det er tid til at skabe et konkret koncept. For hvor skal jeres projekt foregå? Hvem skal komme? Og hvad skal de opleve? Sæt smag, duft, lyd og stemning på idéen, så den bliver til en helstøbt oplevelse.



FRA IDÉ TIL KONCEPT

Når den gode idé er på plads, er det tid til at udvikle den til et færdigt koncept. Hvor projektidéen er den overordnede idé for jeres projekt – for eksempel en intim aften med digtoplæsninger – er projektkonceptet udformningen af, hvordan idéen bliver til virkelighed: Hvor, hvornår, med hvem og hvordan.

Når I arbejder med jeres koncept, er det godt, at I først har styr på formål og værdier, så I ikke ender i Bermudatrekanten (se kapitel 2).

👉 **TIP:** Hvis I vil lave en tekst med jeres samlede konceptbeskrivelse, kan I tage udgangspunkt i indholdet fra modellen Fundraising Canvas, som I finder på side 69. Det er de samme elementer, vi anbefaler, at I har med i en konceptbeskrivelse.



MÅLGRUPPEN: HVEM ER PROJEKTET TIL?

Når I har styr på, hvorfor I laver jeres projekt, kan I gøre jer klart, hvem jeres målgruppe er.

TAL OM

☉ Hvem er målgruppen for jeres projekt? Hvem laver I det til? Hvem skal gerne komme?

☉ Hvad mangler de i deres hverdag? Hvilke behov har de?

☉ Hvad kan jeres projekt give dem eller være et svar på?

Vil I for eksempel holde en litteraturfestival for upcoming forfattere, skal I finde ud af, hvordan I gør det interessant for både publikum og forfattere at være med. Hvilke konkrete aktiviteter kan tiltrække målgruppen? Skal forfatterne læse højt, eller skal man kun kunne købe bøger? Eller skal I rykke hele jeres projekt et sted hen, hvor målgruppen er i forvejen? Hvornår vil det give bedst mening at holde arrangementet, så I ikke er i konkurrence med andre begivenheder?

👉 **TIP:** Tag publikums briller på. Selvom I tænker, at I kender de mennesker, I laver projekter for, er det altid en god idé at trykteste, om antagelserne holder. Prøv derfor at tale med jeres målgruppe. Præsenter jeres koncept for dem, og spørg dem, hvad der fungerer, og om de har idéer eller input.

RUSK OP I VANERNE

Vil I udfordre jer selv og tænke nyt, ruske op i vanerne og have andre perspektiver? Måske skal I lave et projekt, som I har lavet en lignende udgave af før, eller måske laver I en årlig festival. Værktøjet her kan hjælpe jer til at se helt nye muligheder ved at vende jeres koncept på hovedet og arbejde med en række benspænd.

VÆRKTØJ: LAD OS IKKE GØRE, SOM VI PLEJER
FORMÅL: AT VRIDE HJERNEN OG UDFORDRE ET GAMMELT KONCEPT, I HAR LAVET ELLER ER INSPIRERET AF. VÆRKTØJET KAN VÆRE GODT TIL AT RYSTE POSEN, HVIS JERES PROJEKT SIDDER LIDT FAST I GAMLE MØNSTRE.
⌚ TID: 20-30 MINUTTER.
📎 MATERIALER: STORT PAPIR OG TUSSE.

SÅDAN GØR I

⁰¹ Del alle ud på hold af to personer.

⁰² Giv grupperne to minutter til at beskrive det koncept, I har besluttet at lave, eller jeres seneste arrangement, hvis I vil udfordre et gammelt koncept.

⁰³ Stil følgende benspænd et ad gangen, og giv grupperne to minutter til at forklare, hvad der sker, hvis...

- ☉ Tidspunktet for arrangementet et ændres.
- ☉ Arrangementet flyttes til et nyt sted udenfor/indenfor.
- ☉ Arrangementet skal være helt småt og intimt.
- ☉ Arrangementet skal være for 100 gange flere mennesker end planlagt.
- ☉ Arrangementets scene og primære indhold fjernes.
- ☉ Målgruppen skal være en helt anden.



⁰⁴ Gå tilbage til det oprindelige koncept, og pimp det med de nye idéer.

⁰⁵ Præsenter de nye koncepter for hinanden.

👉 **TIP TIL FACILITATOR:**

- ☉ Læg op til, at det skal gå hurtigt. Der skal ikke være tid til at tænke på, om idéerne er gode.
- ☉ Bed grupperne om at bygge ovenpå det benspænd, de har fået tidligere. Lad være med at give eksempler, men opfordrer dem til at tænke kreativt og radikalt.
- ☉ Saml op bagefter, og find ud af, hvad I kan bruge i praksis. Måske giver øvelsen jer ikke et nyt koncept, der holder, men det skulle gerne sætte gang i jeres forståelse af, at tingene kan gøres på nye måder.

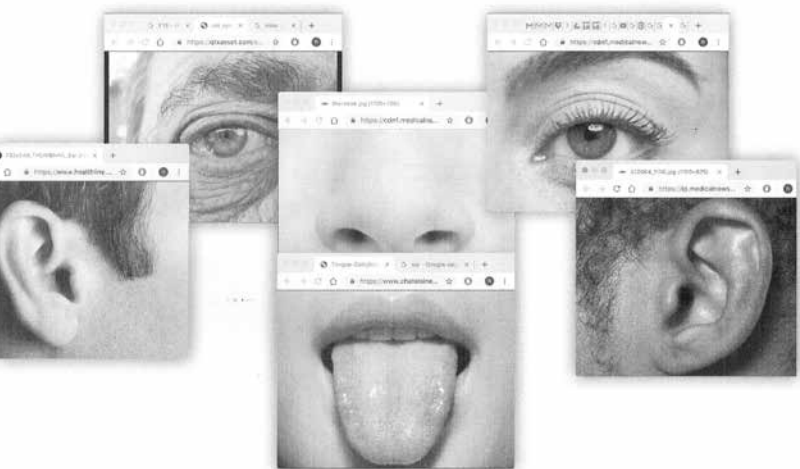
🧠 **HACK:** Find selv på flere nye benspænd, der passer til jer.

SKAB EN HELSTØBT OPLEVELSE

En central del af at lave en god oplevelse er at skabe en særlig stemning i det rum, oplevelsen skal foregå i. Står nogle fra jeres team for venue design? Ellers bør I overveje, om nogle af jer skal lægge kræfter i at omforme jeres eventrum til et spændende sted, hvor gæsterne har lyst til at opholde sig. Kulturoplevelser bliver meget bedre, når de er helstøbte. Det kan være, at der dufter af røgelse til jeres marokkanske madaften. Eller at I har indrettet jeres sted hjemligt med sofaer, stearinlys og tæpper på gulvet, når I holder litteraturoplæsninger. Ved at designe rummet kan I forstærke de indtryk, I prøver at give jeres gæster.

PRØV AT STILLE JER SELV FØLGENDE SPØRGSMÅL TIL JERES ARRANGEMENT:

- ☉ Hvordan dufter der?
- ☉ Er der lyst eller mørkt?
- ☉ Hvilke farver er der?
- ☉ Hvordan lyder der?
- ☉ Hvordan smager der?
- ☉ Hvordan skal publikum ledes igennem rummet?
- ☉ Er der blødt eller hårdt?
- ☉ Find selv på flere.



FØR, UNDER, EFTER

Når I arbejder med jeres oplevelsesdesign, kan I overveje det tidsforløb, jeres arrangement udgør. Faktisk siger man, at et arrangement allerede begynder ved den første kommunikation, og at det først slutter lang tid efter afviklingen. Tal derfor om, hvordan I kan bruge forskellige faser i arrangementet før, under og efter:

TILTRÆKNING: Hvordan skaber I nysgerrighed og opmærksomhed omkring eventet? For eksempel gennem en happening på det lokale gymnasium eller ved at lave et lukket event med kædeinvitationer, hvor en ven må invitere en ven, som må invitere en ven og så videre.

ANKOMST: Hvad møder publikum som det første, når de ankommer? Skal de for eksempel igennem en særligt kreativ døråbning? Kan I eksperimentere med et indgangsritual? Begynder jeres oplevelse allerede udenfor med rød løber og værter, der tager imod?

INTERAKTION: Selve kernen af jeres projekt. Hvad skal publikum opleve til jeres event? Kan I gøre noget, så publikum bliver aktive deltagere?

AFSLUTNING: Hvordan ledes publikum ud fra eventet? Skal de ud et andet sted, end de kom ind? Skifter lyset og lyden i rummet, så noget markerer, at eventet er slut?

FORLÆNGELSE: Hvordan kan I give publikum noget med hjem? For eksempel glitter på kinderne eller en badge, som giver adgang til jeres næste event.

