



**LSN**

/ PROJEKTER /

PROJEKTGUIDE  
Projekter tænkt og udført af de unge

# Kort om os

**B**rug For Alle Unge bidrager til, at alle unge skal have lige muligheder for at få en uddannelse og komme i arbejde. Konkret handler det om at få flere unge til at påbegynde og gennemføre en ungdomsuddannelse.

For at komme det mål nærmere har Brug for Alle Unge udviklet en række projekter og indsatser, som alle tager udgangspunkt i et helhedsorienteret ressourcesyn, som bl.a. tæller forskellige typer af vejledningsforløb, forældrenetværk, lektiecafeer, rollemodelkorps og entreprenørskabsprojekter.

Lynprojekter tager afsæt i en entreprenørskabstanke og er igangsat af Brug For Alle Unge i samarbejde med Københavns Kommunes kultur- og projektværksted KraftWerket, der driver to kulturhuse og har 15 års erfaring med at understøtte unge i at realisere egne ideer og uddeling af puljemidler af unge til unge.

Samarbejdet bygger på en fælles faglig interesse for at uddanne unge til at bruge projektarbejdsformen til at løfte de unge, for ved at udvikle og lede egne projekter, opbygger unge praktisk og teoretisk erfaring til gavn for deres egen uddannelsesmæssige udvikling.

Læs mere om Brug For Alle Unges arbejde på

[www.bfau.dk](http://www.bfau.dk) 

---

## KOLOFON

Lynprojekter, metodebeskrivelse

April 2015

**Udgiver:** Undervisningsministeriet

**Redaktion:** Undervisningsministeriet

Brug For Alle Unge

v. pædagogisk konsulent

Inaam Illahi Sahibzada

**Tekst:** Jens Vange Bjerk, Nikolaj Jørgensen,

Sif Zachariassen, Jonas Bukhave Spenner

**Illustrationer:** Sif Østergaard Zachariassen

**Fotograf:** Ulrik Jantzen

En særlig tak til alle de unge på billederne

fra Resource Centre Ydre Nørrebro

**Grafisk tilrettelæggelse:** Rita Marantos

[www.ritamarantos.com](http://www.ritamarantos.com)

**ISBN:** 978-87-603-3042-1

**Web:** 978-87-603-3043-8

**Tryk:** Rosendahls - Schultz Grafisk

**Oplag:** 1000



ind

# Projektguide indhold



## HVAD ER LYNPROJEKTER?

- 4 [Om projektguiden](#)
- 7 [Baggrund](#)
- 8 [Værdier](#)

## LÆSEGUIDE

- 10 [Formålet med projektguiden](#)
- 12 [Double diamond-modellen](#)
- 14 [Anvendelse af guiden](#)
- 16 [Ansøgningsskema](#)
- 17 [Puljekriterier](#)
- 18 [Projekter om fremtiden](#)
- 20 [Fastholdelse af motivation og gejst](#)
- 21 [Forskellige succeskriterier](#)

## IGANGSÆTTELSE AF SAMARBEJDE

- 23 [Forberedelse](#)
- 24 [Indstilling og tankesæt](#)
- 25 [Gode åbningsspørgsmål](#)

Indhold



## DISCOVER FASEN

- 27 Om fasen
  - 28 Værktøjer
  - 30 Projekttrekanten
  - 32 Projektblomsten
  - 34 Brainstorming
  - 36 Brainstormøvelse
  - 38 Personaer/Facebook-profil på målgruppen
  - 40 Cover Story Vision
  - 42 Målgruppeinterviews
  - 44 6 Thinking Hats
- DISCOVER-FASEN  
PÅ GRUPPENIVEAU**
- 47 Forming
  - 48 Edderkoppespindet
  - 49 Minefeltet
  - 50 Lederskabsfodbold

## DEFINE FASEN

- 53 Om fasen
  - 54 Idéudvælgelse
  - 56 Pitching
  - 58 De informerende værktøjer
  - 58 3+3 begrundelser
  - 60 Prioriteringsmatrix
  - 62 Idémodning
  - 64 De demokratiske værktøjer
  - 64 Simpel afstemning
  - 65 Fravalg
  - 67 Enighed
  - 68 Navngiv projektet
- DEFINE-FASEN  
PÅ GRUPPENIVEAU**
- 71 Storming
  - 72 Kortlægning af kompetencer
  - 74 Rollefordeling
  - 78 Samarbejdsaftale



## DESIGN FASEN

- 81 [Om fasen](#)
- 82 [Gameplan](#)
- 84 [SMART-mål](#)
- 86 [Tidsplan](#)
- 90 [Netværkshort](#)
- 92 [Budget](#)
- 94 [Risikoanalyse](#)
- 96 [Indhentning af tilladelser](#)
- 98 [Fundraising](#)
- 99 [Offentlige og sponsorer](#)
- 100 [Hvordan skriver gruppen en god fondsansøgning?](#)
- 100 [CV](#)
- 101 [Projektbeskrivelsen](#)
- 102 [Markedsføring](#)

## DESIGN-FASEN PÅ GRUPPENIVEAU

- 105 [Norming](#)

## DELIVER FASEN

- 107 [Om fasen](#)
- 108 [Tjekliste](#)
- 110 [Afviklingsplan](#)
- 112 [Afrapporteringsformular](#)
- 113 [Regnskab](#)
- 114 [Takkebreve](#)
- 116 [Evaluering](#)

## DELIVER-FASEN PÅ GRUPPENIVEAU

- 119 [Performing](#)

# Om projektguiden

I denne Projektguide kan du finde konkrete redskaber og gode råd til, hvordan du arbejder med unges projektudvikling i de forskellige faser i Lynprojekter. Projektguiden introducerer dig for en række værktøjer, som vil være en stor hjælp i arbejdet med at rådgive de unge fra idé til gennemført og afrapporteret projekt.

I Lynprojekt-konceptet inddeles projekter i 4 faser, som de unge projektmagere kommer til at gennemgå, både i projektudviklingen og på gruppeniveau:

**Discover-fasen;** hvor de unge går på opdagelse i, hvad projekter kan indeholde, og hvad de brænder for at lave.

**Define-fasen;** hvor det handler om at finde frem til den endelige idé, som gruppen vil arbejde med.

**Design-fasen;** hvor gruppen lægger planer for, hvordan projektet skal vækkes til live.

**Deliver-fase;** hvor projektet bliver skabt, evalueret og dokumenteret.

Til hver fase er tilknyttet en række værktøjer, som sigter mod at gøre det let og overskueligt for gruppen at gennemgå selv de sværeste overvejelser i forbindelse med at lave et projekt.

Derudover indeholder guiden en række redskaber til projektrådgivere, som gør dem i stand til at vælge de rigtige værktøjer til enhver given gruppe unge, præsentere metoderne og hjælpe dem til selv at finde frem til de rigtige løsninger for netop deres projekt.

I den tilhørende metodebeskrivelse introducerer vi dig til metoden bag Lynprojekter og tager dig igennem de forskellige elementer og aktiviteter, der indgår i Lynprojekter. Du vil finde inspiration og gode råd til, hvordan du forbereder dig inden igangsættelsen af indsatsen, indgår strategiske samarbejder, opretter en Lynpulje, rekrutterer frivillige og uddanner unge projektmagere i dit lokalområde.

Metodebeskrivelsen og Projektguiden er udarbejdet med udgangspunkt i Brug for Alle Unges og KraftWerkets erfaringer, men det betyder ikke nødvendigvis, at du skal følge guiden til punkt og prikke. Det vigtigste er, at Lynprojekter organiseres, så det passer til netop dit område, din skole institution eller forening.



**PROJEKTER**

**PROJEKTER**





# HVAD ER LYN- PROJE



# Baggrund

**O**p mod dobbelt så mange unge med etnisk minoritetsbaggrund som danske unge falder fra en ungdomsuddannelse. Det højeste frafald ses på de erhvervsfaglige uddannelser, hvor cirka 60 procent af de unge med etnisk minoritetsbaggrund falder fra. Kun få af dem, der falder fra, påbegynder og fuldfører senere en ny ungdomsuddannelse. Det er statistikker og tal som disse, som Brug For Alle Unge gennem forskellige tiltag arbejder for at modvirke, ét af disse tiltag er Lynprojekter.

Lynprojekter er udviklet af Brug For Alle Unge i samarbejde med KraftWerket. Brug For Alle Unge bidrager til, at alle unge, uanset etnisk baggrund, skal have lige muligheder for at få en uddannelse og for at komme i arbejde. Konkret handler det om at få flere unge til at begynde på og gennemføre en ungdomsuddannelse.

Arbejdet med at få knækket statistikken antager mange former og virker på mange niveauer. Lynprojekter gør socialt udsatte unge i stand til at udvikle deres egne projekter og udføre dem med hjælp fra puljemidler, som uddeles af andre unge. Arbejdet med at idéudvikle og etablere uddannelsesfremmende projekter udføres med hjælp fra projektrådgivere, som med deres forskellige baggrunde og tilgange til arbejdet udvider de unges blik i forhold til uddannelses- og beskæftigelsesmuligheder.

Lynprojekter adskiller sig fra de øvrige indsatser ved at give de udsatte unge værktøjerne til selv at forbedre deres situation. Lynprojekter giver de unge nye kompetencer, udvider deres netværk og sikrer dem en række succesoplevelser, der højner deres selvtillid og giver dem tro på, at de selv kan gøre en forskel.

# KRITERER?

# Værdier

De første **Projektworkshops** fandt sted i starten af 2014. Opstartworkshoppen blev varetaget af facilitatorer fra KraftWerket, som stod for at oplære lokale projektrådgivere i metoden. Til den næste workshop stod de lokale projektrådgivere selv for en del af aftenen. Den tredje projektworkshop blev planlagt og afviklet af de lokale projektrådgivere, der i løbet af projektet havde fået helt styr på brugen af værktøjer og tilgangen til de unge.

Hver uge afholdtes **projektcaféer**. Til projektcaféer inviteres områdets unge ind for at udvikle deres egne projekter. Projektcaféerne er stedet, hvor projektrådgiverne har deres faste arbejde med de unge. Projektcaféerne giver de unge løbende støtte til at udvikle fede projekter, som øger deres kendskab til uddannelsesmuligheder og muligheder for selv at uddanne sig.

Til projektcaféerne udvikles idéer fra strøtanker til ambitiøse, veltilrettelagte projekter. Projektrådgivernes primære opgave

er at være medhjælpere til den udvikling. Projektguiden, som findes senere i bogen her, hjælper dig med at føre de unge igennem alle de rette overvejelser, så de ender med at lave et projekt, som er sejere og mere gennemført, end de overhovedet troede muligt.

Når de unge har gennemtænkt deres projekter, er det tid til at lave en ansøgning til Lynpuljen. Ansøgningsformularen udfyldes på [lynpuljen.dk](http://lynpuljen.dk). Som projektrådgiver er det en god idé at orientere sig i ansøgningsskemaet på hjemmesiden, inden man går i gang med projektrådgivningen.

Senest én uge efter de unge har indsendt ansøgningen, vil de få **svaret fra Ungeudvalget**. Ansøgningen vil enten være godkendt, eller også vil gruppen blive bedt om at uddybe aktiviteter, budget eller noget tredje. Ansøgninger vil aldrig blive afvist, men Ungeudvalget vil gøre opmærksom på eventuelle mangler og give gode råd til, hvad gruppen skal gøre for at få støtte til deres projekt.

Heldigvis vil mange projekter blive godkendt og modtage støtte, men også i disse tilfælde vil der være forskellige svarmuligheder. En godkendt ansøgning kan godt godkendes med et mindre budget, end de unge har anmodet om, og det bliver så projektrådgivernes opgave at hjælpe de unge med at afgøre, om projektet kan udføres med det mindre budget. Der kan blive tale om, at puljen uddeles med forbehold. Det kan eksempelvis være, at de unge først får adgang til midlerne, når de har sikret sig, at de kan leje lokaler til den pris, de nævner i deres budget, eller har fundet fem personer til at hjælpe til med afvikling af deres arrangement.

De fleste godkendte ansøgninger vil modtage midler uden forbehold. Når projektet er udført, mødes de unge for at udarbejde et regnskab og en tilbagemelding til Ungeudvalget.

Lynprojekter er udarbejdet i samarbejde mellem Brug For Alle Unge, som hører under Undervisningsministeriet, KraftWerket og lokale aktører i Fredericia, Vollsmose, Gellerup, Ishøj, Nørrebro og Urbanplanen.

Når de unge har gennemtænkt deres projekter, er det tid til at lave en ansøgning til Lynpuljen. Ansøgningsformularen udfyldes på [www.lynpuljen.dk](http://www.lynpuljen.dk).



## AKTIVITETER

Lynprojekter udgøres af fire overordnede aktiviteter.

1. Projektworkshops
2. Projektcaféer
3. Vurdering af ansøgninger
4. Afvikling og evaluering af projekter




# Formålet med projektguiden

**N**u er det slut med kedelig formalia, og tiden er kommet til at introducere dig for den værktøjskasse, som er helt central for Lynprojekter!

Lynprojekter handler om at lave rigtig gode ungedrevne projekter, men det handler også om at finde den bedst mulige metode til at skabe en blomstrende ungdomskultur og mere afklarede og motiverede unge, som vælger en konstruktiv sti fremad.

Guiden her introducerer dig for en række værktøjer, som vil være en stor hjælp i arbejdet med at rådgive de unge fra idé til gennemført og afrapporteret projekt.

Det gør den ved at føre dig gennem de faser, som de unge projektmagere kommer til at gennemgå, både i projektudviklingen og på gruppeniveau. Til hver fase har vi tilknyttet en række værktøjer, som sigter mod at gøre det let og overskueligt for gruppen at gennemgå selv de sværeste overvejelser i forbindelse med at lave et projekt. Derudover indeholder guiden en række værktøjer til projektrådgivere, hvilket gør dem i stand til at vælge de rigtige værktøjer til enhver given gruppe unge, præsentere metoderne og hjælpe dem til selv at finde frem til de rigtige løsninger for deres projekt.



LYNPROJEKTER handler om, at vi skal lave rigtig gode ungedrevne projekter, men det handler også om, at vi skal finde den bedst mulige metode til at skabe en blomstrende ungdomskultur. Guiden her introducerer dig for en række værktøjer, som vil være en stor hjælp i arbejdet med at hjælpe de unge fra idé til gennemført og afrapporteret projekt.

# LANSERING



## Anvendelse

**B**ogen her er udviklet på baggrund af erfaringer fra Lynprojekter og trækker på KraftWerkets mangeårige erfaringer med projektrådgivning af unge. Men værktøjerne begrænser sig slet ikke til Lynprojekter. De kan med fordel anvendes, hvor end unge skal hjælpes og udfordres til at stå i spidsen for deres egne projekter. Det vil være oplagt at bruge guidens værktøjer i forbindelse med UU-arbejde, i skolen, hvor elever skal lave projekter, og en lang række andre steder. Så længe unge skal lave projekter, vil bogen her indeholde en lang række relevante værktøjer.

Hvis en gruppe unge eksempelvis har vist interesse for at skabe deres eget teaterstykke, kunne man bruge Cover Story Vision til at finde frem til præcist, hvad projektet skal handle om, en gameplan til at dele projektet op, SMART-mål til at få gruppen til at blive enige om, hvad de gerne vil opnå, og sikre, at de gør det, og en tjekliste til at sikre, at gruppen når i mål med projektet.



# GUIDE



# Double diamond-modellen

I **discover**-fasen går de unge på opdagelse i, hvad projekter kan indeholde, og hvad de egentlig selv brænder for at lave.

Herefter bevæger de sig ind i **define**-fasen, hvor det handler om at finde frem til den endelige idé, som gruppen vil arbejde med.

I **design**-fasen detaljeres idéen, og gruppen lægger planer for, hvordan projektet skal vækkes til live. De laver en tidslinje for deres arbejde, opstiller mål for projektet og lægger et budget.

Den afsluttende fase, **deliver**, handler om at skabe projektet, evaluere det og levere den dokumentation, som skal til.

Til hver af disse projektudviklingsfaser hører en fase på gruppeniveau.

Når gruppen går i gang med opdagelsesfasen, **discover**, vil de på gruppeniveau typisk befinde sig på et stadie, der kaldes **forming**. Her handler det om at få forventningsafstemt og sat rammerne for et godt samarbejde, derfor tager gruppeøvelserne udgangspunkt i dette arbejde.

Når projektet bevæger sig ind i defineringsfasen, vil gruppen typisk være i fasen, som kaldes **storming**. Her kan samarbejdet lide lidt under, at mange beslutninger skal træffes, og at hele gruppen måske ikke er enig.

