

UNGDOMS
LEDELSE







UNGGDOMS LEDELSE

PROSJEKTHÅNDBOK

UNGE ARRANGØRER

LAGET AV

Ungdom og Fritid
– Landsforening for fritids-
klubber og ungdomshus

SKREVET AV

Tom Andreas Kristensen og
ungdom fra Samsen kulturhus

PROSJEKTTEAM

Marit Bredesen og Henriette
Øyan

EN STOR TAKK TIL

Caroline Wilson, Kaja Fauske,
Simone Nystad, Natalia
Wdowik og Philip Eskildsen

SAMARBEIDSPARTNER

Samsen kulturhus

DESIGN

Studio Levi Bergqvist
og Skilhagen

FOTO

Martin Slottemo Lyngstad,
Paragon Features

**TAKK TIL KLUBBENE OG
UNGDOMMENE SOM LOT
OSS KOMME OG TA BILDER:**

Aktivitetshuset Volt
Almedie, Trosterudklubben
Arena Bekkestua
Fubiak
Hamna Kultur
Lindebergklubben
Radar, Ung Kultur Asker

STØTTET AV

LNU Kultur og
Hesledirektoratet

FORORD	5
INTRO	11
PROSJEKTARBEID	23
IDÉ	29
PLANLEGGING	37
GJENNOMFØRING	91
EVALUERING	99
UTFORDRINGER	105



FORORD

5



FORORD

Denne boka ønsker vi at skal være så konkret og enkel som mulig for deg som vil prøve å realisere en drøm. En drøm om et arrangement, en konsert, et LAN, en turnering eller hva som helst. Vi kaller en slik drøm for et prosjekt. I denne boka gir vi deg et lass av gode tips og metoder for å jobbe med prosjekt.

Vi kan se på prosjektarbeid som en flytur. Det er noe du ikke kan gjøre alene og det er noen ting som må på plass før neste fase av flyturen kan starte. Noe må gjøres før flyet letter. Noe helt annet må gjøres mens flyet kjører til målet. For å lande trygt med hjulene på bakken, kreves det igjen noe annet, og til slutt må man vurdere om alt gikk slik man hadde tenkt.

Innholdet i boka er hentet fra flere steder. Noe er hentet fra erfaringen til gruppa SAVA. SAVA er en konsertarrangør bestående av ungdommer som skaper ungdomskonserter i Kristiansand. Andre elementer er hentet fra erfaringer på Samsen kulturhus i Kristiansand, hvor det blant annet arrangeres UKM, Åpen Scene og konsertvirksomhet. Teorier og faglig stoff er hentet fra flere fagbøker og oppslagsverk på nett, både Ungdom og Fritids egne publikasjoner og fra Prosjekthåndboka og Arrangørwiki til Norske Konsertarrangører (NKA). Med andre ord er boka basert på praktisk erfaring og faglig stoff som er hentet direkte fra arrangører som jobber med ungdom, og best av alt; arrangører som er ungdom selv.



Bilde fra Ungdom og Fritids ungdomskonferanse hvor det deltok unge arrangører fra hele landet. Ungdommene ga innspill til denne håndboka.

DE SOM HAR SKREVET DENNE BOKA ER:

Gjengen i SAVA

Caroline, 18 år. «Over gjennomsnittet glad i dessert»

Kaja Fauske, 17 år. «Jukser alltid i brettspill»

Simone Nystad, 18 år. «Alltid i siste liten»

Natalia Wdowik, 18 år. «Vet ikke»

Philip Eskildsen, 17 år. «Elsker radio»

Tom Andreas Kristensen

Forfattet av Tom Andreas Kristensen som jobber på Samsen kulturhus i Kristiansand med SAVA, UKM og konsertvirksomhet.

«SAVA er en gjeng med de kuleste og mest utholdende menneskene jeg har jobbet med. Å etablere, skape og utvikle et arrangørkonsept samtidig med skolehverdag, eksamener, russetid, lærlingjobb og andre typiske ungdomsaktiviteter, er helt sprøtt. Men denne gjengen gjorde det. Jeg har lært utrolig masse i jobben min som mentor og veileder for SAVA. Det har gitt meg erfaringer som jeg har brukt i denne håndboka. Så TAKK, SAVA. TomA her!»

SAMSEN KULTURHUS

Samsen kulturhus er et av Norges største kulturhus for ungdom. Det er over 6000m² fylt med moro. Det inneholder klatrehus, film-, kunst-, media-, og silketrykkverksteder, Bingen Scene med plass til over 300 personer, studio og masse øvingsrom og saler til musikk, band og dans.

PRESENTASJON AV SAVA

«SAVA er en konsertarrangør, som arrangerer konserter av og for ungdom. Et av våre største fokus er ikke bare å utvide kulturtilbudet for ungdom, men også å inkludere dem i det. Da SAVA startet opp i 2016 hadde ikke Kristiansand noe godt konserttilbud for unge under 18 år. Alle i SAVA er enige om at det ikke alltid er like kult å ta med pappa eller mamma på konsert, så det måtte vi gjøre noe med! Det hele startet på Samsen kulturhus i Kristiansand hvor noen av de ansatte så at det var potensiale i de unge arrangørene. For å understreke at vi har fokus på de unge har SAVA innført noe som heter omvendt vergeordning. Det vil si at om du er over 20 år må du ha med deg noen under 20 år for å komme inn på konsertene våre. Noe av det vanskelige med å arrangere er det å bli tatt seriøst av resten av bransjen, så noe av det viktigste SAVA har gjort er å bygge nettverk med de beste. For å fremme unge musikere på Sørlandet har vi i tillegg alltid lokal oppvarming. Det trekker masse publikum.» Caroline, 18 år

PRESENTASJON FORFATTER

Tom Andreas Kristensen startet som arrangør når han var 16 år med å skape «NewYear» i Lyngdal, hvor han vokste opp. Kompisgjengen skapte et arrangement på nyttårsaftnen som trakk mellom 300 og 400 ungdommer, med bygdas største fyrverkeri, helaftens show, 3-retters middag og mye mer. Dette gav mersmak. Siden har han jobbet med større og mindre arrangementer, og jobbet spesifikt med å involvere ungdommer i disse arrangementene. Fra større arrangementer som Granittrock og Oslo Jazzfestival til enkeltkonserter med SAVA i spissen. Med artister som Kaja Gunnufsen, Sløtface og Honningbarna. Tom Andreas jobber på Samsen kulturhus i Kristiansand med UKM og konsertvirksomhet.

ARRANGØRFABRIKKENS MÅL

1. Økt kompetanse hos unge arrangører og de som jobber med unge arrangører
2. Økt ungdomsmedvirkning
3. Økt synliggjøring av fritidsklubber som en av de viktigste arenaene for egenorganisert ungdomskultur

UNGDOM OG FRITID – LANDSFORENINGEN FOR FRITIDSKLUBBER OG UNGDOMSHUS

Ungdom og Fritid er en demokratisk barne- og ungdomsorganisasjon for ungdom, ansatte og frivillige i kommunalt støttede fritidsklubber, ungdomshus og lignende åpne møteplasser. Ungdom og Fritid jobber for at alle barn og unge selv får bestemme over sin egen fritid.

UNGDOM OG FRITIDS ARRANGØRFABRIKK

Ungdom og Fritid sitter på et stort nettverk gjennom sine mer enn 600 medlemsklubber fra hele landet. Disse representerer en mangfoldig kulturarena for ungdom. Ungdomskubbene er spesialister på ungdomsmedvirkning og unge arrangører, og de har førstehåndstilgang på ungdommenes kultur og subkultur. Det finnes flere klubber som har utarbeidet metoder for å involvere ungdommene i kulturarbeidet på en måte som både har løftet miljøet på klubben og påvirket det lokale ungdomsmiljøet positivt.

Ungdom og Fritids Arrangørfabrikk har som mål å styrke arbeidet med unge arrangører ved å bygge kompetanse blant de som jobber med kultur og ungdom. Dette er et nasjonalt nettverk både for unge arrangører og ungdomsarbeidere. De som er med i nettverket møtes og lærer av hverandre. Gjennom disse møtene skal man skape nye ideer og inspirere hverandre til å gå nye veier. Ungdom og Fritid har tidligere skrevet en bok om hvordan ungdomsarbeideren kan jobbe godt med ungdomsmedvirkning i forbindelse med arrangementer. I *denne* boka har vi samlet kunnskap som ungdom selv sitter på. Resultatet er en egen ungdomshåndbok for og med ungdom som arrangører.



«FOR DET PLEIER SOM
REGEL Å VÆRE LITT SÅNN,
AT NÅR MAN FØRST HAR
LAGET ET ARRANGEMENT
ÉN GANG, SÅ VIL MAN
VELDIG GJERNE GJØRE
DET EN GANG TIL, ENDA
BEDRE. OG SÅ ER DU
PLUTSELIG BLITT EN
ARRANGØR.»

HVA ER DIN DRØM?

Er det et LAN, en konsert, festival, fotballturnering, e-sport eller noe helt annet? Har du lyst til å skape noe annerledes? Få noe til å skje som ikke er så hverdagslig? Hvis du kunne velge hvilket som helst band til å spille der du bor, hvilket band er det? Hadde det ikke vært gøy å få over 250 ungdommer til å besøke et LAN du arrangerer, på din egen skole, eller i hallen hvor du trener fotball til vanlig?

Hvis du blir gira av noen av disse spørsmålene – så er denne boken for deg! Du har sikkert tusen spørsmål om hvordan du skal få det til. Vi har ikke alle svarene, men vi har absolutt mange gode tips og råd, og gode eksempler på drømmer som er blitt virkelig. Gjennom denne boken vil vi vise deg hvordan du kan begynne arbeidet, samle folk, skape interesse og få gjennomført et vellykket arrangement. Vi skal til og med gi deg tips til hvordan du kan finne ut hva du kan gjøre bedre neste gang. For vi tror nemlig at du kommer til å like å arrangere, og at du kommer til å ønske å gjøre dette flere ganger. For det pleier som regel å være litt sånn, at når man først har laget et arrangement én gang, så vil man veldig gjerne gjøre det en gang til, enda bedre. Og så er du plutselig blitt en arrangør. Men veien dit krever mye hardt arbeid, og god veiledning. Det er derfor vi har skrevet denne boka.

OK – nå har vi vist deg litt av meningen med boka, og hvem som har vært med å skrive den. Nå går vi videre til innholdet. Vi skal ta for oss prosjektarbeid. Grunnsteinen i denne boka er i hovedsak prosjektstyring, da dette er et godt verktøy når man jobber med arrangementer. Prosjektarbeid kan deles inn i fire faser:

- Idéfase
- Planlegging
- Gjennomføring
- Evaluering

Ved å gå inn i disse forskjellige fasene skal vi se på hvordan du får engasjert andre ungdommer til å være med å jobbe, eller kjøpe billett og komme på arrangementet ditt. Du får gode tips til hvordan du planlegger og lager program og ikke minst hvordan du forhindrer at det skjer ulykker eller liknende på arrangementet ditt.

Vi vet at dette vil hjelpe deg på veien til å realisere drømmen din. Lykke til!

Men først, hvem er du?

Først må vi finne ut hvem du er og hvilke drømmer du har. Hva er ditt drømmeprojekt, og hvordan ser drømmen ut hvis den blir vellykket? Hva inspirerer deg? Ved å tenke gjennom disse tingene kan du bli mer bevisst på hva du ønsker, og hva som skal til for å få til dette. Forsøk, ved å fylle ut modellen «Visittkort». Kanskje vil du etterpå være ett skritt nærmere å realisere en av dine drømmer?

LAG DITT EGET VISITTKORT!

Tittel på drømmeprojekt	Tegn et bilde av deg selv
Hvem er du? Navn, bosted m.m.	
Inspirasjon – eksempler	
Hvordan blir drømmen din hvis det blir vellykket?	
Hva har skjedd hvis det blir en katastrofe?	
Hva trenger du for å få til suksess?	

FRA EN ARRANGØR TIL EN ANNEN

De som har bidratt til innholdet i denne boka er selv ungdommer som drømmer om kule arrangementer. Noen av dem har allerede klart å realisere drømmene sine, mens noen av drømmene er helt umulige å realisere. Likevel er verktøyene man skal bruke for å jobbe med drømmen, lik. Vi skal i boka bruke noen av disse umulige drømmene som eksempler.

«Å være arrangør åpner for mange spennende muligheter. Du får møte kule folk, ikke minst artister, og du lærer så utrolig mye nytt som du kan få bruk for i andre situasjoner. Jeg har fått muligheten til å dra rundt på festivaler i Norge for å være arrangør på større ting enn min arrangørgruppe har økonomi til å lage selv. Jeg har møtt Sløtface, stått bak scenen på the Chainsmokers, ordna backstage for Cezinando, og mye mer.

Det kan være mye arbeid å være arrangør. Derfor er det viktig å finne noe som motiverer deg. For meg er dette å få være en del av noe stort. Jeg synes det er kjempekult å stå på en konsert eller festival og tenke «Wow, jeg har vært med å arrangere dette». I tillegg liker jeg å kunne påvirke hvilke artister som skal stå på scenen, og du får gratis inngang til arrangementet.

Jeg har fått utrolig mange nye venner som jeg aldri hadde møtt om jeg ikke var en del av dette. Miljøet som er dannet rundt min gruppes konserter er så fantastisk bra. Alle får være med, alle ønsker å skape god stemning. Å få være med å danne et slikt miljø motiverer meg.»

Kaja, 17 år





«DET SOM INSPIRERER MEG TIL Å STARTE EGNE PROSJEKTER, ER ANDRE MENNESKER OG HVA DE HAR FÅTT TIL. OG Å SE HVA JEG KAN FÅ TIL, ELLER VIDEREUTVIKLE DET DE HAR GJORT.»

Vi har spurt flere ungdommer om hva som inspirerer dem til å starte et eget prosjekt. Her er noen av svarene vi fikk:

«Mine egne interesser har mye å si, hva jeg engasjerer meg i og hva jeg brenner for. Jeg ønsker å få erfaring og utvikle meg selv. Jeg vil kjenne mestringsfølelse.»

«Jeg vil skape flere kulturtilbud og at andre skal se nytten av fritidsklubb som arena. Jeg vil skape kule prosjekter som skaper glede hos andre og kunne dele på godheten. Jeg ønsker å skape en «snakkis».»

«Jeg ønsker å få følelsen jeg får når et arrangement er i gang og går bra. Jeg får inspirasjon av andre arrangementer med høy kvalitet, erfarne ungdommer og ansatte. Jeg ser at alt er mulig. Jeg vil ha det moro, men også en utfordring som gjør at jeg får nye erfaringer.»

«Jeg får inspirasjon av nye mennesker/kontakter jeg har blitt kjent med, og ønsker å bli kjent med flere. Jeg ønsker å starte nye prosjekter for å fylle ut mangelen på arrangementer for ungdom.»



VI HAR SPURT UNGDOM OM DERES TANKER RUNDT MEDVIRKNING OG PROSJEKTER PÅ KLUBBEN. HER ER NOEN AV SVARENE VI FIKK:

Hva betyr medvirkning for deg?

- Å være med å bestemme. Klubben inkluderer oss i arrangementer.
- At det du sier har noe å si. Vi har ungdomsstyre og eget crew til arrangementer.
- Vi får lov å være med å bestemme. Ungdommene styrer. Det skaper tette bånd.
- Man får lov å bestemme, og gjøre det man har lyst til.
- Samarbeid mellom ungdom og voksne.



NOEN GODE RÅD TIL ANDRE FRITIDSKLUBBER OG UNGE ARRANGØRER?

«Alle skal føle eierskap.»

Emil 15 år, Skjetten fritidssenter

«Vær engasjert, tør å vise engasjement.»

Ingrid 16 år, Bootleg ungdomshus, Hammerfest

«Ingen forslag er dumme!»

Herman 16 år, Vassbonn fritidssenter, Oppegård

«Si din mening.»

Anas 16 år, Veitvetklubben, Oslo

«Prøve så godt man kan.»

Klara 15, Fritid i Fredrikstad, Gressvik

«Jeg syns det er bra å jobbe med prosjekt, for da finner man fort ut at man mestrer noe nytt.»

Emilie 16 år, Røros ungdomshus

«DET SOSIALE MED Å ARRANGERE ER DET BESTE.»

Andreas 14 år, Ungdomsklubben Canari, Vesterålen

«Jeg lærer best ved å se på andre før jeg gjøre det selv. For eksempel hvis kompisen min jobber med musikkandelaget på klubben, kan jeg se hva han gjør og prøve det selv etterpå.»

Fredrik 13 år, Noden ungdomsklubb

«Vi har lyst til å bli en bedre klubb. Alle bør tørre å komme med forslag. Sørg for at ungdom har noe å gjøre.»

Ali 15 år, Veitvetklubben, Oslo

«Det kan være lærerikt å jobbe med et prosjekt. Prosjekt er viktig for at ungdom i forskjellig alder skal møtes.»

Alberthine 15 år, Ungdomsklubben Canari, Vesterålen

«Sats på dette for at ungdom skal bli mer interessert i det de gjør, og kanskje jobbe med det i fremtiden. Bli med i en ungdomsklubb for å få mer erfaring før du arrangerer en stor konsert. Viktig å prøve og å være engasjert. Bare gå til nærmeste klubb og bli med.»

Sebastian 17 år, Noden ungdomsklubb

«Jeg lærer best ved å bli fortalt hvordan det funker. Når jeg arrangerte LAN fikk jeg fortalt hvordan jeg skulle koble opp internett, også gjorde jeg det. Det funka fett!! Under LAN'et jobber jeg som crew, og går vakt på gulvet. Ellers hjelper jeg til på VR-området, og passer på at folk har det bra.»

Thomas 16 år, InClub, Mandal

INSPIRASJONSEKSEMPLER

Under en ungdomskonferanse arrangert av Ungdom og Fritids Arrangørfabrikk fikk ungdom fra fritidsklubber og ungdomshus over hele landet input fra foredragsholdere i arrangørbransjen. De fikk være med på en kreativ workshop hvor de selv skulle skrive om og visualisere sitt drømmeprojekt. Disse drømmeprojektene finner du under, kanskje kan de inspirere deg til å drømme litt også.

BANANFLUENE DANSER NORGE RUNDT

Pitch

Tre busser tar med seg ungdommer fra rundt omkring i Norge på en turné i skoleferien. Turnéen besøker klubber og kulturhus i Norge og skal ha minst én konsert i hvert fylke. Det skal være el-busser som lades via solceller på taket, som ikke skader miljøet. Målgruppen er ungdom mellom 15–18 år, og det vil koste 6 000,- for å være med på hele turnéen. Da har man et fast sete i bussen på hele turneen. Ikke så ulikt Sommertoget på NRK.

Verdier

- Miljø
- Vise frem Norge
- Få ungdom ut
- Få nye venner

WORKSHOPFESTIVAL

Pitch

En stor festival over tre dager som inneholder konserter, LAN, graffiti, teknikerkurs, foto- / videokurs og mye mer. Alle bor i telt på egen festivalcamp. Det skal være rusfritt og ha plass til rundt 2 000 deltakere mellom 13–25 år. Man skal ha workshops på dagen, men få slappe av med konserter på kveldstid. Dette skal være i sommerferien.

Verdier

- Lære noe nytt
- Festivalfølelse
- Nye venner
- Overnatting

FARGEFEST**Pitch**

En fest fylt av farger som lager trygghet. Det skal foregå i en klatrepark med restauranter i tretoppene og konsertscene på bakkeplan. Målgruppen er 13–24 år, for hele nærmiljøet og det skal være rusfritt.

Verdier

- Ut i naturen
- Fysisk aktivitet
- For alle
- Konserter

THE DOME**Pitch**

Verdens første og flotteste konsertarena under vann. Den skal ha fokus på opplevelser i et miljøperspektiv. Prosjektet skal sette fokus på forurensing og bærekraft, og være plassert ved The Barrier Reef i Australia. Store verdensartister og viktige personer skal bidra med innhold og opplevelser for et publikum fra hele verden. Store verdensorganisasjoner skal kobles opp mot prosjektet både med finansiering og med publikum. Snøhetta skal være arkitektene til prosjektet, og den skal bygges i 2030.

Verdier

- Miljø
- Internasjonalt
- Nyskapende
- Hele verden samles

UTEKINO**Pitch**

En utekino i en skog i nærheten av en by rett før sommerferien. Det kan være Starwars-maraton som vises på stor-skjerm inne i en lysning i skogen. Dette skal samle folk som liker å være ute i naturen, sammen med de som liker å se film. Overskuddet fra prosjektet skal gå til kreftforeningen. Det skal være kiosksalg med popcorn, pizza og mer.

VERDIER:

- Film
- Natur
- Veldigighet
- Nye venner



PROSJEKTARBEID FRA A TIL Å

Å jobbe i prosjekt er en arbeidsmåte som svært ofte blir brukt i det kreative arbeidslivet. Man løser ulike oppgaver, oppdrag og avviklinger av for eksempel festivaler, konserter og arrangementer gjennom prosjektarbeid. Man kan bli profesjonell prosjektleder, og jobbe med å løse prosjekter på heltid. Om du tar det karrierevalget, eller ikke, så håper vi at det du lærer i denne boka kan gi deg noen gode tips på veien.