TILTRÆKNING

ANKOMST

INTERAKTION

AFSLUTNING

FORLÆNGELSE



KAPITEL 9: ØKONOMI

At stå for budgettet og have styr på kvitteringer kan lyde som den sure pligt. Men frygt ej! I behøver ikke at have den store Excel-pakke for at holde overblik og søge penge til projektet.

At være projektets økonomiansvarlige bliver tit set som en kedelig pligt, og det kan være svært at finde en eller to, der gider at stå for det. Men uden penge er der sjældent noget projekt. I har måske ikke særligt meget erfaring med at lave budgetter og betale regninger. Men ro på! Der er hjælp at hente, og I behøver ikke at have topkarakterer i matematik for at holde styr på økonomien i jeres projekt. Hvis I kan bruge en lommeregner og har en nogenlunde fornemmelse for plus og minus, er I godt på vej.

At være økonomiansvarlig betyder, at du skal holde overblikket over, hvad der bliver brugt penge på i projektet, og hvordan der kan komme penge ind, så I ikke får et underskud. Det betyder, at det som økonomiansvarlig er nemt at tage nej-hatten på og sætte begrænsninger for teamet. Men i stedet for bare at sige: "Det har vi ikke råd til", bør du hjælpe teamet til at tænke over, hvordan I får mest muligt ud af jeres budget.

Økonomi behøver nemlig ikke kun at være cool cash. Det handler også om at finde alternative løsninger, som er billige eller måske endda gratis. I stedet for at købe nye materialer kan I måske finde nogle genbrugsmaterialer, der kan bruges som oppyntning? Eller jeres madhold kan måske finde lokale sponsorer, der vil stå for mad til jeres frivillige?

Som økonomiansvarlig skal du håndtere en del papirer. Derfor er det en god idé at lave en mappe eller et digitalt system, hvor I kan gemme kvitteringer for alt, hvad I har brugt penge på til projektet. Det er vigtigt, at ALT gemmes. Sørg for, at alle, der skal bruge penge til projektet, ved, at de skal have en kvittering. Ellers hæfter de selv for regningen. Hvis I er en forening, siger reglerne endda, at alle projektkvitteringer skal gemmes i jeres arkiv i fem år.

Inden I begynder at bruge penge på jeres projekt, skal I lave et budget. Et budget er et overslag over, hvilke udgifter og indtægter I regner med, at jeres projekt kommer til at have. Det kan være svært at gætte, hvad ting koster, men der er ikke er tale om en præcis oversigt over hver krone, I kommer til at bruge. Læg budgettet fælles i teamet som en overordnet ramme, så I er enige om, hvor mange penge I må bruge på de enkelte områder.

Undervejs i projektet kan I få brug for at justere I budgettet, fordi en løsning bliver dyrere end forventet, eller I har en uforudset udgift. Se derfor budgettet som noget, der kan tilpasses løbende, så I bevarer overblikket og sikrer, at I ikke står med et stort underskud, når projektet er færdigt.



Bilag 1 - Budget - Midtkraft Camping		
Leje af campingvogn		1500
Camping-scenografi (rullegræs, havespil..)		3000
Etablering af scene og leje af udstyr		2000
Materialer til arrangementer (spraydåser, jord, papir..)		5000
Forplejning til ca. 25 aktører		2000
Markedsføring (tryk af plakater og flyers)		500
Dokumentation (fotograf og filmhold)		2000
I ALT		16000
Finansierungsplan		
Borgerpuljen 2017		10000
DUF's InitiativStøtte		5000
Egenindtægter, barsalg		1000
I ALT		16000

TAG BUDGETGÅTUREN

At lægge et budget handler om at tænke projektet igennem fra start til slut og skrive ned, hvad I skal bruge, og hvad det koster. I kan let glemme nogle poster, selvom I har lavet projekter flere gange før, så brug værktøjet Budgetgåturen, der kommer godt omkring de forskellige budgetposter.

VÆRKTØJ: BUDGETGÅTUREN
FORMÅL: AT KORTLÆGGE ALLE UDGIFTERNE I JERES PROJEKT.
⌚ **TID: 20-60 MINUTTER.**
👉 **MATERIALER: GÅTURSARKET OG EN COMPUTER MED REGNEARK.**

SÅDAN GØR I

⁰¹ Saml teamet, når I har styr på jeres koncept.

⁰² Tag en fælles tur gennem modellens forskellige stationer, og diskuter, hvilke udgifter der er de forskellige steder. Skal I for eksempel betale husleje, honorar til optrædende eller andet?

⁰³ Notér undervejs i et Excel-ark, hvilke udgifter der er til hver post.

⁰⁴ Når I har gået turen, har I nogle cirkabeløb for udgifterne til jeres budget. De skal tilpasses, når I har været hele turen igennem, så jeres projektbudget går i 0 eller har overskud.

👉 TIP TIL FACILITATOREN:

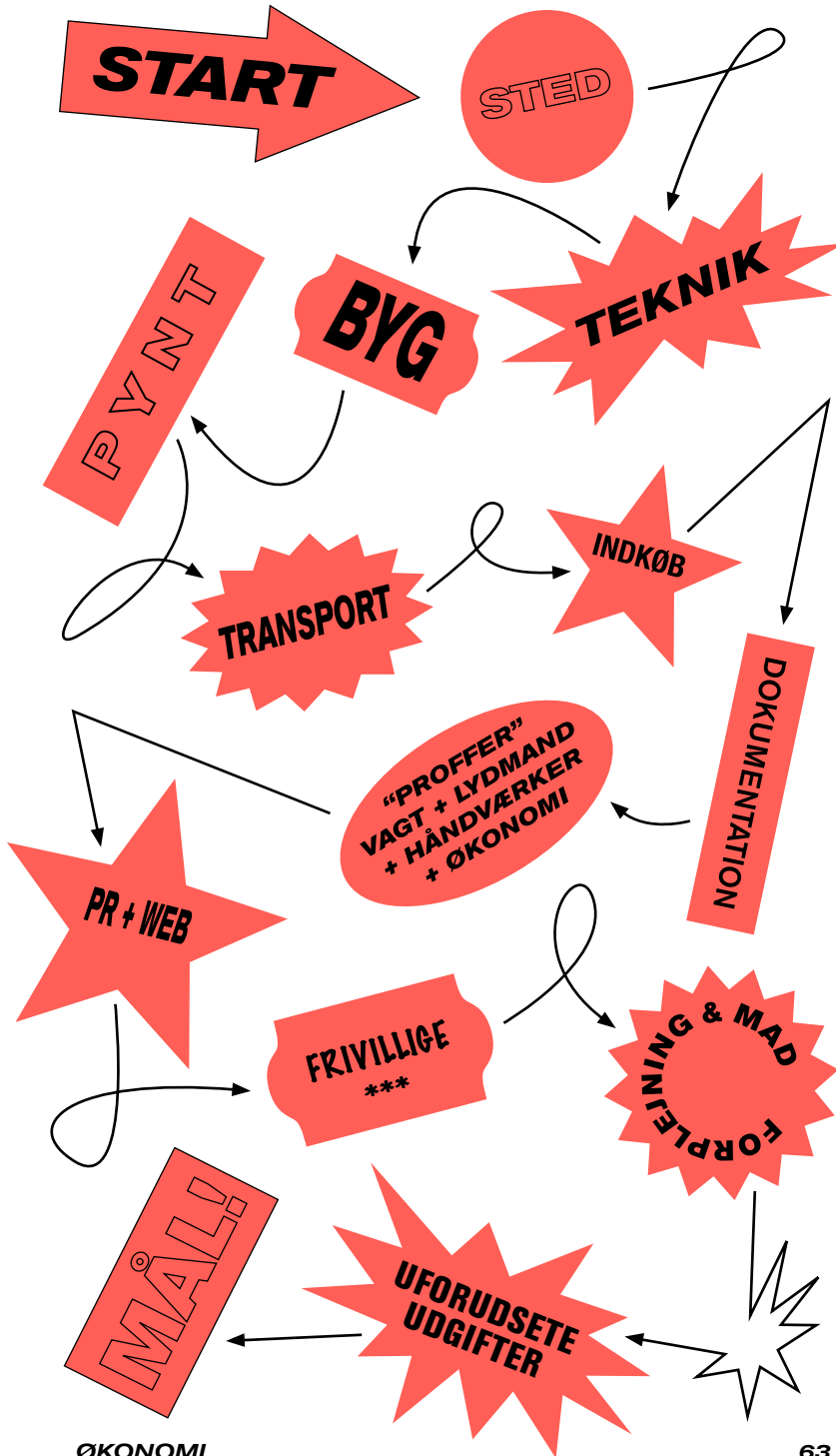
☉ Spring de områder over, der ikke er relevante for jeres projekt, og tilføj eventuelt nye.

☉ Sørg for, at I ikke sidder fast i detaljer, som hvad priserne i baren skal være.