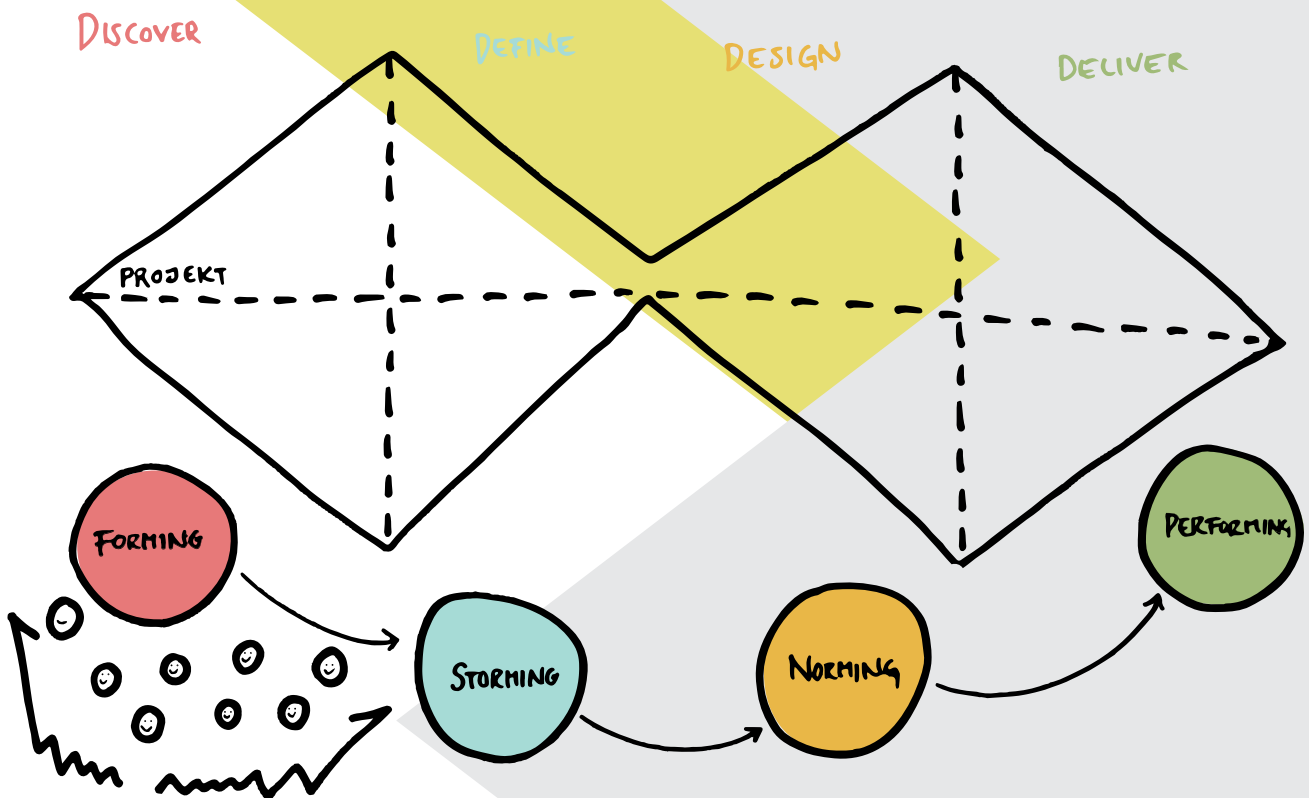
Efter stormvejret vil gruppen begynde at fungere langt mere effektivt, og regler og normer etableres, denne fase kaldes **norming**.

Som projektet spidser til, og alle opgaverne bliver meget konkrete, vil gruppen bevæge sig ind i **performing**-fasen. Arbejdet her karakteriseres ved at være meget strømlinet og produktivt.

Til alle faser på både gruppe- og projektniveau kan du i den følgende tekst finde værktøjer, som hjælper dig i gang med arbejdet med de unge.

# Vi inddeler projekter i 4 faser

discover  
define  
design  
deliver



## Anvendelse af guiden

**D**et er vigtigt at pointere, at guiden her består af en række værktøjer, som kan bruges på forskellige tidspunkter. Som rådgiver skal du ikke være nervøs for at afprøve forskellige værktøjer, på forskellige faser i projektet eller for den sags skyld opfinde dine egne.

Når en rådgiver yder projektrådgivning med en gruppe unge, er det uhyre vigtigt, at rådgiveren sporer sig ind på, hvor gruppen er henne. Er de lige gået i gang med at samarbejde, eller er de gamle venner? Vil de i grunden helt forskellige ting, eller er de allerede fuldstændig fastlåste på deres idé og ressourcebehov?

Når rådgiveren har fundet frem til, hvor langt de unge er i deres projekt og samarbejde, kan rådgiveren her i projektguiden finde værktøjerne til at føre dem videre. Vi foreslår, at du som rådgiver orienterer dig lidt i guiden og danner dig et overblik over modellerne, og hvordan de anvendes, så du er klar til den første projektrådgivning.

For at de unge kan vejledes bedst muligt, er det afgørende, at rådgiveren er fuldstændig inde i Lynpuljens procedurer og kriterier for, hvordan man opnår støtte. Derfor kan du i det følgende læse mere om ansøgningsskemaet til Lynpuljen, og hvilke kriterier der skal være opfyldt, for at projektet kan opnå støtte.

DISCOVER-FORM  
DEFINE-STORMIN  
DESIGN-NORMIN  
DELIVER-PERFOF



# ING NG G RMING



# LYNPULJEN

## Ansøgningskema

**A**nsøgningskemaet til Lypuljen er simpelt opbygget og behøver kun de nødvendige informationer:

- Hvem søger?
- Hvor meget søger de?
- Hvem skal deltage i projektet?
- Hvordan informerer gruppen om projektet?
- Budget/hvad vil de bruge pengene til?
- Hvornår laver de projektet?

Undervejs kan gruppen vælge at indsende tegninger eller uploade video for på den måde at fortælle om deres projekt. Det kan være et godt værktøj for grupper, som er bedst mundtligt.

Gruppen kan logge på via Facebook, Gmail eller hotmail. Når de har udfyldt ansøgningskemaet, vil de modtage en mail om, at ansøgningen er modtaget, og information om, hvornår de vil få svar.

Hvis ansøgningen mangler noget, vil Ungeudvalget hurtigst muligt fortælle hvad, så gruppen kan rette ansøgningen til.

Du finder ansøgningsformularen på  
[www.lynpulje.dk](http://www.lynpulje.dk)



# JULIJEN

## Puljekriterier

Lynprojekter skal være rettet mod aktiviteter, der fremmer unges sociale og faglige kompetencer og kompetencer til at påbegynde eller gennemføre en ungdomsuddannelse.

### LYNPROJEKTERS AKTIVITETER

Nedsættelse af Ungeudvalg bestående af ressourcestærke unge, som vurderer ansøgninger og markedsfører projektet.

Etablering af en Lynpulje med midler til at støtte unges projekter gennem Ungeudvalget.

Rekruttering og uddannelse af projektrådgivere til at rådgive de unge projektmagere.

Afvikling af projektworkshops, hvor grupper dannes, idéer udvikles, aktivitetsplaner og markedsføringsstrategier udvikles, inden budgetter og ansøgninger sendes af sted.

Projektafæer, hvor grupper får mulighed for yderligere sparring og vejledning af frivillige projektrådgivere.

Afholdelse af Ungeudvalgsmøder, hvor ansøgninger vurderes, og ansøgere får brugbar feedback til at forbedre deres projekter og/eller penge til at udføre projekterne.

### PROJEKTERNE KAN RETTE SIG MOD

Uddannelse. F.eks. Eksperimentariet, besøge hæren, udflugt til en uddannelsesmesse, besøg på uddannelse etc.

Erhvervsafklaring. F.eks. hvilket job vil du gerne ende med at få, få erhvervsleder til at holde oplæg, rundvisning i firmaer, kommunen, jobmesse etc.

Event, teater, musik, håndværk, miljø, sundhed, leg, teknik, forening. F.eks. lær at reparere en bil, opsæt et teaterstykke, lær at lave vindmøller, lær førstehjælp etc.

Fritidsaktiviteter og kulturelle arrangementer. F.eks. idrætshøjskole, besøge idrætsforening, lære om fysiologien bag sport, oplæg fra professionelle fodboldspillere, trænere etc.

### PROJEKTERNES FORMÅL

Arrangementer under Lynprojekter skal ramme en bred gruppe af unge i lokalområdet og også gerne frivillige og personale tilknyttet de forskellige projektpartnere samt de unges forældre. Projekterne skal helst afvikles i lokalområdet, dog kan inspiration til projektet hentes andre steder.

Lynprojekterne skal være netværksskabende, eksempelvis mellem områdernes unge, samarbejdspartnere og andre deltagere/aktører.

Projekterne skal have et større formål og budskab – ikke kun til fordel for den enkelte.

Lynprojekter skal være non-profit.

De unge projektmagere skal selv dokumentere projektet i form af billeder, videoer etc.

# PROJEKTER OM FREM- TIDEN

**D**er er ingen tvivl om, at grupperne ved at lære at lave projekter bliver bedre til at planlægge, samarbejde, tænke langsigtet, lægge budgetter og formidle. De forbedrer dermed deres fremtidsmuligheder, men på Lynprojekter er vi mere ambitiøse end det. I de udsatte boligområder hersker mange fordomme om, at det ikke nytter noget at uddanne sig, at det er umuligt at få en praktikplads, hvis ikke man har et dansk klingende navn, eller at man kun kan få et meningsfuldt arbejdsliv, hvis man bliver læge, advokat eller ingeniør. Ved at lave projekter, der handler om uddannelses- og arbejdsmarkedet, vil de unge få nuanceret deres syn på deres fremtid og finde ud af, hvordan det egentlig er at arbejde i drømmejobbet, hvad der skal til for at have succes med det og forhåbentlig få mulighed for at afprøve deres egne evner inden for feltet.

Så er spørgsmålet bare, gider unge virkelig at lave projekter, der har med uddannelse og jobmuligheder at gøre?

**JA!** Efter at have afprøvet metoden i fire forskellige boligområder er der slet ingen tvivl! Mange unge i udsatte boligområder har en enorm interesse for deres egen fremtid og faktisk ofte også et stort ønske om at hjælpe andre godt på vej. Det kræver dog et solidt benarbejde at sikre, at projekterne faktisk hjælper de unge med at få afprøvet deres fremtidsplaner.

Arbejdet med at sikre, at projekterne handler om deltagernes fremtid, starter allerede lang tid før mødet med de unge. Når potentielle samarbejdspartnere og deltagere informeres om Lynprojekterne, er det fristende at fortælle, at der er mulighed for at få penge, at der vil være pizza, og at det er sjovt.

Med den præsentation er der høj risiko for, at deltagerne møder noget helt andet, end de havde forventet. Der skal arbejdes for at få støtte til projekterne, så det er vigtigt, at projektmanagerne er indstillede på at lægge en indsats for at få projektet på benene og forstår, at de kun kan få støtte, hvis projektet gør dem mere afklarede om deres egen fremtid.

"Oftentimes handler det bare om at finde ind til de mange ubesvarede spørgsmål. Ved at spørge ind til deltagernes fritidsinteresser kan man tit finde nøglen til deres interesser og spore sig ind på, hvad de brænder for, men det kræver tålmodighed og en god portion nysgerrighed."





## Hvad støttes ikke?

**Driftsudgifter** – dvs. udgifter til daglig drift og vedligeholdelse. Hertil hører lønninger, husleje og andre administrative opgaver.

**Projekter, der kun er til gavn for ansøger** – det gælder f.eks. udgivelser, såsom demo, lyric m.m., som udelukkende tjener det formål at promovere udgiveren.

**Kommercielle arrangementer** – dvs. arrangementer med fortjeneste. Dette inkluderer ikke velgørhedsarrangementer.

**Partipolitiske, religiøse eller diskriminerende projekter.**

**Private arrangementer** – indkøb af elektronik og andet inventar, dog kan leje af forskellige rekvisitter godkendes.

**H**vis gruppen starter med at være skuffede og føler sig misledt, er det svært at få dem motiveret til arbejdet. Derfor skal der arbejdes med at lave en præsentation af projektet, der sælger det, men stadig fortæller hvad det handler om.

Det kan meget vel være, at pitchet ovenfor er mest tiltrækkende for ressourcestærke i området, men det gør faktisk ikke så meget. Ved at starte med de lavt hængende frugter kommer projektet i gang, og nogle fede projekter bliver udviklet. Det bedste middel til at tiltrække unge er andre unge. De, som har set andre unge have succes med at lave fede projekter, vil selv prøve det af, og så når man pludselig ud til nogle helt andre unge.

Der er mange veje til at tiltrække de rette unge, men der er ingen tvivl om, at vi har set den største succes ved at klæde unge ambassadører på til det. De unge forstår jargonen, ved, hvad der tænder de andre unge, og kan meget vel være forbilleder for dem. Derfor er det vigtigt, at de, som har lavet deres projekter, også deler det på Facebook og fortæller deres venner om det. Derudover er de frivillige på Lynprojekter et kæmpe aktiv i forhold til at nå ud til de unge, der ikke normalt er en del af lokale initiativer.

Endelig er det vigtigt at sikre, at Ungeudvalget holder fast i kriterierne. Det tager typisk tid at finde niveauet for, hvad der skal til for at få støtte, men det er ikke noget problem, at en del af de første grupper bliver bedt om at arbejde videre med deres ansøgninger. Værre er det, hvis de første projekter er for uambitiøse, for det er netop de projekter, der kommer til at inspirere til de kommende, og hvis de ikke har fremtid i fokus, vil de kommende heller ikke have det. Det handler dog om at finde en balance, for det nytter naturligvis heller ikke, at rygten spredes om, at det er umuligt at få støtte. Derfor er det afgørende, at der er en god dialog mellem

projektrådgivere og Ungeudvalgsmedlemmer, så det sikres, at feedbacken hurtigt bliver til forbedringer på projekterne, så de kan få støtte.

Det gode forarbejde sikrer, at mange af de unge kommer med idéer, der tager udgangspunkt i deres nysgerrighed over for deres fremtidsmuligheder. Det kan være, at gruppen vil finde ud af, hvordan man bliver mekaniker, hvordan man finder en praktikplads, så man kan komme i gang med en HG, eller vil se, hvordan det egentlig er at være i hæren. Det sker dog ofte, at de unge dukker op med idéer om at holde en fodboldturnering, en fest eller gerne vil på udflugt.

Størstedelen af arbejdet med at sikre det uddannelsesfremmende i projekterne ligger så i projektudviklingen med de unge. Hvis gruppen eksempelvis vil lave en fodboldturnering, kan det være en god idé at blive ved med at spørge ind til, hvorfor de vil gøre det. Undervejs når de forklarer om det, kan det være, at de giver udtryk for, at de gerne vil arbejde med events, interesserer sig for idræt generelt eller virkelig har en stor drøm om at blive fodboldspillere. Hvis det er tilfældet, handler det om at tydeliggøre uddannelseselementet i projektet og enten sørge for, at de sparrer med andre, der laver sportsevents, lærer om fysiologi eller livet som idrætsstuderende eller finder ud af, om de faktisk har, hvad der skal til, for at blive professionelle, og hvilken sti de så skal forfølge.

Det sker naturligvis også, at gruppen egentlig bare har lyst til at lave et projekt for sjov. Den slags projekter passer desværre ikke til Lynprojekter, og så kan det godt være, at gruppen skal henvises til andre grupper. Langt de fleste unge går med tanker om, hvad de skal i deres fremtid.



# Fastholdelse af motivation og gejst

**D**et kan godt blive et længere forløb, når specielt større projekter skal bankes op. Samtidig kan meget nå at ske, selvom det blot tager en uge at få svar på ansøgningen fra Ungeudvalget. Derfor er det afgørende, at de frivillige sørger for løbende at motivere og inspirere projektmagere, så de holdes ved ilden. Det kan foregå ved at knytte en personlig relation til projektmagere, så de bliver andet og mere end projektmagere, og rådgiverne også vokser ud af deres rolle. Ved at være nysgerrig på gruppen og lære dem at kende opnår projektrådgiveren en tillid, der gør det meget lettere at hjælpe gruppen, hvis det bliver svært, eller motivationen daler.

Undervejs i forløbet er det vigtigt at fastholde troen på de unge projektmagere. Hvis rådgiverne mister troen på gruppens evne til at lave projektet, går der ikke længe, førend gruppen også selv har gjort det. Ved at vise tillid til projektmagernes evner og talenter og anerkende deres arbejde sikres deres motivation og evne til at lave projektet. Bliver det alligevel svært at sikre motivationen, kan det hjælpe at fokusere på gruppens formål med at lave projektet og deres oprindelige tanker om, hvad de ville opnå for dem selv og andre. Derudover kan det være en idé at fokusere på, hvad projektet vil have betydning om et år eller to for både projektmagere og deltagere. Gruppen kan eksempelvis lave en Cover Story Vision, der er beskrevet i guiden her, da den hjælper med at få de gode historier og dermed gejsten tilbage i projektet.

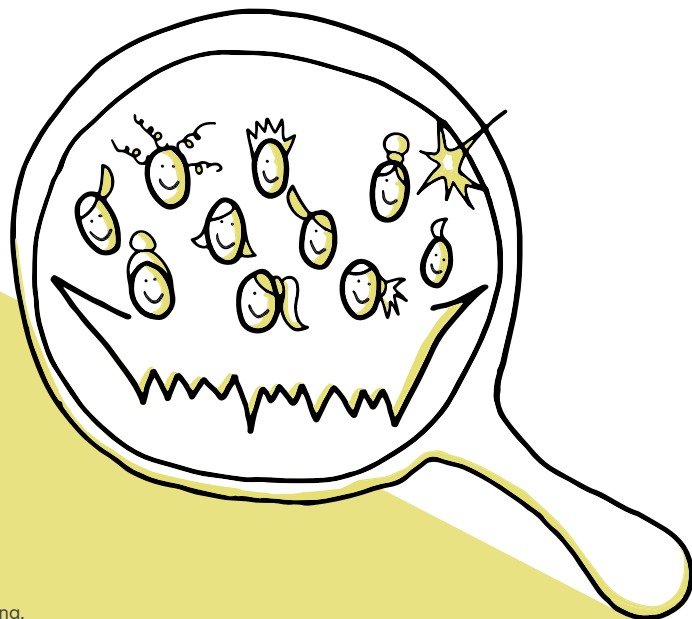
## Målgruppe

Den primære målgruppe er unge mellem 13 og 25 år.

80 procent af de unge skal ikke have foregående projekterfaring.

Det bestræbes, at 2/3 af projekterne er repræsenteret af drenge.

Behandlingen af ansøgninger foregår i Ungeudvalget én gang ugentligt, så der vil gå maks. syv dage, fra ansøgningen indsendes, til der gives svar.



# Forskellige succeskriterier

Lynprojekter har en meget bred målgruppe, og der kommer mange forskellige unge igennem projektrådgivningen. En af ambitionerne med Lynprojekter er at hæve niveauet for ungeprojekter, og derfor er det meget vigtigt, at projektrådgiverne sørger for at udfordre de grupper, de har til rådgivning.