Et prosjekt er en arbeidsform hvor en gruppe mennesker går sammen for å løse en spesifikk oppgave. Og når den er løst, så er prosjektet over. Skal den samme oppgaven løses en gang til, må det oppstå en ny prosjektgruppe, og man går gjennom de samme prosessene som første gang, men da gjerne med en erfaring i bakgrunnen fra forrige prosjekt. Det er viktig å evaluere for å få en god fremdrift. Første gang man jobber med et prosjekt føles det ofte som om man famler litt i blinde. Derfor er det viktig med en god koordinering og ledelse for å klare å nå målet.

Nå skal vi gå direkte inn i hvordan det praktiske arbeidet bør gjøres når du skal realisere drømmene dine. Det er mange måter å gjøre dette på, og det er skrevet mange gode bøker om og eksempler på dette. Vi har prøvd å spise dette til deg som er ungdom og som kanskje ikke har gjort så mye av dette før. Samtidig tror vi at de som allerede har erfaring med å arrangere, også kan lære en ting eller to. I dette kapitlet skal vi bruke noen prosjektteksempler, maler og verktøy som du kommer til å få bruk for. Dermed vil du se hvordan dette kan blir gjort – og så er det opp til deg å tilpasse det til ditt konkrete prosjekt. Går noe galt, så kan du se på gode tips til å gjøre det bedre bakerst i boka, i del 2.

Som tidligere nevnt består et prosjekt av fire faser:

1. Idéfasen
2. Planleggingsfasen
3. Gjennomføringsfasen
4. Evalueringsfasen

FORSLAG TIL BØKER

Aakre, J. /Scharning, H. (2013) Prosjekthåndboka 2.0 Universitetsforlaget

Syvertsen, J-S. / Müller-Nilsen, M. (2012) Tidsinnstilt, Ta kontroll over dårlig tid – og få mer av den gode. Piratforlaget

Norske Konsert Arrangører (NKA) (2010) Feite Forestillinger



Disse fire periodene skjer i akkurat den rekkefølgen. Det er ikke noen regel på akkurat hvor lang hver periode er. For å forklare rekkefølgen bedre kan vi se på dette som en flyreise:

1. IDÉFASEN

Man starter på bakken ved terminalen. Flyet skal ha et mål før det letter og reiser mot målet. Har du sett på skjermene i flyet som viser hvor flyet er på kartet, og den røde streken som viser hvor flyet skal og hvor lang tid det er igjen? Det er veien til målet. Målet i denne fasen er ideen – ideen om å lande flyet i New York, Paris, Bangkok eller Tromsø.

2. PLANLEGGINGSFASEN

Alt må forberedes og gjøres klart før flyet letter. Passasjerer må om bord, bagasje på plass, alt utstyr må dobbeltsjekkes og kaffen må kokes. Så tar flyet fart, letter og setter kursen mot målet. Det eneste som teller, er at man kommer seg frem til målet. Hva som skjer på veien dit, må man bare fikse. Alt fra kranglete passasjerer, turbulens,

dårlige in-flight-filmer og smakløs flymat. Har flyet planlagt og lagt til rette for en hyggelig flytur med gratis brus, gode filmer og plass til å gå litt frem og tilbake – da går alt så mye lettere på vei mot målet.

3. GJENNOMFØRINGSFASEN

Så nærmer man seg målet, og man skal gjennomføre flyturen og lande med alle hjulene på bakken. Det sies at landing er det vanskeligste i en flytur, og svært sjeldent kan man gjennomføre en landing kun på autopilot. Kommer man seg ned på bakken i god behold, har man klart å gjennomføre flyturen på en god måte og målet er nådd. Det er helt sikkert ting som ikke gikk helt slik som planlagt. Forsinkelser, kaffesøl i midtgangen, en sur passasjer eller at det ikke var nok mat. Men dette kan man lære av, og gjøre noe for å endre neste gang flyet skal ut på tur mot et nytt mål.

4. EVALUERINGSFASEN

Helt til slutt må man få passasjerene ut av flyet, samle sammen bagasjen, rydde og komme seg hjem. Etter at flyet er parkert, på veien hjem gjennom flyplassen, prater man gjerne litt om hvordan dette var, og hva som kunne vært bedre. Kanskje bør man endre rute for å unngå turbulens, ha med mer mat, være hyggeligere mot de sure passasjerene eller annet.



VERDENS BESTE IDÉ

Her er noen forslag til gode verktøy for å finne og utforme selve vinner-ideen, kanskje verdens beste idé. En idé er ikke selve fasiten. En idé er målet for hva man ønsker å skape. Hvis ideen dere kommer frem til er en utekonsert for ungdom, så har dere allerede lagt mange føringer for hva dere må jobbe med. Men det er fortsatt mye uavklart som må utvikles videre. Hvem skal spille? Hvor skal scenen være? Skal det være bare for ungdom eller for voksne også? Hvor mye strøm trenger vi?

Dette kalles en kreativ prosess – og er både gøy og utfordrende. Som regel er man gjerne uenige, og alle har lyst til å være den som kommer på selve vinner-ideen. Det kan være vanskelig å få kritikk av andre for den ideen man kommer med selv, og det er ofte skummelt å i det hele tatt komme med forslag. Det finnes mange forskjellige modeller og verktøy man kan bruke for å finne fram til en god idé, det viktigste er å skape motivasjon for å finne en god idé. Her er noen metoder hentet fra Prosjekthåndboka 2.0, og dette er noe som dere kan prøve for en idéutvikling:

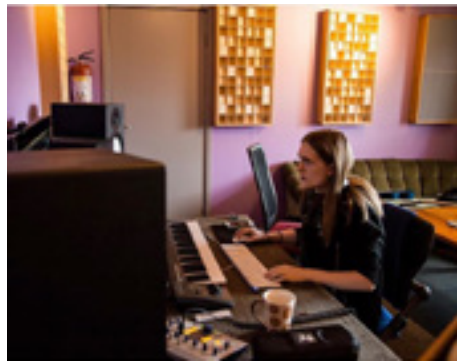
KILL YOUR DARLINGS

- Du trenger masse post-it-lapper, store ark/flip-over, tusjer, penner og teip.
- Sett av et eget møte med gruppa til idéutvikling. Skap en hyggelig stemning, ha litt mat som gir energi, og gi motivasjon til at alt er lov, og ingenting er feil, i dette møtet.
- Ha en nøytral møteleder. Det vil si en som ikke har lov til å mene noe om idéene som kommer frem. Lederen for dette møtet skal kun styre ordet og arbeidet, og gjøre det praktiske.
- Lederen tar dere gjennom noen praktiske øvelser i denne rekkefølgen:
 - A. Brainstorming (15 min)**
 - I** Ta en post-it og skriv ned en idé. Skriv så mange post-it lapper med ideer som mulig. Få ut alt som er i hodet ditt.
 - B. Fordeling (10 min)**
 - I** Nå skal dere sortere ideene. Leder skriver én overskrift på hvert av de store arkene – for eksempel: Nyskapende, Treffer målgruppen, Gjennomførbar, Økonomi, Engasjerende, Unik, osv.
 - II** Alle deltakerne henger opp post-it-lappene sine, uten å lese dem høyt, på de store arkene som de mener passer inn.
 - C. Prioritering (5 min)**
 - I** Uten å lese opp post-it-lappene, skal gruppen diskutere og bestemme hvilke kriterier/kategorier som er viktigst for å finne vinner-ideen. Er penger en viktig sak, skal Økonomi være det viktigste kriteriet. Trenger man noe helt nytt for å skape engasjement skal Nyskapende eller Unik være de viktigste. Kategoriser alle kriterier/kategorier i en stige fra viktigst til minst viktig. Behold dette systemet med viktighetsgrad av kriteriene gjennom hele prosessen.



Kulturkapsel

Instagramkontoen @kulturkapsel er Ungdom og Fritids måte å synliggjøre alt det kreative som skjer i medlemsklubbene rundt om i landet.



Huset, Alta



Ungdom og Fritid, Oslo



Rock mot Rus, Andesnes



Almedie, Oslo



Flekkerøy fritidsklubb, I



G60, Drammen



Ung i Longyearbyen, Svalbard



Kultursenteret ISAK, Tr

D. Kill your darlings (15 min)

- I** Møteleder leser opp hver eneste post-it-lapp. Ingen andre kan si noe nå.
- II** Alle i gruppa går rundt og leser på lappene og velger seg tre lapper hver som de mener er de beste ideene.
- III** Møteleder samler inn alle lappene som henger igjen, og legger dem vekk. Hver deltaker leser opp og forklarer kort hvorfor de valgte akkurat disse lappene. Lappene henges opp på de store arkene igjen der de hører hjemme.
- IV** Gruppen diskuterer sammen hvilke av disse ideene som er realistiske og hvilke som ikke vil fungere. Møteleder tar vekk alle lappene som ikke vil fungere.
- V** Alle i gruppen skriver ned den ene ideen de liker best på en ny post-it-lapp.
- VI** Gruppen henger opp lappene uten å si noe. Har noen skrevet opp samme idé? Gå videre med de ideene flere enn én person har hengt opp.

E. Avgjørelse (10 min)

Diskuter dere frem til om det går an å kombinere ideene, eller om man må velge ut én av ideene, og kaste de andre, utfra systemet med viktighetsgrad av kriteriene.

Denne øvelsen blir gjort på mange måter, i forskjellige former og systemer. Det som er poenget her, er å få ut *alt* av ideer som finnes i gruppen, og raskt legge vekk de ideene som ikke vil fungere eller som ikke flere enn én synes er bra. Det kan ofte være tungt å se sine ideer bli kastet vekk. Men dette *må* til, og øvelsen heter ikke uten grunn «Kill your darlings». Man kan ikke få til alt man vil, og det er gruppen som bestemmer. Derfor må du tåle at den geniale ideen din kan bli kastet til fordel for en annen idé.

SUKSESSKRITERIER FOR EN BRA IDÉUTVIKLING

- Forskjeller i gruppen (forskjellige interesser og forskjell på hva man er god på).
- Gjensidig respekt for hver eneste idé som kommer frem. Heie på hverandre.
- Forståelse og respekt for at man kaster noen ideer og beholder noen. Man må kaste noen for å komme videre – det skal jo til slutt bare være en idé igjen.
- En deadline. Bruk gjerne en stoppeklokke. Hvis man ikke stopper disse prosessene kan de i verste fall foregå i evigheter.
- En nøytral møteleder som ikke kan si noe om noen av ideene, men som kan hjelpe dere videre hvis dere står fast eller lurer på noe.
- Og aller viktigst – motivasjon til å finne et felles mål.

Hvis man ikke klarer å lande kun en vinner-idé så kan man prøve seg på disse metodene også for å finne frem til den beste ideen:

IDÉPITCH

Fordel hele prosjektgruppa inn i mindre grupper, slik at dere får én gruppe for hver idé som skal diskuteres. Hver gruppe jobber altså med en enkelt idé. Jobb ut svar på disse punktene, og presenter for hele gruppa etterpå.

- Navn på ideen: Har ikke ideen et navn fra før, så lager dere et navn.
- Beskrivelse av ideen: Forklar ideen til noen som ikke har hørt den før.
- Største styrker: Hva er det som gjør ideen til en vinner-idé?
- Største svakheter: Hva er det som gjør ideen vanskelig og kan gjøre at den ikke vil fungere som vinner-ideen?
- Gjennomførbarhet: Hva er realistisk med denne ideen, hva gjør den lett eller vanskelig å gjennomføre? Vær nøye på dette punktet.
- Visualisering: Lag en skisse eller modell, tegn og visualiser ideen på best mulig måte.

HVA ER EN PITCH?

Dette kalles også en heispitch eller elevatorspeech. Det handler om at du kun har to minutter til å presentere ideen din på best mulig måte. Det kommer fra at man i USA har høye bygninger hvor arbeiderne jobber nede, og sjefene jobber i toppen av bygningen. Den eneste måten du får treffe sjefen på er sannsynligvis i heisen. Da har du kun heisturen, på cirka to minutter, å presentere deg og ideen din på. Da må den sitte, og sjefen må bli overbevist i løpet av de to minuttene. Da gjelder det å bruke tiden best mulig, komme til poenget og å overbevise.



Hver gruppe presenterer sin «idépitch». Dette skaper grunnlag for nok en runde med diskusjon. Men forhåpentligvis har dere gode argumenter for og mot hvilke ideer som må skrotes, og hvilken idé som skal stå igjen som vinneren.

Forhåpentligvis har dere nå funnet en vinner-idé som alle i prosjektgruppa er enige om. Kanskje var det en morsom prosess som dere fikk energi av og som gjør dere klare til å sette i gang, eller så har prosessen kostet mye og vært tung. Begge deler er helt normalt.

Om det blir en suksess, avhenger av det arbeidet dere nett-opp har gjort. Uten en god og kreativ prosess i starten, og enighet om ideen, er mye av det kommende arbeidet for-gjeves. Har dere kommet frem til en helt realistisk, genial og motiverende vinner-idé, vil resten av prosjektet være mye morsommere å jobbe med. Jobb med å få hele gruppa til å elske og eie ideen. Da har du et godt utgangspunkt for å begynne selve planleggingsfasen. Det er her jobben virkelig skal gjøres. Brett opp ermene, og sett i gang!



HVOR I ALLE DAGER SKAL VI STARTE?

Dere har nå en vinner-idé som skal realiseres. Det er nå arbeidet virkelig starter, og alle spørsmålene kommer. Hva skal gjøres? Når skal det gjøres? Hvem skal gjøre hva? Og hva trenger dere hjelp til? Hvem kan hjelpe? Hvor mye penger har dere? Hvor kan dere få mer penger? Hvem vil være med å hjelpe? Hvem heier på at prosjektet blir noe av?

Alt dette, pluss enda mer, kommer til å dukke opp på horisonten nå. Prosjektet har et mål, dere vet hva ideen deres er. Men nå må dere komme dere dit. På veien dit er det mange ting som må gjøres. Ved å følge eksemplene og verktøyene vi kommer med her, vil vi forhåpentligvis klare å få dere frem til målet uten alt for mange overraskelser på veien. Først må dere lage en rute for veien frem til målet. Det gjør dere ved hjelp av å sette mål og delmål gjennom metoden som kalles *Prosjektpila*.

PROSJEKTPILA

Å komme i mål kan til tider føles uoverkommelig. Det er ofte mange detaljer som må på plass, mange avgjørelser som må tas og folk som man må prate med. Det kan bli demotiverende. Løsningen på dette er å lage en plan for arbeidet som skal gjøres og sette seg delmål som hjelper med å finne veien til det store målet. Et delmål er mindre, lettere å nå og mer overkommelig enn hovedmålet. Det handler som regel om et spesifikt tidspunkt i prosjektet. Dere skal nå lage et kart over hva som må gjøres, når det må gjøres, og i hvilken rekkefølge ting må gjøres. Herfra kan dere først jobbe for å oppnå delmålene, for så å komme frem til det store målet helt til slutt.

Husker du den røde streken på kartet i in-flight-skjermen som vi snakket om tidligere? Den som viser hvor flyet er til enhver tid? Vi snakker nå om den røde streken og hvor den skal gå.

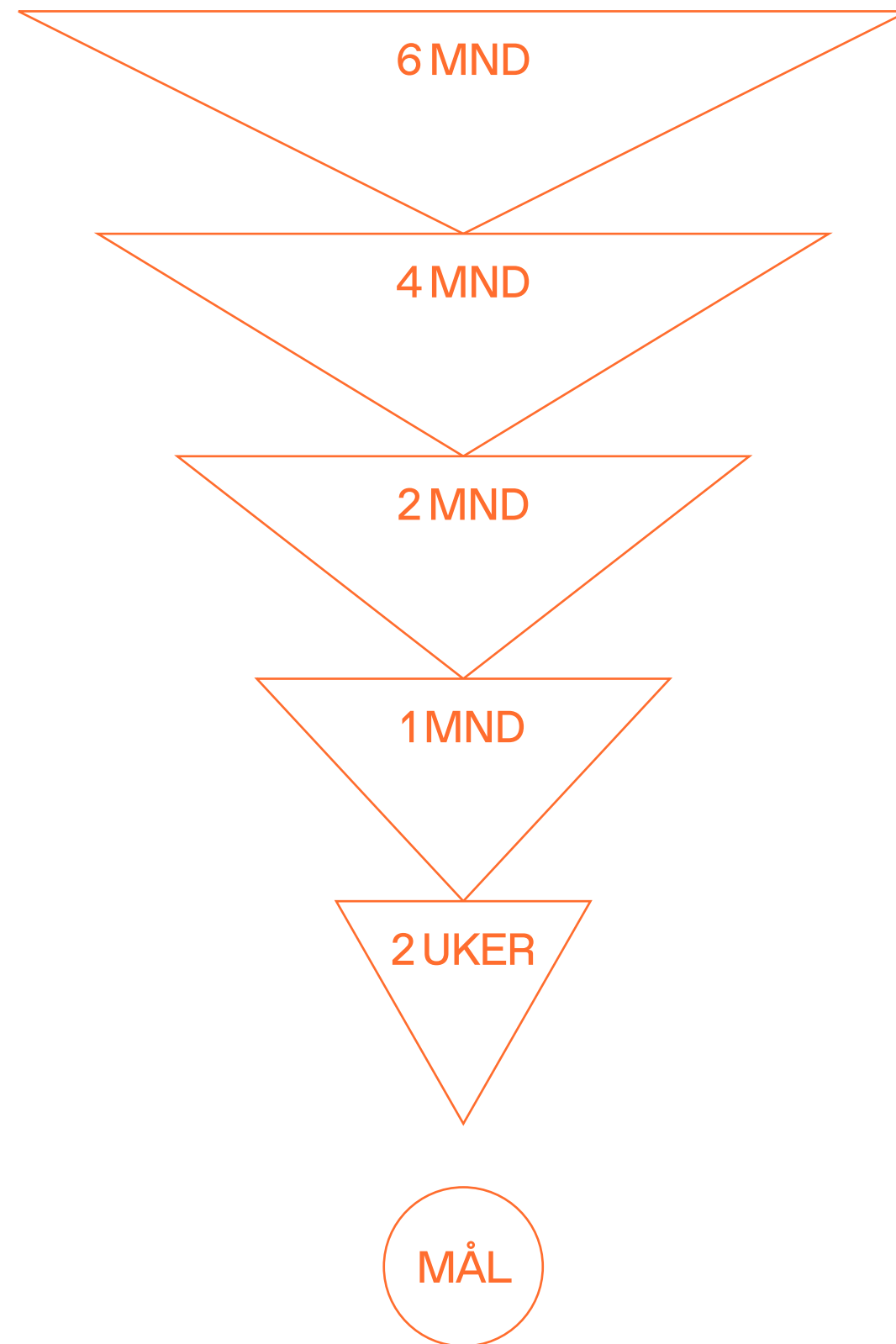
Prosjektpila er et godt verktøy for å finne ut av alt som må gjøres, og for å sette seg mål og delmål. Vi skal også se på hvordan denne prosjektpila kan brukes i et konkret eksempel. Hovedpoenget med prosjektpila er at man planlegger aktivitet og arbeid som må gjøres på vei mot avvikling av

prosjektet. Man kan sette delmål for forskjellige aktiviteter og forskjellige perioder. Det kan være alt fra det grafiske til når promoteringen skal være ferdig, eller når alle bandene må være booket. Eller når salkartet må være ferdig for å vite hvor mange deltakere det kan være på LAN'et.

Vær nøye med å tenke gjennom alt som må gjøres, og fordel det i prosjektpila. Få gjerne hjelp av en som har gjort et liknende prosjekt før, for å se om dere har klart å komme på alle tingene som må gjøres. Når dette arbeidet er gjort, kan dere gå videre til å fordele arbeidsoppgavene og sette frist for når de må være ferdige.

Hvordan gjør vi det?

1. Bruk malen på prosjektpila, eller tegn din egen, og beregn ca. 4–5 perioder før gjennomføring.
2. Del inn i 6 måneder, 4 måneder, 2 måneder, 1 måned og så 2 uker før.
3. Sett inn de arbeidsoppgavene som må gjøres i de periodene. Et eksempel kan være grafikk og design på plakater. Hvis plakaten skal henges opp én måned før, så må grafikk og design være ferdig to måneder før. Hvis ikke rekker man ikke å trykke plakaten før de skal henges opp.



HVEM GJØR HVA?

Nå har dere fått ned alt som må gjøres, og når det må gjøres. Men hvem skal gjøre disse tingene? Dere må lage en oversikt med rollefordeling. Det kan hende dere allerede har gjort en fordeling over hvem som skal gjøre hva. Kanskje det sier seg selv. Eller kanskje ikke. Noen ganger stemmer ikke forventningene til hver deltaker overens med alle de detaljene som må gjøres i planleggingsfasen og gjennomføringsfasen. Noen må faktisk ta tak i de kjedelige oppgavene. Og kanskje oppleves ikke én oppgave så kjedelig for én person, som det gjør for en annen.

HVORDAN GJØR VI DET?

Rollefordelingen skal ha en leder på toppen. Dette er prosjektlederen.