☉ Gå en tur nummer to, hvor I overvejer, om I kender nogen, der kan hjælpe jer med at få de forskellige udgifter ned. For eksempel kender I måske en, der gerne vil fotografere frivilligt mod lidt forplejning, en mor med et lydanlæg eller en far, der vil lave mad.

☉ Husk, at den økonomiansvarlige skal være Excel-chefen under øvelsen.

👉 **HACK:** Lav en gåtur med indtægter: bar, merchandise, sponsorater og fondsmidler.



LAV TO BUDGETTER:
ET FULD GAS-BUDGET OG
ET LAVT BLUS-BUDGET

FULD GAS: Fyr den af, og skriv alt det ned, I får brug for til at gennemføre jeres optimale projekt. I behøver ikke at tænke på, hvad I kan klunse jer til, og om I mon kan spare tre spotlys væk. Men vær realistiske, og skær ind til benet af jeres projekt. Projektets pris skal give mening i forhold til dets størrelse.

LAVT BLUS: Her gennemser I alle budgetposter for, hvad I kan gøre selv eller låne af jeres venner. Måske er det ikke strengt nødvendigt at leje tre røgmaskiner, og måske kan I låne en projektor på det lokale bibliotek. Hvis I tænker sådan, er I forberedt, hvis I ikke får 100 % af de penge, I håber på.

👉 **TIP:** Det er stort set umuligt at forudse alle udgifter i jeres projekt, så I skal justere budgettet undervejs. Hav en buffer, så I er sikre på, at I har et økonomisk sikkerhedsnet, hvis der dukker uforudsete udgifter op. Det gør der altid.

MIDTKRAFT CAMPING

	FULD GAS	LAVT BLUS	
Leje af campingvogn	1500	0	→ LÅN DANS VOGN
Camping-scenografi (rullegræs, havespil...)	3000	1000	
Etablering af scene og leje af udstyr	2000	0	→ LÅN SKOLEN
Materialer til arrangementer (spraydåser, jord, papir...)	5000	500	
Forplejning til ca. 25 aktører	2000	500	→ MATHIE LAVER MAD
Markedsføring (tryk af plakater og flyers)	500	500	
Dokumentation (fotograf og filmhold)	2000	500	
I ALT	16000	3000	
Finansieringsplan			
Kulturudviklingspuljen	10000	2000	
DUF's InitiativStøtte	5000	0	
Egenindtægter, barsalg	1000	1000	
I ALT	16000	3000	

HUSKELISTE TIL DIG, DER SIDDER
MED ØKONOMIEN:

😊 Lav skriftlige kontrakter med kunstnere og andre, der skal have løn og transportudgifter dækket. Det kan løbe op, hvis aftalerne ikke er på plads.

😊 Man kan altid forhandle en god pris. Slip din indre kræmmer løs.

😊 Ræk ud i lokalsamfundet: Hvem har noget af det, I har brug for? De fleste vil gerne hjælpe og støtte seje kulturprojekter, når de bliver spurgt.

😊 Har I musikere på scenen, skal I betale ophavsretsorganisationen KODA. I skal selv indberette det på koda.dk, og det koster cirka 550 kroner per band, hvis I har under 150 publikummer. I skal betale, selvom det er gratis at komme til koncerten. Hvis jeres bands spiller andre musikeres numre, er afgiften cirka det dobbelte.

SPONSORER OG GOD LÅNESTIL

Bruger I penge i jeres projekt, skal I også have penge ind. Og I kan løbe ind i, at jeres ambitioner for projektet kræver flere penge, end I for eksempel kan få ind ved at sælge billetter til arrangementet. Men gør i billetterne for dyre, risikerer I omvendt, at det afskrækker publikum. Eller måske synes I slet ikke, at det giver mening at tage entré til jeres arrangement. Hvad pokker gør I så?

KAN VI LÅNE OS TIL DET?

Sæt jer sammen, og lav en fælles liste over hvilke institutioner, personer og steder, der kunne have de ting, I skal bruge til jeres projekt. Når I har lavet listen, kan I tage fat i dem fra en ende af for at finde ud af, om I kan låne af dem i stedet for at købe eller leje. I vil blive overraskede over, hvor mange der gerne vil hjælpe, hvis I spørger pænt og lover at passe godt på deres ting. Husk, at der ikke er noget federe end at låne noget ud og få det tilbage til aftalt tid, pænt rengjort og måske endda med en plade chokolade som tak. God lånestil betaler sig.

VIL ANDRE BETALE?

I kan prøve at finde en eller flere sponsorer. Måske vil den lokale sparekasse, kulturinstitution eller virksomhed have lyst til at støtte jeres projekt? De kunne sponsorere et specifikt produkt til arrangementet, som hvis I har en lokal perleproducent og skal bruge en masse perler og perleplader.

Skal I overtale sponsorerne, kan I ikke nøjes med at fortælle dem om arrangementets indhold. For eksempel at I vil lave et perleplade-event, som skal dekorere byens lygtepæle. I skal bruge jeres formål, jeres 'hvorfor' som argument for, at virksomheden skal støtte jer – og husk, at de også skal kunne se, hvordan de selv får noget ud af støtten. Måske I kommer og laver perleplader med personalets børn som tak?



PULJER OG FONDE

En anden måde at skaffe penge til jeres projekt på er ved at søge puljer og fonde. Det er en mere langsom og arbejdstung proces, og I kan risikere at skulle vente længe på et svar uden at vide, om I kan gå videre med projektet eller ej. På den anden side er det en god måde at få penge på, fordi de tit kan bruges til at dække udgifter, der er svære at få sponsoreret.

KOMMUNALE PULJER

I bør altid starte med at tjekke kommunens puljer ud. De er lettest at gå til og støtter med garanti allerede lokale kulturprojekter. Nogle kommuner tager endda ungekulturen så seriøst, at de har oprettet strakspuljer, hvor der er ultrakort behandlingstid på ansøgninger til små projekter. Er din kommune ikke så sej, skal I søge de normale kulturpuljer.

At søge kommunale puljer er normalt ret nemt, for de er gode til at forklare, hvornår der er frister, og hvor meget man kan søge. Alle kommunale puljer har et klart formål, og ofte kan I finde en liste over ansøgningskriterier, I skal opfylde for at komme i betragtning. Derudover findes der formentlig en liste over, hvem der tidligere har fået støtte, og hvor meget de har fået. Det er en god indikator for, hvor meget det er realistisk at få fra puljen.

PRIVATE FONDE

Vælger I at søge en fond, skal I bruge god tid på at finde de rigtige. Næsten alle fonde skriver på deres hjemmeside, hvad de støtter, hvor meget de giver, og hvordan man søger hos dem. Er I i tvivl om, hvorvidt I rammer inden for fondens støtteområde, så giv dem et kald. For ligesom kommunerne har de folk ansat til at fortælle jer, om I har en chance for at få støtte. Fondenes behandlingstid er ofte længere end kommunernes, men enkelte fonde kan give mindre beløb, som kan blive udbetalt hurtigt. Det kan I normalt læse på deres hjemmeside.

TIP: I kan ikke søge penge til arrangementer, der er afholdt. Så hvis fonden eller puljen ikke kan nå at behandle jeres ansøgning, før I har afholdt projektet, er ansøgningen spildt arbejde.

CROWDFUNDING

En sidste måde at søge penge på er ved at bruge en crowdfunding-plattform. Når I laver crowdfunding, får I mange små støttebeløb ind, der tilsammen kan hjælpe jer med at realisere jeres projekt. Alt efter hvilket beløb folk støtter med, kan I betale tilbage med god karma, billetter, omtale eller andet til jeres arrangement. Tjek for eksempel boomerang.dk, hvor I kan lave jeres egen kampagne. Husk, at I skal helt i mål, før pengene udløses.



FUNDRAISING CANVAS

Når I skal søge en fond eller pulje, skal I beskrive jeres projekt: Hvad I gør, hvorfor I gør det, hvordan I gør det, og med hvem I gør det. I skal altså ret præcist beskrive, hvordan projektet ender med at se ud. Det kan være lidt af en øvelse. Både fordi I måske ikke har prøvet det før, og fordi jeres projekt kan ændre sig undervejs. I må derfor give det bedst mulige bud og så satse på, at I rammer nogenlunde rigtigt. Grundreglen er, at hvis projektet ændrer sig betydeligt, skal I tale med fonden om, hvorvidt støtten stadig gælder.

Fundraising Canvas kan hjælpe jer med at lave en projektbeskrivelse til ansøgningen. Print det ud, og diskuter, hvordan jeres projekt kan svare på spørgsmålene. Er der noget, I ikke kan svare på, så dyk ned i de relevante kapitler her i bogen.

Når I kommunikerer om jeres projekt – også når I skal få andre til at støtte det – bør I tænke over, hvilken værdi I skaber med projektet. Det kan være sociale værdier som fællesskab og venskaber, eller det kan være fysiske værdier som en skatebane eller et ungdomshus.