En gruppe 20-årige, som allerede er i gang med ungdomsuddannelser, har nogle forudsætninger, som en gruppe 15-årige 10.-klasseselever ikke har. Det skal dog ikke være ensbetydende med, at det er lettere for den ældre gruppe at opnå økonomisk støtte! Opgaven som projektrådgiver er at anvende de rette værktøjer, så alle unge udfordres og lærer ved at lave Lynprojekter. Uanset hvilken gruppe man står over for, er det projektrådgiverens opgave at hjælpe dem til at lave de bedst mulige projekter, som de får mest muligt ud af at udføre.

De meget stærke grupper kan lave større og mere komplekse projekter. Til dem kan man anvende flere modeller og stille mere udfordrende spørgsmål.

De lidt mindre erfarne grupper, der måske er unge og førstegangsprojektmagere, kan man derimod holde hånden lidt under, støtte lidt mere, stille lettere spørgsmål og føre igennem færre modeller over lidt længere tid.

Ungeudvalget, som vurderer ansøgningerne, bliver uddannet til at forholde sig til puljeansøgninger med udgangspunkt i projektgruppens niveau. Altså kan en ung og uprøvet gruppe få støtte til en ansøgning, som en ældre og mere erfaren gruppe ikke havde fået støtte til.





# IGANG SÆTTELSE AF SAM ARBEJDE



# Forberedelse

**N**år man allerførste gang skal møde en gruppe, er det vigtigt for det fremtidige samarbejde, at man sørger for at forberede sig. Jo mere man har sat sig ind i deres projekt i forvejen, jo mere motiverede bliver de, og jo bedre rådgivning kan man yde. Hvis gruppen er villig til at forsøge at formulere sig skriftligt, vil det være en stor fordel at få dem til at sende deres tanker i forvejen.

Projektrådgiverens forberedelse er med til at øge deres tro på dem selv og deres projekt, så man skal sørge for at gøre en indsats for at gøre det hyggeligt og struktureret. Hvis man mener, at der mangler noget for at kunne stille de rigtige rammer til rådighed, så tag endelig en snak med projektlederen om det.



# Indstilling og tankesæt

**P**rojektrådgiverens indstilling til arbejdet vil lynhurtigt blive overtaget af de unge. Hvis rådgiveren møder træt og umotiveret op, vil man inden længe stå med en gruppe, der har det på samme måde.

Rådgiveren må derfor prøve altid at se det positive i de unges projekt og se, om ikke man kan få de gode elementer til at vokse. Hvis man kigger efter muligheder og viser tillid til de unges ressourcer, vil projektet højst sandsynligt blive en succes. Hvis man derimod er skeptisk eller ikke tror på, at gruppen kan levere det, de lover, så bliver man hurtigt medvirkende til, at gruppen ikke præsterer optimalt.

Det er klart, at fokus på det positive samtidig ikke må skygge for, at dårlige projekter findes, og at nogle projekter kan blive alt for store til, at de unge kan udføre dem. I stedet for at fortælle de unge, at deres projekt er for stort, foreslår vi, at projektrådgiveren hjælper dem til selv at finde frem til, hvad der ikke kan lade sig gøre, og finde en løsning på det.



## SÆT RAMMEN

Når de unge dukker op, er det vigtigt, at du har sørget for at skabe en ordentlig ramme. Vis, at du tager deres arbejde seriøst, ved at have styr på de fysiske rammer, inden de kommer. Sørg for at have følgende klar:

- Tuscher
- Stor papirrulle
- Kaffe, te og kopper
- Stearinlys
- Snacks
- De projektmodeller, du tænker, at I kan få brug for

**Hvis gruppen bare gerne vil lave et eller andet, så start med at føre dem gennem en brainstorm og brug eventuelt "projektblomsten".**

# Gode åbningsspørgsmål

**D**et er vigtigt at igangsætte samarbejdet på en positiv måde. I starten betyder det meget, at rådgiveren lytter og er nysgerrig på gruppens idéer. Det skal aldrig være projektrådgiveren, der siger, at gruppens idéer ikke fungerer. I stedet skal der holdes fokus på, hvad der fungerer godt ved deres idé, og sørges for, at gruppen anerkendes for de ting, de gør godt.

Hvordan projektrådgivningen igangsættes, har stor indflydelse på, hvorledes samarbejdet bliver fremover. Rådgiveren skal starte med at lære gruppen at kende og åbne op for at høre lidt mere om, hvor de går i skole, hvad de laver i deres fritid, hvad de interesserer sig for, og måske hvad de vil lave om fem år. Når rådgiveren og gruppen har lært hinanden at kende, kan projektrådgivningen sættes i gang ved at spørge, om de allerede har en idé til, hvad de gerne vil lave.

Hvis ikke gruppen har en idé, kan rådgiveren samle lidt op på deres fritidsinteresser, fremtidsdrømme eller noget andet, de har sagt, og høre, om det måske kunne være det område, de gerne vil lave et projekt inden for.

Rådgiveren kan også spørge mere ind til, hvorfor de er kommet. Vil de gerne lære at lave projekter, lave noget sjovt eller lære noget specifikt?

Hvis gruppen allerede har en idé, kan man spørge lidt mere ind til den. Det kan være, de mangler at definere deres målgruppe, lave et budget eller aktivitetsplan.

Det kan også være, at projektet ikke rigtigt passer til Lynpuljen. Så kan rådgiveren forklare, hvad puljen går ud på, og høre, om gruppen tror, at de kan få deres projekt til at passe til puljen. Hvis ikke skal projektrådgiveren hjælpe dem med at kigge på andre muligheder (se afsnittet om fundraising).

Som projektrådgiver vil man i løbet af perioden blive meget mere erfaren og lære en masse om projektrådgivning. Det er en god idé at sørge for at udvikle sine egne spørgsmål, der passer til den måde, man selv gerne vil sætte rådgivningen i gang på.

# DISCO



# OVER

## OM FASEN

DEN FØRSTE FASE, SOM PROJEKTER GENNEMGÅR, KALDER VI DISCOVER ELLER OPDAGELSESFASEN. I OPDAGELSESFASEN FINDER GRUPPEN UD AF, HVAD DE GERNE VIL OPNÅ MED DERES PROJEKT, HVAD DER ER MULIGT, HVEM DERES MÅLGRUPPE ER, OG HVAD MÅLGRUPPEN ER INTERESSERET I. FASEN HANDLER OM AT FINDE FREM TIL EN PROJEKTIDÉ MED ET KLART FORMÅL OG NOGLE KLARE VÆRDIER.



# Værktøjer

## Udfordringer

**M**ange grupper tror fejlagtigt, at de er langt forbi discoverfasen. Typisk vil gruppen have defineret deres målgruppe som "alle", hvilket senere vil gøre markedsføring meget besværligt. Herudover ses det ofte, at medlemmerne i gruppen langt fra er enige om, hvad deres projekt egentlig handler om, hvilket kan give problemer med samarbejdet, når arbejdet for alvor går i gang.

Hvis man oplever, at gruppen ikke har arbejdet tilpas meget med projektets fundament i fasen her, hjælper man dem bedst muligt ved at stille spørgsmål til det, man mener, de måske kan mangle. Eksempelvis: "Vil alle lige gerne deltage i jeres projekt?", "Hvor lang tid regner I med at bruge på det her?". Spørgsmålene kan danne udgangspunkt for, at man lapper nogle huller ved at anvende nogle af de værktøjer, som findes herunder.

## Værktøjer

**N**år man for alvor tager hul på at arbejde med værktøjerne, er det en god idé, at man har gjort det klart, hvad Lynprojekter handler om, og hvilke kriterier der er for at få støtte. Hvis man får en gruppe unge ind ad døren, hvis idé overhovedet ikke passer til puljekriterierne, så kan man hjælpe dem med at se, om det er muligt at videreudvikle idéen, så deres tanker om projektet kan beholdes, samtidig med at det passer til beskrivelsen.

Eksempel:

Forestil dig, at du får besøg af fire unge, der ønsker at starte deres egen cricketklub. En cricketklub passer desværre dårligt med puljekriterierne. Det er ikke et projekt, da det ikke har en afslutning, og derudover skal det tilpasses lidt, før end man kan argumentere for, at det er uddannelsesfremmende. (Se afsnittene "Hvad er et projekt?" og "Puljekriterier" for mere info).

Vi foreslår i dette tilfælde, at man vælger én af to muligheder. Man kan enten finde frem til, hvorfor de gerne vil lave en cricketklub, og undersøge med dem, om der måske er nogle aktiviteter ved cricket, som kunne være spændende at lave som et event, og så finde frem til en uddannelsesvinkel. Hvis ikke de er indstillet på at nedskalere projektet, kan man i stedet opfordre dem til at søge andre puljer, fonde eller private sponsorer og hjælpe dem med det. I afsnittet om fundraising kan man læse mere om nogle gode fonde til kulturformål for unge i dit område.



# Øjer



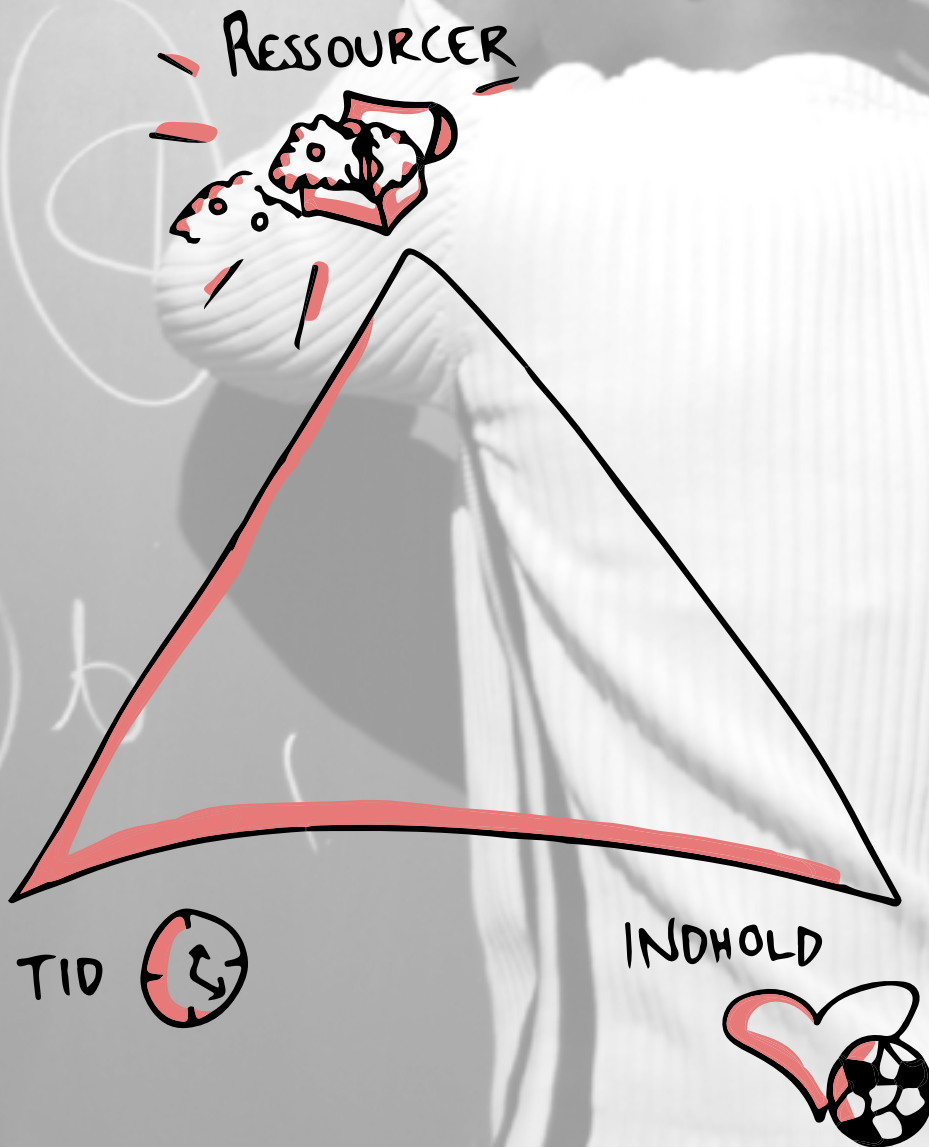
## Hvad er et projekt?

**N**år vi i det foregående argumenterer for, at en cricketklub ikke er et projekt, er det, fordi den ikke har en begyndelse og afslutning. De forudsætninger, som skal være opfyldt, for at arbejdet er et projekt, er, at aktiviteten er:

- En unik opgave – i modsætning til en rutineopgave.
- Projektet har et specifikt formål, der indeholder målsætninger.
- Projektet har en tidsmæssig afgrænsning. Projektet startes og afsluttes.

Oftest vil forudsætningerne være opfyldt, når unge kommer til projektcaféer. Hvis det ikke er tilfældet, er det projektrådgiverens opgave at forsøge at hjælpe dem over imod projektformen, fordi vores værktøjer ellers vil passe dårligt til deres arbejde, og de vil ikke kunne opnå støtte gennem Lynpuljen.

# PROJEKTTREKANTEN





# TREKANTEN

## Hvad

Det første værktøj, vi har valgt at præsentere, er en rigtig god illustration af, hvilke ressourcer der indgår i et projekt, og hvordan de forholder sig til hinanden. Tid og ressourcer er det input, som man kommer ind i projektet, desto mere tid, eller desto flere penge, desto højere kvalitet. Værktøjet kan bruges til at lære gruppen lidt om projekter, men i endnu højere grad om forventningsafstemning – hvor lang tid og hvor mange ressourcer vil gruppemedlemmerne bruge, og hvor stort et projekt kan de så lave?

## Hvornår

Vi foreslår, at man præsenterer projekttrekanten i løbet af den allerførste projektrådgivning for at gøre projektgruppen bekendt med de rammer, de arbejder under som projektmagere. Man kan eventuelt gå tilbage til projekttrekanten senere, hvis man mener, at projektets ambitioner trænger til at blive justeret.

## Formål

Formålet med projekttrekanten er på en simpel måde at illustrere sammenhængen mellem tid, indhold og ressourcer, når man laver projekter.

Får man færre penge til at lave projektet for, bliver man nødt til at bruge mere tid eller acceptere, at projektet får mindre indhold. Tilsvarende kan gruppen lave et projekt hurtigere eller med mere indhold, hvis de får flere ressourcer.

## Effekt

Projekttrekanten hjælper til at give en overordnet projektforståelse. Hvis projektmagerne er for ambitiøse med deres målsætninger, er projekttrekanten en fin måde at forklare, at det vil forudsætte enten mere tid, flere penge eller lavere kvalitet af deres projekt for at gøre det muligt.

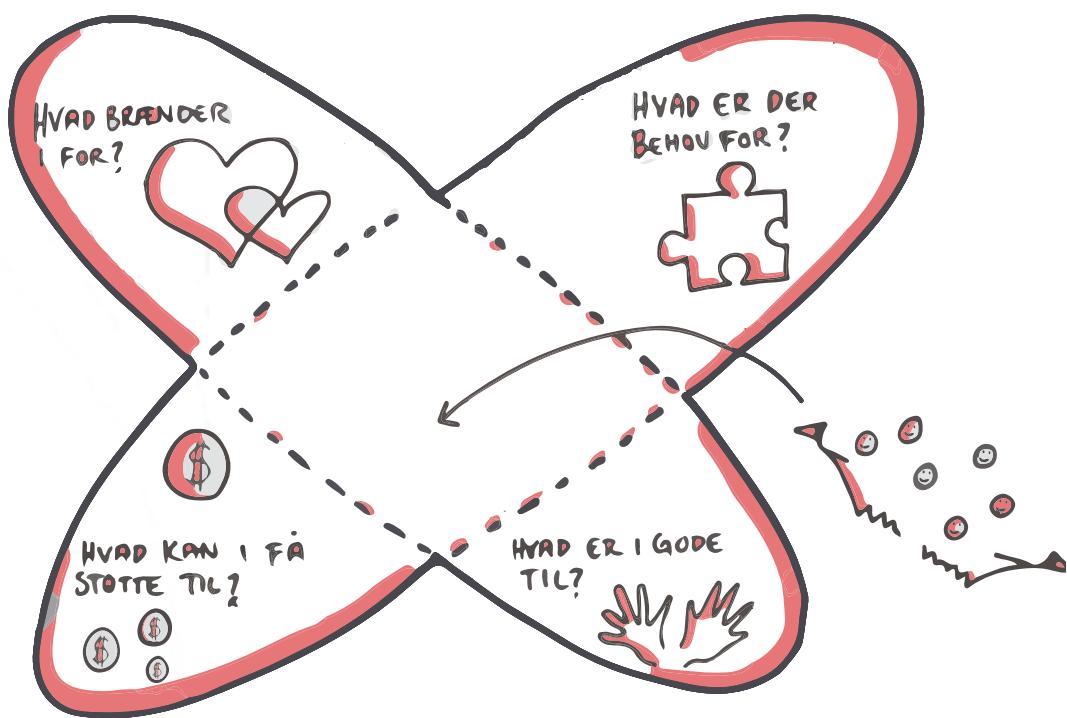
## Hvordan

Vis projektmagerne projekttrekanten, og lad dem komme med et konkret forslag til et projekt, man kan bruge som eksempel. Det kunne eksempelvis være at besøge en bilfabrik, holde en workshop for kommende designere eller lære at lave en bil.

Tag udgangspunkt i deres forslag, og få dem til at anslå nogle målsætninger og bud på, hvor lang tid og hvor mange penge der skal til for at nå målsætningerne.

Herefter foreslår man eksempelvis, at den tid, de mener, at det vil tage at lave projektet, halveres og spørger ”hvad sker der så?”. Det samme kan gennemføres med at øge kvalitet eller mindske ressourcerne og gentage spørgsmålet.

# PROJEKT- BLOMSTEN



---

Hvor lang tid:  
Fra 10-40 min.

Hvad kræver det:  
At man har en skabelon af projektblomsten og post-its klar, og at man er med til at facilitere diskussionen, så gruppens input placeres de rigtige steder.