Arbeidsoppgavene til prosjektlederen skal være å følge opp gruppen og passe på at arbeidsoppgaver er fordelt, og at de blir gjort. Noen gode stikkord for en prosjektleder er:

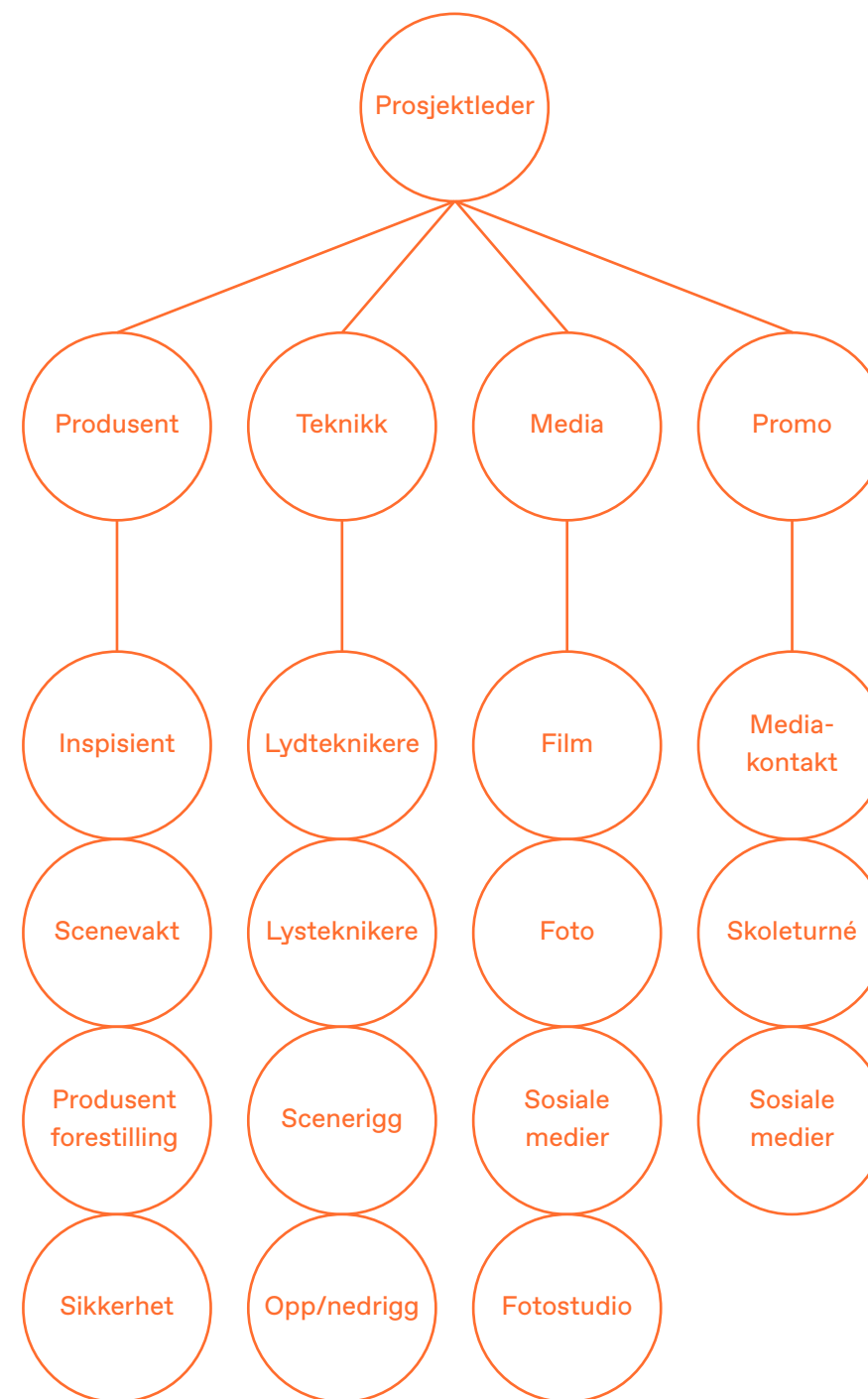
- Motivere
- Engasjere
- Ha oversikt
- Ha tillit
- Delegere ansvar

Prosjektlederen bør ikke ha noen konkrete arbeidsoppgaver, men skal følge opp alle andre og ha mulighet til å steppe inn og hjelpe hos hver eneste deltaker hvis det trengs. Det kan være ganske vanskelig.

Så skal dere fordele arbeidsoppgaver på hver deltaker i gruppa. Her er ansvarsområder fordelt, med arbeidsoppgaver under. Dette bestemmer dere i fellesskap, og fordeler arbeidsoppgavene på de som er i gruppa. Ta utgangspunkt i hva de liker å gjøre og hva de synes er inspirerende.

Husk at noen må ta notater, slik at man husker hva man har blitt enige om. Dette er også fint å ha når man skal evaluere prosjektet i etterkant.

EKSEMPEL PÅ FORDELING AV ARBEIDSOPPGAVER





HVEM, HVA, NÅR

Når dere vet hvem som har hovedansvar for de ulike arbeidsoppgavene som vil dukke opp i løpet av prosjektet, må dere gå tilbake til prosjektpila. Nå skal dere hente ut de arbeidsoppgavene og delmålene som dere fordelte der. Disse skal fordeles på hvem som skal gjøre hva og når det skal gjøres. Dette kalles et «Hvem, Hva, Når»-skjema. Det handler om å fordele arbeid i gruppa over tid.

EKSEMPEL PÅ ET «HVEM, HVA, NÅR»-SKJEMA

6 mnd.	Ansvarlig	Start	Ferdig	
Booke Cezinando, Death by Unga Bunga, Razika, John Olav, No.4, Dangy, Blood Command (åpningskonsert)	Tom Andreas	09.10	01.11	
Fritidsklubbesøk (promo fritidsklubb)	Gunn-Hilde	06.11	19.11	X
Søke midler (UGLA)	Tom Andreas	09.10	15.10	X
Planleggingsmøte med pizza	Alle	20.11	20.11	X
Facebook-publisering (lage en plan?)	Torleiv	09.10		X
Teambuilding (planlegge tur)	UGLA	09.10		X
Ordne nye plakater	Torleiv	01.11	01.12	X
Sette opp arrangørgrupper	Natalia	21.11	11.12	X
Ordne samarbeid med mat.	Tom Andreas	Nå	02.02	X
Seminar for unge arrangører	UGLA			
Arrangørpromo – flyers	Torleiv	09.10	27.10	X

4 mnd.	Ansvarlig	Start	Ferdig	
Påmelding åpner				
Flyers – helt enkle, kun m.dato	Torleiv	09.10	27.10	X
Merchdesign	Torleiv	01.12	01.01	–
Lydkurs	Gunn-Hilde /Tom A	22.11	04.03	X
Radio m. Philip (om påmelding osv.)	Philip	01.12	01.01	X
Uniform arrangørene	Torleiv/syerske			–
Lage promomateriell	Torleiv			X
SoMe Innhold	Gruppe under Torleiv	20.11	20.12	–
Plakat på buss	Inga	01.01	01.03	X

TRELLO

Trello er et gratis program som kan brukes for å organisere og følge opp alle oppgavene som skal gjøres i et prosjekt.

HVORDAN GJØR VI DET?

1. Åpne Excel, Trello eller andre program som kan brukes i prosjektarbeid.
2. Lag et «Hvem, Hva, Når» skjema, eller lag tavler.
3. Hent frem prosjektpila og begynn å fylle inn i skjemaet/ tavlene.

HVA

Ta for dere hver periode og sett inn alle arbeidsoppgavene som finnes i den første perioden og skriv oppgavene under hverandre. Fortsett til alle oppgavene i hele prosjektpila står oppført i første kolonne i skjemaet, eller på tavlen.

HVEM

Nå skal dere finne ut hvem som skal løse hver oppgave. Har dere gjort en god arbeidsfordeling i gruppa, så er denne jobben ganske enkel. Hvis dere blir uenige om hvem som skal gjøre hva – så må dere gå tilbake til rollefordelingen dere lagde for å se hvem som har ansvar for hva.

NÅR

Finn først ut når en arbeidsoppgave må være ferdig. Så må dere finne ut når dere må begynne å jobbe for å rekke å bli ferdig til fristen. Sett så dette inn i skjemaet/tavlen.

Nå bør dere ha et godt grunnlag for å starte arbeidet. Nå vet hver deltaker akkurat hva de skal gjøre, hvilke arbeidsoppgaver de må hive seg over med en gang, og hvilke som kan vente. En annen fordel er at alle kan se hva de andre skal gjøre, og når ting blir ferdig. Har du ansvar for å planlegge det tekniske, så vil du jo gjerne vite hvor konserten skal være, og hvilket band som kommer. Da kan du se når disse tingene skal være ferdig planlagt og booket, og du kan slappe av og gjøre andre ting frem til dette er ferdig. Du kan også følge opp at ting blir gjort innen fristen. Du kan til og med se når de andre er stressa og har mye å gjøre, eller når de har tid til overs for å hjelpe deg med dine arbeidsoppgaver. Dette er gode verktøy for godt samarbeid og arbeidsflyt for alle i gruppa, og for å hjelpe hele gruppa til å komme i mål.

SJEKK UT FRIVILLIG.NO

Målet med denne nettsiden er å gjøre det enklere å være frivillig, og enklere å finne frivillige.

Dette skjemaet eller disse tavlene er ikke noe som blir ferdig og ikke skal røres mer. Her skjer det endringer *hele* tiden. Det bør være digitalt og tilgjengelig for alle, slik at man kan endre på ting og legge til nye arbeidsoppgaver som dukker opp. Prosjektlederen bør ha hovedansvaret for å legge til og ta vekk ting etter hvert.

HVEM OG HVOR MANGE TRENGER DU?

Du trenger helt sikkert flere personer enn du tror. Har du en utescene i skogen, så trenger du en eller flere personer som jobber med å passe på strømaggregatene dine. Du trenger vakter ved nødutganger, og som ser til områdene rundt arrangementet. Du trenger noen som kjenner til sikkerhetsrutinene og som vet hva som skal gjøres hvis det brenner eller hvis noen begynner å slåss. Du trenger riggehjelp, vaskehjelp, folk til å lage mat, folk til å kjøpe inn ting, folk til å transportere utstyr og folk til å være artistvert. Kanskje du trenger enda flere?

HVORDAN GJØR VI DET?

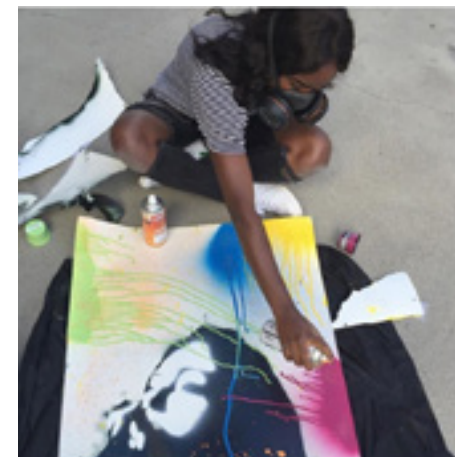
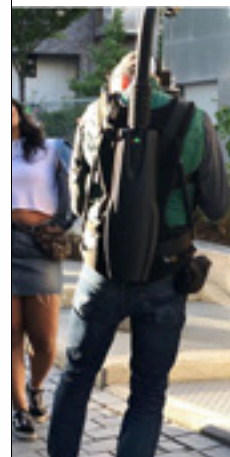
Lag en liste over hvilke arbeidsoppgaver som må gjøres, og hvor mange folk du trenger for å få gjort de. Fordel de frivillige under ledere i rollefordelingen. Pass på at alle du spør som frivillige har en leder. Deretter må du bestemme deg for hva de frivillige skal få som takk for innsatsen. Til slutt må du begynne å spørre folk. Få tak i kontaktinformasjon, og pass på å følge opp og send ut påminnelse når det nærmer seg. Husk at de ikke jobber for deg for lønn, men som frivillig. Dermed kan du ikke kreve oppmøte og innsats på samme måte som en sjef i en butikk eller lederen på klubben kan med sine ansatte. Pass på at de faktisk ønsker å være der, og sørg for forståelse for at noen må gjøre de kjedelige delene av jobben også. Pass på at alle har et felles mål om å gjøre arrangementet ditt til det beste noensinne. Da må noen tømme søppel og vaske doer – det skjer ikke av seg selv. God stemning, godt miljø og mye kaffe/brus, vann og mat, er stikkord for en bra frivilligorganisering.

PUBLIKUM. HVEM KOMMER?

Vi stilte noen ungdommer to spørsmål som du bør vite svaret på. Se her:

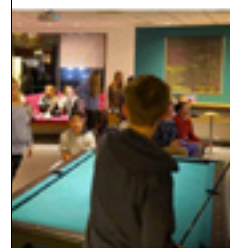
SPØRSMÅL 1: HVA ER DET SOM GJØR AT DU DRAR PÅ ET ARRANGEMENT?

- Attraktivitet. «For at jeg skal dra på et arrangement bør det være et interessant innhold som er enten underholdene eller lærerikt. Det bør være spennende folk/artister/band som gjør meg nysgjerrig på hva dette er.»
- Omdømme. «Det er viktig at stedet jeg skal dra til har et godt rykte og at det er god kvalitet på det som skjer der. Det kan gjerne også være et tema som jeg finner spennende eller passende for meg.»
- Markedsføring. «Jeg bør få mye informasjon om hva som skjer på forhånd, det bør markedsføres bra. Ofte drar jeg steder sammen med vennene mine eller til ting som de har anbefalt meg å dra på.»
- Sosialt. «Det skal være lett å møte nye mennesker, møte venner og være sosiale sammen i en god stemning.»
- Pris og tilgjengelighet. «Det er veldig fint om arrangementet jeg skal på er gratis eller i hvert fall veldig billig, så alle kan ha en mulighet til å være med. Det bør være lett tilgjengelig, eller ha et transporttilbud.»
- Eierskap. «Ofte drar jeg hvis jeg jobber med arrangementet selv, eller hvis jeg ser at dette er noe som noen har jobbet godt med. Det er viktig at det ser spennende og moro ut, med en tittel/overskrift som er tiltrekkende og lett å huske.»
- Gulrot. «Det er veldig fint om det er en liten «gulrot» som gratis pizza eller lignende. Jeg vil ha mye som skjer.»



Ellevill festivalen, Drammen

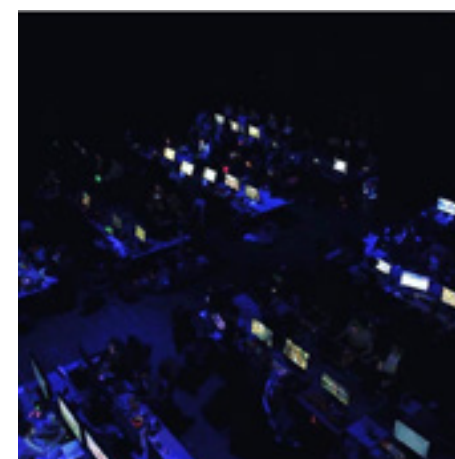
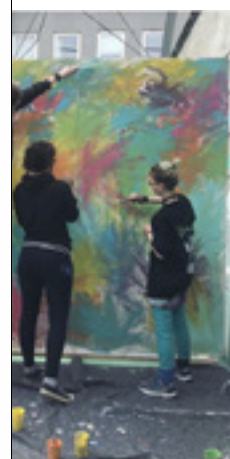
Bell ungdomsklubb, Ulstein



Kristiansand

Fabrikken, Larvik

Goruddalssatsingen, Oslo



Bardufoss ungdomsskole, Bardufoss

Carbon fritidsklubb, Stjørdal

Tinnheia/Hellemyr fritidsklubb, Kristiansand



SPØRSMÅL 2: HVA SKAL TIL FOR AT DU BLIR VÆRENDE?

- Godt innhold. «For at jeg skal bli værende på arrangementet bør det fange oppmerksomheten min, gjøre meg nysgjerrig og ha et godt innhold som stimulerer både visuelt og intellektuelt.»
- Lokaler og stemning. «Det bør være et kult lokale, gratis inngang og god stemning. Det skal være spennende, interessant og moro å bli værende, med god musikk, aktiviteter og konkurranser.»
- Ansatte og frivillige. «De som jobber bør være flinke med det de gjør, og være snille og hyggelige.»
- Spennende og sosialt. «Tiden jeg bruker skal være vel brukt på noe nyttig og spennende. Jeg vil møte og bli kjent med nye folk.»
- Unikt. «Det bør være noe unikt ved arrangementet.»
- Servering. «God mat er viktig for at jeg blir.»

HER ER NOEN SPØRSMÅL SOM DERE MÅ PRØVE Å FINNE SVAR PÅ I PROSJEKTGRUPPA:

- Hvem er det egentlig dere ønsker at skal komme på arrangementet?
- Hva skal til for at de kommer, og hva gjør at de kanskje ikke kommer?
- Hvordan når dere publikummet dere ønsker med informasjon?

Disse spørsmålene er kjempeviktige for suksess. Uten å tenke litt over hvem som er deres publikum og uten å analysere publikummet deres, risikerer dere å bomme helt og at nesten ingen kommer. Og det er faktisk veldig viktig å finne ut hvem som IKKE kommer på deres arrangement. Dette kalles en publikumsanalyse. Her må dere finne svar på en rekke spørsmål. Svarene gir dere gode tips til hvordan dere skal jobbe med promotering, markedsføring og informasjon ut til folk.

HVORDAN GJØR VI EN PUBLIKUMSANALYSE?

Finn svar på disse spørsmålene i prosjektgruppa. Dette handler om hvem som kommer på deres arrangement, eller hvem dere ønsker at skal komme.

- Hvor gamle er de?
- Er det kun gutter, jenter eller begge deler?
- Hvor bor de?
- Hvilken skole går de på?
- Hva slags interesser har de?
- Hva gjør de på fritiden sin?
- Kan de betale eller må arrangementet være gratis?
- Hva slags mat liker de?
- Hva er det som engasjerer dem? (samfunnsengasjement, politikk m.m.)
- Hvor bør arrangementet være? (lokaler og omdømme)



HER ER EKSEMPEL PÅ SVAR SOM SAVA HAR FUNNET NÅR DE HAR GJORT SIN PUBLIKUMSANALYSE:

- **Hvem er det som kommer?**
De er mellom 14 år og opp til 20 år. Med hovedvekt på 16–20 år.
- **Er det kun gutter, jenter eller begge deler?**
Det er begge deler.
- **Hvor bor de?**
SAVA har hatt en tendens til å trekke spesielt interesserte publikummere fra Farsund i vest til Risør i øst. Dette innebærer en reisevei for de som bor lengst vekk på rundt 2 timer.
- **Hvilken skole går de på?**
De fleste går på videregående med musikk, dans og drama. Men det er også mange fra andre skoler. Hovedsakelig videregående og praksiselever.
- **Hva slags interesse har de?**
SAVA ser at flere av de som kan tenke seg å gå på konserter er interessert i pønk og politiske budskap.

- **Hva gjør de på fritiden sin?**
Mange jobber i sommersesongen i Dyreparken i Kristiansand, eller er i andre jobber ellers om året. I tillegg trener mange enten alene eller på lag, og bruker mye tid på lekser og skolearbeid. Frivillige verv tar også mye tid fra de SAVA ønsker at skal komme på konsertene de arrangerer.
- **Kan de betale for konserten, eller må den være gratis?**
Mange av de som vil gå på konsertene kommer kun hvis det er interessante artister. Hvis det er en interessant artist de ikke kan oppleve på en annen måte, så kan de betale for konserten. Det er mange som jobber deltid og som dermed har litt penger å bruke på slike ting.
- **Hva slags mat liker de?**
Mange av publikummerne spiser gjerne burgere og pizza, spesielt fra de litt billigere utsalgsstedene. Samtidig vil de gjerne ha litt drikke og kanskje noe godt under konserten også. Da spiser de gjerne godteri og drikker brus og kaffe. De aller fleste er under 18 år, så alkohol er ikke et tema.
- **Hva er det som engasjerer dem?**
Mange er også politisk og/ eller religiøst engasjert, og bryr seg om miljøet og samfunnet de lever i.

HVA MED DE SOM IKKE KOMMER DA?

Gjennom svarene kan man se mange gode grunner til hvorfor noen ikke kommer. Det trenger ikke være fordi de ikke liker eller ikke synes arrangementet er interessant.

Her er eksempler på noen svar som SAVA fant i analysen sin:

- Det kan være at de ikke rekker å komme dit før konserten starter.
- Budskapet til artisten er ikke interessant.
- Det er for dyrt.
- De må prioritere trening eller lekser.
- De orker ikke, fordi det har vært så mye skole og trening i det siste.
- De er engasjert med noe annet som krever at de er tilstede på det.
- De jobber.

Hvordan gjør vi dette?

Finn svar på spørsmålene over utfra deres egen situasjon. Det finnes sikkert mange andre spørsmål også som kan gi dere gode svar. Ta så frem det dere vet om de som kanskje kommer til å komme på konserten deres, og de dere tror kanskje ikke kommer – og vurder følgende:

- Hva er sannsynligheten for at de har tid til å komme på arrangementet vårt utfra dato, pris, innhold, tidspunkt osv.
- Hva er engasjementet og interessen for å ta seg tid til å komme på arrangementet utfra dato, pris, innhold, tidspunkt osv.

Bruk dette skjemaet til å kartlegge. Det vil gi dere en rask oversikt over hva dere kan forvente av publikummet på deres arrangement. Lander krysset deres på et av de grønne feltene, får dere sannsynligvis ganske mange av de som til vanlig kommer på et slikt arrangement som dere lager. Havner det på gult eller oransje, så er det avhengig av hvordan dere promoterer og jobber for å tilpasse arrangementet i forhold tidspress, dato eller skape mer engasjement. Havner det på rødt, så bør dere finne på et nytt arrangementet på et bedre tidspunkt.

	God tid	Litt tid	Dårlig tid
Stort engasjement			
Litt engasjement			
Lite engasjement			

Markedsføring. Bli synlig – bli sett!