 **TIP:** På legatbogen.dk kan I finde en oversigt over alle danske fonde og puljer. I kan søge ret præcist på jeres formål.

FUNDRAISING CANVAS

<u>BRØDENDENDE PLATFORM</u> Hvorfor er det vigtigt, at I laver jeres projekt lige nu? Hvilken større fortælling i (lokal) samfundet skriver det sig op ad?	<u>MÅLGRUPPE</u> Hvem er jeres arrangement eller koncept henvendt til? Er der flere målgrupper?	<u>SAMARBEJDSPARTNERE</u> Hvem er projektets samarbejdspartnere? Beskriv også hvad samarbejdet går ud på.	<u>RELATION TIL FONDENE/ PULJENS FORMÅL</u> Hvordan stemmer jeres projekt overens med puljens/fondens formål? Hvordan løfter jeres projekt deres ambition om at forandre verden?	<u>FORMÅL</u> Hvad er formålet med jeres projekt? Hvilken forandring vil I gerne skabe (lokalt)?	<u>MÅL FOR PROJEKTET</u> Giv et kvalificeret bud på en række delmål som for eksempel antal publikum, artister og samarbejdspartnere.	<u>EVALUERING/DOKUMENTATION</u> Hvordan vil I formidle resultaterne til omverdenen?
	<u>TEAM</u> Hvem er I, og hvad er jeres baggrund? Er der en særlig grund til, at det lige er jer, der skal lave projektet?		<u>KOMMUNIKATION OG PR</u> Hvordan formidler I til verden, at jeres projekt findes? Hvilke platforme/medier vil I bruge til at kommunikere til målgruppen?			
<u>KORT BESKRIVELSE AF PROJEKTET</u> Beskriv jeres projekt skarpt på tre linjer.	<u>ØKONOMI</u> Beskriv projektets økonomi i overordnede termer: • Hvordan finansierer I projektet og • hvad er det samlede støttebeløb? • Lav derefter et detaljeret budget.					

KAPITEL 10: FORMALIA OG MYNDIGHEDER



Når jeres projekt rammer virkeligheden, begynder det at få betydning for andre mennesker. Det kan være, når I skal lave aftaler med kunstnere, virksomheder og myndigheder. Så spids blyanten, og få styr på alt om kontrakter, tilladelser og andet papirusseri.

DERFOR ER DET VIGTIGT

Hvis I arbejder med projekter med et større budget, er det vigtigt at have styr på alle aftaler og papirer. For har I ikke papir på aftaler med dem, der leverer indhold til projektet, risikerer I at hænge på kedelige regninger. Det er en klassiker at få tilsendt regninger for transport, som er langt ud over det forventede, fordi der ikke er lavet en klar aftale om, at transport ikke foregår med taxa.

Desuden skal I i forbindelse med større projekter have kontakt med myndighederne. Her er det vigtigt at have styr på tilladelserne. For hvis I ikke har de basale tilladelser hos myndighederne på plads, kan I få problemer med dem senere, og de kan i værste tilfælde ende med at lukke jeres arrangement. Men bare rolig – det er ikke så svært, som det lyder.

STYR PÅ VEDTÆGTER OG GENERALFORSAMLING

Hvis I laver et større projekt, er det en fordel at organisere jer som en forening. Bliver I enige om, at det er en god idé, skal I finde et navn, et formål og en organiseringsform til jeres forening. Foreningens regler kaldes vedtægter, og de styrer, hvordan jeres forening fungerer.

I skal holde en stiftende generalforsamling, hvor I bliver enige om vedtægterne. Derefter kan jeres forening blive registreret og med det følger adgang til at søge tilskud, få en bankkonto og få adgang til at låne lokaler, hvor I kan holde møder.

Der er mange fordele ved at lave en forening, men overvej, om jeres projekt er stort nok til, at det er besværet værd. Det kræver nemlig også arbejde at lukke en forening igen. Hvis I ikke mener, at jeres projekt er stort nok til at lave en forening, er et tip at spørge en lokal kulturinstitution, om de vil hjælpe jer med at søge

tilladelser og lave økonomi for projektet i deres navn. Hvis I gør det, skal I lave en samarbejdsaftale med dem om vilkårene for samarbejdet – for hvis de skriver under på ting, står de også med en del af ansvaret for projektet.

👉 **TIP:** Vil I vide mere om at oprette en forening, så brug foreningsguiden fra frivillighed.dk. Den forklarer processen og har nogle standardvedtægter, I kan tage udgangspunkt i.

LAV KONTRAKTER

Vil I undgå ubehagelige økonomiske overraskelser, så hav styr på jeres kontrakter – især med samarbejdspartnere, artister og andre, der ikke er en fast del af projektteamet. Husk, at det ikke er et udtryk for, at I ikke stoler på dem, men en vigtig sikkerhed for begge parter.

Tænk, hvis I er nødt til at betale for, at oplægsholderen har kørt i taxa fra København til Aarhus, selvom I kun har sat penge af til en busbillet. Som regel sker det, fordi I ikke har været klare omkring, hvordan jeres oplægsholder skulle komme fra A til B. Oplægsholderen har altså sit på det rene. Så selvom det kan ligne mistillid, er det vigtigt at lave gode skriftlige kontrakter.

👉 **TIP:** I kan finde standardkontrakter inden for forskellige kunstneriske områder på for eksempel Billedkunstnernes Forbunds hjemmeside eller Dansk Musiker Forbunds hjemmeside. Se også CAKi, Dansk Artist Forbund eller forskellige a-kassers hjemmeside til freelancearbejde.

Samarbejdsaftale

Samarbejdsaftale mellem arrangør (navn, adresse og CVR-nummer, hvis I har en forening, ellers CPR-nummer):

og aktør/kunstner (navn, adresse og CVR/CPR):

i forbindelse med projektet

(projektets navn): , der finder sted (dato og klokkeslæt)

Beskriv aktørens opgave i detaljen:

Her skal I beskrive:

- Hvad der bliver leveret.
- Hvad er aktørens præcise opgave i forbindelse med projektet?
- Hvornår og hvor finder opgaven sted? (Eventuelt en deadline).
- Er der aftalt et honorar for opgaven?
- Er der aftalt økonomiske refusioner af nogen art?

(For eksempel transport, diæter eller overnatning. Husk at notere et maksbeløb).

• Er der aftalt andet?

(For eksempel til gratis ølbilletter, opstillings- og afhentningstidspunkt for kunstværker, eller om I skal levere noget bestemt musikgrej, en lydmand eller andet).

Dato:

Underskrift:

Underskrift:

Projektfeder

Aktør / Kunstner

STYR PÅ TILLADELSERNE

Når I holder offentlige arrangementer af en vis størrelse, skal I have styr på tilladelser fra myndighederne. Det kan være brand, politi og kommunen.

HVORNÅR SKAL I HAVE TILLADELSE?

Ikke alle projekter skal have tilladelse til at blive afholdt. Holder I arrangementet et sted, der er godkendt til at lave arrangementer, skal I ikke have fat i brandvæsenet. Og nogle arrangementer er så små, at politiet ikke har brug for en formel ansøgning. Men sidder I med et større projekt, der skal foregå udenfor, skal I kende de forskellige myndigheder og deres funktion.

Alt efter hvordan jeres projekt ser ud, skal de forskellige myndigheder på banen for at godkende arrangementet og give jer tilladelse til at afholde det. Det kan være alt fra tilladelse til at sælge alkohol og mad til en koncert til at bruge byens offentlige park til en chill out-dag. Heldigvis er det sjældent så svært, som det lyder.

Husk at være ude i god tid. Det tager nogle gange et par uger og op til en måned at få styr på tilladelserne. Og det ville være en flad fornemmelse at have stablet jordens fedeste projekt på benene bare for at være nødt til at aflyse, fordi brandvæsenet kigger forbi og konstaterer, at der ikke er markerede nødudgange.

BRANDVÆSENET

Brandvæsenet er vigtige at have med på råd, hvis I holder arrangementet udenfor. Deres opgave er at sørge for, at ingen kan komme alvorligt til skade eller brænde inde til jeres arrangementer. Brandvæsenet skal derfor ofte godkende (som regel bare på mail), at I har styr på brandsikkerheden som flugtveje og brandslukningsmateriel, ligesom de skal godkende eventuelle konstruktioner, I selv bygger, som scener, tribuner og telte.

KAN MAN SLIPPE UD, HVIS DET BRÆNDER?

Brandvæsenet tjekker, om der er nok nødudgange og flugtveje i forhold til det antal deltagere, I regner med, og om flugtvejene er markerede med skilte og eventuelt lys. De vurderer også, om I skal have fat i brandslukningsudstyr. I kan finde ansøgnings-skemaer på jeres lokale brandvæsens hjemmeside. De varierer efter hvilken type arrangement, I planlægger at lave.