---

## Hvad

Projektblomsten er et rigtig godt udgangspunkt for at udvikle et projekt. På blomstens blade kan gruppen besvare en række spørgsmål, som er vigtige for projektets udvikling. Til trods for det måske lidt fjollede navn er værktøjet virkelig godt til at sætte de rigtige rammer op for et projekt og til at sikre, at alle gruppemedlemmerne får plads til at komme med deres forslag.

## Formål

Projektblomsten kan anvendes til at rammesætte en idéudviklings-session. Den kan hjælpe til at sikre, at gruppens projekt ligger inden for Lynpuljens kriterier og faktisk tager udgangspunkt i noget, som gruppen gider og er gode til.

## Hvornår

Projektblomsten kan bruges helt i begyndelsen af et forløb med en gruppe, som ikke helt ved, hvad de skal arbejde med. Den kan også hjælpe til at afklare, om en idé holder vand med en gruppe, der har udviklet sin første idé.

## Effekt

Med projektblomsten vil gruppen udvikle sit projekt, så det passer til deres kompetencer, deres interesseområder og de kriterier, som Lynpuljen uddeler penge efter.

## Hvordan

Projektblomsten udgøres af en række kronblade. Hvert kronblad indeholder et spørgsmål.

- Blad 1: Hvad brænder I for?
- Blad 2: Hvad er I gode til?
- Blad 3: Hvad kan I få støtte til?
- Blad 4: Hvad er der behov for?

Først spørges gruppen, hvad de brænder for, og man lader dem endelig komme med en masse forslag. Deres svar placeres på post-its.

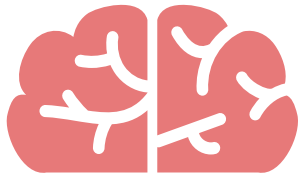
Så spørger man om de ting, de brænder for, også er noget, de er gode til. Hvis det er det, placeres deres svar på overlappet mellem kronbladene "det I brænder for" og "det I er gode til". Ellers holdes de uden for projektblomsten lidt endnu.

Herefter spørger man, hvilke af de ting, de brænder for, kan de få støtte til gennem Lynpuljen. Har det noget med deres fremtidsudsigter at gøre? Lærer det dem noget nyt om uddannelser? Får de mulighed for at afprøve eller lære mere om jobs? Hvis deres forslag passer på ét eller flere spørgsmål, placeres deres post-its mellem det, de brænder for, og det, de kan få støtte til, og eventuelt det, de er gode til, hvis det også passer der.

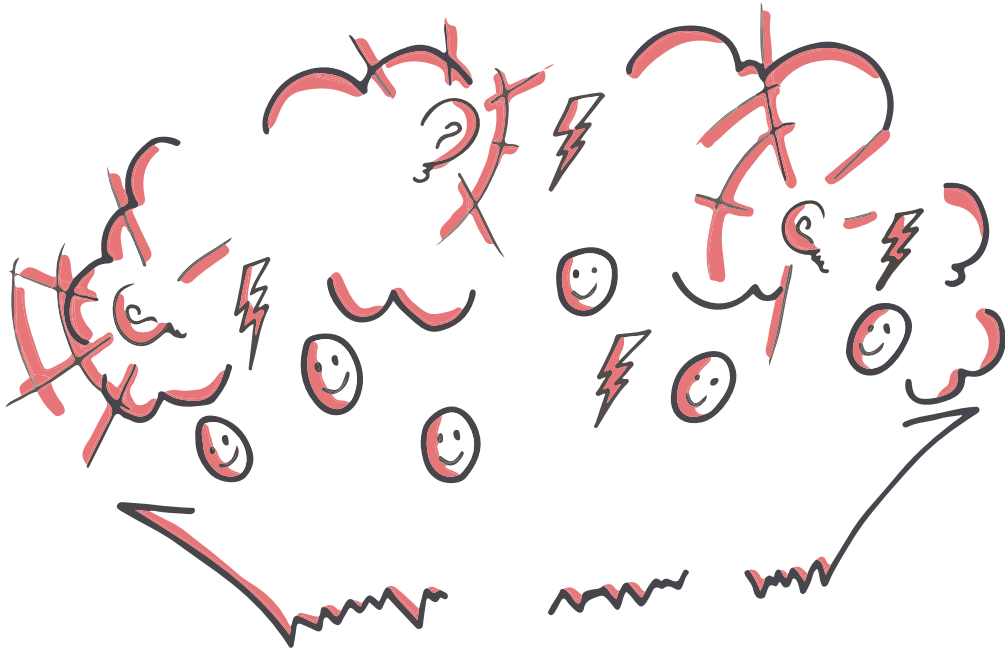
Det sidste spørgsmål er "Hvad er der behov for?". Her behøver gruppen blot at se på de muligheder, der passer i to eller tre af de foregående spørgsmål.

De forslag, gruppen har, der passer ind i alle fire kategorier, er de forslag, som de skal arbejde videre med.

Har gruppen kun forslag, der passer ind i tre kategorier, så arbejdes der videre med, hvordan de får dem til at passe i alle fire, eller om det punkt, de mangler, er afgørende for, om projektet skal udføres eller ej.



# BRAINS



# STORMING

## Hvad

En brainstorm går ud på at få en gruppe til at udvikle så mange og så gode idéer som muligt på så kort tid som muligt.

## Hvornår

Brainstorm er mest oplagt i opstartsfasen, men det kan også anvendes senere i forløbet, hvis der er brug for at komme med nye kreative forslag.

## Effekt

At gruppen står tilbage med en god projektidé, som de alle sammen har været en del af at udvikle.

## Formål

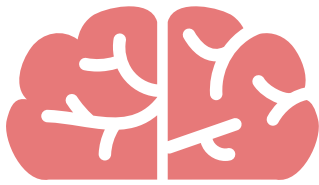
En god brainstorm giver plads til, at gruppen sammen kan udvikle idéer, som de alle føler ejerskab for. Det vigtigste er ikke at finde den idé, som har størst chance for at blive støttet.

Det vigtigste er derimod, at gruppen udvikler en idé, som de brænder for, og som de alle sammen er en del af at udvikle og vil arbejde videre på.

## Hvordan

1. Gruppen skal blive enige om, hvilket område de arbejder på.
2. Skriv det ned, og lad det være synligt for alle.
3. Vil gruppen eksempelvis lave et skate-arrangement, lære mere om, hvordan man bliver boss, eller prøve deres drømmejob af?

Hvis gruppen har svært ved at finde frem til et fælles område, kan man bruge andre værktøjer til at sætte idéudviklingen i gang, eksempelvis Cover Story Vision eller JUMP-kort. Man kan også stille dem åbne spørgsmål, for eksempel "hvad vil I gerne vide om uddannelse?", "hvad har unge i jeres område brug for?", "hvad brænder I for?".



# BRAINSTO

**H**vis gruppen virker lidt usikker og ikke rigtigt tør at sige noget, kan man bruge en simpel øvelse til at sætte gang i idéudviklingen:

- Få alle gruppemedlemmerne til at stille sig i en cirkel. Hav en bold klar til at kaste rundt mellem dem.
- Forklar dem, at når de får bolden, skal de sige det første ord, der falder dem ind, og kaste bolden videre til en anden i gruppen.
- Fortsæt, indtil de alle kan komme med hurtige svar, og fortsæt så brainstormen.
- Bed gruppen hver især generere så mange ideer som muligt på 3 minutter. Skriv idéerne ned på post-its.
- Lad én deltager fortælle om sine idéer, mens de resterende deltagere supplerer med egne eller nye idéer.
- Producer mindst 50 idéer på 10 min. Placer i eksisterende kategorier hvis muligt.
- Gruppens medlemmer udvælger hver især 1-2 favorit-idéer og idéudvikler på dem individuelt. Til sidst præsenterer de dem i plenum (10 min).
- Gentag øvelsen, indtil de finder den idé/kombination af idéer med størst potentiale.

**S**e afsnittet om ”Ideudvælgelse” på side 54 for flere forslag til, hvordan man kan udvælge en idé at arbejde videre med.

For at sikre en kreativ og succesrig brainstorm er det vigtigt, at man starter med at opstille rammen for brainstormen og løbende tør bryde ind, hvis ikke reglerne bliver overholdt:

- Der findes ingen dårlige idéer.
- Kvantitet frem for kvalitet – sørg for at få en masse idéer på papiret.
- Vær åben over for andres idéer.
- Byg videre på idéer.
- Opfordr til vilde idéer.
- Byt ideer.
- Lad alle få lov at sige noget.
- Hold pauser.



# ORMØVELSE

## Variationer

Hvis det er lidt svært at komme i gang med brainstormen, eller idéerne alle sammen er lidt ordinære, kan det være en idé at eksperimentere med rammen.

Prøv for eksempel:

### Negativ brainstorm

Her vender man udgangspunktet til et negativt udsagn. Det er ofte nemmere at genere negative idéer end positive idéer. Stil spørgsmålet "Hvad er det værste, vi kan gøre?", og lad gruppen komme med så mange forslag som muligt.

### Stilhed/larm

Hvis det er lidt svært at få gruppen i gang, kan det være en idé at eksperimentere med lyd for at få gruppen til at slippe hæmningerne. Lad dem skifte mellem at arbejde i fuldkommen stilhed, med stille musik og i larmeudgaven, hvor der skrues op for musikken, og gruppen skal råbe deres idéer.

### Individuel/gruppe

Få gruppen til at skifte mellem at brainstorme alene og sammen som gruppe. Her kan projektrådgiveren også lave en konkurrence. F. eks. kan den, som får flest idéer eller kommer på den mest vanvittige idé, vinde en lille præmie.

### Benspænd

Er rigtig god med grupper, der har lidt svært ved at komme i gang. Formulér og giv benspænd som f. eks.: "Projektet skal vare i mindst 10 timer", "projektet må intet koste", "der skal være mindst 50 deltagere" etc.

## Tid

Eksperimentér med stramme deadlines, eksempelvis 100 idéer på 10 min. Husk at sørge for, at der bagefter er tid til at udvælge og bygge videre på udvalgte idéer.

Hvor lang tid:  
10-60 min.

Hvad kræver det:

Papir og post-its til at skrive idéer ned på. Derudover vil det være en fordel at have brainstormreglerne tydeligt fremme under brainstormen, så man kan rette opmærksomhed på dem, hvis der bliver behov for det.



## Hvad

For at gruppen kan lave et godt projekt, skal man vide, hvem der skal deltage i projektet. For at gøre målgruppen konkret og for at sætte ansigter på anbefaler vi, at I arbejder med personaer. En persona er en detaljeret beskrivelse af den mest almindelige projektdeltager.

## Hvornår

Når projektidéen er på plads, er det oplagte næste skridt at finde ud af, præcis hvem projektet henvender sig til.

## Formål

Persona er et rigtigt godt værktøj til at finde ud af, hvem man egentlig forventer vil være interesseret i projektet. Den viden kan gruppen bruge til at sikre, at målgruppen nu faktisk også er interesseret i projektet, og til at sikre, at gruppen med deres markedsføring når ud til de personer, som de regner med skal deltage.

## Effekt

Med hjælp fra persona får gruppen et rigtigt godt udgangspunkt for at tilpasse deres projekt til præcis de personer, som de ønsker skal deltage. Herudover giver persona et rigtigt godt udgangspunkt for arbejdet med at lave målgruppeinterviews og til at opstille succeskriterier, når de kommer videre med projektet.

## Hvordan

Vi har to forskellige forslag til arbejdet med personaer (se næste side).

Hvor lang tid:  
20-90 min.

Hvad kræver det:  
For at kunne lave personaer skal man have tuscher og papir klar. Derudover skal gruppen have en temmelig klar idé til, hvad deres projekt skal handle om.



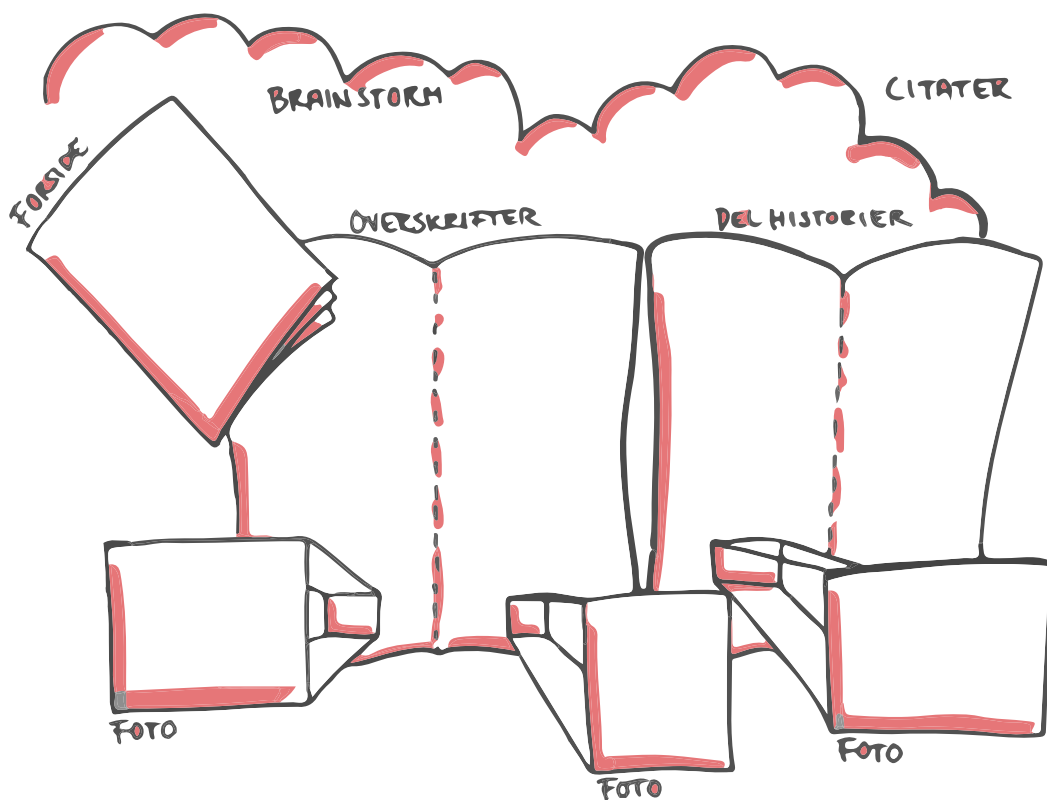




Den mest simple er, at man blot beder gruppen tegne den typiske person, der vil komme til deres projektet. Man kan så selv stille spørgsmål til, hvem den person er. Man kan eksempelvis spørge, hvilket fodboldhold han holder med, hvor gammel han er, hvor mange søskende han har, hvad han laver i sin fritid, og hvad man ellers tænker vil være relevant. Det gør ikke noget, at arbejdet bliver lidt pjattet og sjovt, det giver bare god energi til projektet, så man skal ikke holde sig tilbage fra de lidt mere fjollede spørgsmål. En alternativ måde at lave persona på går gennem et medie, de fleste unge kender, nemlig Facebook. Få gruppen til at udfylde den tegnede Facebookskabelon, eller oprette en profil for deres persona på Facebook. Undervejs skal de svare på alle de spørgsmål, som man normalt beskriver på sin Facebookprofil. Få gruppen til at tegne et profilbillede, vælge sider, personaen har liket, og afgøre, hvor mange venner personaen har, hvor personaen bor osv.

# PERSONA/ FACEBOOK- PROFIL PÅ MÅLGRUPPEN

# COVER STORY VISION



Hvor lang tid:  
60-150 min.

Hvad kræver det:  
En planche med tegningen af Cover Story Vision-værktøjet på. Ting til at tegne med og post-its.

# TORY

## Hvad

Cover Story Vision er et værktøj, der hjælper gruppen til at forestille sig, hvad deres projekt kan føre til. Gruppen skal lave nogle dele af en avisartikel for at blive skarpe på, hvad der gør deres projekt interessant.

## Hvornår

Cover Story Vision kan bruges på forskellige faser i projektet. Det kan bruges som brainstormværktøj, til at lave en PR-strategi eller som et udgangspunkt for en aktivitetsplan.

## Formål

Værktøjet gør gruppen i stand til at se, hvad deres projekt kan føre til. Dermed medvirker det til at styrke motivationen. Herudover kan værktøjet være med til at forklare, hvordan en drøm kan blive til virkelighed, ved at få gruppen til at fortælle historien om, hvordan deres projekt blev en succes.

## Effekt

Gruppens medlemmer bliver enige om, hvilket mål de sigter imod, får et indtryk af, hvad deres projekt kan medvirke til, og en god start på samarbejdet rettet mod at lave deres fælles drømmeprojekt.

## Hvordan

1. Start med at præsentere Cover Story-planchen for gruppen.
2. Når alle er med på, hvad overskrifterne dækker over, får hvert gruppe medlem en stak post-its.
3. Nu har gruppen 10 min. til i stilhed at skrive deres forslag til, hvad der skal stå under hver overskrift på deres post-its.
4. Når gruppen har præsenteret deres individuelle forslag, skal du hjælpe dem med at nå til enighed om, hvilken historie de gerne vil fortælle. Du kan enten hjælpe ved at kombinere forskellige forslag eller få gruppen til selv at blive enige ved at bruge de idéudvælgelsesværktøjer, du finder i næste afsnit.
5. Når gruppen har valgt en vinkel for deres historie, skal de sammen arbejde på at udfylde alle felterne i deres Cover Story Vision. Undervejs er din opgave at stille gode spørgsmål. Det kan f. eks. være "hvad siger folk om gruppedeltagerne", "hvad er der sket i området som følge af projektet?", "hvad var det sværeste ved projektet?", "hvad var det sjoveste?" etc.
6. Når gruppen har udfyldt alle felterne, er deres Cover Story færdig. Nu er spørgsmålet bare, hvad gruppen skal gøre for at sikre, at historien bliver virkelig. Hvordan skal de samarbejde, hvem skal de tage kontakt til, hvad er det næste, de skal gøre?
7. Når gruppen har lavet en plan for de næste skridt, er arbejdet færdigt, og gruppen kan gå videre til næste værktøj.