Denne publikumsanalysen som vi nettopp gikk gjennom, vil gi deg et godt grunnlag for å lage en god markedsføringsstrategi for prosjektet deres. Lag en oversikt over hvem du ønsker at skal komme på konserten, finn ut hvem de er og forstå hvordan dere kan nå dem. Det er ingen vits å bruke tid og penger på å fortelle om prosjektet deres til de som mest sannsynlig ikke kommer. Så fokuser på de dere vet vil, kan bli overbevist om å komme og har mulighet til å komme. Når dere vet det – så må dere passe på at informasjon er tilstede der de er. De kommer ikke til dere for å få informasjonen.

Vær tilstede der ditt publikum er

Du kan ikke forvente at de skal finne deg. Du må finne dem og være der de er. Dette sier seg egentlig litt selv, men vi glemmer det veldig fort. For eksempel er det veldig enkelt å si at man skal markedsføre på sosiale medier og via plakater, og så stopper planen der. Man lager en plakater og

«DET ER INGEN VITS Å BRUKE TID OG PENGER PÅ Å FORTELLE OM PROSJEKTET DERES TIL DE SOM MEST SANNSYNLIG IKKE KOMMER.»

et event på Facebook og forventer at folk ser plakaten og eventet. Det som skjer da, er at man konkurrerer med helt utrolig mange andre som også vil nå frem til nettopp de du ønsker å nå med din informasjon.

Skal du nå ungdom mellom 13 og 18 år via Facebook så konkurrerer du om plass på veggene til ungdommene med store merkevarer og aktører på markedet. Sjansen for at disse folkene har mer penger å bruke på annonsering enn deg, er ganske stor. Så hva skal du gjøre? Her endrer ting seg hele tiden, og du må rett og slett søke litt på nett og bruke tid på å sette deg inn i hva som fungerer nå. Det som fungerte i går, fungerer kanskje ikke like godt i dag. Men en ting vi kan si sikkert, er at et personlig budskap som ditt publikum kjenner seg igjen i og som forholder seg til en relasjon mellom deg og dem vil fungere uansett.

Markedsføringsideer

Det viktigste tipset vi kan gi deg er at du må nå ut på alle interessante flater når du markedsfører. Pass på at informasjonen deres er å finne på plakater, sosiale medier, i avisen, på radio og på infoskjermen på skolen samtidig. Det handler om å bygge en relasjon mellom budskapet og målgruppen. Det må være gjenkjennbart, og da må de se det overalt!

Finn ut hvilke områder du kan bruke til å promotere, og vurder hva du har av tid og penger til å få til noe.

HER ER NOEN TIPS:

- Plakater
- Klassiske sosiale medier (Facebook, Instagram og Snapchat)
- Andre sosiale medier (Musica.ly / Jodel / Spotify)
- Youtube
- Stands på skolen / gågaten / torget m.m.
- Popup mini-konserter
- Events
- Flashmob
- Gratis vafler og flyers
- Få nettverket ditt (de du samarbeider med) til å promotere for deg

OG DISSE TIPSENE FIKK VI NÅR VI SPURTE ET UTVALG UNGDOM OM HVA DE VILLE GJORT:

- Dra med meg så mange som mulig
- Få med vennegjenger eller vis til at det faktisk vil bli sosialt
- Fortelle bra ting om arrangementet/artisten
- Delinger på sosiale medier
- Snakk med de det gjelder
- Bruke vennene mine til å spre det
- Fronte det bra, og vise at det blir et fett arrangement
- Jeg får arrangementet til å høres spennende ut for andre ved å fortelle hvor gøy det er
- Vise kule eksempler
- Fortelle kule historier
- Viser til kule artister
- Jeg sender direkte meldinger eller forteller det face2face
- Forteller det beste om det
- Legger det på Snap og Insta og forteller om det i klasserommet



Innenfor kommunikasjon snakker man ofte om tre nivåer, eller tre sirkler. Det handler om *tilgangen* til de du ønsker å kommunisere med. Det er forskjellige måter å nå fram til de forskjellige sirklene.

DEN INNERSTE SIRKELEN

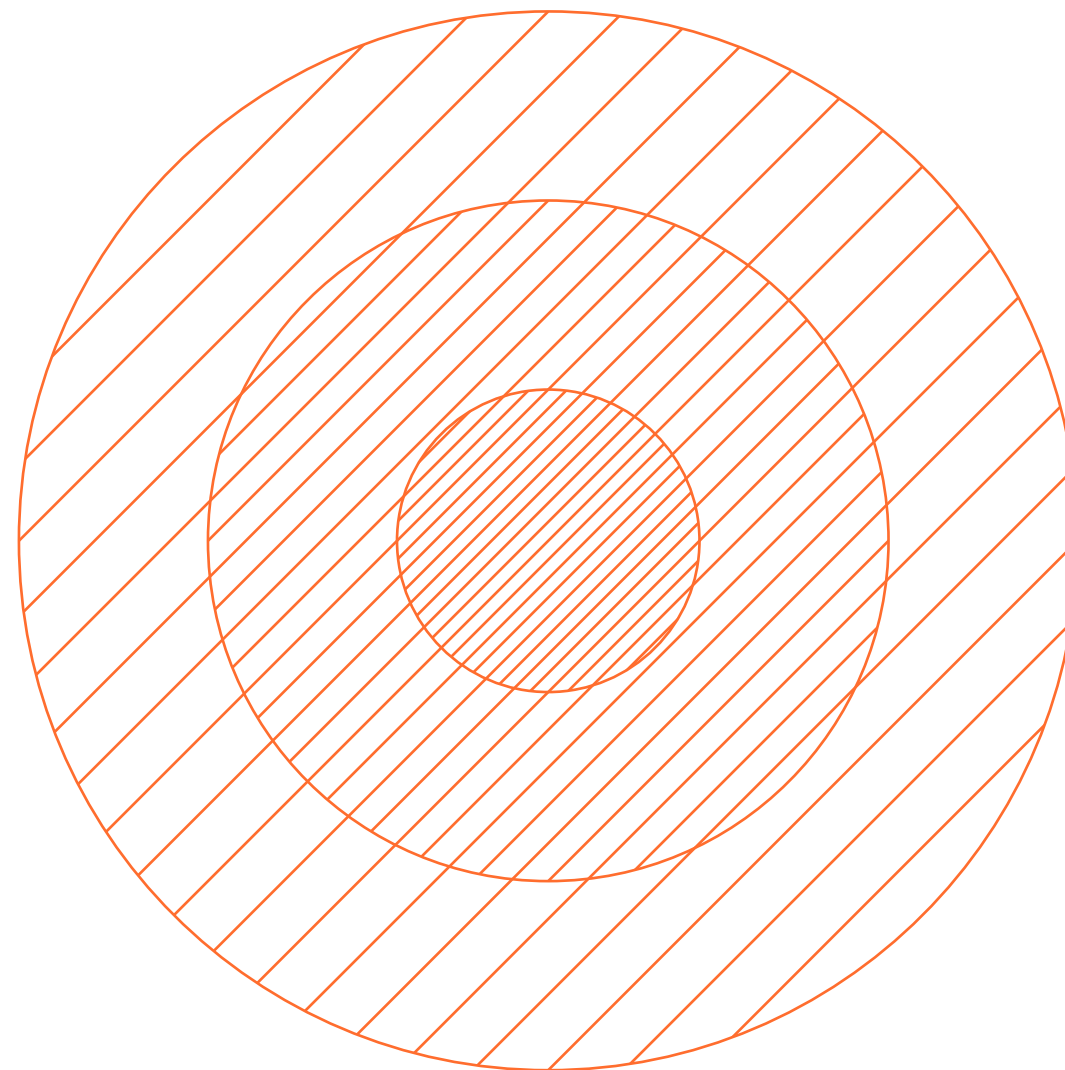
Her finner du færrest personer, men de er de mest lojale publikummerne som gjerne kommer når du sier at de bør komme. De stoler på deg og det du ser. Du trenger ikke bruke mye energi på å overbevise dem. Men de trenger konkret informasjon. De liker ofte å få eksklusive fordeler også.

DEN MELLOMSTE SIRKELEN

Inneholder folk du når relativt lett med informasjonen din, men som ikke er så lette å få med. Her er det en god del flere å nå enn i den innerste sirkelen. Dette er venners venner, elevene på skolen din, folk i nærmiljøet som kjenner deg. Disse trenger noe mer overbevisning om at arrangementet ditt faktisk er så spennende som du sier at det er. Mer konkrete fakta og det å skape en interesse, er viktig her. I tillegg må det komme tydelig informasjon om hva, når og hvor.

DEN YTTERSTE SIRKELEN

Alle de andre. Her er det flest folk – men dette er de du ikke aner hvem er, og som ikke har en relasjon til deg. De er absolutt vanskeligst å nå, og å få skapt en interesse hos. Disse når du gjennom for eksempel plakater, annonser på sosiale medier og gjennom avisen.





HVORDAN GJØR DU DETTE?

Du kan bruke «Hvem, Hva, Når»-skjemaet som vi snakket om tidligere i boka. Du må passe på at du også får med i skjema hva som er innholdet i det som skal gjøres. Er det til sosiale medier, kan man planlegge ferdig tekst, bilde og plassering i denne planen med en gang. For sosiale medier kan man med en slik plan klargjøre alt som skal publiseres med tidspunkt, tekst, bilde og innhold slik at det nærmest bare er å trykke på «play» når man skal begynne markedsføringen.

PUBLISERINGSPLAN

Instagram	Bildetype	Hvorfor?	Tekst
22.01	Stemning	Preprodhype	Meld deg på UKM Kristiansand før 28. februar og bli med på tidenes preprod 3–4 februar @samsenkulturhus
28.01	Stemning	Skoleturné	I morgen besøker vi på Tangen vgs! Kom og hils på oss i kantina <3
30.01	Noe fra Tangen	Skoleturné	Takk for en bra dag Tangen! Onsdag er vi på Kvadraturen Skolesenter og torsdag besøker vi KKG. Kom og si hei <3
03.02	Stemning fra preprod	Preprodhype	Gøy på UKM preprod Meld deg på UKM di padde! (froskeemoji) www.ukmkrs.com
03.02	Stemning fra preprod	Preprodhype	Tidenes konsert i går! Bli med i gjengen du også og meld deg på ukmkrs.com

PENGER!

Denne delen her handler om penger. Penger du har tenkt å bruke for å få til arrangementet ditt, og hvor mange penger du må få tak i, og hvordan du skal få tak i dem. Vi deler dette opp i to forskjellige ting, men som likner veldig. Budsjett er det du skal lage når du planlegger, og regnskap er de faktiske inntektene og utgiftene du har hatt etter endt arrangement. De bør ha de samme postene og det samme oppsettet for å fungere best mulig.

Budsjett – det tørreste og kjedeligste som finnes, tenker du kanskje? Eller så tenker du at dette er utrolig spennende. Uansett – dette må du forholde deg til for komme i mål med begge bena på bakken. Etter at alt er ferdig, må du lage et regnskap der du viser alt du har brukt og alt du har fått av penger. Dette skal helst være så likt budsjettet ditt som mulig. Dette skal vi hjelpe deg med her. I tillegg skal vi gi deg noen konkrete tips og triks for å få tak i penger gjennom støtteordninger. Å søke penger er noe alle arrangører må bli gode på. Leser du videre her, så skal vi gjøre deg ganske god. For å bli enda bedre, må du øve selv ved å sende masse søknader.

BUDSJETT

For å lage et budsjett trenger du et godt oppsett med poster for alle inntektene du planlegger å få inn, og alle utgiftene du kommer til å få. Se eksempelet på en fiktiv konsert med Donald & the Ducks. Dette eksempelet er basert på en faktisk konsert som SAVA har gjennomført.

BUDSJETT**SAVA KONSERTARRANGØR**

Konsertdato: 24.12.2020

Balanse: 1140

Main act: Donald & the Ducks

Support: Bestemor Duck

INNTEKTER

Forklaring		Sum	Bilagsnr.
Billettsalg	Forhåndssalg	10 000	
	Dørsalg	5 000	
Støtte	Frifond	20 000	
	Lokal Sparebank	5 000	
Andre inntekter	Kommunale midler	0	
	Klubbkasse	0	
	Sponsing	5 000	
		45 000	

UTGIFTER

Forklaring		Sum	Bilagsnr.
Artister	Honorar Main Act	10 000	
	Honorar Support	3 000	
	Transport	2 000	
Hospitality	Mat	200	
	Middag	1 500	
	Backstage	500	
	Hotel	5 000	
Promotering	Annonse SoMe	1 000	
	Plakattrykk	0	
Teknisk	Lydtekniker	3 500	
	Lystekniker	3 500	
Arrangør	Leie av utstyr	10 000	
	TONO avtale	660	
	Sikkerhet / vakthold	3 000	
	Frivilligmat / goder	500	
		43 860	

INNETEKTER

Hvor får du inn penger fra? Og hvor mye tror du eller vet du at du får inn?

Her bør du ha inn følgende poster:

- Støtte (f.eks. Ungdom og Fritids Frifond, kommunale midler m.m.)
- Billettinntekter (hvis du skal ha betalte billetter for arrangementet ditt)
- Egeninnsats (f.eks. ansatte som jobber, tilsvarende deres lønn. Og frivillige som jobber)
- Sponsorer (f.eks. Rema 1000 eller det lokale bakeriet – dette må være rene penger som kommer inn i prosjektet, ikke sponning av varer)
- Egenfinansiering (hvis klubben har noen penger de skal bruke på arrangementet, så kommer det inn her)
- Kiosksalg (inntekter fra kiosksalg eller liknende)
- Andre inntekter (hvis du får inn noen penger som ikke passer inn i de andre postene)

Utgifter

- Artister (hvis du har noen artister som krever honorar)
- Teknisk (leie av utstyr eller innkjøp av teknisk utstyr)
- Leie av lokaler (leie av stedet der dere skal være)
- Mat (mat til artister, deltakere, innkjøp til kiosk, m.m.)
- Honorarer (honorar til frivillige eller andre aktører som bidrar og som skal ha penger for det de gjør)
- Promotering (alt fra plakater til Facebook-annonser)
- Annet (de tingene som ikke passer inn i postene over, kan settes inn her)

Summer utgifter og inntekter for seg. Og regn ut inntekter minus utgifter. Da finner du balansen. Balansen i et budsjett eller regnskap er det tallet som viser om utgifter og inntekter er like, eller om du har for mye utgifter eller inntekter.



Overskudd

Har du for mye inntekter, så går du med et overskudd. Da har du mer penger enn du klarer å bruke opp. Har du søkt om penger fra et sted, så kan det i noen tilfeller være at du må betale tilbake noen penger, eller at du kun får utbetalt det du trenger for å dekke utgiftene dine. Ring og snakk med de du søkte penger fra. Har du ikke søkt penger, eller du får beholde pengene uavhengig om du går med underskudd eller overskudd, så kan det hende du tjener penger! Da kan du enten ta en super-frivilligfest, ta en tur til Sverige med prosjektgruppa eller spare pengene til neste arrangement. Vi vil anbefale deg at du fordeler overskuddet slik at du kan gjøre begge deler.

Underskudd

Har du for mye utgifter, og klarer ikke å få inn nok penger til å dekke det opp så går du med underskudd. Dette kan i noen tilfeller være ganske alvorlig. For å unngå dette er det ofte vanlig å spørre klubben, banken, kommunen eller noen andre om underskuddsgaranti. Det betyr at du kun får penger fra dem om du går i underskudd, og da dekker de utgiftene dine til balansen er lik «0». Du kan også gjøre en avtale med band eller andre som du egentlig har lovt betaling, at de kun får penger hvis du går i overskudd. Det er vanlig at man har en garantisum, og at man også gir en prosent av overskudd. Så det er mange muligheter for å redde seg fra et underskudd. Men det aller viktigste her er god planlegging av hvilke inntekter man har, og hvilke utgifter man kommer til å få. Vær realistisk! Ikke vær for positiv eller negativ når det kommer til å planlegge pengene dine – vær helt realistisk og kartlegg ting så nøye som mulig.

Regnskap

Å føre et regnskap handler om å samle alle utgiftene og inntektene du faktisk har på en god og ryddig måte. Hvis du har fått støttepenger fra noen, så krever de at du rapporterer ved å sende inn et regnskap. Derfor bør du legge litt tid i å lage et godt og enkelt regnskap hvor du kan føre inn tingene etterhvert som det skjer. Ikke la dette ligge til alt er ferdig, men bruk det fortløpende.



Regnskapet bør være helt likt som budsjettet ditt. Men det kan godt hende du må legge til eller fjerne poster for å få det til å bli realistisk. For alt går jo ikke som planlagt alltid, og kommer det en utgift eller en inntekt du ikke har i budsjettet, så må det likevel føres inn i regnskapet.

En veldig viktig ting med et godt regnskap er noe som heter bilag. Bilag er rett og slett kvitteringer eller andre typer dokumenter som bekrefter at du har fått eller brukt penger. Når du får penger får du enten kassaoppgjør fra salg i kaféen, tilsagnsbrev fra de som gir deg støttepenger, eller andre bekreftelser om at du har fått en sum penger. På utgifter er det ofte så enkelt som fakturaer eller kvitteringer. Dette er viktig at du husker på å ta vare på. Vårt beste tips er å ta bilde av dem med mobilen med en gang og lagre dem med hva de gjelder og et nummer, et bilagsnummer. Bilag er et bevis på at du har fått eller har brukt penger, og er påbudt og lagres sammen med regnskapet ditt. Det er forskjellige regler på dette etter hvor stort regnskapet ditt er.

Har dere en klubbkasse på klubben deres, eller en voksen ansatt som kan ta vare på pengene i det kommunale systemet gjennom et prosjektregnskap? Dette kan være enkle måter å få kontroll på økonomien. Det er veldig lurt å få hjelp av en voksen ansatt med økonomien. Blir det krøll i pengene knyttet til et arrangement kan det bli ganske kjipt. Vær nøye på å gjøre dette på en ryddig måte. Her er eksempelet på regnskapet til konserten med Donald & the Ducks. En viktig forskjell på disse to skjemaene (budsjett og regnskap) er at det er en egen kolonne for bilagsnummer. Slik kan man enkelt finne bevisene for de faktiske utgiftene eller inntektene.

REGNSKAP

SAVA KONSERTARRANGØR

Konsertdato: 24.12.2020

Balanse: 58

Main Act: Donald & the Ducks

Support: Bestemor Duck

INNTEKTER

Forklaring		Sum	Bilagsnr.
Billettsalg	Forhåndssalg	7 500	
	Dørsalg	3 000	
Støtte	Frifond	15 000	
	Lokal Sparebank	10 000	
Andre inntekter	Kommunale midler	5 000	
	Klubbkasse	5 000	
	Sponsing	2 500	
		48 000	

UTGIFTER

Forklaring		Sum	Bilagsnr.
Artister	Honorar Main Act	10 000	
	Honorar Support	3 000	
	Transport	1 650	
Hospitality	Mat	364	
	Middag	1 520	
	Backstage	350	
	Hotel	3 548	
Promotering	Annonse SoMe	500	
	Plakattrykk	350	
Teknisk	Lydtekniker	4 000	
	Lystekniker	4 000	
Arrangør	Leie av utstyr	15 000	
	TONO avtale	660	
	Sikkerhet / vakthold	3 000	
	Frivilligmat / goder	356	
		47 942	

SPONSORSTØTTE / LOGO / SAMARBEID

Det kan for mange være interessant å få til sponsing eller samarbeid med næringslivet. Dette skal i utgangspunktet være en byttehandel av tjenester mellom ditt arrangement og for eksempel den lokale Baker Bollesen. Ved at du får penger til ditt arrangement fra den lokale bakeren, vil han få mulighet til å vise frem sin logo og sine varer til ditt publikum som forhåpentligvis vil gi han flere kunder. Dere forhandler med sponsoren om forskjellige ting som kan være attraktivt for den andre parten. Du trenger penger – han trenger kunder. Men her er det mange forskjellige måter å løse det på, og mange feller å gå i. Hvis du er uheldig og går inn i en avtale du ikke har tenkt nøye gjennom, så kan du plutselig få en svær logo på den ene siden av scenen din som du absolutt ikke vil ha der. Vær veldig forsiktig og nøye med hva du sier ja til – passer ikke den ene samarbeidspartneren, så gå i forhandlinger med en annen.

Sponsing er det mange som er profesjonelle på. Idretten er det området som fikser spons og logoeksponeringer absolutt best. Men kulturfeltet er ganske bra de også. Les mer om sponsing og samarbeid hos Norske konsertarrangører sin Arrangørwiki.

SPARING

Det kan være veldig fornuftig å sette seg ned og se på budsjettet ditt med fokus på sparing. Selv om det strengt tatt ikke er nødvendig, så bør du likevel gjøre det. Plutselig ser at du at det er mulig å spare nok penger til å få til noe du ikke trodde i starten. Hvordan kan du spare? Her er noen tips:

- Sjekk prisen hos flere leverandører. Dette gjelder alt fra kioskvarer til levering av teknisk utstyr.
- Leie eller låne? Kanskje du kjenner noen som vil låne deg utstyr som du trodde du måtte leie?
- Prisen på dine varer. Billetter og pris i kiosken osv. Er de reelle, eller kan du øke dem uten at publikum kommer til å reagere? Det er stor forskjell for deg om du tar fem kroner mer for brusen, men den forskjellen merker kanskje ikke kunden.