Det er altid en god idé (og ofte et krav) at lave et kort over det sted, I skal afholde jeres arrangement. På kortet markerer I nødudgange og placeringen af brandslukkere og anden nyttig information. I skal også beskrive, hvordan I vil samle jeres team inden afviklingen og gennemgå, hvad I gør, hvis der skulle opstå en brand eller andet, der tvinger folk til at forlade området.

Til større offentlige arrangementer kan det være nødvendigt at få besøg af en brandinspektør på dagen, som sammen med jer tjekker brandsikkerheden. I skal have fået jeres plantegning godkendt inden og have stillet alle jeres tvivlsspørgsmål til brandinspektøren i god tid, så der ikke kommer overraskelser på dagen.

TIP: Hvis I skal bruge skilte, belysning og afspærring til jeres arrangement, kan I ofte låne det igennem kommunens materiellager eller af en lokal institution eller festival, der også laver offentlige arrangementer.

SCENER, TRIBUNER, TELTE

Bygger I jeres egen scene eller en tribune til publikum, eller forgår jeres arrangement i et cirkus- eller forsamlingsstelt, skal brandvæsenet godkende sikkerheden af de forskellige konstruktioner. Hvis I lejer en scene eller et telt, er den nødvendige certificering ofte med, og så skal I ikke gøre andet end at tjekke op på det, når I lejer.

ÆNDRET ANVENDELSE AF ET LOKALE

Har I udset jer et cool lagerlokale til jeres litteraturarrangement eller måske et nyt kontorfællesskab til en undergrundsudstilling? Så skal I søge om at få lokalet godkendt til at afholde et offentligt arrangement, hvis over 50 mennesker deltager. Det kræver som regel bare, at en brandinspektør kigger forbi eller har en tegning af lokalet og tjekker, om der er styr på nødudgange og sikkerheden generelt. Giv brandvæsenet et kald for at være sikre på, at I gør det rigtigt.



POLITIET

Politiet er den anden myndighed, I skal have styr på. De skal sørge for ro og orden i lokalområdet. Underret derfor den lokale afdeling om, at I afholder et offentligt arrangement, der risikerer at larme eller forstyrre den normale ro og orden. Briefe I politiet, kan I undgå, at arrangementet bliver lukket på grund af sure naboer. Og samtidig ved I, at de er klar til at rykke ud, hvis der opstår ubehagelige episoder. Det er også rart at kunne henvise til, at politiet har godkendt jeres arrangement, hvis naboerne klager direkte til jer.

ALKOHOL

I skal også have fat i politiet, hvis I vil servere alkohol. I skal ansøge om en lejlighedstilladelse hos det lokale bevillings- og tilladelseskantor. Vær opmærksomme på, at den, der søger, skal være mindst 21 år gammel. Hvis ingen i teamet er gamle nok, må I spørge jeres forældre, om de vil skrive under.

Selvom det er forvirrende, er det altså ikke en alkoholtilladelse, I skal have. Kun værtshuse og andre, der sælger alkohol permanent, skal have en alkoholtilladelse.

DØRMÆND

Politiet kan kræve, at I hyrer autoriserede dørmænd til at holde styr på festlighederne til store arrangementer. I det tilfælde er det desværre ikke nok at få jeres mest buff ven til at stå i døren. De ægte dørmænd har fået et officielt dørmandskort, og selvom det umiddelbart koster mange penge, giver det jer tryghed og sikkerhed, at I har allieret jer med dygtige dørmænd. Pengene kan være givet rigtig godt ud, hvis der kommer uromagere til arrangementet, og I får brug for hjælp. Er pengene små? Så kan I tit nøjes med at have dørmænd de sene timer.

KOMMUNEN

Hvis I vil holde et arrangement på en offentlig plads eller park i byen, hvor I spiller musik, skal I have fat i kommunen.

LYD

Larm over højtalere udendørs skal ofte godkendes af kommunen. De kan stille krav til, hvor højt I må spille, hvornår på dagen I må spille, og hvilken vej jeres højtalere skal vende for at forstyrre de omkringliggende huse mindst muligt.

OFFENTLIGE STEDER

Kommunen skal give jer tilladelse til at bruge offentlige steder i byen som pladser, parker og veje. Nogle kommuner har fine online ansøgningsportaler, som I kan søge tilladelse igennem. Andre steder kræver det, at I giver den lokale kulturforvaltning et kald. Har I udset jer et sted, som ikke er offentligt, skal I tale med ejeren.

Byens store offentlige pladser er ofte bookede til arrangementer lang tid i forvejen. Så vær ude i god tid. Skulle jeres udsete sted ikke være en mulighed, så tænk kreativt, og prøv at finde et sted, der ikke normalt bliver brugt til kulturarrangementer.

HJÆLP!

Sidder I og føler jer fortabte i tilladelsesjunglen? Det kan vi godt forstå. For det er ikke nemt, og regler og procedurer varierer fra kommune til kommune. Men vær ikke bange for at kontakte brandvæsenet, politiet eller kommunen, hvis I er i tvivl eller har spørgsmål. De vil gerne hjælpe jer med at komme i mål med jeres projekt og få det godkendt de nødvendige steder. Hvis I ikke planlægger et projekt, der kræver, at I sætter en masse hegn og scener op, er kravene for det meste ret overkommelige, og I skal måske slet ikke have tilladelser.

Hvis I er i tvivl, så tag fat i en af kommunens kulturkonsulenter. Så har I en insider, som kan hjælpe jer med, hvem I skal tale med i de forskellige afdelinger.

Prøv jer frem, og gå ikke i panik over ikke at gøre alting korrekt. Så længe I tænker jer om, går det for det meste.



KAPITEL 11: MARKEDS- FØRING

I har den bedste idé og et gennemført koncept. I mangler bare at fortælle folk, at jeres projekt sker. Men de sociale medier boomer med tilbud, så hvordan får I fortalt dem, I gerne vil have til at deltage, hvor fedt netop jeres arrangement er?

HVAD VIL I FORTÆLLE?

Når I er ved at have styr på de praktiske detaljer og har fået aftaler i hus, skal I huske, at projektet i bund og grund stadig kun er en idé i jeres egne hoveder. For jeres kommende deltagere ved ikke noget om projektet, og hvad det går ud på, før I fortæller dem det. Derfor er det afgørende, hvordan I kommunikerer omkring projektet, så I får dets udtryk og budskab ud.

KERNESPØRGSMALENE, I SKAL STILLE JER SELV, ER:

- HVAD VIL I FORTÆLLE?
- HVORFOR VIL I FORTÆLLE DET?

Når I har styr på, hvad I vil fortælle, kan jeres kommunikationsansvarlige lave en plan for, hvad I skal kommunikere ud hvornår. Hvad er det vigtigt, at folk ved på hvilket tidspunkt? Hvad skal de vide før, under og efter projektets afvikling?

Noget af materialet kan I måske udarbejde på forhånd, som for eksempel et Facebook-opslag og nogle mails, så I ikke behøver at sidde med det lige op til afviklingen. Lav en prioriteret liste, for det er sjældent, at I kan nå alt det, I gerne vil.

DEN VISUELLE IDENTITET

Når I ved, hvad jeres projekt handler om, og hvad I vil kommunikere, er I klar til at lave en visuel identitet. Identiteten er det design og det udtryk, jeres kommunikation har. Ofte får man en, der er god til at tegne eller lave grafik, til at lave et udtryk. For en skarp visuel identitet i valg af farver, former og skrifttyper gør jeres arrangement genkendeligt.

Hvis ingen i teamet er en haj til at lave grafisk design på computeren, så ræk ud til en, der kan hjælpe jer med det. Rigtig mange er vildt dygtige, de skal bare prikkes på skulderen og sættes ind i jeres projekt.

Kan I ikke finde en til at hjælpe, kan I bruge et simpelt designværktøj som canva.com, hvor nybegyndere kan lave flotte plakater, flyers og event-covers til sociale medier.

DEN GODE PLAKAT

Det er en klassiker at bruge penge på at få trykt plakater til et event og så få kommentarer som: "Fed plakat, det ser spændende ud! ...Men hvornår foregår det? Og hvor?". ARGH! Der mangler dato og sted!

Det er let at glemme de mest basale ting, hvilket er pænt surt, når man gerne vil have folk med til arrangementet. I vil gerne undgå at skulle klistre ekstra info på jeres plakater, når de er trykt, så derfor har vi lavet en guide til en plakat, der indeholder al den info, deltagerne har brug for. Det er selvfølgelig jer, der bestemmer, hvordan jeres markedsføring skal se ud. Men det er altid sjovere at tage bevidste fravalg end at overse noget.

Når I laver en plakat, kan I overveje, hvad I ellers ser i byrummet. Hvordan kan jeres plakat skille sig ud? Kan I eksperimentere med at specialdesigne en plakat til toiletterne på de lokale skoler, eller skal de hænge som et menukort i kantinen?