# MÅLGRUPPE INTERVIEW

Hvor lang tid:

Mellem 30 min. og flere dage. Målgruppeinterviews kan bruges som en hurtig aktivitet, der handler om at stille enkelte personer nogle få spørgsmål, men det vil ofte være mere omfattende og kræve, at gruppen arbejder på det over nogle dage. Vi anbefaler, at man aftaler præcis, hvad gruppen skal opnå med interviewene, og så mødes ugen efter for at gennemgå deres resultater.

Hvad kræver det:

En projektidé, en målgruppe og en række spørgsmål.

## Hvad

Som navnet næsten fortæller, så handler målgruppeinterviews om at tale med projektets målgruppe for at få nye inputs til projektet og sikre sig, at målgruppen faktisk synes, at projektet er fedt.

## Formål

Gruppen kan få nye inputs til, hvad deres målgruppe synes er fedt. De kan få testet deres idé, og endelig er det en mulighed for at lave noget aktivt og sjovt på projektet for grupper, der er ved at køre lidt fast i arbejdet.

## Hvornår

Målgruppeinterview kan laves, så snart gruppen har en nogenlunde klar projektidé og har defineret deres målgruppe.

## Effekt

Målgruppeinterviews kan hjælpe en gruppe til at forbedre deres idé, få fornyet energi og lyst til projektarbejdet og endeligt tjekke, om deres idé nu faktisk også tiltaler de folk, som gruppen laver den til.

## Hvordan

Gruppen skal starte med at finde ud af, om det er hele deres projekt eller blot enkeltelementer, som de ønsker inputs til. Vil gruppen eksempelvis finde ud af, om det er en god idé at lave et projekt om håndværksuddannelser, eller blot, om det er en god idé at have en tømmer med? Når gruppen har valgt deres område, skal de lave spørgsmål til målgruppen, f. eks.: "Er du interesseret i at lære, hvad der skal til, for at blive håndværker?"

- Hvis du skal lære noget om håndværksuddannelser, hvad vil du så gerne lære?
- Hvilke uddannelser skal der være, for at du vil komme?
- Vil du betale entré for at komme til workshoppen, hvis...?

Eller:

- Hvilken slags uddannelser interesserer dig?
- Ville du komme, hvis du kan lære at bygge en bænk?
- Skal der være anden underholdning, for at du vil komme?

Hvis muligt skal gruppen filme deres målgruppes svar, så interviewene kan inkluderes i ansøgningen til Lynpuljen. Ellers kan de også bare skrive svarene ned. Endelig er det selvfølgelig også muligt at lave spørgeskemaer gennem eksempelvis SurveyMonkey, så man sammen kan kigge på resultaterne efterfølgende.



# 6 THINKINKI

## Hvad

6 Thinking Hats er et evaluerings- og idéudviklingsværktøj. Da gruppen lavede brainstorm, havde de kun mulighed for at være positive over for hinandens idéer. Nu er tiden kommet til at tilpasse ideén ved at snakke om, hvad der måske passer mindre godt eller skal ændres ved projektet, som det ser ud nu.

## Effekt

Med 6 Thinking Hats bliver gruppen sikker på, om de er klar til at fortsætte med deres projekt, eller der er nogle ting, de har glemt at overveje. Derudover sikrer hattene, at alle får mulighed for at komme med deres holdning, og dermed, at alle gruppens medlemmer er med i projektet og er klar til at samarbejde.

## Hvornår

6 Thinking Hats afslutter den første fase i projektet. Altså skal ideén og målgruppen være på plads, førend 6 Thinking Hats-værktøjet bruges med gruppen.

## Hvordan

Få gruppen til at fremlægge ideén, og lad dem vurdere den med de forskellige "hatte" på.

**Hvid hat** – Fakta og kendsgerninger: Ved gruppen, hvad de skal vide?

**Rød hat** – Følelse, fornemmelse og intuition: Hvordan er mavefornemmelsen?

**Sort hat** – Det vanskelige og bekymrende: Hvad kan gå galt?

**Gul hat** – Det vellykkede og optimistiske: Hvorfor er projektet fedt, og hvad er mulighederne?

**Grøn hat** – Nye kreative ideer: Hvad kan vi gøre på en anden måde, er der nogen spændende forslag, vi ikke har tænkt på?

**Blå hat** – Overblik og sammenfatning: Er projektrådgiverens hat. Den blå hat skifter mellem de forskellige hatte og stiller spørgsmål til gruppen.

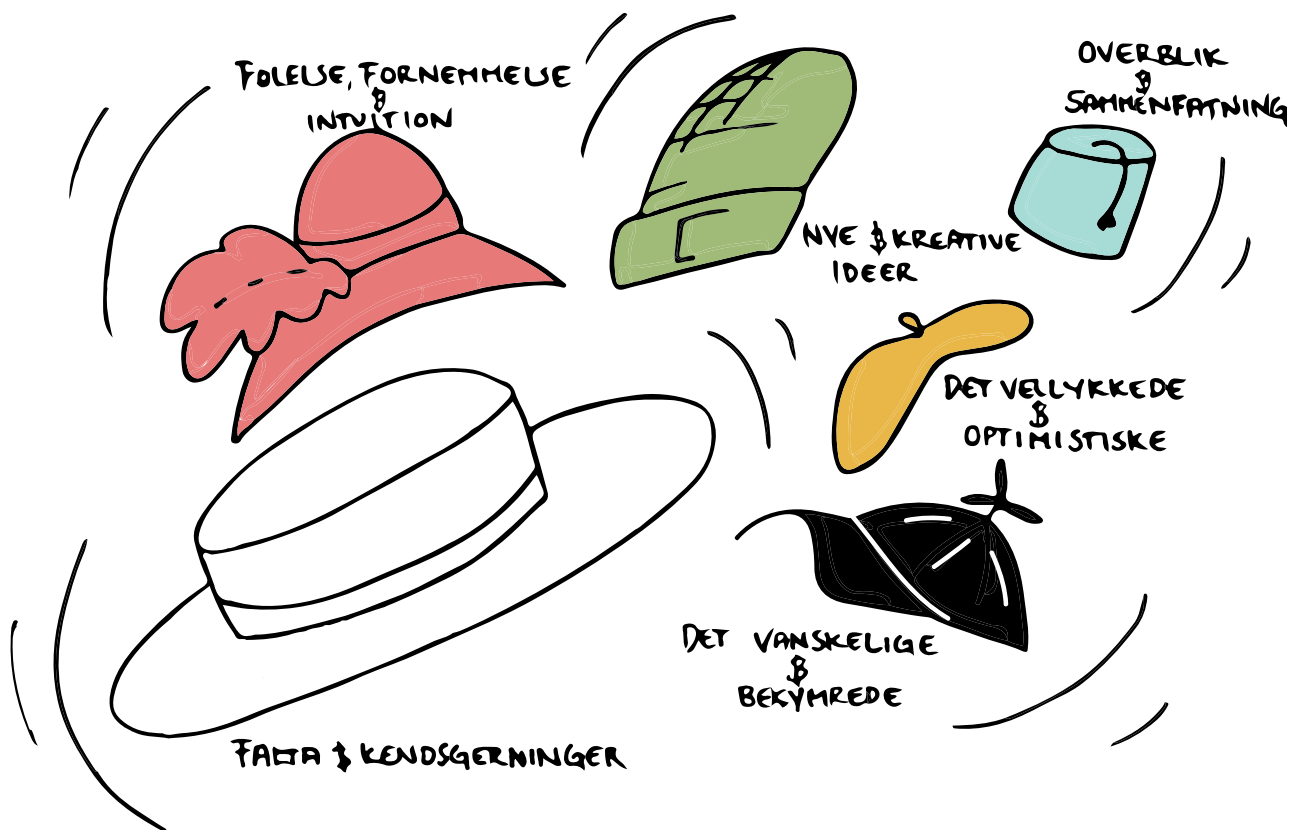
## Formål

6 Thinking Hats er en mulighed for at sikre, at alle deltagere i gruppen er enige om, at projektet er en god idé. Hvis nogen af medlemmerne synes, at noget skal laves om, er det ved at være sidste chance, inden projektets rammer ligger fast.



# 6 THINKING HATS

Når gruppen har belyst deres projekt med de forskellige hatte, så spørg, om de skal arbejde mere med idéen, eller om de er klar til at gå videre med projektet.



Hvor lang tid:  
20-90 min.

Hvad kræver det:

At du får forklaret reglerne grundigt til gruppen. Herudover skal du have post-its og papir klar, så I kan notere undervejs. Endelig skal projektidéen være helt på plads, før I går i gang med arbejdet med 6 Thinking Hats.



# DISCOVER FASEN P GRUPPE



# Forming

Slut med værktøjer!

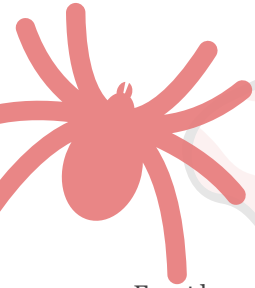
Det var det sidste projektværktøj til Discover-fasen. I det næste afsnit kan man læse om, hvad der vil ske med gruppen i løbet af fasen, og få nogle værktøjer til at sørge for, at de arbejder optimalt sammen.

Uanset om gruppen består af unge, der ikke kender hinanden i forvejen, eller om de er gamle venner, skal de til at arbejde sammen på en helt ny måde. Det giver nogle udfordringer, fordi de roller, de normalt indtager, kan ændre sig.

Måske er der en bølge i gruppen, der normalt bestemmer, fordi han er størst, men nu er han pludselig ikke den, der har de bedste idéer, eller måske tør gruppemedlemmerne ikke rigtigt sige noget, fordi de hverken kender projektrådgiveren eller hinanden.

ER-  
PÅ  
EN NIVEAU

# EDDERKOPPE- SPINDET



For at løse op for gruppens udfordringer, hjælpe dem med at lære hinanden at kende og hjælpe dem med at finde deres plads i et nyt projekt foreslår vi, at man inddrager teambuildingøvelser med fokus på roller og samarbejde.

Edderkoppespindet er en klassisk teambuildingøvelse. Den har fokus på samarbejde og hjælper deltagerne med at udnytte hinandens egenskaber. Den mindste er lettest at få igennem spindet, men den største er bedst til at hjælpe andre igennem.

## Forberedelse

Inden øvelsen går i gang, skal man have udspændt et "edderkoppespind" mellem to stolper. Start med at hænge overdel og underdel op, og sæt så snore på tværs.

Sørg for, at der er nok huller til, at alle i gruppen kan komme igennem, og at mindst ét hul er stort nok til, at et gruppemedlem kan komme igennem alene.

## Forklaring af øvelsen

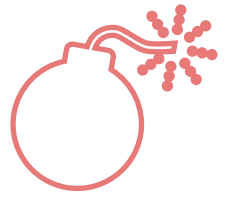
Øvelsen handler om at få alle gruppemedlemmer over på den anden side af edderkoppespindet. Hvert hul må kun bruges af ét gruppemedlem (sæt en klemme på, når et hul er brugt). Hvis snorene røres (for meget), skal gruppen starte forfra.

Tid:

Afhængig af gruppen og spindets størrelse fra 15-45 min.

Afslutning:

Afhængig af gruppens modenhedsniveau kan man få dem til at diskutere, hvordan det gik, og evt. hvilken rolle de hver især indtog i opgaven.



# MINEFELTET

Minefeltet er et godt alternativ til Edderkoppespindet og hjælper både på gruppens samarbejde og kommunikation.

## Forberedelse

Inden øvelsen går i gang, skal man have forberedt et minefelt med 8 x 8 firkanter, der er store nok til at gå på, det kan eksempelvis være A4-papir. Ud over firkanterne skal man have forberedt en rute, hvor der ikke ligger miner.

## Forklaring af øvelsen

Gruppens medlemmer skal fragtes fra den ene til den anden ende af minefeltet uden at blive sprunget i luften.

Gruppemedlemmerne sendes én efter én ud i minefeltet. De skal starte forfra, hver gang en mine betrædes. Gruppens opgave bliver altså at huske, hvor der ikke ligger miner, og hjælpe hinanden ned ad den sti.

---

Tid:  
10-50 min.

Afslutning:  
Gruppen kan vurdere deres egen indsats og eventuelt forholde sig til, hvordan opgaven relaterer sig til projektarbejdet.

---

# LEDERSKAB FODBOLD

Det er ingen hemmelighed, at mange unge i vores målgruppe synes, at fodbold er superfedt. Derfor er fodbold et oplagt middel til at lære dem noget om samarbejde og projektarbejde.

## Forberedelse

Opstil nogle fodboldmål, om det blot er nogle trøjer/kasser eller rigtige mål, er ikke så vigtigt. Derudover skal der bruges en fodbold.

## Forklaring af øvelsen

Lederskabsfodbold foregår af tre runder. Til den første runde må deltagerne ikke tale sammen. De får blot en bold og besked på at spille fodbold. Altså bliver det hver mand for sig selv, og ingen ved, hvor de skal score.

Når runden er færdig, spørger man, hvordan det fungerede.

Til anden runde inddeles folk i hold, og hvert hold får en diktator. De enkelte spillere må kun gøre, som diktatoren siger, og ikke gøre noget på egen hånd. Diktatoren skal give ordre til at tage bolden, dribble til højre og venstre, aflevere og afslutte. Efter diktatorrunden skal gruppen igen tale lidt om, hvordan øvelsen gik.

Inden tredje runde sættes i gang, får gruppen 2 min. til at tale sammen. Under kampen må de også tale sammen, og der spilles som i almindelig fodbold. Hver runde tager ca. 5 min. Spillet fungerer bedst, hvis de er omkring 10 personer, så overvej at slå to grupper sammen til kampen.

Herefter spørger man om, hvad forskellen var på 2. og 3. runde? Hvad var det, de snakkede om? Er det vigtigt at lægge en strategi, når man skal udrette noget, og at kommunikere, når man samarbejder?

# ABS-



---

Tid:  
Cirka 20 min. i alt.

Afslutning:  
Spørg gruppen om, hvad forskellen var fra første til anden runde. Hvordan kan det relateres til projektarbejdet? Her kan man godt presse lidt på og spørge ind til, hvordan det var ikke at vide, hvad målet var, og hvem holdkammeraterne var.

---

# DEFIN





## OM FASEN

I DEFINE-FASEN UDVÆLGER GRUPPEN DEN ENDELIGE IDÉ TIL LYNPROJEKTET. FORMÅLET MED FASEN ER AT SIKRE, AT DEN RIGTIGE IDÉ BLIVER UDVALGT, OG AT ALLE GRUPPEMEDLEMMERNE ER HELT ENIGE OM, HVAD PROJEKTET GÅR UD PÅ, OG HVILKE AKTIVITETER DET INDEHOLDER.

## UDFORDRINGER

MANGE PROJEKTER LIDER UNDER, AT MAN GÅR FOR HURTIGT FRA IDÉUDVIKLING TIL PLANLÆGNING. DET ER ABSOLUT VÆRD AT BRUGE TID PÅ AT UDVÆLGE OG KVALIFICERE IDÉEN, SÅ MAN TILPASSER PROJEKTET, MENS DET STADIG BLOT ER PÅ TEGNEBRÆTTET.

NÅR DEFINE-FASEN OFTE ER UNDERPRIORITERET, SKYLDES DET, AT PROJEKTMAGERE BLIVER FOR IVRIGE OG GERNE VIL I GANG MED AT SKABE DERES PROJEKT MED DET SAMME. DET KAN DERFOR VÆRE SVÆRT AT FASTHOLDE GRUPPEN I DEFINE-FASEN. DET ER RÅDGIVERENS OPGAVER AT GØRE DET TYDELIGT, HVORFOR OPGAVERNE ER RELEVANTE, OG SØRGE FOR AT GØRE DEM SJOVE, SÅ GRUPPEMEDLEMMERNE IKKE OVERSER VIGTIGE UDFORDRINGER ELLER MULIGHEDER.



# 💡 IDÉUDVÆL

I forbindelse med gruppens brainstorm er der forhåbentlig opstået en længere række idéer. Nu er tiden kommet til at udvælge den idé, gruppen vil fortsætte med.

Der findes mange kreative værktøjer til at udvælge idéer. Værktøjerne spænder fra de sjove og legende over til de demokratiske til de mere analytiske.

Når rådgiveren vælger, hvilke værktøjer gruppen skal bruge, er det vigtigt, at der tænkes på gruppens sammensætning, ambitionsniveau og interne forhold.

Hvis gruppen vil lave et lille og hurtigt projekt, og ingen af gruppemedlemmerne har forelsket sig i en enkelt af deres idéer, kan rådgiveren sagtens vælge en legende metode til at udvælge idéen.

Hvis gruppen derimod vil lave et stort projekt, og det er tydeligt, at medlemmerne vil noget forskelligt, er det vigtigt at vælge en metode, hvor alle kan give udtryk for deres mening, og hvor gruppen på et oplyst grundlag kan nå frem til den idé, der er helt rigtig for dem. Idéudvælgelse er meget vigtigt, ikke så meget for at finde frem til den rigtige idé som for at sikre gruppens samarbejde, og at alle føler, at de er blevet hørt.

Vi har derfor udvalgt en række værktøjer til arbejdet. Den første variant, de informerede værktøjer, handler om at diskutere idéerne og se på dem fra forskellige perspektiver. De demokratiske værktøjer er forskellige former for afstemning, og endelig har vi de sjove og lidt tilfældige værktøjer, der er gode, hvis gruppen ikke går så meget op i, hvilken idé de vælger, men bare gerne vil have det gjort hurtigt.



# AELGELSE



**De informerende værktøjer:**

**3+3 begrundelser**

**Prioriteringsmatrix**

**Idémødning**

**De demokratiske værktøjer:**

**Afstemning**

**Fravalg**

**Enighed**

**De sjove værktøjer:**

**Cover Story Vision**

**Tilfældige udvælgelsesmetoder**

# PITCH



## Hvad

Mange af de værktøjer, som vi beskriver i afsnittet her, tager udgangspunkt i, at gruppens medlemmer præsenterer deres idéer.