Når du har et så realistisk budsjett som mulig, så kan du gå i forhandlinger. Ser du at du kommer til å gå i underskudd, så kan du ta kontakt med de du leier av og prøve å forhandle ned prisen. Som vi nevnte tidligere så er det noe som heter underskuddsgaranti. Be dem om å inngå en avtale på at de får én prosent av overskuddet ditt. Men pass på å ikke lov vekk dette til alle – da har du plutselig ikke noe overskudd å dele ut. Vær nøye på å gjøre riktige utregninger, og få hjelp fra noen som er flinke med tall.

HÆ? VIL NOEN GI MEG PENGER?

Å søke penger fra kommunen, staten, Ungdom og Fritids Frifond, banken og mange andre er virkelig noe som er viktig å kunne. Det finnes faktisk ganske mange der ute som gjerne gir deg penger hvis du kan overbevise dem om at ditt prosjekt er det riktige å gi penger til. Så enkelt – men også litt vanskelig. Her er en liste over flere steder du kan søke penger. Så skal vi gå litt nærmere inn på hvordan du kan få til en best mulig søknad etterpå.

Ungdom og Fritids Frifond

- Utstyr
- Aktivitet
- Prosjekt
- Workshops
- Samarbeid

Frifond

- Frifond barn og unge
- Frifond teater
- Frifond musikk

Norsk kulturfond fra Norsk kulturråd

- Visuell kunst
- Musikk
- Scenekunst
- Litteratur
- Kulturvern
- Allmenne kulturformål

Mangfold og inkludering fra LNU

- For å sette fokus på mangfold, holdninger og deltakelse

Du Kan-konkurransen

- Støtter områdene miljø, samfunn, læring, utvikling, liv og/eller helse

Sparebankstiftelsen DNB

- Støtter prosjekter som skaper engasjement som har verdi over tid og involverer frivillige

Nordisk Barne- og Ungdomskomite

- Tilskudd til prosjekter og organisasjonssamarbeid

Norsk musikkråd**Lions****Lokale kommunale midler, ungdomsråd etc**

Et godt tips er også å sjekke ut Legathåndboka – denne kan du låne på biblioteket. Her får du oversikt over de fleste stipend og legater.

HVORDAN SØKE PENGER?**Kriterier og prosjektbeskrivelse**

Hvis du skal søke penger hos noen, så må du finne ut hvorfor de gir ut penger. Dette kalles kriteriene eller samfunnsoppdraget til de som gir ut penger. Dette ligger alltid sammen med søknadsskjema på nettsiden deres. Hvis du ikke finner det der, må du ringe eller sende mail og spørre om det. Det er dette du skal bruke for å skape en best mulig søknad.

Noen eksempler på kriterier kan være:

- Du må være mellom 13 og 20 år for å søke.
- Du kan ikke søke alene som privatperson, men må være en organisasjon eller gruppe på flere personer.
- Du må bo på et spesifikt sted.
- Du må drive med dans, ikke musikk.

Dette er bare noen få eksempler, og det er kjempeviktig at du finner ut av dette før du søker. Søker du et sted hvor du er for gammel eller for ung til å søke, så kommer du aldri til å få penger. Da bruker du bare masse tid på noe du kunne visst på forhånd at ikke var noe poeng å bruke tid på.

Samtidig gir disse retningslinjene deg god hjelp til å finne ut hva som er viktig å tydeliggjøre for de som skal lese søknaden din. For eksempel så finner du kanskje en støtteordning hvor de gir penger til organisasjoner eller grupper som driver med musikk for ungdom mellom 13 og 20 år, og som bor i Bergen. Da må du gjøre alt du kan for å overbevise dem om at det er nettopp dette du gjør. Det gjør du gjennom det som heter prosjektbeskrivelse. Beskriv ditt prosjekt så kort og konkret som mulig, og vis dem at det er akkurat deg de burde gi pengene sine til.

Budsjett og regnskap

De du søker hos trenger så konkret budsjett som mulig. Det er veldig viktig at dette budsjettet går i balanse. Det vil si at du ikke planlegger å gå i underskudd eller overskudd. Det er aldri dumt å vise til at du har fått inn penger fra andre støtteordninger. Det viser bare at folk tror på prosjektet ditt, og det gir troverdighet. Hvis noen stoler på deg, så er det lettere å overbevise andre om å stole på deg.

Når du er ferdig og skal rapportere om at pengene du har fått er brukt slik du lovte, så må du sende et regnskap tilbake til de du fikk penger fra. Se avsnittet om budsjett og regnskap for å vite hvordan du gjør dette best mulig.

Bruk god tid!

Som regel ønsker de gjerne å gi penger til prosjekter som er nyskapende, attraktive og godt planlagt. Viser du at du vet hva du gjør, at du har tro på prosjektet og at du gjør det på en profesjonell og god måte, så når du ofte frem. Skriver du en søknad som har masse skrivefeil, dårlig språk og ikke forklarer hva prosjektet går ut på, så vil du ha problemer med å få penger. Bruk mer tid på en søknad enn du tror det tar. Tenk slik: Bruker du tre timer på en søknad, og får 15 000 kroner til ditt prosjekt, så har du hatt en timelønn på 5 000 kroner i timen for å skrive søknad. Det er ikke så galt!

Øv!

Skriv mange søknader. Øv på dette. Du blir bare bedre og bedre. Her er to gode tips for å bli flink til å søke:

- Ring! Ta opp telefonen og ring til de som har støtteordningen. Snakk med dem og forklar prosjektet ditt. Hør med dem hva som er realistisk å få i støtte og hva de er mest interessert i å få forklart rundt prosjektet ditt. Det som skjer da er to ting:
 - I Du vet hva de ser etter når de leser søknaden, og da klarer du å skrive en bedre søknad.
 - II De husker deg kanskje når de ser din søknad. Har du gitt et godt inntrykk på telefonen, så vil det telle positivt når de behandler din søknad.

- Ring igjen! Får du nei, eller du får mye mindre penger enn du hadde søkt om, ring tilbake. Spør hva som gjorde at du ikke fikk det du hadde søkt om. Kanskje var det noe med søknaden din som gjorde at de ikke ville gi deg penger. Da lærer du det, og så gjør du ikke den feilen en gang til.

HER ER NOEN EKSEMPLER PÅ GODE SØKNADER SOM UNGDOM OG FRITID SIN FRIFOND-ORDNING HAR GITT PENGER TIL. BRUK GJERNE DISSE SOM INSPIRASJON FOR DIN SØKNAD.

ABILDSØ UNGDOMSKLUBB (OSLO)

TITTEL: FANFIC CAFÉ

Kategori: Prosjekt

Sum 30 000,-

Idè og innhold

Vi vil lage et blad og en nettside der vi vil invitere alle som bruker klubben til å bli med. I bladet vil vi skrive originale historier, illustrere karakterer og steder fra universet vårt. Bladet kommer også til å inneholde oppskrifter på mat som er med i historien.

For å lage bladet vil vi bruke digitale tegnebrett. Vi vil også kjøpe inn Adobe-pakken slik at vi kan tegne i Photoshop og lage bladet i InDesign. I oppstartsfasen av prosjektet vil vi invitere alle på klubben på et infomøte/pizzamøte i oppstartsfasen der vi vil fordele roller og ansvar. Det vil være to voksne på klubben som vil være med å hjelpe oss til å produsere bladet, de har begge erfaring med å bruke adobepakken og med å skape kreative prosjekter. Underveis i prosjektet vil vi legge alt vi arbeider med ut på en nettside, der alle interesserte kan følge prosessen vår fra start til slutt. Nettsiden skal være interaktiv, det skal være et skjema der alle kan fylle inn en karakterprofil og laste opp tegningen av sin egen karakter. Alle tegningene som lastes opp vil være synlige på nettsiden.

Vi vil i hovedsak arbeide i åpningstidene til klubben, hver tirsdag fra 18–22. I tillegg planlegger vi en hyttetur over en helg der vi skal arbeide i dybden med prosjektet.

Presentasjon

Prosjektet heter Fanfic café og er et originalt univers laget av meg (Elise) og vennene mine. Vi har tenkt å lage et blad og en nettside basert på dette universet hvor vi har med historier, tegninger, aktiviteter, osv.

Mål

I ett år har vi hatt en tegnegruppe på Abildsøklubben. I løpet av dette året har Elise og vennene hennes utviklet et originalt univers som heter Fanfic café. Vi ønsker å lage et prosjekt for tegnegruppa slik at de videre kan utvikle universet de har skapt, lære nye teknikker gjennom å digitalisere tegningene sine og utvikle sin kreativitet. Vi opplever prosjektet som veldig positivt på klubben og at mange av barna som bruker klubben blir inkludert i prosjektet. Frem til desember vil målet være å produsere et blad som handler om Fanfic cafe og en nettside. Tegnegruppa ønsker selv at dette skal være et prosjekt som inkluderer alle som ønsker å delta på prosjektet. Og har laget en liste med ulike roller i prosjektet. Rollene omhandler alt fra å være skribenter, reklame skaper, baker (teste ut oppskriftene som skal være med i prosjektet), lage vitseside, være editor og skrive spalter. Målet skal være at alle som vil kan delta med noe de liker å gjøre

Elise sier selv om prosjektet:

- Vi ønsker å dele vår visjon og la universet vårt vokse med flere karakterer.
- Det er morsomt å se våre karakterer i vårt eget univers og mange blir involvert
- Vi vil lage et blad som er ferdig til jul

Initiativet til prosjektet kommer fra tegnegruppa selv. Målet med prosjektet er at det skal eies av dem som bruker klubben selv. På lang sikt håper vi dette kan stimulere til flere prosjekter og at flere ser mulighet til å skape sine egne prosjekter på klubben.

Målgruppe

I prosjektet vil det i hovedsak være dem som benytter seg av fritidstilbudet på Abildsøklubben som vil være deltakere. I dag er dette gutter og jenter, fra 5–8.klasse. De fleste er fra Abildsø, i Østensjø bydel.

Gjennom magasinet og nettsiden som vi planlegger å produsere tenker vi at vi vil nå mange flere. Her vil vi kunne nå alle kjønn og ungdom over hele landet. Nettsiden vil være interaktiv, og alle vil ha mulighet til å tegne sin egen karakter og laste opp på nettsiden.

Handlingsplan:**Forberedelser til prosjektet:**

1. Kjøpe utstyret til prosjektet (ansvarlig Elise og Bjørn Erik)
2. Rekruttere gruppen som skal arbeide med prosjektet. Vi inviterer på pizzamøte der alle som er interessert kan delta. (Ansvarlig: Tegnegruppa og Bjørn Erik)
3. Kjøpe domene og opprette nettside (klubbleder karoline)
4. Fordele ansvarsområder og roller (tegnegruppa og Bjørn Erik)

Pre-production:

5. Lage en layout
6. Lage utkast og skisser til alle sidene i bladet
7. Skrive historien om fanfic café
8. Lage oppskrifter til matlagingsidene, repotasjer, skrive vitser, spalter, og innhold i reklamene.

Production:

9. Tegne alle sidene inn på Photoshop
10. Skrive tekstene
11. Bake og teste oppskrifter

Post – production:

12. Lage layout
13. Siste gjennomgang av bladet
14. Trykk og print
15. Invitere til lanseringsfest
16. Arrangere lanseringsfest
17. Evalueringsmøte med alle som har deltatt.

UTGIFTER

Adobepakken	7 832
Trykk av bladet (50 eksemplarer)	1 700
Tegnebrett x 2	4 200
Domene og nettsideprogram (wix)	1 800
Kjøp av datamaskin	10 000
Tusjer og tegneark	2 500
Pizzamøte	1 000
Innkjøp til å lage oppskrifter	800
Hyttetur	5 000
Lanseringsfest	1 000
Sum utgifter	35 832

INNTEKTER

Frifond	30 000
Klubbkasse	5 832
Sum inntekter	35 832

HUNSTAD KULTURSENTER (BODØ)
TITTEL: HUNSTADFESTIVALEN 2018
Kategori Prosjekt

Sum 30 000,-

Idé og innhold

Hunstad Kultursenter er et fritidstilbud for ungdom mellom 13–18 år i Bodø. For andre gang skal vi lage festival for, av og med ungdom. 27. april 2018 arrangeres Hunstadfestivalen i og rundt våre lokaler.

Festivalen skal være gratis, rusfri og åpen for alle, men målgruppen vår er 13–18 år. Hunstadfestivalen er et av få festivaltilbud i Salten for ungdom. Vi arrangører setter stort fokus på at det skal finnes et godt kulturtilbud for ungdommen.

Vi ønsker og gi ungdom en arena der de kan fremføre det de liker og gjøre. Derfor er det ett ungdoms crew på 9 personer som skal være med og arrangere festivalen, og vi kommer til å booke ungdommer som skal opptre.

Presentasjon

Fredag 27. april skal crewet på Hunstad kultursenter arrangere festival. Vi ønsker å vise frem det myldrende kulturmiljøet i Bodø. Hele festivalen skal være for, av og med ungdom.

Mål

Målet er at alle skal få mulighet til å ikke bare oppleve, men også delta og forme arrangementet. Et annet mål vi har satt oss et at vi skal «løfte» frem upcoming artister fra Bodø og omegn.

Målgruppe

Vår målgruppe er ALLE ungdom mellom 13 og 18 år, men vi ønsker å gjøre festivalen til en slags åpen dag, hvor foreldre og søsken kan ta en titt på vårt kulturtilbud.

Handlingsplan

Crewet er en gruppe ungdommer med ca. 15 medlemmer. Vi arrangerer konserter, diskoteker, åpen scene og andre

aktiviteter på senteret. Vi har fått det meste av ansvar under de tidligere arrangementene, og har relativt god erfaring som arrangører. Det er valgt ut en matansvarlig, en promo-ansvarlig, en som er ansvarlig for dokumentasjon, en teknisk ansvarlig, en aktivitetsansvarlig og en booking-ansvarlig. De ansvarlige skal følge opp sitt ansvarsområde blir planlagt og utført. De ansvarlige skal dermed delegere ut oppgaver til crew-medlemmene, men også være med aktivt både i utførelsen og planleggingen. Til nå har vi booket en god del artister, forberedt promo, planlagt festivalområde, budsjett, aktiviteter, mat osv. Booking-ansvarlig/teknisk ansvarlig jobber fortløpende etter som at vi booker artister med å sjekke opp om vi har det tekniske utstyret de krever, men det ligger an til at vi blir nødt til å leie en god del. Vi kommer også til å jobbe med støtte fra lokale organisasjoner fremover, for eksempel sanitetsforeningene og BUR (Bodø Ungdomsråd).

Vi har startet promoteringen ved å slippe event på Facebook, og opprettet egen Instagram, og Snapchat-konto for å komme med oppdateringer. Når programmet er på plass kommer vi til å trykke plakater og flyers, og ukene før arrangementet skal vi prøve å få omtale i lokale medier. Under arrangementet samarbeider vi med de andre fritids-sentrene i kommunen, slik at de stiller med personal for å jobbe på festivalen, og alle crewene deltar med aktiviteter.

UTGIFTER

Honorar artister	30 000
Transport	10 000
Promotering	5 000
Leie av utstyr	5 000
Sum utgifter	50 000

INNTEKTER

Frifond	30 000
Egne midler i klubben	20 000
Sum inntekter	50 000

PROGRAM OG BOOKING

Det finnes to motivasjoner for booking av artister.

- Den ene er at du selv veldig gjerne ønsker å se eller høre en artist og booker den.
- Den andre er at du vet at publikummet ditt veldig gjerne ønsker å se eller høre en artist.

Det trenger ikke nødvendigvis være en sammenheng mellom disse to tingene. Men det er veldig viktig at du vet grunnen til at du prøver å booke en artist. For eksempel så kan det av og til være aktuelt å booke en artist som selger mye billetter, uten at du liker artisten selv. Det kan være for å få folk til å komme eller rett og slett bare for å tjene penger. Tjener du penger på en artist, så kan du bruke de pengene på å booke den artisten du egentlig ønsker at skal spille, men som ikke trekker så mye folk at du klarer å selge nok billetter til at regnskapet ditt går i pluss.

Å booke handler i bunn og grunn om to ting;

- Sjekke om artisten du ønsker faktisk har tid og mulighet til å komme.
- Forhandlinger mellom en arrangør og en artist om lønn til artisten, overnatting, mat, reise, fordeling av eventuelt overskudd på billettsalg med mer.

Mindre og ikke så kjente artister kan av og til gjøre denne jobben selv. Men når man skal booke større artister, så må man ofte forhandle med en bookingagent eller manager. Dette er profesjonelle folk som lever av å forhandle og selge inn sine artister til konserter og festivaler. Vi anbefaler at du får hjelp av en voksen eller ansatt til å gjøre dette, da det ofte kan gå fort i svingene, og det er vanskelig å forstå alle ord og uttrykk og hva man faktisk sier ja og nei til i en kontrakt. Etter at man er ferdige med å forhandle, skriver man under en kontrakt som binder artisten og deg som arrangør til å gjøre det dere er blitt enige om. Denne kontrakten kan ofte være veldig innholdsrik og stor. Pass på å få en voksen, som har jobbet med booking før, til å lese gjennom og hjelpe deg med kontrakten før du skriver under.





Hvordan gjør vi dette?

Dette er ikke enkelt. Så har vi i hvert fall sagt det med en gang. Men det er ganske moro å få til når man klarer å lande en booking av den artisten man ønsker seg. På samme måte som med søknader til støtteordninger, så krever også dette mye øving.

Men husk dette:

- De du forhandler med kjenner deg ikke. Du må overbevise dem om at du er dyktig og at du klarer å gjennomføre et bra arrangement.
- Har de ikke hørt om deg eller ditt arrangement, så må du vise til hva du har gjort tidligere. Du må bygge deg et godt rykte.
- Det er mye lettere for de som har booket mye å få til bookinger. Dette handler om at bransjen er ganske liten, og at folk i bransjen har et behov for å stole på de de forhandler med.
- Det kan ofte være lurt å ha med en voksen, erfaren person til å gjøre forhandlingene.
- De du forhandler med ønsker å tjene penger. De bryr seg ikke så mye om du tjener penger.
- Å forhandle betyr at de prøver å få mest mulig penger ut av deg, og at du skal få til å betale dem minst mulig. Gå flere runder med forslag før dere til slutt blir enige. Aldri gå inn på første forslag fra management eller bookingagent.

Bli du ikke tatt på alvor?

Dette er noe som møter alle som begynner å booke. Det er ingen som er født til dette. Dette er noe alle må lære, både arrangører, artister og bookingagenter. Ha dette i bakhodet når du går inn i en bookingprosess. Ha respekt for den personen du forhandler med, og forvent respekt tilbake. Hvis du opplever at du ikke blir tatt på alvor, så vis til at du er seriøs ved å vise frem et konkret grunnlag for hvorfor du forhandler som du gjør. Vil en agent ha 50 000,- for en artist, men du mener at dette er altfor dyrt, så må du fortelle agenten hvorfor du mener det. Her er noen tips:

- **Budsjett og inntekter.** Vis til ditt budsjett, og hva du kan forvente av billettsalg og inntekter. Har du

- for eksempel plass til 100 personer som betaler 120 pr. billett, så har du maks inntekt på 12 000,-
- **Tilsvarende arrangementer.** Vis til tidligere konserter og billettpriser som artisten har gjort som kan forsterke ditt synspunkt på prisen. Hvis artisten har spilt på en konsert tidligere i byen hvor billettprisene var 150, og du vet at det kun var plass til 90 personer. Hvorfor sa artisten ja til dette når de fikk inn 13 500,- og så vil de ikke si ja til deg?
 - **Utgifter.** Vis til de andre utgiftene som ligger til bookingen. Mat, teknikere, innleie av backline, eventuelt hotell osv. Alle andre utgifter du har for at artisten skal få spille, skal også være med i forhandlingene. Bruker du 25 000,- på alt annet enn honoraret til artisten, så blir regnestykket slik; 25 000 + honorar = total sum for artist. Er det flere artister, som f.eks. under en festival, så fordeler man gjerne denne summen på antall artister. Kort sagt, vis til hva det faktisk koster å ha inn artisten du ønsker å booke overfor agenten eller artisten. Dette gir agenten eller artisten en mulighet til å forstå hvorfor du byr som du gjør.
 - **Forhandling.** Forstå at en agent vil prise artisten du ønsker å booke så høyt som mulig, fordi det ligger en økonomisk gevinst til agenten gjennom bookingen. Det er vanlig at agenter får en prosentandel av summen som honoraret til artisten lander på. Dermed er det interessant å forhandle opp et så høyt honorar som mulig. Da hjelper ikke argumentet med at man har verdens beste vafler på backstage, eller at kokken lager den beste backstagematen.

Men det aller viktigste å huske på her er at man skal vise gjensidig respekt. De som har jobbet med booking lenge i bransjen kjenner hverandre, og de respekterer hverandre. Dette baserer seg på samarbeid de har hatt gjennom flere år. Du må med andre ord skape deg et rykte, slik at de kjenner deg og vet hva du er god for. Ønsker du å jobbe med booking, så må du bruke mye tid på å bli kjent med folk og vise dem at du er flink.

Arrangørwiki

Du finner veldig mye god hjelp direkte hos nettstedet til Norske Konsertarrangører www.konsertarrangor.no.