BRUG JER SELV I KOMMUNIKATIONEN

Det er effektivt at skabe opmærksomhed om jeres projekt ved at bruge jer selv aktivt i kommunikationen. Det kan være fristende at gemme sig bag jeres projekts cool identitet, men hvis I prøver at dele et billede af en plakat og bagefter et billede af jer selv, der holder plakaten, vil I opdage, at I får langt mere opmærksomhed på den sidste måde. Så smid genertheden, stå ved jeres projekt, og brug jer selv som en del af kommunikationen. Hvis I viser, at I synes, det er et fedt projekt, kan I få andre til at tænke det samme.

SLÅ JER LØS

Hvordan skaber I den fede identitet? Det er svært at give gode råd om, og kapitlet er ikke fyldt med grafiske råd. For I bliver nødt til at slippe kreativiteten løs og finde det, der føles rigtigt for jer. Hvis I kopierer andre, bliver det tydeligt, at det ikke er ægte og jeres stil. Brug energi på at skabe noget unikt, der viser, hvem I er.

👉 **TIP:** Hvis I har tænkt jer at lave et projekt igen, så husk at dokumentere projektet, imens det sker. Det er helt genialt lokkemad til næste gang. I skal holde et arrangement. Hvis jeres gæster kan se, hvad de kommer til at opleve, er der større sandsynlighed for, at de tør tage afsted. Det er guld værd for jeres projekt.

Den gode plakat indeholder: Dato, tid, sted, logo, titel, samarbejdspartnere (sponsorer) og pris.



BUD PÅ KREATIV MARKEDSFØRING

I har alle verdens muligheder, når I skal lave markedsføring for jeres arrangement. Alligevel er mange af os tilbøjelige til at markedsføre vores projekt på samme måde: En plakat og et event på Facebook. Men måske fanger det simpelthen ikke dem, I gerne vil have som deltagere. Laver I et større arrangement, er det selvfølgelig både en god og billig måde at få jeres budskab ud på. Men laver I noget mere lokalt, så gå lidt mere kreativt til værks.

Lad jer inspirere af listen her med bud på alternativ markedsføring.

LOKALSPRØJTEN

Vil I have en artikel om jeres arrangement i den lokale avis? Klassiske pressemeddelelser drukner i redaktørernes indbakker, så grib mobilen, og ring til lokalsprøjtnens journalistpraktikant. Giv hende fortællingen om jeres projekt, og lur os, om I ikke snart er i avisen. Måske læser unge ikke avisen, men det gør deres forældre. Og når I deler avisartikler på sociale medier, når det rigtig mange.

GÆSTELISTEN

Fortæl om jeres projekt til en ven, I ikke ser så tit. Hvis I alle inviterer én ven, der inviterer én ven, kan I med få kræfter nå langt ud med jeres budskab. For at gøre det nemt kan I sende en sjov besked til jeres venner, som de kan kopiere og sende videre. Måske lader I endda vennerne konkurrere om fribilletter ved at få flest andre med.

TAG GADEN

Tag gaden med plakater og klistermærker. Den her metode er mere klassisk, men vær kreative med jeres plakater, og hæng dem steder, hvor de får opmærksomhed. I kan hænge mange op ved siden af hinanden, lave plakater i en sjov form eller få printet nogle fede klistermærker til lygtepælene på de steder, hvor folk holder stille på deres cykler. Reglerne siger, at I skal spørge om lov først, hvis I hænger plakater op andre steder end officielle plakatstøjer.

ANALOGT KÆRESTEBREV

En gammel favorit er at lave fysiske invitationer udformet som kærestebreve. Vil du være min +1 til [jeres projekt]? Ja/nej/måske.

POP UP-HAPPENING

Kan I lave en mikrosmagssprøve på jeres arrangement ved at bruge uddannelsens pauser på at tease for jeres projekt?

ZINE

I stedet for at lave en plakat, man kun kan kigge på, kan I lave et zine med meget mere information, man kan bladre i. Et zine er et foldet A4-ark, der bliver til et mikromagasin, I kan skrive i.

MYSTIK OG HEMMELIGHEDER

Må jeres arrangement gerne være lidt hemmeligt? Så skru op for mystikken. Drop nogle af de centrale informationer, når I laver plakater, og skriv i stedet et kodeord, der kan være med til at knække koden for, hvad der sker hvornår. Eller I kan lave en sms-kæde, hvor man kun får at vide, hvor man skal være hvornår.

SKATTEJAGTE

Hvis jeres arrangement har entrépris, kan I hype arrangementet ved at gemme billetter rundt i byen og offentliggøre et skattekort over dem.

PRIK PÅ SKULDEREN

Verdens ældste markedsføringstrick er prikket på skulderen. Det kan både bruges til at skaffe frivillige og deltagere til jeres arrangement, og I må ikke undervurdere det. Der er ikke noget bedre end at få at vide af en ven, at man er særligt inviteret. Og det virker.

ANERKENDELSE FRA DE STORE

I kan komme længere ud på sociale medier, hvis I får hjælp af sider eller profiler, der er anerkendt og har mange følgere. Er der lokale festudvalg, spillesteder, teatre, ungdomsskoler, en influencer eller andet, som kan bakke jeres projekt op? Det koster ikke noget at spørge om lidt credit fra større spillere.

KAPITEL 12: AFVIKLING



De fleste kulturprojekter har en eller flere større afviklinger. Det er nu, det gælder, og nu, jeres projekt bliver realiseret. I har kriller i maven og tusind tanker i hovedet. Læs her om, hvordan I kan forberede afviklingen og løse de udfordringer, der opstår undervejs.

Nøglen til god afvikling er at planlægge, hvad I ved og ikke ved. Hvis I har planlagt jeres afvikling godt, giver det jer luft til at trække vejret undervejs og improvisere, når der sker noget uforudset.

UDDELEGERING ER NØGLEN

Som projektledere har I været inde over langt de fleste beslutninger i projektet og ved, hvad der skal ske, hvem der står for hvad, og hvad I skal gøre, hvis noget går skævt. Men udfordringen er, at der ofte kun er én (eller to) overordnede projektledere, som har en masse ting at nå under afviklingen. Selvom der er flere på holdet, opstår der en flaskehals.

Det er uundgåeligt, at nogen ved mere end andre, både i projektteamet og mellem projektteamet og jeres frivillige. Men projektlederne kan ikke være alle steder, så det handler om at fordele viden. Hvis I gør det, kan I bedre holde overblik, skabe god energi og uddelegere opgaver, før, under og efter projektet går løs, og samtidig have overskud til at improvisere og finde hurtige løsninger undervejs.

Når I nærmer jer det tidspunkt, hvor projektet skal ud i virkeligheden, bør I lave en plan for, hvad der skal ske hvornår de næste timer, dage og uger. Størrelsen på jeres projekt bestemmer, hvor detaljeret I skal gå til værks. En afviklingsplan kan både være for en enkelt dag og for flere dage op til et større event.

Afviklingsplanen er en overskuelig liste opdelt med tidspunkter for, hvad der skal ske hvornår, og gerne lavet i et format, der kan printes. Gå uden om store Excel-ark, som ingen kigger i, når afviklingen er i gang. Hvis I laver et stort projekt, kan I også lave individuelle planer til hver ansvarlig.

NØDPLANEN

Når I laver jeres afviklingsplan, er det også en god idé at lave en nødplan, hvor I bliver enige om, hvad I gør, hvis der opstår ubehagelige situationer. For eksempel hvis der dukker en uromager op. Så skal I have aftalt, hvem der ringer til politiet eller hiver fat i jeres dørmænd. Eller hvis I har brug for, at alle forlader området på grund af en ulykke eller brand. Så skal alle ansvarlige have styr på, hvor nødudgangene er, så de kan vise folk i den rigtige retning.

The screenshot shows a Google Docs document titled "Afvikling". The document is organized into sections with bold headings and lists of tasks and responsibilities. The tasks are color-coded: pink for general tasks, blue for tasks assigned to Pia, and green for tasks assigned to Hans. The plan includes a timeline from 18:00 to 22:00, covering arrival, dinner, social activities, and cleanup.