Gruppens medlemmer kommer til at skulle beskrive en idé meget kort og præcist rigtig mange gange i løbet af deres lynprojekt. Derfor vælger vi her at bruge lidt tid på at forklare en god metode til at gøre det. Metoden kan efterfølgende bruges i forbindelse med at rekruttere frivillige, finde sponsorer, invitere deltagere, lave nye partnerskaber eller noget helt femte.

## Hvornår

Gruppen kommer til at arbejde med pitch mange gange i løbet af deres projekt. Derfor giver det mening at lære dem teknikken allerede tidligt i forløbet, så de er eksperter, når de skal forklare deres endelige idé til sponsorer, samarbejdspartnere, medier og gæster.

## Formål

At give et meget kort, men fuldstændigt indtryk af, hvad projektet går ud på.

# PITCHING

## Effekt

Et godt pitch skal motivere lytteren til at engagere sig. Pitchet skal forklare de vigtigste aktiviteter og få projektet til at lyde gennemarbejdet.

## Hvordan

Start med at definere projektets mål. Hvad vil gruppen opnå ved at lave projektet?

Forklar, hvad I gør. Ret fokus på de problemer, gruppen løser, og hvad de gør for andre.

Forklar, hvad der gør gruppen eller idéen til noget helt særligt. Er idéen eksempelvis udført af en gruppe 14-årige rappere, eller er den udviklet i samarbejde med Vestas?

Slut med et lukket spørgsmål. For eksempel: Kunne du tænke dig at være med til at skabe projektet, skrive om historien, donere værktøj til projektet etc.

Sæt alle punkterne sammen. Når gruppen sammensætter sit pitch, skal de også prøve at læse det højt. Hvis det tager mere end 30 sek., bliver de nødt til at skære noget fra. Bliv ved med at læse det højt, og skær ned, indtil gruppen har et meningsfyldt pitch på maks. 30 sek.

Hvor lang tid:  
Fra 10-60 min.

Hvad kræver det:  
En idé at basere pitchet på og et stopur/tlf.





# DE INFORM VÆRKTØJE

## 3+3 BEGRUNDELSER

### Hvad

3+3 begrundelser er et værktøj til at få gruppen til at dele deres idéer og give alle gruppens medlemmer mulighed for at komme på banen.

### Formål

Formålet er at udvælge 3-5 idéer blandt mange idéer på en logisk og hurtig måde.

### Hvornår

3+3 begrundelser kan med fordel bruges ved uenige grupper, hvor mange forskellige holdninger er til stede.

### Effekt

Værktøjet vil gøre gruppen i stand til at udvælge deres idé på en måde, der kan sikre, at alle føler sig set og hørt.

### Hvordan

Lad grupperne bruge 3 minutter på at finde grunde til, at deres idé er god.

Lad dem herefter bruge 3 minutter på at finde grunde, som taler imod.

Skriv 3 + 3 begrundelserne ned på et stykke papir, og hæng papiret op.

Brug til slut 10 minutter på, at alle fortæller, hvad de synes om idéerne.

Udvælg nu de 3-5 idéer, gruppen synes er bedst, på følgende måde: Hver deltager har 5 stemmer, med 1 stemme, der giver 3 point, 1 stemme, der giver 2 point, og 3 stemmer, der hver giver 1 point.

Der må højst stemmes én gang pr. idé pr. person.

Hvis der er personer i grupperne, som bestemmer meget, kan det være en god idé at lave "hemmelig" afstemning.

---

Hvor lang tid:  
25-60 min.

Hvad kræver det:  
Post-its, tuscher og en mindre portion tålmodighed.

Inden gruppen stemmer, er det vigtigt, at alle ved, hvad idéerne går ud på. Dette kan godt tage lidt tid for gruppe-medlemmerne at forklare hinanden, så sæt "god" tid af. Processen kan altid kortes ned.

---

# LERENDE ER



# DE INFORMERENDE VÆRKTØJ

## PRIORITERINGSMATR

### Hvad

Prioriteringsmatrixen er en metode til at se gruppens idéer fra forskellige vinkler. Gruppen har mulighed for selv at vælge, hvilke ting der er vigtige for deres idéer, og vælge dem ud fra det.

### Formål

Metoden udforsker idéernes potentialer og gør deltagerne i stand til at foretage en kvalificeret prioritering og udvælgelse af idéerne. Derudover er den fælles diskussion om idéernes placering med til at skabe en fælles forståelse af idéernes indhold.

### Hvornår

Metoden fungerer bedst for en gruppe, der lige har udviklet deres første idéforslag eller har svært ved at vælge mellem nogle få ideer.

### Effekt

Metoden går ud på at udvælge de bedste idéer. Det er vigtigt at få en masse idéer, men det er afgørende at kunne prioritere mellem idéerne. Det gør man ved at holde idéer op imod nogle parametre, som projektmedlemmerne selv er med til at vælge.

### Hvordan

Et parameter kan eksempelvis være "værdi for deltagere", som handler om, hvorvidt idéen er gavnlig for målgruppen. Et andet kan være "realiserbarhed", som handler om, hvorvidt projektet er let at gøre til virkelighed eller ej.

Sørg for, at det ikke kun er én eller to i en gruppe, der sætter idéerne på prioriteringsmatrixen. Det skal være diskussionen i gruppen, der afgør, hvor idéen skal placeres.

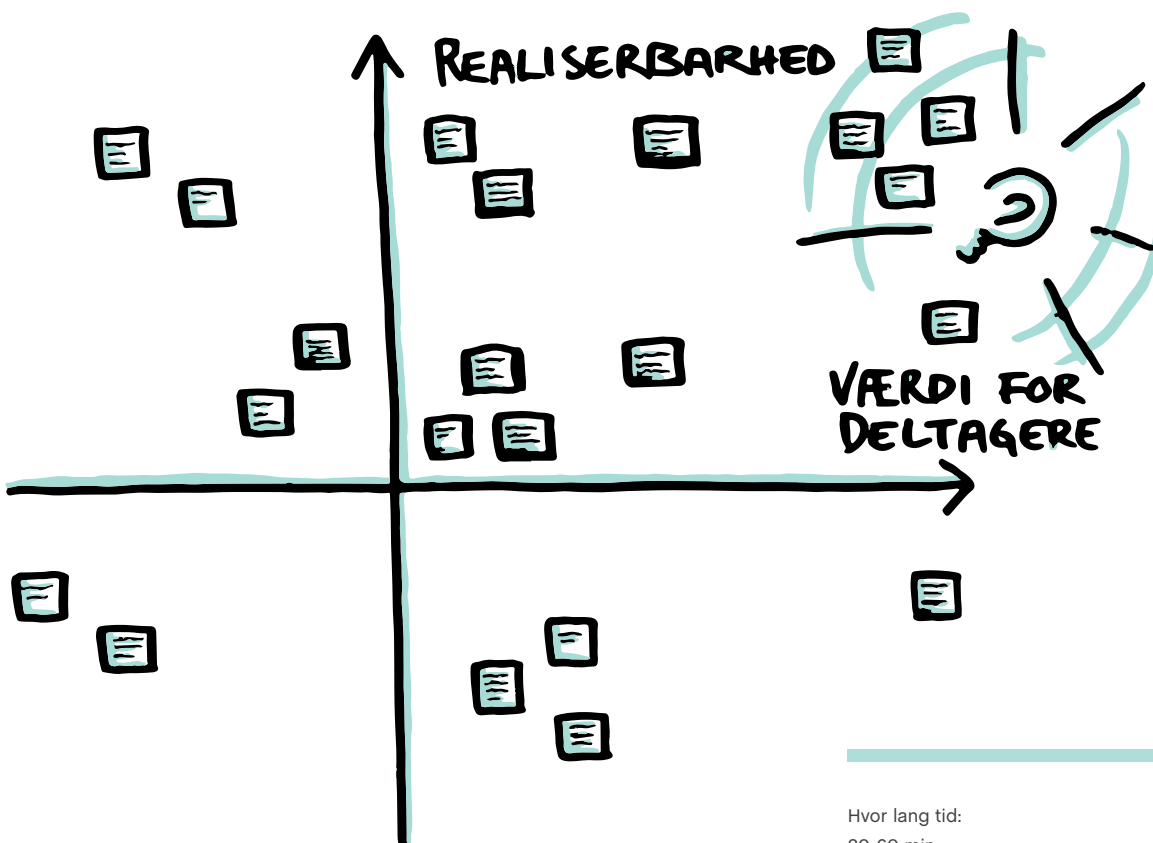
Der laves en matrix med de valgte parametre på hver akse samt grader af sværhed og lethed.

I gruppen skal hver idé diskuteres i forhold til parametrene og placeres på matrixen. Når alle idéer er placeret, kan prioriteringen begynde.

Nu har I identificeret idéernes potentialer i forhold til jeres kriterier, og I kan dermed træffe en kvalificeret udvælgelse af jeres idéer.

# INFORMERENDE VÆRKTØJER

## IX



Hvor lang tid:  
20-60 min.

Hvad kræver det:

Et stort ark papir, tuscher, og at gruppen har udvalgt nogle ideer, de vil køre igennem matrixen. Helst ikke flere end fire.

Det er en fordel, hvis gruppen i forvejen har lavet en persona (se side 18). Med persona kan man stille spørgsmålet: "Vil det give værdi for vores persona?" for at sikre, at ideen passer til projektets målgruppe.

# DE INFOR VÆRIKTØJ

## PRIORITERINGSMATR





# VI ER

## IX

### Hvad

Idémødning er en struktureret og løsningsorienteret måde at bygge videre på idéer, der er kommet ud af en brainstorm.

### Formål

Metoden går ud på at forfine gruppens umiddelbart interessante idéer, så de potentielle ulemper ved de enkelte idéer gøres mindre.

### Hvornår

Når gruppen har været igennem brainstorm og har nogle få idéer, der trænger til at blive videreudviklet.

### Effekt

Gruppen finder selv frem til, hvilke udfordringer der kan være ved idéerne, og får mulighed for at se, om udfordringerne kan løses.

### Hvordan

Gruppen starter ved at vælge den idé, som de gerne vil modne. Herefter skriver rådgiveren følgende overskrifter på en flipover: "Plusser", "Potentialer", "Udfordringer" og "Hvordan overvindes udfordringer?".

Gruppen skal nu undersøge idéen i følgende rækkefølge:

**Plusser:** Skriv mindst tre styrker ved idéen.

**Potentialer:** Skriv mindst tre bud på effekter, som idéen kunne være med til at skabe.

**Udfordringer:** Tænk over de udfordringer, I ser ved idéen. Når gruppen skriver udfordringen på flipover, formulerer de det som et udviklingsspørgsmål. Et udviklingsspørgsmål er én sætning, der starter med "hvordan kunne vi...", og som beskriver, hvad gruppen gerne vil opnå med de initiativer, som projektet skal udvikle.

Er udfordringen, at idéen er for dyr, kan et udviklingsspørgsmål eksempelvis være "Hvordan kunne vi få andre til at betale for driften?". Formulér udviklingsspørgsmål for de tre vigtigste udfordringer ved idéen.

**Hvordan overvindes udfordringer:** Gruppen brainstormer nu på idéer til, hvordan deres idé kan justeres/suppleres med andre idéer, så de enkelte udviklingsspørgsmål ved idéen håndteres.

Når gruppen har gennemført processen, så står gruppen med en stærkere idé, som ofte kan se ret anderledes ud, end da de startede med at modne den.

Hvor lang tid:  
20-60 minutter.

Hvad kræver det:  
Stort papir eller flip-chart, tuscher, en lidt ældre eller mere erfaren gruppe, der kan sætte sig ind i det lidt komplicerede værktøj.

# DE DEMOKRA VÆRKTØJER

Endelig har vi de demokratiske værktøjer. Værktøjerne handler alle om blot at udvælge idéer, så her er det en forudsætning, at gruppen har nogle velbeskrevne idéer, som de er klar til at stemme om.

## SIMPEL AFSTEMNING

### Hvad

En simpel afstemning er en let metode, som de fleste grupper vil kende i forvejen.

### Hvornår

Simpel afstemning er rigtig god til yngre eller mindre erfarne grupper, der har behov for at vælge blandt flere idéer og gerne vil have det til at gå lidt hurtigt.

### Formål

Formålet er at træffe en beslutning. Simpel afstemning handler altså ikke om at udvikle idéer, få nye eller at sikre, at alle forstår hinandens idéer. Simpel afstemning er et værktøj til hurtigt at finde frem til én eller flere idéer, som gruppen kan arbejde videre med.

### Effekt

Simpel afstemning giver mulighed for hurtigt at udvælge en idé. De negative effekter af simpel afstemning er, at man risikerer, at gruppen stemmer på det mest populære medlems idé, og risikerer, at nogle føler sig overset eller trådt over tæerne. Sørg for, at gruppen ved, hvad de går ind til, og at de forstår de forskellige idéer.

### Hvordan

Der er et hav af metoder til at udføre simple afstemninger. Herunder ser du den mest klassiske beskrevet, du kan finde flere eksempler under "variationer" lidt længere nede på siden.

Gruppetagerne skiftes til at præsentere en af deres idéer.

Mens idéerne præsenteres, beskrives de kort på en post-it.

Hvert gruppemedlem har to stemmer og kan godt stemme på deres egen idé, men ikke to gange på det samme projekt. Peg på den første idé, og spørg, hvor mange der stemmer på den. Fortsæt, indtil gruppen er alle idéerne igennem.

Hvis de idéer, der har flest stemmer, har lige mange stemmer, skal gruppen stemme igen. Ved anden runde har de kun 1 stemme og skal stemme på et af de to projekter. De må stadig godt stemme på deres egen idé.

### Variationer

Hemmelig afstemning – magen til simpel afstemning, men hvor deltageren skriver navnet ned på de to idéer, de stemmer på, uden andre ser det.

Flertalsbeslutning – magen til simpel afstemning, men vinderen skal have mindst hver anden stemme.

---

Hvor lang tid:  
5-15 min.

Hvad kræver det:

At gruppemedlemmerne kan lave korte præsentationer af deres idéer eller har navngivet dem. Post-its til afstemning.

---

# DEMOKRATISKE



## FRAVALG

### Hvad

Fravalg er en sjov og hurtig, men også potentielt sprængfarlig måde at udvælge et projekt på.

### Hvornår

Lige efter gruppen har gennemgået idéudvikling, og inden de er begyndt at videreudvikle deres idéer.

### Formål

At alle får lov til at være med til at bestemme, hvilke idéer der fravælges. Metoden fungerer bedst med grupper, der har rigtig mange idéer (mere end 10).

### Effekt

At gruppen meget hurtigt finder frem til den eller de idéer, de vil arbejde videre med.

### Hvordan

Start med at navngive alle ideerne, f.eks.: fodboldkonkurrence, tur i Folketinget etc.

Titlerne skrives på post-its og hænges op.

Gruppemedlemmerne skiftes nu til at fravælge en idé ved at fjerne idéens post-it.

Fravælgelsen fortsættes, indtil gruppen har det ønskede antal idéer.

Hvor lang tid:  
5-15 min.

Hvad kræver det:  
Mange idéer, tuscher, post-its.

Metoden fungerer bedst, hvis gruppen har mange idéer og gerne hurtigt vil finde nogle idéer at arbejde videre med.

Det er en fordel, at alle deltagerne får lov at fravælge lige mange idéer.

# DE DEMO VÆRKTØJ ENIGHED

## Hvad

Når man laver projekter, er det vigtigt, at hele projektgruppen kan stå inde for projektet. Derfor kan det nogle gange være en fordel at sørge for, at alle gruppens medlemmer er enige om, hvilken idé de arbejder med. Det kan enighedsmetoden være med til at sikre.

## Hvornår

I grupper, der har relativt få idéer og ikke har så travlt med at komme i gang, kan enighedsmetoden bruges, når gruppen har været igennem brainstorm og har arbejdet lidt videre med deres idéer.

## Formål

At blive sikker på, at alle medlemmerne i projektet vil være med til at arbejde på det valgte projekt. Metoden kan være meget tidskrævende, men det kan betale sig i grupper med mange stærke meninger.

## Effekt

Metoden vil hjælpe gruppen med at udvælge en idé blandt flere og nå til enighed.

## Hvordan

Få gruppemedlemmerne til at beskrive deres idéer en ad gangen. Når den første idé er beskrevet, spørger rådgiveren gruppemedlemmerne en ad gangen, om de kan "gå med til at arbejde på det projekt?".

Så snart et af gruppemedlemmerne siger "nej", går I videre til næste idé. Hvis ikke der findes en idé, som alle kan gå med til i første runde, tager rådgiveren første idé frem igen.

Så spørger rådgiveren, hvem der ikke kunne gå med til den og hvorfor? Nu beder rådgiveren andre komme med forslag til, hvordan gruppen løser de problemer, som andre ser ved projektet, eller om at forklare, hvorfor de godt kan gå med til idéen alligevel. Sådan gøres med alle idéerne.

Så tager gruppen en runde til og hører, hvem der kan "gå med til at arbejde med idéen nu?". Runderne fortsætter, indtil gruppen bare har én idé, som de alle kan gå med til.

# KRATISKE JER



---

Hvor lang tid:  
10 min.-7 dage.

Hvad kræver det:  
Tid, tålmodighed, post-its og en  
diskussionslysten gruppe.

---

## Hvad

Projektet skal have et fedt navn, så gruppen kan fortælle andre om, hvad de laver.

## Hvornår

Så snart gruppen er enige om, hvad deres projekt skal handle om.

## Formål

Når projektet har et navn, bliver det lynhurtigt virkeligt for gruppemedlemmerne. Derudover hjælper navnet gruppen med at forklare projektet for andre og til at tiltrække samarbejdspartnere og sponsorer.

## Effekt

Gruppen får en følelse af, at deres projekt er noget helt særligt. I stedet for at lave en "tur til Christiansborg" laver de eksempelvis "Ishøj møder Christiansborg" eller noget andet, der gør projektet til deres. Med navnet kan de begynde at markedsføre projektet og for eksempel oprette en Facebookside.