Her er maler og hjelp til å forstå prosessen og hvordan man skal gå frem. De seriøse og profesjonelle artistene og bookingagentene forventer at man forholder seg til dem som profesjonelle arrangører. Skal du booke en stor artist, så må du forberede deg godt, og lære deg litt om hvordan dette fungerer før du sender mail og spør om artisten kan komme. Jo mer profesjonell du virker overfor artisten, jo mer profesjonell forholder artisten eller bookingagenten seg til deg. Et tips er å være ærlig og konkret med de tingene vi har jobbet med tidligere i boka for å vise til at du har en plan både med markedsføring, økonomi og avvikling av prosjektet. Får artisten eller bookingagenten et inntrykk av at dette prosjektet er solid og har en god styring, så er sjansen større for at de prøver å få til å spille på ditt arrangement. Hvis de ikke tror på at du har kontroll, så kommer de ikke til å være særlig forhandlingsvillige overfor deg.

HVA HVIS NOE SKJER?

HMS – HELSE, MILJØ OG SIKKERHET

Kjempeviktig, litt vanskelig og noe du definitivt bør tenke på i planleggingsprosessen. Dette handler om å forberede seg på ulykker og andre ting som kan skje akutt under ditt arrangement. Kort fortalt handler det om å vite at du har et førstehjelpsskrin, hvor det ligger og hvordan du bruker det. Men det handler også om mye mer enn det.

Helse

Der det er mange folk samlet under et arrangement, er det større sannsynlighet for at det skjer noe som kan skade én eller flere personer. Noe kan være alvorlig og noe kan være så lite som et skrubbsår. Uansett, så må du ha en plan for å ta vare på de som kommer på ditt arrangement. Skal du samle masse folk til en konsert, så anbefaler vi deg å ta en prat med en som har erfaring med dette for å finne ut hva som må gjøres. Det kan gjerne være en som er vant til å lage arrangement på akkurat det stedet du skal ha ditt arrangement.

Miljø

Handler om at det skal være hyggelig og trygt å være hos deg på ditt arrangement. Hvis publikum føler seg trygge og at det er et godt miljø på arrangementet, så vil ting gå roligere for seg og sannsynligheten for skader og problemer bli mye mindre. Dette er også ting du kan forberede deg på med tiltak som vil hjelpe deg under avvikling. Miljø handler også om klima, for eksempel kildesortering og prosedyrer for hygiene.

Sikkerhet

Det er veldig viktig at du passer på sikkerheten til de som kommer på ditt arrangement. Pass på at noen kan avverge en eventuell slåsskamp, forvise folk som ikke oppfører seg og hjelpe folk som trenger hjelp. Du må vite at du har kontroll på nødutganger, at du vet at brannalarmen fungerer og at du ikke har for mange personer inne i lokalet. Veldig mange av disse tingene er lett å få kontroll på og planlegge, men de er veldig vanskelige å gjøre noe med hvis du ikke har planlagt det godt.

HVORDAN GJØR VI DETTE?

Igjen må vi analysere. Vi må sette oss ned og se på hva som kan gå galt, hvor alvorlig det vil være hvis det skjer, hva som skal gjøres for å unngå at det skjer og hva vi må gjøre hvis det skjer. Denne analysen heter ROS. ROS betyr Risiko og Sårbarhetsanalyse.

Her skal du tenke over alt mulig som kan gå galt. Alt fra alvorlige hendelser som kan gjøre at noen dør, til at folk forstuer ankelen eller får et skrubbsår. Det handler om dette:

- Hva kan skje?
- Hvor alvorlig er det?
- Hva skal vi gjøre?
- Hvor kan vi få hjelp?

Sett deg ned med prosjektgruppa og finn på masse ting som kan skje under arrangementet ditt – både sannsynlige ting og nesten helt usannsynlige ting. Skriv dem ned i et Excel-ark eller lignende.

RISIKOBILDE

		Risikovurdering		
Sannsynlighet	Svært sannsynlig / skjer ofte	3	6	9
	Sannsynlig / har skjedd	2	4	6
	Lite sannsynlig / kan skje	1	2	3
		Midlertidig skade	Varig skade	Død
		Mulig konsekvens		

Når du har skrevet ned alle tingene dere kommer på, kan du ta frem denne tabellen som vi har satt inn her. Finn ut hvilken grad av sannsynlighet og alvor som er riktig for hver av tingene dere har på arket.

Så til slutt må du bestemme deg for hva du skal gjøre i forkant for å unngå at det skjer, og hva du må gjøre under arrangementet hvis det faktisk skjer. Alt fra å lagre nødnumre på telefonen og bestemme hvem som skal ringe, til å sette frem førstehjelpskrin og brannslukker og fortelle alle andre hvor det står.

HER ER ET EKSEMPEL FRA UKM KRISTIANSAND 2018 FOR DEN ENE SCENEN VI BRUKTE DER.

En av tingene som ble skrevet ned av det som kan skje var «snuble i ledninger». Det ble gradert som risikobilde 1. Altså at det er lite sannsynlig – men kan skje, og at det kun vil gi midlertidig skade. Tiltaket er da å teipe ledningene skikkelig fast i gulvet. Måten man regner seg fram til risikobilde er Sannsynlighet x Mulig konsekvens = Risikobilde.

Nr	Hendelse	Risiko- bilde	Tiltak	Ansvarlig person
1	Slåsskamp	1	Tilkalle politiet	Nærmeste voksen
2	Snuble i ledninger	1	Passe på at ledninger er teipet til gulvet.	Teknisk
3	For høy lyd	2	Prøve å tilpasse seg	Espen
4	Hvis ledninger ikke fungerer	X		Teknisk
5	For mye publikum	4	Dårlig luft og lite plass, vi holder oss til hvor mye vi får plass til.	Tom Andreas
6	Anfall	1	Kontakter 113	Nærmeste voksen
7	Sniking	2	Glemmer å betale billetter, prøver å huske personen og kaste han/hun ut.	Innslipp
8	Ikke til stede	2/3	Gjør seg ikke klar eller ikke til stede før showet, at deltakeren er alltid backstage.	TomA, konferansier

9	Falle ned trappa	2	Bratt trapp ned til vest i bylen, at man ikke må løpe ned.	Nærmeste voksen
10	Skade på scenen	1	Tilkalle en voksen	Teknisk
11	Vondt i halsen	6	Er forkjølet før showet	Ingefærssaft
12	Utålmodig publikum	3/4		Konferansier

VURDER UTFORDRINGER OG STYRKER

Et verktøy som kan være lurt å bruke for å kartlegge utfordringer og styrker underveis eller i forkant av prosjektet er en såkalt SWOT-analyse. Her er en kort innføring i dette verktøyet.

SWOT står for «Strengths», «Weaknesses», «Opportunities» og «Threats». Poenget med en SWOT er å kartlegge hvilke utfordringer og styrker prosjektet har eksternt og internt. Det vil si at man jobber for å finne ut hva slags utfordringer som kan oppstå utenfor, og internt i prosjektet, som påvirker prosjektet positivt eller negativt.

Strengths handler om hva slags styrker prosjektgruppa har. For eksempel så vil det være en styrke om en i gruppa er musiker, hvis man for eksempel skal gjennomføre en Åpen Scene. Da trenger man kanskje ikke hjelp fra andre til å gjennomføre scenerigg, stemming av gitarer og innstillinger på gitarforsterkerne. En styrke for et arrangement som skal ha kiosksalg kan være at noen har foreldre eller kontakter som kan skaffe billige varer, bake kaker eller jobber i Coca Cola.

Weaknesses er hva som mangler i gruppen for å gjøre jobben enklest mulig. Svakheterne til gruppa. For eksempel er det en svakhet for et LAN om prosjektgruppa ikke har noen med teknisk kompetanse eller er vant til å game.



Poenget med disse to er at det er noe som gir dere styrker eller svakheter internt. Det er som oftest enkelt å løse – og lett å planlegge og finne løsninger på.

Opportunities er muligheter som kan oppstå som gjør det lettere å gjennomføre, eller gjøre prosjektet bedre. Dette kan være oppgradert bredbånd for et LAN, gode bølger under en surfekonkurranse, eller liknende.

Threats er trusler som du ikke kan gjøre noe med, men må vite hvordan du takler. For eksempel så vil dårlig vær være en trussel for et skirenn eller en utekonsert på sommeren. En uforutsett strømstans eller nedetid på bredbåndet kan være en trussel for et LAN. Planlegg for det verste, og ha gode løsninger hvis noe slikt skjer. Så får man bare håpe på det beste.

Poenget med de to siste er at dette er ting som påvirker ditt prosjekt, som du ikke kan gjøre noe med. Du må rett og slett bare forholde deg til det, og legge en plan for å få mest mulig ut av mulighetene, og redusere truslene.

Hvordan gjør vi dette?

Forslag til hvordan dere kan jobbe med dette verktøyet:

- Hver deltaker i gruppa får et skjema hver. Gjerne på A3 for å ha god plass.
- Alle i gruppa skriver inn sine egne ting på Strengths og Weaknesses.
- Gå gjennom disse sammen i gruppa og skriv opp dette på et felles skjema, gjerne et stort et på en vegg. Diskuter gjerne hvert punkt og se på om alle er enige, eller om noen ting kan flyttes fra Strengths til Weaknesses eller motsatt. Det kan hende man ikke alltid ser på ting på samme måte.
- Gå videre til de to siste boksene Opportunities og Threats.
- Få opp alt på fellesskjemaet, diskuter og flytt på ting.
- Se på hele skjemaet under ett. Er dere enige om at det som står i de forskjellige boksene er relevante, og at dette må inn i planleggingen?

- Gå i gang med å sette inn relevante arbeidsoppgaver for å løse disse interne og eksterne utfordringene i «Hvem, Hva, Når»-skjemaet deres. Fordel arbeidsoppgaver og når det må være ferdig.
- Kan noen av styrkene eller mulighetene dere fant i SWOT hjelpe i arbeidet med å løse noen av arbeidsoppgavene i «Hvem, Hva, Når»-skjemaet deres? Gå gjennom og tilpass arbeidsoppgavene i forhold til dette. Hvis det for eksempel viser seg at faren til han som har bookingansvar driver et lydtelefirma, så vil dette være til stor hjelp for hun som har ansvar for det tekniske.

Å gjøre en SWOT-analyse krever at hele arbeidsgruppen er tilstede. Det er viktig at man ser på analysen sammen, og diskuterer om man er enige i plasseringen av hver ting. Ofte ser man forskjellig på situasjoner. Diskuter gjerne om en ting er en trussel eller en mulighet.

Strengths	Weaknesses
Opportunities	Threats



ER DU KLAR FOR DET SOM KOMMER?

Har du brukt god tid og jobbet godt med planleggingen? Er du klar for å realisere drømmen din og lande med begge beina på jorda? Eller lande flyet på en trygg og rolig måte?

Hvis du har gjort en god jobb med planleggingen, så vil du merke at dette går ganske knirkefritt, og at det kanskje også blir tid til å sette seg ned og nyte arrangementet. Hvis du derimot ikke har planlagt og forberedt alt, så vil du få deg noen travle timer eller dager. Men uansett – du må klare å gjennomføre. Det er nå alt du har planlagt skal skje. Det er nå det blir gøy!

Det viktigste med prosjektperioden, som vi har snakket om før, er å ta seg god nok tid til å gjøre et godt og grundig planleggingsarbeid. Da har du verktøy som tar høyde for uforutsette utfordringer som helt garantert vil dukke opp under gjennomføringsfasen. For det kommer til å skje ting som du ikke har forutsett – uansett hvor godt du har planlagt. Forskjellen er bare at ved god planlegging vil du ta høyde for så mye at du har tid og overskudd i gjennomføringsfasen til å takle de utfordringene som kommer.

Det beste tipset vårt nå er – stol på planen din!

STOL PÅ PLANEN DIN!

Du har sannsynligvis brukt en god del tid på å lage en plan. Kanskje er denne planen kjempegod, eller kanskje ikke. Men du skal likevel stole på denne planen. Du har hatt mye bedre tid på deg når du laget planen, enn du har under selve gjennomføringen. Det du ikke helt forstår mens du er midt i gjennomføringen, er kanskje bestemt på grunn av noe du ikke klarer å forstå midt i alt stresset. Det vi prøver å si er at du må stole på planene som er lagt. Ikke bruk tid på å forandre på planene og analysere ting under selve gjennomføringen. Det har du ikke tid til. Du må fokusere på å gjøre oppgavene du har bestemt deg for å gjøre. Er det ting du mener bør endres eller gjøres annerledes så kan du ta dette opp med prosjektlederen direkte, eller skrive det på en lapp og ta det opp under evalueringen.

Selvsagt er det muligheter for å gjøre ting spontant. Kommer du på en god idé og dere har tid til å ta tak i det, så kjør på. Men dette er det veldig viktig at prosjektlederen er involvert i. Spontane ting må ikke ta plassen til planlagt arbeid. Dere må jo klare å komme dere i mål.

Når vi snakket om prosjektpila tidligere i boka, så vi fremover mot det store målet. Delmålene var veien frem til selve arrangementet og målet – drømmen. Nå er dere i den fasen hvor dere skal klare å komme dere i mål og treffe de målene dere har planlagt å treffe. Kjør på!

GODE VERKTØY FOR GJENNOMFØRING

To do-lister

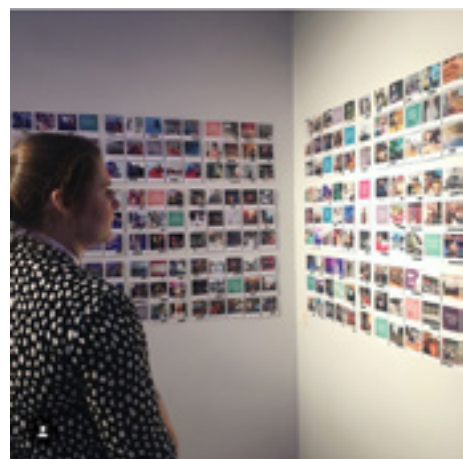
Lag deg lister over hva du skal gjøre. Sorter dem etter hva som tar lang og kort tid å gjennomføre, og hva som er viktig og ikke så viktig at du får gjort. Hvis noe er viktig å få gjort, men tar lang tid, så må du prioritere og ta grep slik at du får gjort det. Hvis du har litt tid til overs, så kan du gjøre de tingene som tar kort tid og som ikke er så viktige at du får gjort. Kanskje du skal droppe de tingene som ikke er så viktig å få gjort og som tar lang tid å gjøre?

Og ingenting er så gøy som å krysse av ting som er blitt gjort på lista di. Pass på å feire med et klapp på skulderen eller et lite drops for hver ting du kan krysse av. Når du har krysset av hele lista feirer du med et kakestykke mens du lager en ny liste. For innen den tiden du har krysset ut hele den listen du lagde, så har du helt sikkert nok ting du må få gjort til å lage en helt ny en.

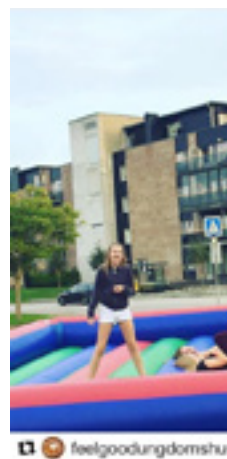




Ungdommens Hus, Røros



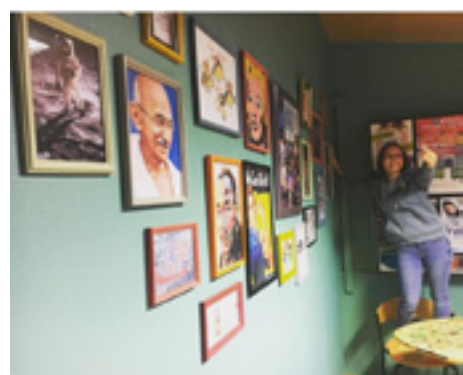
Hell, Trondheim



FeelGoodungdomshus,



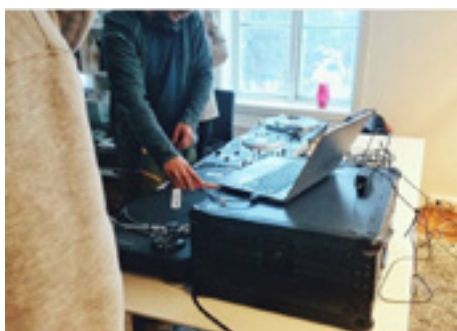
Sava, Kristiansand



Huset, Alta



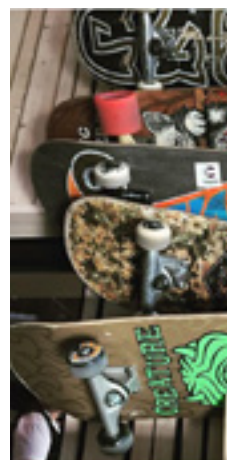
Bootleg, Ungdommens



Kulturhuset Gimle, Bodø



FeelGoodungdomshus, Sola



Kimen kulturhus, Stjørd

HER ER SKJEMAET DU KAN BRUKE FOR Å KARTLEGGE ARBEIDSOPPGAVENE DINE:

	Kort tid	Litt tid	Lang tid
Veldig viktig			
Litt viktig			
Ikke så viktig			

Hvis du mener at oppgaven tar lang tid og ikke er så viktig – så lander du på rødt. Da kan det hende du bør droppe den. Hvis noe er veldig viktig og tar kort tid, så sett den på toppen av lista di med en kort tidsfrist. Pass på å tilpasse rekkefølge og frister slik at du klarer å gjøre alle tingene.

LISTA DI BØR SE SLIK UT:

Oppgave	Fargekode	Frist	Gjort
Bestille mat til backstage		09.02	X
Ordne rutere til bredbånd		18.02	
Blåse ballonger		15.02	
Male gulvet på scenen en gang til		20.02	



Teamrom

Prosjektgruppa bør ha et eget hovedkvarter som er bare deres område. Sett av et kontor eller et rom som har mat, godteri, kaffe, vann og noen gode stoler og bord til å jobbe på. Dette rommet skal kun brukes av prosjektledelsen og skal være et rolig sted. Her kan dere ta tak i viktige ting, ta avklaringer og slappe av.

Teammøter – oppdateringer

Det er veldig viktig at dere planlegger obligatoriske ledermøter gjennom hele gjennomføringsperioden. En til to ganger om dagen bør dere samles kort for å fortelle hverandre hvordan det går og hva som brenner akkurat nå. Er det noen utfordringer og trenger dere hjelp fra noen? Fordel arbeid og se til at det ikke er noe som ikke blir gjort. Gjør dette på prosjektgruppa sitt teamrom.

Sjekk inn og sjekk ut

Når dere møtes for dagen, og før dere går for dagen så bør dere ta en innsjekk og utsjekk. Dette gjøres ved at hvert team møtes uten å jobbe i 5–10 minutter.



På innsjekk går leder gjennom hva som skal gjøres og setter agendaen, og alle får mulighet til å si noe helt kort om forventningene til dagen.

På utsjekk går lederen gjennom en kort oppsummering av dagen og om alle målene er nådd. Alle deltakerne får mulig til å si noe om hvordan dagen har vært og om noe må tas tak i neste dag. Dette gir rom for å lufte glede og frustrasjon før man går hver til sitt.

Idé og frustrasjonsbank

Ikke alle ting må tas direkte eller fikses med en gang. Derfor bør dere ha en frustrasjonspostkasse, eller en fellestavle på teamrommet hvor ting som dukker opp kan postes, og tas tak i ved en anledning. Det er ikke alltid bra å gå rundt å vente på en mulighet til å lufte en frustrasjon midt i alt kaoset. Dette kan også være positive ting som man mener bør tas tak i eller tas med på evalueringen.

Lett på trykket

Ikke gå rundt og vær irritert eller snakk med deg selv om

alt som frustrerer deg. Få det ut, og snakk med ledere for prosjektet om frustrasjonene. Det er aldri en god idé for deg selv eller for prosjektet at du går rundt som en bombe som snart eksploderer. Få det ut.

Pauser

Det burde egentlig ikke være behov for å skrive dette en gang til. Men vi gjør det likevel. For det er så viktig, og så utrolig lett å glemme. Ta deg en pause, få litt frisk luft og drikk vann.

Mat, vann og kaffe

Til og med dette må gjentas, fordi det er så viktig. Det er så lett å glemme å spise, ta matpause og drikke vann. Få det inn i planene, legg til rette for at det er plass og tid til å sette seg ned og drikke kaffe og vann. Uten dette går man altfor fort tom for energi.

Walk and talk

Er det noe kjapt og kort som trengs og luftes, diskuteres eller snakkes om mellom deg og prosjektlederen i prosjektet, ta det mens dere går fra A til B. Man må ikke gjøre alt på teamrommet eller under et møte. Det hjelper ofte å få tatt ting litt kjapt og direkte. Dette er fint å gjøre mens dere går fra et sted til et annet, og ikke mens dere sitter sammen.

Kommunikasjonsmetoder

Legg til rette for at dere kommer fort og effektivt i kontakt med hverandre under avvikling. Walkietalkie, Facetime, eller andre ting. Pass på å være tilgjengelig for hverandre. Ingenting tar mer energi og skaper mer frustrasjon enn å løpe rundt i ring for å finne hverandre når det brenner et sted. Dette må tilpasses deres lokale og hva dere trenger for å få til en god kommunikasjon.



DEN VIKTIGSTE PERIODEN I PROSJEKTET?

Å evaluere betyr å vurdere. Evaluering kalles av mange den viktigste perioden i et prosjekt. Samtidig så er det den perioden de fleste hopper over. Etter at man har landet og man har fått til det man hadde planlagt og satt seg som mål, må man evaluere. Det er lett å bare legge prosjektet bak seg og tenke at man sikkert husker ting til neste gang. Det er ikke tilfellet. Man må gjøre en god jobb etter landing for å kunne lære mest mulig og få til noe enda bedre neste gang. Det er tid for refleksjon, tilbakemeldinger og ferdigstilling av papirarbeidet. Vårt beste tips til dette arbeidet er å ha fokus på det positive, og være flinke til å finne løsninger på det som ikke gikk så bra. Ikke grav dere ned i det negative. Det har ingen verdi.