Afvikling

Ansvarsområder

Vært: Hans
 Bar og frivillige: Aysha
 Praktisk: Pia
 Mad og drikke: Soleima
 Markedsføring: Thomas

Bar og indkøb dagen før – Aysha er ansvarlig

- Husk at bestille mad til optrædende
- Husk at fylde køleskab dagen inden

Praktisk inden vi åbner – Pia er ansvarlig

- Husk håndklæder
- Tjek, at toiletter er rengjort
- Print svarark

Program for aftenen – Hans er ansvarlig

18.00 Frivilligvelkomst og mad (Pia + Aysha)
 Intro til kasseapparat
 Drikkebilletter
 Info om rengøring og natmad
 Husk at sige tusind tak for hjælpen

18.30 Aftensmad (Soleima)
 Husk vegetarer

20.00 Byd velkommen (Hans)
 Præsenter aftenens program: Hvad skal vi opleve og hvorfor?
 Husk praktisk information
 Sig tak til samarbejdspartner
Toiletforhold

20.30 Præsenter quiz og regler (Hans)
 Find holdkaptajner
 Husk vand, spilleplade, paryk og konfettirør

22.00 Præsenter koncerten (Hans)
 Husk håndklæder og vand på scenen

LUK klokken 24.00 (ALLE)

Rengøring af toiletter (Hans)
 Tøm baren, og stil pant klar til afhentning (Pia)
 Gulvvask og rengøringsmusik (Aysha)
 Frivillignatmad (Aysha)
 Husk nøgle i postkassen (Hans)

NÅR DET HELE GÅR LØS

Når forberedelsen ovre, og I er klar til at tage imod jeres gæster, er I i gang med at afvikle. Og så skal alt helst køre på skinner. Her får I gode råd til at gøre afviklingen så sjov og overskuelig som muligt.

SKAB ET FÆLLES UDGANGSPUNKT

Begynd jeres afvikling med at holde et fælles brief, hvor I spørger jer selv: Hvilket mindset vil I gerne have under afviklingen? Hold fokus på det, der er vigtigt for jer.

DET KUNNE VÆRE:

- © Vi gør det frivilligt, fordi vi har lyst.
- © Alle kan kun gøre deres bedste.
- © Vi skal have det sjovt.

Under afviklingen skal I selvfølgelig køre i et højt gear, være ambitiøse og sætte krav til hinanden. Men husk også at bære over med hinanden, når tingene driller, regnen siler ned, og lunten er kort. Det sker kun, fordi der er noget vigtigt på spil, og I sikkert har været i gang i mange timer.

FASTE RÅDSLAGNINGER

Det er en god idé at have faste rådslagningsmøder under selve afviklingen. Særligt til større arrangementer. Her kan I gøre status. Det er oplagt at mødes på et fast tidspunkt hver morgen, hvis jeres afvikling strækker sig over flere dage. Ellers halvvejs igennem arrangementet.

Brug rådslagningerne til at checke ind med hinanden og finde ud af, om nogen har brug for en ekstra hånd. Og tag så en snak igen, når arrangementet er ved at gå på hæld, så I kan samle op og se fremad. Det skaber overblik og sammenhold. Vil I lige toppe den, kan I slutte af med et godt gammeldags kampråb.

HAV EN KOMMANDOCENTRAL

Noget af det lækre ved at være den, der har styringen på et arrangement, er at have fuld adgang til alle de skjulte steder omme bagved. Det vigtigste sted er selvfølgelig kommandocentralen, hvor I kan have jeres computer stående og et lager med alle de vigtigste ting. Her kan jeres afviklingsplaner også hænge ved siden af nøglerne til ladcyklen og et ekstra lager af snacks. Desuden er det allerbedste værktøj at lave en stor planche – en guldliste – med navne og numre på alle, der er gode at have et telefonnummer på, sammen med deres ansvarsområde eller funktion. Tag et billede af sedlen, så I også har den på jeres telefoner – smart!

NÅR MUSIKKEN SPILLER

Selvom det er hårdt at afvikle, og I sikkert har spurgt jer selv undervejs, hvorfor I egentlig gør det her, glemmer I lynhurtigt bekymringerne, når gæsterne kommer ind ad døren. For der er intet så fedt som at mærke adrenalinen pumpe og føle, at NU GÅR DET LØS! Alt det, I har bygget op, sker. Det er den følelse, der gør, at vi overhovedet har lyst til at kaste al vores energi i at lave projekter. Husk derfor at planlægge det, så I også selv kan opleve dele af jeres arrangement og får tid til at snakke med jeres gæster. I har selvfølgelig ikke rigtigt fri, men sørg for at nyde det, og giv eventuelt hinanden fri undervejs med aftalen om at stå klar, hvis det bliver nødvendigt.

I er også værter, så byd velkommen, og gå rundt og snak med folk, der er kommet. Tag ansvar for stemningen og jeres gæster.

FÅ, SIMPLE REGLER FOR FRIVILLIGE

Undgå for mange regler i frivillige projekter. Regler rimer ikke på noget sjovt. Men to steder er det vigtigt at have klare aftaler om, hvordan I skal navigere. For det første skal I, hvis I serverer alkohol, have en politik for, hvor meget de frivillige må drikke, og om de må være fulde på vagten (det kan ikke anbefales). For det andet skal I aftale, hvordan I lukker jeres arrangement ned, og hvem der må blive. Er det for eksempel okay, at nogle venner bliver og hjælper med at rydde op? Umiddelbart lyder det jo som en god idé, og det er det også, hvis de rent faktisk hjælper. Men hvis de bare hænger ud, hvem har så retten til at sende dem hjem? Det er ikke en aftale, I kan lave, når I står i situationen. Det skal I have diskuteret, før jeres arrangement går i gang. Det er nemlig så surt at stå og skændes om klokken to om natten.



LUK ORDENTLIGT NED

Så blev I færdige med afviklingen. Og så alligevel ikke helt. En ting, der sjældent får kærlighed i planlægningsfasen, er oprydning og rengøring. Men det er fedt at have styr på det, for ellers bliver det surt at være arrangør og projektleder. Det skal det ikke være. Alle erfarne projektledere har stået i silende regn og brugt timer på at fejte cigaretskodder op fra asfalten, fordi de har underprioriteret at have frivillige til at hjælpe med oprydningen eller har haft for svært ved at finde dem. Det er en ærgerlig situation. Gør, hvad I kan for at undgå det ved at bede alle i teamet om at have øje for, at de skal give en hånd med under oprydningen.

I større projekter kan I ligefrem udpege en ansvarlig for oprydning. Et tip er at lave halve vagter, så man ikke kun skal rydde op. Sørg uanset hvad for at gøre oprydningen til en fest ved at have god forplejning, musik på anlægget og god stemning.

KARMAREGNSKABET

Ofte afvikler man projekter i lånte lokaler. Og man låner udstyr af nogen, der skal have det retur. Der er ikke noget værre end at få lånte kabler tilbage helt klistrede af tabte drikkevarer, og møde op til gulve, som ikke er ordentligt vasket, eller andre småting, som, man som arrangør håber, ikke bliver opdaget. Men det er dårlig stil at sende aben videre, selvom man er træt og gerne vil være hurtigt færdig.

For at undgå sure udlejere og få skudt lidt point ind i karmaregnskabet kan I indføre en simpel regel, når I afvikler: Aflever altid ting i 10 % bedre stand, end da I lånte dem. Følger I den regel, er der kun glade miner, når I gerne vil låne ting til jeres næste projekt.

KAPITEL 13: EVALUERING



Konfettien er skudt af, og jeres afvikling er veloverstået. Nu skal I binde sløjfe på projektet. Læs her om, hvordan I afslutter et projekt på en god måde, siger tak for nu, evaluerer og tager læringen med videre til næste projekt.

FÅ SAMLING PÅ TEAMET

Når afviklingen er veloverstået, skal I samle teamet til en debrief. Aftal at mødes maksimalt en uge efter. Projektet skal stadig stå klart hos jer.

Når I mødes, bør I lægge ud med at klappe hinanden på skulderen over, hvad I sammen har præsteret – uanset hvordan projektet er gået. Det er en god måde at begynde evalueringen på. Giv hinanden lidt god energi, og tag fat i alle de seje ting, teammedlemmerne har gjort i processen. I kan også bruge værktøjet Anderkendelsens regnvej.

VÆRKTØJ: ANERKENDELSENS REGNVEJ

FORMÅL: AT ANERKENDE HINANDEN OG GIVE POSITIV FEEDBACK TIL ALLE I TEAMET. DET SKABER ENERGI OG STOLTHED HOS DEN ENKELTE OG EN GOD TEAM-FØLELSE.

⌚ **TID:** 10-45 MINUTTER.

📌 **MATERIALER:** POST-ITS, TUSSE OG EVENTUELT STOLE.

SÅDAN GØR I

01 En af jer sætter sig på gulvet med ryggen til resten af teamet, der sidder i en halvcirkel rundt om.

02 Giv nu personen i midten et anerkendelsesregnvej ved i et minut at skrive post-its med al den positive feedback, I vil give til personen. I kan bruge hjælpespørgsmålene: Hvad har personen lært mig? Hvad er personen god til? Hvad gør personen til en god ven?

03 Sig noterne på jeres post-its højt løbende, og lad der på den måde regne positiv feedback og anerkendelse ned over personen.

EKSEMPEL: Du er god til at hjælpe. For eksempel da du gav mig en hånd med at rydde op, selvom det ikke var dit ansvar.

04 Giv til sidst alle post-its til personen i midten. Lad alle i teamet gå gennem et anerkendelsesregnvej.

👉 **HACK:** Drop post-its, og lav øvelsen, hvor alle bare byder ind med deres positive feedback. På den måde går der ikke tid med at skrive. Personen i midten kan selv tage noter undervejs.