## Hvordan

For at finde frem til et godt navn kan gruppen tage udgangspunkt i, hvad deres projekt handler om, og hvad der gør deres projekt specielt. Hvis gruppen eksempelvis gerne vil besøge teknisk skole og se, hvad der skal til for at blive smed, kan projektet for eksempel hedde "Fredericias fremtidige smede", "Smeltediglen" eller noget andet, som gruppen synes lyder fedt og forklarer, hvad de vil.



# NAV PROC

# NAVNGIV PROJEKTET

Alternativt kan gruppen kalde projektet noget, der lyder fedt, men ikke nødvendigvis giver nogen umiddelbar mening. Det kan være forkortelser af deres navne; Mohammed, Zaid og Palle kan f. eks. kalde deres projekt MoZaPa eller lave en forkortelse for projektet for eksempel FFS (Fredericias fremtidige smede). Hvis gruppen bruger forkortelser, kræver det lidt mere af deres markedsføring for at få andre til at forstå projektet. Derfor er forkortelser bedst til større projekter.

Gruppen kan også overveje titler på andre sprog og alternative stavemåder, f.eks. B-N1C3 (Be nice). Det vigtigste er, at gruppen selv synes, at navnet er fedt, og at projektets målgruppe bliver nysgerrige, når de hører det.

---

Hvor lang tid:  
10 min.-adskillige dage.

Hvad kræver det:  
Kreativitet.

---



# DEFINITION GRUPPEN



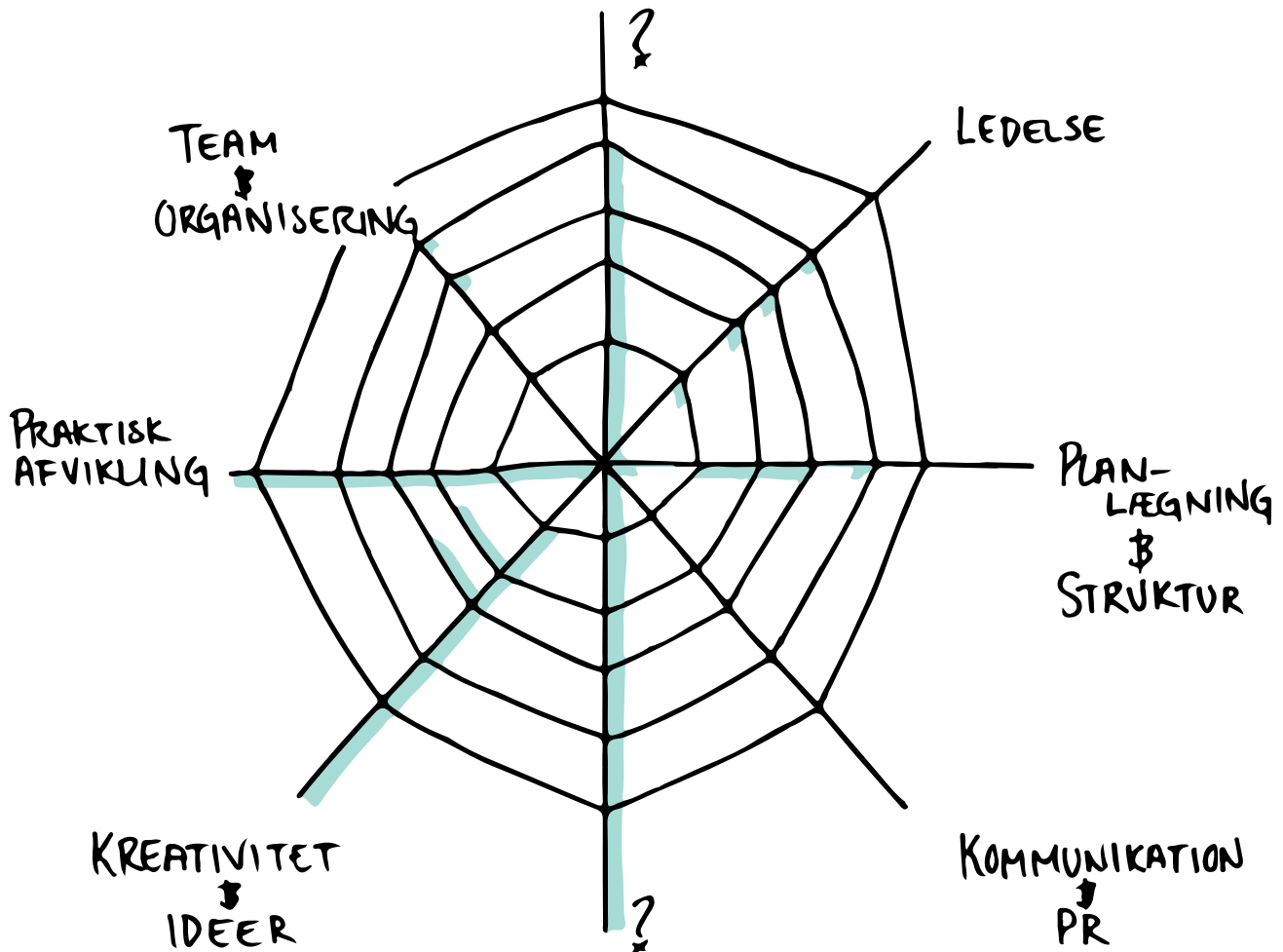
## STORMING

**S**torming er fasen, hvor problemerne kan begynde at melde sig. Det er tiden, hvor der skal træffes svære beslutninger, og det kan gøre det frustrerende for gruppen. Samtidig er det fasen, hvor gruppen skal til at etablere en kultur for deres samarbejde.

Storming er en hård fase for gruppen, og rådgiveren skal give rum til, at gruppen tager nogle diskussioner og selv finder frem til, hvordan de vil samarbejde. Samtidig skal gruppen have de bedste muligheder for at udføre deres arbejde og sammen arbejde sig igennem fasens udfordringer. I det kommende afsnit kan du læse om en række værktøjer, der kan hjælpe dig til at opstille optimale arbejdsforhold for gruppen i en svær tid.

EASEN PÅ  
NIVEAU

# KORTLÆGNING KOMPETENCER



## Hvad

Et kompetencekort er et kort over gruppe-medlemmernes evner. Kortet gør deltagerne i stand til at forstå deres kompetencer bedre og give hinanden et indblik i, hvor de hver især er stærke, så de kan hjælpe hinanden.

## Hvornår

Kompetencekortet fungerer bedst, lige inden gruppen vælger deres rollefordeling. Kortet kan dog også bruges, inden de går i gang med at idéudvikle, så de kan udvikle idéer på baggrund af deres kompetencer.

## Formål

Formålet med kompetencekortet er, at gruppen får indblik i, hvem der er gode til hvad. Samtidig kommer de til at tale om, hvad der er vigtigt for at gøre deres projekt til en succes.

## Effekt

Gruppen finder ud af, om de har de rette evner til at løfte deres projekt, eller om de skal indhente noget hjælp udefra. Derudover giver kortet gruppen et godt udgangspunkt for at fordele ansvarsområder og roller i projektet.

## Hvordan

Start med at forklare gruppen, hvad kompetencer kan være. Spørg eksempelvis ud i gruppen, hvem deres idol er. Hvis gruppen f.eks. nævner Cristiano Ronaldo, så spørger rådgiveren, hvad han er god til, og hvad han ved meget om. På den måde kommer de i gang med at snakke om kompetencer.

Når Cristianos kompetencer er kommet på plads, så få dem til at rangordne kompetencerne til højre.

Og så gentage øvelsen, men denne gang i forhold til, hvad de gerne vil blive bedre til, og hvad de gerne vil vide mere om.



Når gruppe-medlemmerne har sat alle svarene i rækkefølge, har de hver fire lister. Nu skal medlemmerne hver især tegne deres kompetencer ind på et kort. På kortet fra den foregående side skal hvert medlem rangere sine kompetencer inden for kategorierne på kortet.

Den inderste del af spindet markeres, hvis medlemmet er mindre god inden for feltet, og det yderste spind markeres, hvis det er noget, som gruppe-medlemmet er rigtig god til. De kan selv tilføje kompetencer, som de besidder, men som ikke er angivet på kortet. Herefter sættes der streger mellem de markerede felter.

Det lyder måske lidt forvirrende, men det giver meget bedre mening, hvis du kigger på figuren. Til sidst har de tegnet alle deres kompetencer ind. Så tager de en anden farve tusch og tegner alle deres "jeg vil gerne blive bedre til"-punkter ind. Så har de et kompetencekort.

Øvelsen gentages med vidensspørgsmålene "Jeg ved meget om" og "Jeg vil gerne vide mere om", så de nu også har et videnskort. Når kortene er færdige, kan I gå videre til rollefordelingen, hvor kortene kan inddrages. I kan eventuelt tegne tilsvarende kort for de forskellige roller. Hvordan ser kortet for eksempel ud for projektlederen, den PR-ansvarlige osv.? Så kan I sammenligne gruppe-medlemmernes modeller med rollernes modeller og se, hvad der passer bedst sammen.

Hvor lang tid:  
20-45 min.

Hvad kræver det:  
At du har udskrevet kompetence- og videnskort og har forberedt spørgsmålene på et stykke papir, så gruppe-medlemmerne kan se dem.

# ROLLEFORDELING

## Hvad

Nu hvor gruppen skal til at arbejde med at planlægge projektet, er det afgørende, at de fordeler projektets ansvar. Ved at gøre det er gruppen sikre på, at de ikke glemmer noget, og gruppens medlemmer får ansvar for opgaver, der passer til dem.

En rollefordeling er i den forbindelse meget praktisk. Det er vigtigt at fortælle, at den, der har en rolle, overhovedet ikke er alene om rollen. De andre skal også hjælpe til. Det er blot et spørgsmål om, at den, der har rollen, har ansvar for, at opgaverne inden for hans/hendes felt bliver løst.

## Hvornår

Rollefordelingen er god at have på plads, når idéen er afklaret, og inden gruppen laver en samarbejdsaftale. Det kan være en god idé at lade gruppen lave et kompetencekort, inden de begynder rollefordelingen, se afsnittet ovenfor.

## Formål

Rollefordelingen hjælper gruppen med at se, hvilke opgaver de faktisk skal løse, men endnu mere med at fordele ansvar og bestemme, hvad de selv vil have ansvar for.

## Effekt

Rollefordelingen hjælper gruppens medlemmer til at blive en del af projektet. Når de alle har et ansvarsområde, er det naturligt en vigtig del af projektet, og det kommer der rigtig meget motivation ud af.

## Hvordan

Til et Lynprojekt kan der være alt mellem 3-7 roller, som fordeles mellem gruppens medlemmer. Et medlem kan godt have flere roller, men det anbefales, at de kun har én rolle hver. De 3 roller, der skal være i deres projekt, er:

PR-ansvarlig  
Økonomiansvarlig  
Projektleder

Herudover vil det være oplagt at supplere med én eller flere af følgende:

Sponsor-/samarbejdsansvarlig  
Afviklings- og evalueringsansvarlig

Rollerne præsenteres for gruppen. Hver af rollerne medfører en række ansvarsområder, som rådgiveren giver eksempler på (læs lidt videre, så kommer de).

Hvor lang tid:  
20-45 min.

Hvad kræver det:  
At du har udskrevet kompetence- og videnskort og har forberedt spørgsmålene på et stykke papir, så gruppedemplerne kan se dem.

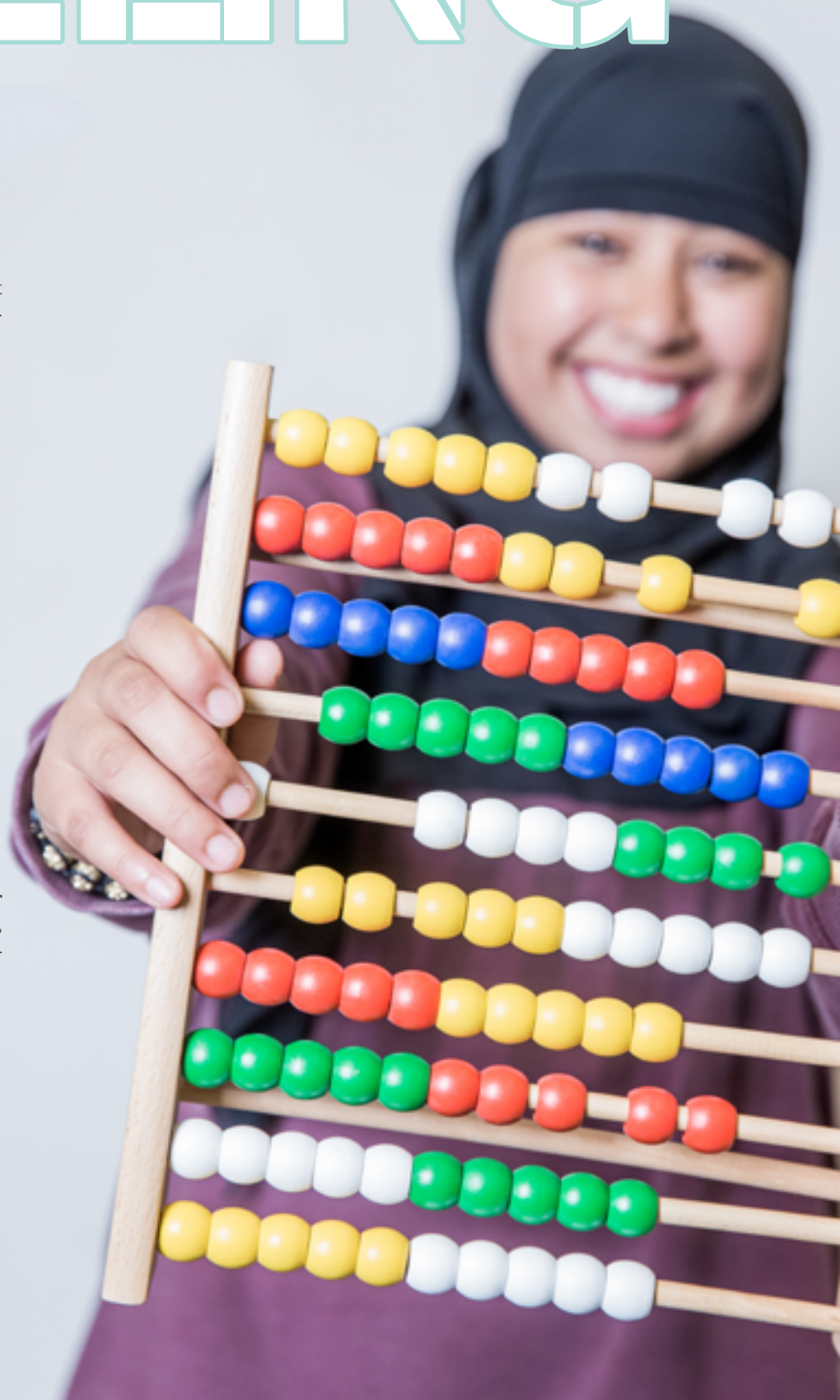
# PR-DELING

Den **PR-ansvarlige** er ansvarlig for at sikre, at dem, der skal deltage i projektet, hører om det f.eks. gennem:

- Oprettelse af Facebook-event
- Produktion af flyers
- Udarbejdelse af pressemeddelelse
- Ophængning af plakater
- Kædebrev
- Virale videoer
- Flash mobs

Den **økonomiansvarlige** har ansvar for at planlægge økonomien og sikre, at udgifter dokumenteres. Arbejdsopgaverne kan eksempelvis være:

- Udarbejdelse af budget
- Indsamling af kvitteringer for udgifter
- Udfyldning af regnskab
- Uddeling af penge til de andre i gruppen



# ROLLEFORDELING

**Projektlederen** har ansvar for, at projektet skrider fremad efter planen. Ansvarsområderne kan eksempelvis være:

- Opstilling af delmål for projektet
- Planlægning af gruppens arbejds møder
- Motivation af gruppemedlemmer
- Sørge for kommunikation og samarbejde for de øvrige opgaver

Den **sponsor-/samarbejdsansvarlige** har ansvar for at sikre, at gruppen indhenter sponsorater eller får hjælp fra samarbejdsopgaver. Det kan de for eksempel gøre gennem:

- At udarbejde liste over potentielle samarbejdspartnere/sponsorer
- At ringe til potentielle sponsorer/samarbejdspartnere
- At sende mails rundt til eventuelle partnere
- At producere og udsende takkebrev, når projektet er afsluttet

Endeligt har vi den **afviklings- og evalueringsansvarlige**, som har til opgave at sørge for, at alle ved, hvad de skal gøre, når projektet skal afvikles. Området handler om at sikre, at alting er på plads, og at projektet bliver dokumenteret. For at sørge for, at arbejdet lykkes, kan gruppen eksempelvis:

- Lave en afviklingsplan
- Sørge for, at alle samarbejdspartnere er på plads til projektet
- Lave liste over ting, der skal være der til afviklingen, og sørge for, at de er der, f.eks. telte, byttepenge, musik etc.
- Sørge for at optage videoer af projektet og lægge dem på Facebook
- Sørge for, at nogle tager billeder af afviklingen
- Holde tal på, hvor mange der kommer til projektet, og eventuelt have spørgeskemaer til dem.



# ROLLEFORDELING

**H**vis det er et større projekt, giver det rigtig god mening at opdele afviklings- og dokumentationsansvarlig i to forskellige roller.

De fem roller er blot forslag til, hvilke roller der kan være. Rådgiveren starter med at spørge gruppen, om rollerne og opgaverne passer til deres projekt og deres planer. Hvis ikke de gør det, er det vigtigt, at medlemmerne selv får mulighed for at opfinde nye roller eller ansvarsområder.

Når rollerne er forklaret, spørger rådgiveren først: "Hvem vil være projektleder?" (det er der nok en del, der gerne vil), og til at starte med stiller de sig bare i en gruppe. Så spørger rådgiveren "Hvem vil gerne være økonomiansvarlig?" – Nu er der forhåbentlig nogle fra projektledergruppen, som går over i økonomigruppen. Fortsæt med at spørge, indtil der kun er én på hver post.