Papirarbeidet og regnskapet

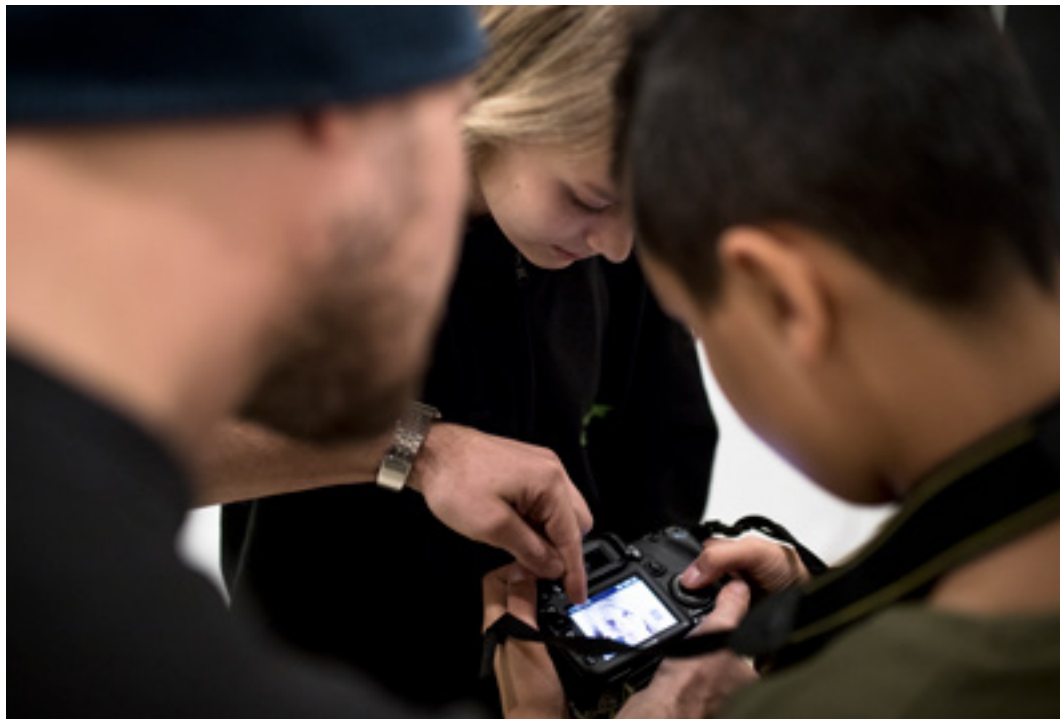
Først – få unna papirarbeidet. Det er forskjellig fra prosjekt til prosjekt hvor mye som må gjøres her. Men få det unna! Vi snakker om regnskap, rapporter, ta vare på bilder og videoer og samle inn alle lister og liknende som du vil bruke neste gang. Lagre det et sted som er oversiktlig og lett tilgjengelig, og som du har backup på.

Gode verktøy for evaluering

Her er noen gode verktøy for å gjøre evalueringen på en god og konstruktiv måte:

Positiv evaluering

Her er målet å holde teamet løsningsfokuset, og hvordan man kan bli bedre neste gang. Prosjektleder tar for seg et og et tema. Hvert tema får en egen flipover/et stort ark, med en skala fra 1–10. Hver enkelt deltaker skal så gi poeng fra 1–10 på gjeldende tema. Så regner prosjektleder ut gjennomsnittet – for eksempel 7,5 poeng, og markerer dette på skalaen.



Så kommer det to spørsmålsrunder, hvor svarene noteres på flipoveren.

1. 7,5 poeng er jo bra – hva var det som var så bra at vi havnet på 7,5?
2. Men 7,5 poeng er jo fortsatt 2,5 poeng fra 10. Hva kunne vi gjort enda bedre for å havne på 10 poeng?

Pass på at ingen havner i «fellen» med å gå inn på negative ting, eller snakke om problemer, målet er å holde evalueringen positiv og løsningsorientert.

Runde rundt bordet

Bli enige om 3 til 4 forskjellige temaer dere ønsker å diskutere spesielt. Ta for dere et og et tema, og ta en runde rundt bordet. Begynn med en person, og la vedkommende snakke uforstyrret. Hver person får sin tur, og man skal ta hensyn til at man mener forskjellig eller er uenig. Når alle har fått sagt sitt så kan man åpne for diskusjon i felleskap. Det er viktig at noen har som jobb å skrive ned alle disse tingene som blir nevnt her og skriver ned konklusjonen på hvordan man kan gjøre dette bedre neste gang.



Målettet evaluering

Tidligere i boka gikk vi gjennom prosjektpila med mål og delmål. Det kan være en god og effektiv evalueringsteknikk å ta for seg alle disse delmålene og målene som ble laget i arbeidet med prosjektpila og vurdere følgende:

3. Klarte vi å treffe dette målet/delmålet?
4. Hva gjorde at vi fikk det til, eller ikke fikk det til?
5. Hva skulle til for at vi kunne fått det bedre til?
6. Hadde det den effekten vi ønsket?
7. Hva bidro dette delmålet til for å nå hovedmålet?

Her får dere svar på om det var gode delmål og om det er noe dere skal ta med videre eller droppe ut neste gang dere skal gjøre et liknende prosjekt.



105 UTFORDRINGER

Leser du her, så har du mest sannsynlig gjennomført et arrangement og kommet deg mer eller mindre helskinnet gjennom et prosjekt fra A til Å. Vi skal komme med noen påstander om hvordan vi tror det gikk:

- Alt gikk etter planen!
- Alle problemene som oppstod hadde vi en plan på, og klarte å løse uten stress.
- Alle var glade og fornøyde hele tiden.
- Alle husket å ta gode pauser og ingen ble slitne.
- Du kjente aldri på frustrasjon over at folk ikke gjorde som de skal, eller fikk beskjed om.
- Budsjett og regnskap var helt identiske, faktisk! Ingen uforutsette ting oppstod.

Hvis disse påstandene stemmer, så kan du legge denne boka i peisen og starte et prosjektlederfirma som du vil tjene deg rik på. Hvis det derimot ikke skjedde helt slik, så fortvil ikke. Det er nemlig aldri slik!

Vi skal prøve i denne delen av boka å gi deg noen dypere innblikk som vil forklare og hjelpe deg videre til å gjøre ting bedre neste gang. For vi håper virkelig at det var noe i gjennomføring som gjør at du har lyst til å være arrangør en gang til.

TEAMET DITT

En av de viktigste forutsetningene for å få et prosjekt til å fungere optimalt er prosjektgruppa du har med deg. Teamet ditt! Dette er ikke golf, dette er fotball. Samarbeid, rollefordeling, ansvar og gruppentallitet er utrolig viktig! Du som prosjektleder bør ha fokus på teamet ditt, og hvordan gjøre dem best mulig. Her er noen innspill fra oss til hvordan du kan løse noen av de utfordringene du finner i nettopp teamwork.

ROLLEFORSTÅELSE OG ARBEIDSFORDELING

En viktig ting for å takle gjennomføring og få en god og morsom opplevelse er rollefordeling og ansvarsfordeling. Dette gikk vi gjennom i bolken om rollefordeling og Hvem, Hva, Når i del 1 av boka. Er disse to tingene planlagt og skikkelig forstått av prosjektgruppa, har du veldig gode

forutsetninger for å lykkes. Vet alle i gruppa hvem som gjør hva, og hva de selv skal gjøre, så har du gjort en god jobb her. Dette setter gruppa i stand til å utføre arbeidet som skal gjøres, og å se hvem som gjør jobben sin, og hvem som ikke gjør det.

Lederens arbeidsoppgave under gjennomføring er å ha oversikt og følge opp alle og se til at de gjør jobben som er planlagt at de skal gjøre. Derfor er det så viktig at ikke lederen har påtatt seg massevis av arbeidsoppgaver. Da har ikke lederen tid eller mulighet til å følge med på helheten. For eksempel hvis teknisk ansvarlig bruker all sin tid på å dekorere inngangspartiet, i stedet for å rigge scenen – så vet du at noe er galt. Da rekker du ikke å få scenen på plass, men du får kanskje verdens kuleste inngangsparti. Da er det viktig at lederen kan gå inn og si hva som er viktig å få gjort, hvem som skal gjøre hva, og få folk til å gjøre jobben sin.

MYNDIGHET SOM PROSJEKTLEDER

Myndighet er et viktig ord. For mange betyr det veldig mye at man får beskjed fra en som har myndighet. Å ha myndighet betyr å ha lov, rett og makt til å bestemme. Det er noe ikke alle skal ha – da blir det bare rot. I et prosjekt som vi snakker om nå, så er det lederen som har øverste myndighet. Så har hver gruppeleder myndighet for sin gruppe. Derfor er det viktig at beskjeder underveis kommer fra riktig person. For eksempel skal ikke lederen for sikkerhet gå inn og bestemme hva artistvertene skal gjøre. Skal det gis noen beskjeder der, bør det gå gjennom lederen for hele prosjektet. Da blir beskjeder tatt på alvor, og ting kan endres uten at det blir dårlig stemning. Pass på å vedlikeholde og beholde myndigheten og det vi kaller autoriteten i ledergruppa og i prosjektlederrollen.

HVORDAN SNAKKER DERE SAMMEN?

Å få dette til på en god måte handler om god kommunikasjon og at prosjektgruppa kjenner hverandre godt. Det er lurt å lage seg et overblikk over hva slags typer hvert enkelt medlem i prosjektgruppa er. Hva som gjør dem gode og engasjerte, og hva som skaper motstand. Dette er noe lederen bør ha spesielt fokus på, og alle i prosjektgruppa bør vite litt om hvordan de andre i gruppa er. Kanskje ikke



alle i gruppa liker å få en konkret beskjed uten å vite hvorfor. Hvis en eller to trenger å vite begrunnelsen til hvorfor de skal gjøre det du ber om, så ta deg tid til å forklare det for dem. Da opplever du kanskje at beskjeden blir bedre tatt imot, og at arbeidet blir gjennomført. Noen i gruppa er kanskje veldig bevisst på at autoritet er viktig. Hvis de ikke får beskjeden fra noen med autoritet, som lederen i prosjektgruppa, så vil de kanskje ikke utføre oppgaven. Pass da på at det er lederen i gruppa som gir beskjedene til denne personen. Så opplever dere kanskje at vedkommende gjør en mye bedre og mer effektiv jobb.

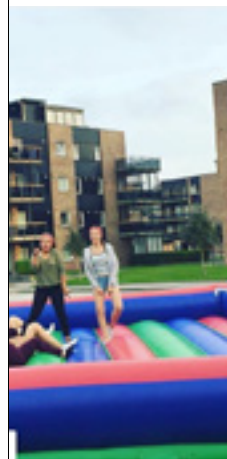
Du har ikke tid til å oppdage slike utfordringer med kommunikasjonen mens dere er i gjennomføringsfasen. Dette må være gjort på forhånd. Opplever du likevel at det skurrer i kommunikasjonen under gjennomføring, så bør ledere i prosjektet ta seg tid til å snakke med en og en og kartlegge hvordan gruppa kan få kommunikasjonen til å fungere optimalt. Her er noen eksempler på typer man kan være i en prosjektgruppe, hentet fra Prosjekthåndboka 2.0.

HVEM AV DISSE ER DU?

- **Initiativtakeren**
Den personen som tar initiativ til aktivitet. Driver prosjektet fremover med samlinger, møter, og initierer aktiviteter.
- **Koordinatoren**
Den som har oversikt og hovedansvaret overfor de som skal ha resultatet og de som er samarbeidspartnere.
- **Pådriveren**
Den som driver frem prosjektet og gjerne dytter litt ekstra hardt mot å nå målet.
- **Analytikeren**
Den som tenker og analyserer aktiviteter og delmål, og ser på hva som er viktig å gjøre, og hva teamet bør la være.
- **Idéskaperen**
Den som alltid kommer med nye og kreative ideer. En god evne for å problemløse og nyskape i prosjektarbeidet.
- **Teamarbeideren**
Den som jobber godt sammen med andre, og som kan være et bindeledd i teamet.
- **Ressurssøkeren**
Den som finner penger, arbeidskraft og hjelper med å sikre at man har ressurser for å få til prosjektet.
- **Ferdigstilleren**
Den som alltid er klar for å få ferdigstilt ting, og ikke bare gå videre midt i en prosess. Det er viktig å ikke hele tiden løpe videre i prosjektarbeidet, men å ta seg tid til å ferdigstille og komme i mål på delmålene.
- **Spesialisten**
Den som har kompetanse på spesifikke behov som gruppa har. For eksempel grafisk design, webbløsninger, media osv.

ENERGISTYRING

Dere er ikke maskiner! Selv om dere ikke er 80 år, så trenger dere pauser og god styring på energien. Det er mange ting som påvirker energinivået i gruppa di. Alt fra søvn, dagsform, bekymringer, forelskelse, skole, sykdom og venner, til ting som er vanskeligere å sette ord på. Energien vår øker



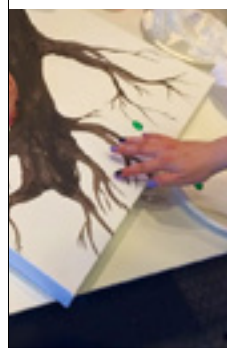
Sola



Kultursenteret ISAK, Trondheim



Kattemkjellern, Trondheim



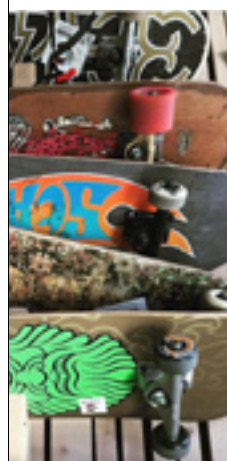
hus, Hammerfest



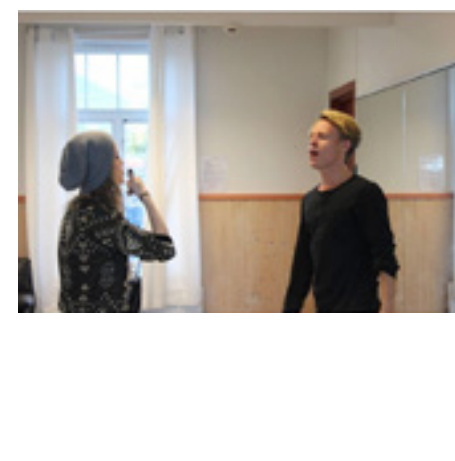
UngKultur Asker



Stovner Rockefabrikk, Oslo



al



Kulturhuset Gimle, Bodø



FeelGoodungdomshus, Sola



og synker i takt med tiden på dagen, lyd og frisk luft, mat, sukker og koffein. Energien skal svinge, det er helt naturlig. Noen ganger kommer vi inn i det vi kaller flytsonen. Da opplever man at man kan bare jobbe og jobbe uten at man blir sliten. Ofte er adrenalinet i kroppen vår påvirkende til slike flytsoner. Men adrenalinnivået vil en gang synke. Kroppen vil gå tom for mat og energi, og man vil en gang trenge en pause. Dette må dere planlegge og ta høyde for!

Legg en plan og ta vare på hverandre slik at dere alle sammen får mest mulig energi når dere trenger det, og at dere får slappet av og hentet inn ny energi når det er tid og behov for det. Disse tingene er spesielt viktige:

Søvn.

Natten før selve avviklingen må du minne alle på at det er viktig at de drar hjem og sover, hele natten! Under avvikling av et langt arrangement så må du passe på at alle i prosjektet kommer seg hjem og får sovet uforstyrret i hvert fall noen timer. De som har vært nattevakter på et LAN må få komme seg vekk og få sove i sin egen seng noen timer. Legg det inn i bemanningsplanen.



Mat.

Alle trenger mat. Og man trenger sunn mat. Ikke tillat folk å bare skal spise boller og drikke sjokomelk. Kjøp inn god mat, som ser godt ut, med mye fiber og energi som gjør at det holder en stund. Og kjøp inn tilstrekkelig med mat. Men ikke la folk spise seg proppmette.

Dagsform.

Vær bevisst på dagsformen din. Noen ganger våkner man med et smil og mye energi, mens noen ganger det totalt motsatte. Ta høyde for dette, og vær bevisst på din egen dagsform. Det er du som velger om du vil smile eller ikke. Ta et valg denne dagen som påvirker prosjektet ditt til det beste. Har du en god dag med mye energi, pass på å dele dette med teamet. Har du en dårlig dag, så ikke la den ødelegge dagen til resten av teamet.

Pauser.

Dette er viktig, og vanskelig. Legg til rette for at teamet ditt og de som jobber på prosjektet ditt får tatt seg en pause av og til. Pause fra lyd, andre folk og arbeidsoppgavene. Dette kan du planlegge ved å ha en som går inn og gjør vedkommende sin jobb i en kort periode, eller at det er rom i tidsplanen til å stoppe opp i arbeidet i 15–20 minutter innimellom. Å få folk til å ta pause er et lederansvar!

Teknologi.

Det er ikke alltid like effektivt å ha tilgang på mail, meldinger, sosiale medier m.m. hele tiden. For å klare å jobbe mest mulig uforstyrret og effektivt anbefaler vi at dere lager dere regler for bruk av mobiltelefon og annen teknologi som kan virke mer forstyrrende enn hjelpelig. Pass på at man ikke blir stående med telefonen og svare på meldinger og mails i stedet for å gjøre jobben sin. De fleste ting kan ofte vente litt.

TYPISKE UTFORDRINGER

Det vi skriver om her er noe som «alltid» skjer. Har du gjort noen prosjekter, så kjenner du deg kanskje igjen. Man lærer jo av sine feil, men samtidig så er noen ting nesten forutbestemt at vil skje, uansett. Dette er et lite utvalg av de tingene, og forslag til hvordan du kan løse de.

Når noen vil mer enn andre

Det skjer alltid at noen er mer energiske og brenner mer for prosjektet enn andre. Det må det være rom for. Ikke alle er som deg! Hvis det oppstår utfordringer mellom deltakere i prosjektet som handler om at noen vil mer enn andre, og at noen opplever at andre i prosjektet ikke engasjerer seg, så er det viktig å ta dette opp i felleskap. Det kan være mange gode grunner til at det er slik, og alle må få mulighet til å forklare seg. Det viktigste du skal huske på er at du skal ta dette direkte opp – ikke baksnakk andre. Du har ikke kontroll på andre enn deg selv. Og du kjenner ikke andre så godt som du kjenner deg selv. Ta det opp med personen det gjelder, eller i felleskap.

Dere brenner alt kruttet

Noen ganger er det så lett å bare kjøre på, og ikke ta hensyn til at man må fordele energien sin over en lengre periode. Pass på at dere ikke brenner opp alt kruttet før dere faktisk er ferdige. Husk å planlegge og bevisstgjøre alle på at det også skal rigges ned, ryddes og vaskes. Det trengs litt energi igjen til å få gjort alt det.

Motivasjonen blir borte

Det som startet så bra, og som alle var gira på å få gjort, er plutselig bare et ork. Ingen har lyst til å gjøre noe, og energien er borte. Dette går ikke bare over av seg selv. Ta det opp i fellesskap, og snakk om hva som gjør at motivasjonen er borte, og hvordan dere kan finne tilbake til motivasjonen igjen. Snakk om hver enkelt sin motivasjon og jobb med å dyrke dette.

«NONE OF US IS AS SMART AS ALL OF US»

Ken Blanchard

Misnøye med lederen og de som tar avgjørelser

Dette er faktisk ganske vanlig. Det handler ikke alltid om at de som er ledere er inkompetente og ikke har peiling. Som regel har de ganske god peiling. Men det som ofte kjennetegner en god leder er at de har en helhetsoversikt og ikke detaljoversikt. Dette kan skape frustrasjon for de som har detaljkunnskap og ser ting lederen ikke ser. Husk at det også er motsatt. Lederen i prosjektet ser kanskje ting du ikke ser. Igjen, det viktigste her er at du ikke går rundt og baksnakker din egen leder. Ta det direkte opp eller ta det opp i fellesskap.

HVORDAN JOBBE MED PROSJEKTGRUPPA DI?

Det er sagt utrolig mange kloke ord om fordelene ved å jobbe i team, kontra å jobbe alene. Å jobbe i team er kjempeviktig, men ikke alltid like lett. Vi vil her gi deg noen gode tips til organisering og ledelse av et team, hvordan rekruttere og hvordan fordele arbeidsoppgaver. Team er det samme som prosjektgruppe. I denne boka kaller vi det konsekvent prosjektgruppe.

Å realisere en drøm er et prosjekt. Enten et stort, eller et lite – men like fullt et prosjekt. Og det å jobbe med et prosjekt er noe vi tidligere har nevnt som det finnes mye godt fagstoff om og veiledning på. Vi har prøvd å hjelpe deg til å gjennomføre et prosjekt på best mulig måte i denne boka, men uansett hvor bra du er og hvor godt forberedt du er, så må du passe på at teamet ditt, prosjektgruppa, er tipp topp. Første gang man jobber med et prosjekt føles det ofte som om man famler litt i blinde. Derfor er det viktig med en god koordinering og ledelse for å klare å nå målet.