FØLG OP PÅ DOKUMENTATION

Saml op på den dokumentation, I har af jeres afvikling(er). Saml billeder, video, plakater, klistermærker, og hvad I ellers har brugt. I skal selvfølgelig dele billeder og videoer online, så folk kan se, hvordan det var, og I har lejlighed til at sige tak, fordi folk kom. Lav også en fysisk collage, der viser projektet, som I kan hænge op. Det er fedt at blive mindet om, hvad I har skabt sammen, og den kan fungere som inspiration til næste projekt.

SIG TAK TIL SAMARBEJDSPARTNERE

Sig ordentligt tak til dem, der har hjulpet jer gennem projektet: samarbejdspartnere, sponsorer, venner og bekendte. I kan gøre det på forskellige måder, men anerkend dem for det, de har bidraget med. Skriv et kort, en mail, eller sig det til dem, når I møder dem. Så er der større chance for, at de gider at hjælpe næste gang.

FÅ LUKKET REGNSKABET OG AFRAPPORTER

Det er også tid til at lave et regnskab for jeres afsluttede projekt. Få samlet kvitteringer, og tast udgifter ind i budgettet.

Har I fået en bevilling fra en pulje eller en fond, skal I afrapportere til dem. De stiller ofte krav til, hvad de skal modtage efter projektets afslutning. Det står i det bevillingsbrev, I har modtaget. Nogle gange kræver de for eksempel et projektrejskab og en kopi af alle kvitteringerne. I alle tilfælde er det en god idé at sende et resume over projektet til fonden eller puljen med en lille opsummerende tekst om projektets forløb og afvikling suppleret med stemningsfulde billeder. Og sig ikke mindst tak for pengene!

Husk, at det er ikke alle resultater af et projekt, I kan se, så snart projektet er færdigt. Nogle gange sætter et projekt noget i bevægelse hos folk, som giver sjove idéer, der først kommer noget ud af lang tid senere.



EVALUERING

At evaluere kan føles uoverskueligt lige efter en afvikling, hvor I trænger til en pause fra projektet. Men det er den allerbedste måde at afslutte projektet på, lære noget og se fremad mod, hvordan I kan gøre tingene anderledes næste gang. Hvis I gerne vil evaluere, så gør det, når I stadig har projektet i klar erindring, og lav evalueringen så enkel som muligt, så det er overskueligt.

Når I evaluerer, skal I huske, at virkeligheden sjældent er sort/hvid. Derfor er det en dårlig idé at tale om, at et projekt enten gik godt eller skidt. For ofte rummer det både gode og mindre gode ting. Selvom I måske havde drømt om, at der kom mange flere mennesker til jeres arrangement, eller at jeres afvikling kørte bedre, kan der sagtens have været noget godt i projektet alligevel. Så måske er succesen, at I er kommet frem til en masse erkendelser omkring jeres koncept, som kan give grobund for nye idéer. Og måske havde de deltagere, der mødte op, en super god oplevelse.

HVORDAN KAN I SÅ EVALUERE PROJEKTET?

Spørg jer selv om, hvad formålet med jeres evaluering er:

- ☉ At finde ud af, hvad der fungerede og ikke gjorde?
- ☉ At bearbejde indtrykkene sammen som team?
- ☉ At lære og tage erfaringer med jer til lignende projekter?

NÅR I SKAL EVALUERE

- ☉ Skriv eller sig det, I vil sige, så konkret som muligt.
- ☉ Det, der skrives eller siges, skal have til formål at støtte alles læring, udvikling og fremtidige projekter.
- ☉ Tag udgangspunkt i aktiviteter og handlinger.

👉 **TIP:** Projektlederen kan i løbet af projektet samle en liste med punkter, I kan bruge som udgangspunkt for evalueringen.

DEN ULTRAHURTIGE EVALUERING

En ultrahurtig evaluering på et projekt er hver især at bruge fem minutter på at notere tre ting til hvert af punkterne:

- ⁰¹ MERE AF
- ⁰² MINDRE AF
- ⁰³ FOKUS PÅ
- ⁰⁴ TAKNEMMELIG FOR
- ⁰⁵ BEHOLD
- ⁰⁶ SMID VÆK

Brug punkterne til at tage en fælles snak i jeres projektteam. I kan også bruge værktøjet Kogepladen, som er en visuel metode, der kan hjælpe jer til at bedømme nogle af de centrale elementer i jeres projekt.

VÆRKTØJ: KOGEPLADEN
FORMÅL: AT FÅ EN KONKRET EVALUERING AF FORSKELLIGE DELE AF ET PROJEKT.

⌚ **TID: 30-60 MINUTTER.**

📄 **MATERIALER: MODELLEN, PAPIR OG TUSSE.**

SÅDAN GØR I

⁰¹ **Begynd individuelt med at bedømme alle parametre på en skala fra et til ni.**

⁰² **Tal om jeres ratings i par.**

⁰³ **Opsummer i fællesskab, og lav en liste med de ti ting, I vil gøre og tage med jer videre til næste projekt. Listen skal hjælpe jer med at tage det bedste med videre, men også vise jer, hvad I kan gøre anderledes næste gang.**



HAR VOLUMEN FRA 1-9.

⁰¹ **Konkrete aktiviteter i programmet: Hvordan fungerede de specifikke elementer af afviklingen?**

⁰² **Afviklingen: Måden aktiviteten blev lavet på.**

⁰³ **Det praktiske: mad, forplejning, toilet, skraldespande.**

⁰⁴ **Samarbejdet i teamet.**





EFTERORD

Det var det! Vi håber, at I er blevet klogere og nysgerrige af at læse bogen. Om ikke andet, at vi har fået jer til at tænke over, hvordan I laver projekter. Hvis I har læst den fra A til Z, kan det virke som en færdig formel for at lave projekter. Men hey. Den rigtige formel findes ikke. Vi har set (og selv lavet) mange projekter uden hverken et klart formål eller styr på budgettet. I bogen har vi vist, hvordan I kan gøre det – og hvordan I gør det på en måde, hvor der for eksempel er helt tjek på myndigheder og tilladelser.

Men nogle gange skal I bare blæse på det hele og storme derudad. Husk jeres indre ild! Så længe det ikke går ud over nogen, og ingen bliver alvorligt kedet af det, går det nok alt sammen. Og det er nogle gange lettere at få tilgivelse end tilladelse. Især når det gælder de små projekter. Men det har I ikke fra os!

Nu er det bare om at klappe bogen sammen og gøre det. Saml vennerne, og sæt i gang med at lave kulturprojekter. Gør det på jeres måde, og vend tilbage til bogen, hvis I trænger til en genopfrisker eller vil prøve at gøre noget anderledes.

Vores sidste og bedste råd er at lade være med at dræbe jer selv i alt for mange lange projektmøder. Overvej, om I ikke bare kan gå direkte til sagen og GØRE DET! Måske allerede i morgen? Nogle gange kommer der noget helt fantastisk ud af at lave hurtige, uforberedte projekter uden at tænke for meget over det. Så kan det godt være, at I skal lave det helt uden budget, men til gengæld er det sjovt og heftigt. Go go go!

TAK, for at I har læst med. Vi håber, at I vil give bogen videre til en, der har brug for den. Kopier og hack det, I har brug for, og hjælp med at give den et langt og godt liv. Husk, at I altid kan hive fat i os, hvis I har nogle kommentarer, idéer eller input. Der er også en www.projekthandbog.dk, hvor I kan finde en podcast og læse mere om, hvordan I får fat i den store udgave af bogen her, 'Hack det! Projekthåndbogen til unge kulturskabere'. Den går i dybden med emnerne og er god, hvis I har mod på mere.

Så er der vist ikke andet at sige end af sted mod stjernerne med jer! Vi har jeres ryg og hepper på jer hele vejen.

Kærlighed og high fives,

Julie, Stine og Torben
Frontløberne

HVEM STÅR BAG BOGEN?

FRONTLØBERNE

Frontløberne er en projektplatform for unge kulturskabere i Aarhus, der har eksisteret siden 1989. Frontløberne driver et projekthus, hvor unge i alderen 16-30 år har plads til deres projekter og kan få sparring. Frontløberne skaber også kulturprojekter med unge og arbejder med læring om ungekulturprojekter.

FORFATTERNE

Julie Melgaard Smidt, projektleder og redaktør for 'Den lille projekthåndbog - til unge kulturskabere'.

Torben Vinter, leder hos Frontløberne.

Stine Skjødt Mygind, souschef hos Frontløberne.

VIL DU LÆRE MERE?

Tag kontakt til os. Vi kommer gerne ud og holder oplæg, workshops eller undervisningsforløb med udgangspunkt i metoder og værktøjer fra bogen.

LÆS MERE PÅ

www.projekthåndbog.dk
www.frontløberne.dk