Dette kjennetegner et kreativt prosjekt

1. Bestemt mål – man jobber for å løse en helt konkret problemstilling.
2. Tidsbestemt – man starter og avslutter et prosjekt.
3. Ulike ressurser – prosjekter krever ulik bemanning, kompetanse, utstyr og penger.
4. Ulike faglige ressurser – det trengs ofte personer med forskjellig kompetanse for å få organisert og gjennomført prosjektets arbeid på en god måte.

Å jobbe i prosjekt betyr å starte på A og jobbe for å komme i mål innen du er ved Å. Veien mellom A og Å er i de fleste kreative prosjekter ikke alltid satt. Og det er ofte her man finner mye av magien i prosjektarbeid. Man starter ut med en drøm om hvordan målet skal være. Og på veien dit lærer og oppdager man masse forskjellig, som endrer drømmen og forventningene til hva målet skal være. Det er viktig å ha fokus på at prosessen er viktig, og ikke bare resultatet. Og det er i denne prosjektprosessen at du ønsker å ha med deg de aller beste folka – prosjektgruppa di.

HVORDAN SAMARBEIDE PÅ BEST MULIG MÅTE?

Kommunikasjon – hvordan du kommuniserer med andre. Vi har snakket mye om det tidligere i boka. Å kommunisere med andre handler i hovedsak om å utveksle informasjon eller kunnskap med andre. Det må være to personer for å kommunisere – en som sender og en som mottar kunnskap eller informasjon.

Når man skal kommunisere så gjør man det gjerne ved å snakke. Man forteller, kjefter, lærer eller gir en beskjed muntlig. Men de som er mottakere av det vi kommuniserer får mye annen informasjon fra deg enn bare det du sier. Det sies at de ordene vi sier er kun 7 % av alt vi kommuniserer. 38 % er tonefall og 55 % er kroppsspråk. Dette er viktig å huske på når du lur på hvorfor folk ikke helt oppfatter det du sier, eller ikke tar deg på alvor når du gir en beskjed.

Når du skal ta noe opp i prosjektgruppa di, eller snakke med andre utenom gruppa, så vær veldig bevisst på hvordan kroppsspråket og tonefallet ditt er! Små, bevisste endringer her kan få til at du får frem budskapet ditt mye bedre. Tilpass deg situasjonen du er i. Er du leder for en prosjektgruppe, så sitt litt rett i ryggen og ikke rop, ta ting litt rolig og vis at du er trygg og har autoritet. Da oppnår du kanskje en bedre mottakelse av beskjedene dine når du sier dem. Hvis du skal få gitt en viktig beskjed til en gruppe som stresser med å rekke å rigge ferdig til konserten starter, så bør du kanskje ta et dypt pust, være rolig i kroppsspråket og ha et rolig tonefall. Da blir kanskje den stressa gjengen litt mindre stressa, og opplever beskjeden din beroligende og informativ, fremfor at det bare blir enda mer mas.

RAMMENE RUNDT DEG

Det er viktig for deg å vite hva slags rammer du har rundt deg når du skal gjennomføre et prosjekt. Du må sette deg inn i hva som finnes rundt deg som kan være til hjelp, og hva som vil gi deg utfordringer som du må løse. Vi skal her prøve å gi deg en forståelse av hvilke rammer du har rundt deg som ungdom på klubben din. Vi vil derfor først gi en kort innføring i metodikken mange ungdomsarbeidere jobber etter, det vi kaller en medvirkningsmetodikk. Metodikken heter «Med ungdom som ressurs – ungdomsmed-

virkning som metode», og er utviklet av Ungdom og Fritid. Denne metodikken skal sørge for at du som ungdom får være med å bestemme, og at du får drive med det du brenner for.

Det er mange måter å drive med ungdomsmedvirkning, og som ansatt og voksen på en klubb må man hele tiden tilpasse seg ungdomsmiljøet, og hvordan det endrer seg. Det finnes ingen som er flinkere til å hjelpe de voksne med dette enn dere som er ungdommer. Så vær raus med tilbagemeldinger til de voksne på klubben. Fortell hvordan de kan være relevante for dere. Det er mange måter man kan gjøre det på. Det kan være alt fra klubbstyre, crew og prosjektgrupper, eller allmøter hvor alle i klubben møtes for å bestemme noe.

Hvordan det er fornuftig å gjøre dette på din klubb kommer an på hvor mange forskjellige interesser som finnes der og hvilken aldersgruppe som bruker klubben. Noen er eksperter på dataspill, fotball, teknikk innenfor lyd, lys og AV, biljard og noen spiller i band. Andre igjen vil gjerne bare henge på klubben uten å bidra eller gjøre noe spesielt. Uansett – alle er på klubben, og alle skal få lov til å si noe og bli hørt i de sakene som påvirker dem. Så har du planer om å lage en svær klubbfest, så gjør du lurt i å ta en prat med alle om hva de ønsker skal skje på denne festen. Hvis ikke så risikerer du at de ikke gidder å komme.

DE TRE R'ENE

De tre R'ene vi skal snakke om her er Ressurs, Relevans og Relasjon. Disse tre ordene skal være grunnlaget for hvordan man jobber med ungdomsmedvirkning, og er det metodikken bygger på. Den beste måten å få ungdom til å være delaktige og få muligheten til å realisere sine ideer, drømmer og meninger på, er gjennom å være god på alle disse tre R'ene. Hva betyr så disse ordene, og hva kan du som ungdom forvente av de voksne på klubben?

Relasjon

Den viktigste av de tre R'ene. Uten denne kommer du ingen vei. Relasjon handler om at du må ha en relasjon til de du ønsker å jobbe med, de du ønsker å skape et tilbud til og de du skal samarbeide med. Relasjon skaper du gjennom å si «hei» og sette deg ned og prate med folk. Relasjon handler om at du skal lære deg å kjenne de du vil jobbe med og jobbe for, og de du vil ha med på laget ditt.

Når du skal realisere drømmen din så trenger du hjelp av venner og andre ungdommer i en prosjektgruppe. Disse må du ha en spesielt nær relasjon til og lære deg å jobbe tett med, smile sammen med, le og krangle sammen med. Dette er gjerne dine nære venner – eller så kommer de kanskje til å bli det gjennom å realisere drømmen sammen. Hvis du er leder for et prosjekt så er dette en helt spesiell oppgave du har – å skape en god relasjon mellom alle i gruppa.

I tillegg er det viktig at dere har eller skaper dere en god relasjon til de dere ønsker skal komme på arrangementet deres. Og de dere ønsker skal være med å bidra enten med penger, arbeidskraft eller andre ting som dere har behov for. Ingen ønsker å hjelpe eller støtte opp om noen de ikke kjenner, så pass på å skape en god relasjon til folk rundt dere.

Relevans

Denne R'en handler om at du må skape noe som er relevant, noe folk har lyst til å oppleve for å få til å realisere prosjektet ditt. Hvis du ikke får noen til å bli med prosjektgruppa, eller at det ikke kommer noen publikummere på konserten din så kan det tyde på at det du jobber med ikke var særlig relevant. Men hvordan vet du hva som er relevant? Det handler igjen om god relasjon til de andre ungdommene i nærmiljøet ditt. Har du en god relasjon til de som skal være med å jobbe, og til de som skal oppleve arrangementet ditt, så har du god mulighet til å finne ut hva som er relevant. Hvis alle ungdommene som driver med musikk i nærmiljøet ditt bare er opptatt av hiphop, så er det ikke lurt å sette opp en stor konsert med et metal-band. Da er det kanskje lurere å ordne en konsert med en hiphop-artist for å være relevant. Et annet eksempel

kan være at alle datainteressert ungdommer har vært på et svært LAN i høstferien, og du setter opp enda et stort LAN helga etterpå. Da er det ikke særlig relevant for de interesserte, fordi de nettopp har vært på et LAN. Vent noen måneder, så vil du se at etterspørselen etter et LAN er mye større, og mer relevant for målgruppen.

Ressurs

Denne R'en handler om at alle rundt deg har forskjellige ressurser de kan bidra med. Vi snakker her om menneskelige ressurser som for eksempel kunnskap, interesse, tid og arbeidskraft. Du må være god til å se hva andre kan hjelpe med og bidra med – hva slags ressurser du har. Kjenner du en som er interessert i foto og film, kan du kanskje få henne med for å dokumentere arrangementet ditt. Eller kjenner du en som har en pappa som driver et bakeri? Da kan du kanskje få til en sponsoravtale slik at de gir gratis varer som du kan selge i kafeen under ditt neste arrangement.

En viktig ting her er at du har mulighet til å hjelpe folk til å innse sin egen ressurs, og til å videreutvikle den gjennom prosjektet ditt. Det er ikke alle som vet at de kan bidra og være en ressurs i et prosjekt før noen spør om de vil være med. Og så kan man også sørge for at de som er med og gjør en jobb under arrangementet får muligheten til å bli flinkere på det de interesserer seg for. Få med en proff fotograf til å ha et fotokurs før konserten, så lærer hun som allerede er god på foto enda mer. Da utvikler du hennes ressurs som fotograf – og du har en enda flinkere fotograf til neste gang du skal ha et arrangement.

UNGDOMMENE PÅ KLUBBEN

Disse ungdommene kjenner du kanskje godt, eller ikke i det hele tatt. Dette er dine nærmeste og beste ressurser i tillegg til dine nære venner. På en klubb kan vi si at det finnes fire forskjellige grupper.

1. Den passive deltakeren.

Det finnes de som bare vil henge, og ikke engasjere seg. Disse er det som regel flest av. Du trenger ikke bry deg så mye med dem når det kommer til å engasjere folk til prosjektgruppa og de som skal gjøre arbeidet – men det er disse du trenger å engasjere som publikummere. Du må finne ut en måte å få dem til å komme på nettopp ditt arrangement. Nøkkelord her er Relasjon og Relevans. Skap en relasjon til dem, og finn ut hva som er gjør prosjektet ditt relevant for dem.

2. Den aktive deltakeren.

Disse ungdommene er gjerne de som har vært på klubben en del, og føler seg trygge på aktivitetene, de voksne og resten av huset. De deltar gjerne på det som skjer, og kommer som regel når klubben er åpen. Her finner du kanskje noen som vil være med gode å ha med som frivillige på arrangementet ditt. Som regel er disse ungdommene lette å få med, og blir med hvis du gir dem en konkret arbeidsoppgave. Stikkord her er Relasjon og Ressurs. Det er kanskje i denne gruppen at du finner de ressursene du vet at du trenger, men som ikke er i prosjektgruppa eller vennegjengen din allerede. Husk at du kanskje først ser disse ressursene gjennom en god relasjon med disse ungdommene. Ta deg tid til å bli kjent med dem, og se om du finner ut hva de er gode på.

3. Initiativtakeren / lederen.

Dette er antakeligvis DEG! De ungdommene som er på dette nivået, er de som gjerne har vært på klubben i flere år og som kjenner godt til hvordan ting fungerer på klubben. De sitter kanskje i klubbstyret eller har andre lederverv. Det er som regel her drømmene finnes – og det er her ressursene finnes til å

sette drømmene ut i virkeligheten. Her finner du nok ikke så mange ungdommer som i de foregående gruppene, men de ungdommene du finner her, er som regel både bevisst på sine egne ressurser, og de har initiativ og engasjement som gjør at de kan få ting til å skje. Stikkord her er Relasjon og Ressurs. Det er blant denne gruppen at du skal få med deg folk til prosjektgruppa for å styre og lede hele arbeidet med å realisere ditt prosjekt.

4. Ambassadøren / instruktøren.

Finnes det noen eldre ungdommer som jobber deltid på klubben, eller som du kjenner fra klubbmiljøet som er flinke til å få med seg andre ungdommer, og er flinke til å lede aktiviteter osv. Det finnes som regel noen få slike ungdommer som gjerne er for gamle til å gå på klubben, men som engasjerer seg likevel i det som skjer der. Kanskje de er instruktører på noen av aktivitetene? Får du med deg en slik ambassadør, som vi kaller det, så har du virkelig noen som kan skape relevans for prosjektet ditt. Stikkord her er Ressurs og Relevans. Det finnes ingen bedre som kan fremsnakke prosjektet ditt og få folk til å ville gå på det, enn disse personene i denne gruppen.

DE VOKSNE PÅ KLUBBEN

Det er veldig forskjell fra klubb til klubb, by til by og landsdel til landsdel på hvordan man bemanner og ansetter folk til å jobbe på en ungdomsklubb. I byene er det gjerne mange ansatte som jobber på forskjellige klubber, og som regel er de ansatte i fulle stillinger og har relativt god tid til å engasjere seg i prosjekter som blir initiert av ungdom. I mindre bygder og tettsteder er det færre ansatte, og de ansatte er som regel ansatt til å gjøre mye, mye mer enn bare å jobbe på ungdomsklubben. Det kan være litt vanskelig å vite hva man kan forvente, og hvor mye man kan forvente av de voksne på klubben. Men her er noen hovedpunkter som du kan forvente av en ansatt ungdomsarbeider;

- De skal drive med ungdomsmedvirkning. Klubben skal være styrt demokratisk og det vil si at ungdom skal være med å bestemme. Dermed skal en ansatt på klubben din ta prosjektet ditt på alvor og være med å bidra i prosjektgruppa enten som veileder eller sparringspartner. Men den ansatte skal likevel aldri ta ledelsen eller eierskapet i prosjektet.
- De ansatte på klubben har oversikt over hvor mye penger kommunen har til å bidra med i slike prosjekter som vi snakker om i denne boken. De kan også hjelpe med å søke penger og finne søknadsordninger og samarbeidspartnere som kan bidra for å hjelpe med å realisere prosjektet.
- De ansatte på klubben har oversikt over hvem du må prate med for å få realisert prosjektet ditt. De ansatte på klubben kan få hjelp av sin leder til å løfte opp saken din på ledernivå i kommunen, og få hjelp til avgjørelser som må tas på ledernivå for å realisere prosjektet ditt. Et eksempel her kan være spørsmål om å låne idrettshallen til LAN, og behov for hjelp av IT-avdelingen og vaktmester for å få til internett og strøm. Dette er en stor og kostnadskreven avgjørelse som må tas på ledernivå. Det samme er lån og bruk av kulturhuset til en konsert eller liknende.
- De ansatte på ungdomsklubben er ansatt til for å lage et tilbud for ungdom – for deg!



- Du kan forvente av de ansatte på klubben din at de forstår de tre R'ene som vi har pratet om i denne boken, og at det er metodikk som de jobber etter.
- Du kan forvente av de ansatte på klubben din at de kan hjelpe deg med et bredt faglig nettverk rundt klubben. Med det mener vi at du kan få hjelp til å komme i kontakt med helsestasjonen, vaktmestertjenester, idrettstjenester, skole og andre kulturtilbud. Dette er tjenester i kommunen som kan være svært viktige samarbeidspartnere for å få realisert drømmen din.

BESLUTNINGSTAKERE RUNDT DEG

Det er mange i kommunen din som kan ta beslutninger for deg hvis du spør om noe. Det viktigste du kan gjøre for å spare tid er å forstå hvem det er og hvordan de kan ta en avgjørelse for deg. Kan du bare gå på kontoret til ordføreren og få lov til å låne idrettshallen? Eller kan du bare ta en telefon til rektor for å få lov til å bruke skolens aula i ferien? Hva er forskjellen på politikerne og administrasjonen i kommunen? Hvem bestemmer om arrangementet ditt kan få lov til å ha sponsorer eller ikke?

Dette er et svært tema. Grunnen til at vi tar det opp i boka er fordi den ungdomsklubben du er knyttet opp mot er drevet av kommunen. Dermed er det visse forutsetninger for driften og måten ting blir gjort på som er bestemt på en spesiell måte. Det kan spare deg for veldig mye tid hvis du vet litt mer hvem du skal spør om hva.

Kommunen er ledet av politikerne. Politikerne er de som legger planer og setter kursen for hvordan kommunen skal være, og hva som skal gjøres i kommunen. Politikerne er ikke ansatt i kommunen, men velges hvert fjerde år, og her velges også ledelsen for politikerne. Lederen for de kommunale politikerne er ordføreren.

Så har du alle de ansatte i kommunen. De er ansatt for å gjøre jobben som politikerne bestemmer. Lederen for kommuneadministrasjonen kalles rådmann. Han leder en gruppe av lederne i kommunens administrasjon, og de har ansvar for alt som skjer i kommunen. Alt fra helsestasjonen, forebyggende arbeid, skole, barnehage, SFO, kulturskole, eldresenter, vann og kloakk, bygg, kulturhus, veier, belysning, parker, søppel, skog og mye, mye mer. Dette er fordelt på forskjellige enheter og det er ofte forskjeller på hvordan dette er fordelt i store byer kontra små tettsteder. Store byer har flere ansatte og mange ledere på forskjellige nivåer, men små kommuner ikke har så mange ansatte, færre ledere og færre nivåer.

Som regel er ungdomsklubbene lagt til enhet for kultur. Dermed vil leder eller direktør for kultur i din kommune være den lederen som oftest tar beslutninger som betyr noe for deg og ditt prosjekt.

Utenfor kommunen

Utenfor kommunen finnes det også mange beslutningstakere. Trenger du hjelp av idrettslaget, eller det frivillige teateret eller akrobatikkgruppa? Da kan det være lurt å ta kontakt direkte med styret i de forskjellige klubbene eller organisasjonene rundt deg som du trenger hjelp fra. Hvis du vil ha fotballturnering på kunstgressbanen, så må du få tillatelse fra styret i fotballklubben. Eller vil du låne idrettshallen til et LAN, så må du få tillatelse fra idrettsklubben. Kanskje det er en skibakke i kommunen som du vil bruke på en klubbkveld? Da må du finne ut hvem som sitter i styret for denne skibakken og spørre der.

Konklusjonen her er at du må bruke litt tid på research for å finne ut hvem du bør prate med. Ikke gå rett på nærmeste person som du vet har en tilknytning til ett eller annet. Finn ut hvem som er leder eller nestleder i styret som du trenger et svar fra. Kanskje det er mammaen til en på klubben? Eller kanskje kultursjefen har en datter som har pleid å gå på klubben, som du kan snakke direkte med. Da blir det ikke så skummelt å ta kontakt med de som sitter og tar avgjørelsene. Og snakker du direkte med dem og skaper en relasjon, så er det lettere å få tillatelse til det du spør om. Ikke nøl med å google litt og kanskje til og med ta en telefon og drøft problemet ditt direkte.

Aktiviteter i nærmiljøet ditt / Potensielle samarbeidspartnere

- Skolene
- Biblioteket
- UKM
- Kulturskolen
- Idrettslagene
- Andre fritidsklubber
- Utekontakten / Natteravnere
- Forebyggende politi
- SLT / SALTO
- MOT
- Røde Kors
- Andre ungdomsorganisasjoner



Litteraturliste

Aakre, J. /Scharning, H. (2013) Prosjekthåndboka 2.0 Universitetsforlaget

Syvertsen, J-S. / Müller-Nilsen, M. (2012) Tidsinnstilt, Ta kontroll over dårlig tid – og få mer av den gode. Piratforlaget Ungdom og Fritid (2017)

Med ungdom som ressurs, medvirkningshåndbok for ungdomsarbeidere. Kristensen, T.A. (2015) UKM Gjerdrum, Unge Arrangører. Gjerdrum kommune

Norske Konsert Arrangører (NKA) Arrangørwiki

(<https://www.konsertarrangor.no/arrangoerwiki/temaoversikt/>)

Kulturskolebanken (<https://www.kulturskolebanken.no>)

Norske Konsert Arrangører (NKA) (2010) Feite Forestillinger.

Hjerkinn Haug, S. (2008) Flukten fra Idétørken. Sti:go'stæin

Ungdom og Fritid (2013) Kompendie til Ungdom og Fritids opplæringsprogram.

UNGDOMSLEDELSE

Kunne du tenke deg å være med i en gruppe på klubben hvor du lærer mer om å være ung leder og ung arrangør? Og i tillegg bli en del av et nasjonalt nettverk med unge ledere og unge arrangører? Ungdom og Fritid satser nasjonalt på kompetanseutvikling opp mot ungdomsledelse, hvor målet er at ungdommene skal lede og ungdomsarbeideren tilrettelegge. Snakk med de som jobber på klubben hvis dette er noe du kunne tenke deg å være en del av.

EN HÅNDBOK FOR UNGDOM SOM ER ARRANGØRER, ELLER SOM HAR EN DRØM OG ØNSKER Å SETTE DEN UT I LIVE

Å jobbe i prosjekt er en arbeidsmåte som svært ofte blir brukt i det kreative arbeidslivet. Man løser ulike oppgaver, oppdrag og avviklinger av for eksempel festivaler, konserter og arrangementer gjennom prosjektarbeid. Man kan bli profesjonell prosjektleder, og jobbe med å løse prosjekter på heltid. Om du velger å ta det karrierevalget, eller ikke, så håper vi at det du lærer i denne boka kan gi deg noen gode tips på veien.

Denne boka er skrevet av ungdom som brenner for å sette i gang arrangementer og prosjekter for andre ungdommer. Håndboka er beregnet for deg som selv ønsker å sette en idé ut i live, som ønsker å søke penger til et arrangement, eller som vil starte opp et nytt prosjekt der du bor. Les denne boka, ta kontakt med en voksen på ungdomskulturhuset eller fritidsklubben som kan hjelpe deg – og sett i gang med å realisere drømmen din.

Håndboken er laget av Ungdom og Fritid, ført i pennen av Tom Andreas Kristensen, i samarbeid med unge arrangører (SAVA) på Samsen Kulturhus.