Hvis der er en rolle, der er svær at få nogen til at tage, så prøv at forklare den på en spændende måde. Eksempelvis: Hvem vil sørge for, at I bruger pengene rigtigt?

Hvis heller ikke det fungerer, kan man spørge dem, hvad de tror vil ske, hvis ingen vil arbejde med eksempelvis PR. Det skulle gerne være med til at gøre rollerne mere eftertragtede.

**Processen kan godt tage lang tid, og det er o.k., for det er meget vigtigt, at gruppen selv finder ud af, hvem der skal have hvilken rolle.**

Hvor lang tid:  
30-120 min.

Hvad kræver det: En god forklaring af ansvarsområderne og tålmodighed.



# SAMARBEJDE AFTALE

## Hvad

En samarbejdsaftale er en kontrakt for, hvordan gruppen vil arbejde sammen.

## Hvornår

Ideelt set laver gruppen en samarbejdsaftale, når de har valgt den idé, de vil arbejde om. Hvis det ikke kan lade sig gøre for gruppen at komme til enighed om deres idé, kan det være en idé at få dem til at lave en samarbejdsaftale for at få deres samarbejde tilbage på skinnerne.

## Formål

Formålet med samarbejdsaftalen er at få gruppen til at tale om, hvordan de gerne vil arbejde sammen. Det er ikke så meget kontraktens indhold, der er væsentligt, det er mere de diskussioner, der kommer i forbindelse med at udfylde kontrakten, som er vigtige.

## Effekt

Samarbejdsaftalen kan hjælpe en gruppe til at blive enige om, hvor mange ressourcer de skal bruge på projektet. Samtidig kan det give dem mulighed for at aftale, hvordan de taler til hinanden, og hvad de gør, hvis noget går galt i deres samarbejde.

## Hvordan

Hvert gruppemedlem skriver 2-4 ting, som han/hun synes er vigtige for samarbejdet.

Derefter tager I en runde, hvor I lytter til, hvad I hver især har skrevet. Man må ikke kommentere andres krav og forventninger undervejs.

Med udgangspunkt i de ting, gruppemedlemmerne siger, skal gruppen lave en fælles liste over ønsker og krav og diskutere dem. Det er bedst at have maks. 10 punkter i en aftale, så medlemmerne kan huske aftalen. Hvis det er svært at nå til enighed om punkterne i gruppens samarbejdsaftale, kan der hentes inspiration til udvælgelsen i afsnittet om fravalg på side 67.

Udfyld samarbejdsaftalen med det, som gruppen ud fra listen og diskussionen enes om skal være retningslinjer for gruppens samarbejde.

Stikord hertil kunne være:

- Hvem skal "lede" hvad?
- Skal vi være enige?
- Hvor lang tid arbejder vi?
- Hvad skal der ske, hvis reglerne overtrædes?
- Hvad gør vi, hvis vi bliver meget uenige undervejs?
- Hvem har hvilke opgaver?
- Hvem er ansvarlige for økonomien?

Når gruppen er nået til enighed, skrives aftalen ind i et dokument og udskrives, så gruppens medlemmer kan underskrive aftalen.

Hvis der efterfølgende opstår problemer, kan gruppen altid komme til projektcaféen og forsøge at løse deres problemer med hjælp fra samarbejdsaftalen.



# DS-

Hvor lang tid:  
30-90 min.

Hvad kræver det:

Gruppen skal helst have udvalgt deres idé, inden de går i gang med samarbejdsaftalen. Derudover skal du bruge en computer til at skrive kontrakten på (hvis du ikke vil gøre det i hånden) og en printer til at udskrive kontrakten.



# DESIGN



# GN

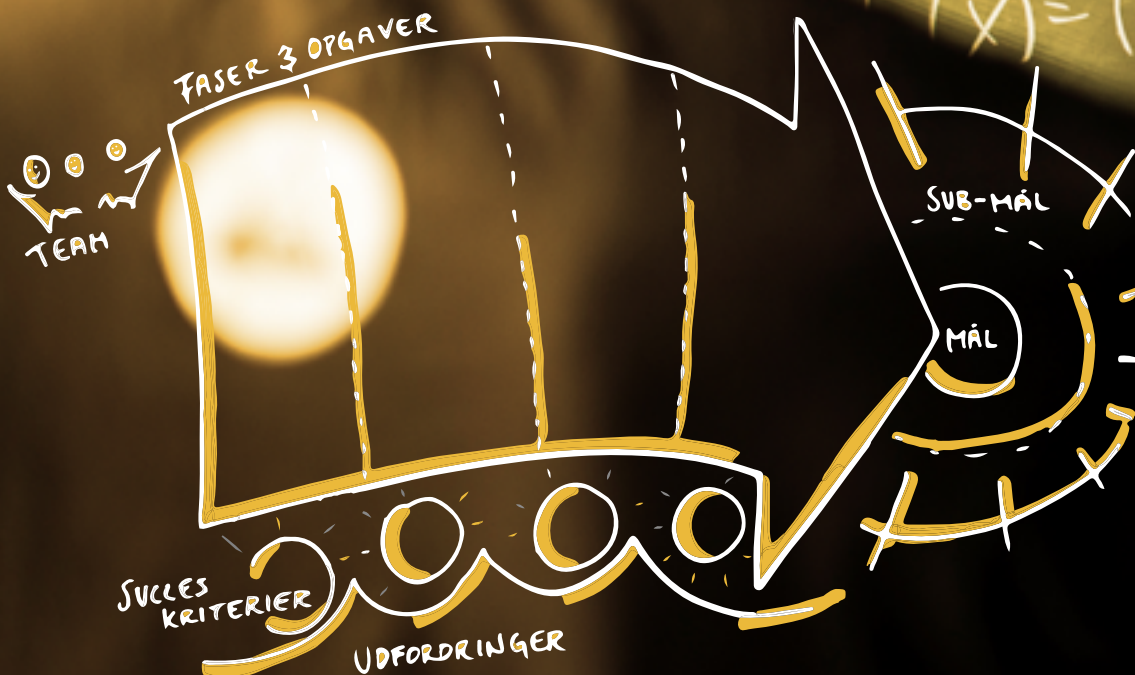
## OM FASEN

I DESIGN-FASEN GÅR GRUPPEN I GANG MED AT PLANLÆGGE DERES PROJEKT. HER FINDER DE FREM TIL, HVORDAN DERES PROJEKT I PRAKSIS SKAL SE UD. DE SKAL OPSTILLE SUCCESKRITERIER, SÅ DE ALLE ER ENIGE OM, HVAD DE SIGTER EFTER AT OPNÅ, OG SÅ SKAL DE LAVE ET BUDGET FOR DERES PROJEKT. DERUDOVER SKAL DE TIL AT TILRETTELÆGGE DERES PROJEKT OG FINDE UD AF, HVAD DER SKAL SKE, HELT INDTIL PROJEKTET ER AFVIKLET OG EVALUERET.

I FASEN HER GIVER VI VORES BUD PÅ KREATIVE OG SJOVE VÆRKTØJER TIL AT SIKRE, AT MÅLSÆTNINGERNE NÅS, OG PROJEKTET BLIVER EN SUCCES!

PÅ GRUPPENIVEAU SKAL GRUPPEMEDLEMMERNE FINDE SIG TIL RETTE I DERES ROLLER. ANSVARSOMRÅDERNE ER FORDELT, SÅ GRUPPEMEDLEMMERNE SKAL TIL AT FYLDE DERES ROLLER UD OG SØRGE FOR GOD KOMMUNIKATION OG SAMARBEJDE. TIL SIDST I AFSNITTET KOMMER VI MED VÆRKTØJER OG ØVELSER TIL AT GØRE GRUPPEN I STAND TIL AT LØFTE DEN OPGAVE.

# GAMEPLAN



## Hvad

En Gameplan er et godt værktøj til at skabe overblik over et projekt. Gameplanen vil udfordre gruppen til at gøre sig klart, hvor de gerne vil hen, og hvilke trin de skal igennem for at komme i mål. Derudover giver værktøjet også mulighed for at beskrive, hvilke udfordringer projektet har, som skal løses undervejs, og hvilke ressourcer gruppen har til at skabe projektet med.

## Hvornår

Når projektidéen og arbejdsfordelingen er på plads, er en Gameplan det oplagte værktøj at trække frem.

## Effekt

En Gameplan giver gruppen en følelse af at have et produkt. De kan bruge den til at præsentere deres projekt, og endelig hjælper den gruppen til at skabe et fælles overblik over deres projekt og det forløb, som de skal igennem.

## Formål

En Gameplan kan gøre gruppen enige om, hvor de skal hen, give dem mulighed for at diskutere, hvilke udfordringer der er undervejs til målet, og nå frem til, hvordan de kan bruge deres ressourcer til at løse dem.

## Hvordan

Gruppen kan starte med at beskrive deres hold. Projekt-rådgiveren kan eventuelt få gruppen til at indtegne de forskellige roller, de har, direkte på kortet.

Næste skridt er at finde frem til projektets mål.

Vil de gerne skabe en skate-festival, indspille en hiphop-plade eller måske planlægge en tur til Christiansborg? Deres primære mål skrives ind i bulls-eye, lige hvor pilen rammer. Uden om den har de så deres sekundære mål, det kan for eksempel være, at mange lærer skate-kulturen at kende, at projektet får mange nye til at begynde at rappe eller at højne den politiske interesse for lokalområdet. Hvis gruppen har lidt svært ved at beskrive deres målsætninger, så brug værktøjet SMART, som du finder senere i afsnittet her.

Tredje skridt er at inddele projektet i faser. Inddeling kan enten være efter tid eller milepæle. Altså enten: "Hvad skal vi nå den næste uge?" eller "hvad skal vi nå, inden vi går i gang med at bygge ramper?". Projektet skal helst inddeles i 4 faser for at passe ind i modellen. Under hver fase beskrives de kort milepælene og sætter dem op med post-its.

Fjerde opgave er at opstille målsætninger for alle faserne. Sørg for, at hver fase har mindst ét overordnet mål, og notér det på cirklerne under pilen. Find eventuelt inspiration i næste afsnit om SMART-mål.

Femte skridt er at beskrive de udfordringer, der passer til hver fase. Hvilke ting ved de ikke, hvordan de skal klare, og hvad er de bange for går galt? Udfordringerne noteres på bjergene nederst på tegningen.

Udfordringerne kan genbruges i det afsnit, der hedder Risikoanalyse, som også er længere nede i afsnittet.

Sidste skridt er at kigge på deres ressourcer. Hvad er de gode til, hvem kender de, som kan hjælpe, hvilke materialer har de adgang til? Alt det anføres på skyerne øverst på værktøjet, og så er det færdigt.

Hvor lang tid:  
30-60 min.

Hvad kræver det:  
En tegnet Gameplan, tuscher og post-its.

# SMART-

En målsætning, der lyder på at "Lave en lærerig udflugt", er problematisk, da der kan være forskellige opfattelser i gruppen om, hvad det vil sige at være lærerig. Derudover er det meget svært at vurdere, om målsætningen er opnået.

I stedet foreslår vi, at gruppen opstiller SMART-mål, som i tilfældet her kunne lyde sådan her:

- Mindst 10 unge deltagere siger, at de har lært noget nyt om uddannelse, inden projektet afsluttes.
- Mindst 15 unge har deltaget i udflugten.
- På udflugten hører deltagerne oplæg fra mindst 4 politikere.

Brug SMART-målsætningerne til at sikre, at gruppens mål kan vurderes og måles, så de ved, om projektet har været en succes. Sammen med SMART-målene skal gruppen lave en strategi for, hvordan de vil undersøge, om de har nået deres mål. Vil de uddele spørgeskemaer, tælle, hvor mange der deltager, interviewe deltagerne eller noget helt fjerde?



Hvor lang tid:  
20-45 min.

Hvad kræver det:  
En præsentation af, hvad SMART-mål er, og hvorfor de er vigtige.

# MÅL

## Hvad

SMART er en metode til at opstille målsætninger for projektet på. Målsætningerne er afgørende for at sikre, at gruppemedlemmerne arbejder mod de samme mål, og at de opnår dem.

## Hvornår

Gruppen kan arbejde med SMART-mål, så snart idéen og rollefordelingen er på plads.

## Formål

Med SMART-målsætninger vil gruppen opstille realistiske mål, som de kan bruge til at forklare deres projekt til blandt andet sponsorer og efterfølgende kan evaluere ud fra.

## Effekt

SMART-målsætninger gør gruppen i stand til at opstille projektets succeskriterier, så de alle ved, hvad de søger efter at opnå, og så de efterfølgende ved, om projektet har været en succes.

Det er afgørende at have målsætninger, så gruppen har noget at arbejde hen imod, og så man efterfølgende kan tage ved lære af de mål, gruppen nåede, og de, man ikke nåede.

## Hvordan

**SMART** er en forkortelse for:

- ✓ **SPECIFIKT**  
Målet er tydeligt formuleret og afgrænset.  
F.eks.: Hvad gruppen vil opnå, for hvem, hvorfor. Der må ikke bruges ord, som kan tolkes, såsom "god", "dejlig", "mange".  
Skriv i stedet, hvad det er, f.eks. et specifikt deltagertal, antal omtaler i medier osv.
- ✓ **MÅLBART**  
Opstil mål, som kan måles:  
Hvordan kan gruppen vide, om målet er opnået? Hvad har gruppen, efter målet er opfyldt, som de ikke har i dag?
- ✓ **ATTRAKTIVT**  
Målsætningerne skal være noget, som både projektgruppen, samarbejdspartnere og målgruppen synes er fedt.
- ✓ **REALISTISK**  
Gruppen skal overveje, om deres målsætning er realistisk i forhold til deres tid og de afsatte ressourcer. De skal overveje, hvad der kan understøtte deres mål, og hvad der kan modarbejde det, for at sikre, at målet er realistisk.
- ✓ **TIDSAFGRÆNSET**  
Det skal være tydeligt, hvornår målet skal være opnået.

## Hvad

En tidsplan er et afgørende værktøj til at sikre, at projektet når sine målsætninger. En tidsplan indeholder arbejdsopgaver og tidspunkter for, hvornår opgaverne skal være løst. Tidsplanen kan antage mange former. Det kan være alt fra en skrabet to-do-liste til en langt mere udførlig gennemgang af arbejdsopgaver, og hvem der gør det.

## Hvornår

Tidsplanen kan laves, så snart gruppen har rollefordelingen og idéen på plads. Vær forberedt på, at den første tidsplan måske ikke holder. Der kan løbende opstå forsinkelser og nye opgaver, som skal tilføjes til tidsplanen.

## Formål

En tidsplan giver gruppen et overblik over, hvad de skal nå, og i hvilken rækkefølge det skal gøres.

## Effekt

Et visuelt overblik, hvor gruppen kan se, hvad de skal gøre hvornår, og holde øje med deres fremskridt.

## Hvordan

Der er mange måder at opstille tidsplaner på. Fælles for dem alle er, at de tager udgangspunkt i de arbejdsopgaver, der skal løses i forbindelse med projektet.

Den største udfordring ved at lave en tidsplan er at få beskrevet opgaverne tilpas detaljeret til, at alle gruppe-medlemmerne kan se, hvad der skal gøres, men samtidig så overordnet, at det ikke bliver uoverskueligt.







**E**n tidsplan for et virksomhedsbesøg kan eksempelvis se sådan her ud:

- D. 4/2 Kontakt virksomheder.
- D. 9/2 Arranger transport.
- D. 11/2 Inviter gæster.
- D. 14/2 Afhold besøget.
- D. 16.-20/2 Lav regnskab og dokumentation af dagen.

Tidsplanen er super overskuelig, men det er meget svært at se, hvad gruppen egentlig skal lave.

En tidsplan for det samme projekt kan også se sådan her ud:

- D. 1/2 Kontakt 4 forskellige advokatvirksomheder.
- D. 2/2 Sammenlign muligheder og udvælg virksomhed.
- D. 3/2 Kontakt lokale institutioner for at høre, om gruppen kan låne bil, og indhent tilbud fra 4 udlejningsvirksomheder.
- D. 9/2 Læg program for dagen sammen med virksomheden.
- D. 9/2 Lav 200 flyers for dagen, og spred dem på 4 skoler.
- D. 11/2 Skaf kamera, og tjek op på tilmeldinger. Etc.

# TIDSPLAN

**G**ruppen kan gøre opgaverne mere eller mindre detaljerede afhængig af, hvor stort deres projekt er, og hvor rutinerede de er.

Gruppens første opgave med at lave tidsplanen er at finde frem til, hvornår de gerne vil lave deres projekt.

De skal tage et kig på målsætningerne og finde frem til, hvor lang tid de tror, det vil tage.

Når gruppen har et forslag til, hvor lang tid det vil tage, kan de kigge i arrangementskalenderen. Er der nogen andre aktiviteter, som projektet vil passe sammen med omkring det tidspunkt, hvor de kan lave projektet?

Det er vigtigt at få sat den rigtige dato for projektet. Det nytter ikke noget at arrangere en udflugt til Christiansborg, mens Folketinget er på ferie, eller at arrangere en workshop om at blive fodboldspiller, mens Real Madrid spiller i den lokale fodboldklub. Forkert valg af dato er en af de mest typiske årsager til, at begivenheder ikke får nok deltagere. Så sørg for, at gruppen bruger nok tid på deres research!

Når gruppen har fundet en god dato til deres begivenhed, skal de kigge på deres SMART-målsætninger.

Start med at tage en målsætning, f.eks.: ”100 deltagere til projektet”, og spørg gruppen, hvad der skal til for at opnå det. Det kunne eksempelvis være, at gruppen skal:

- Oprette et Facebook-event
- Lave flyers
- Invitere alle deres venner
- Kontakte klubber og skoler i området
- Booke en fed oplægsholder
- Lave en konkurrence om fribilletter

Når alle forslagene er noteret på post-its, går rådgiveren videre til projektets næste SMART-mål og fortsætter, indtil alle målsætningerne har fået tilknyttet aktiviteter.

**Når gruppen har været igennem alle aktiviteterne, spørges der, om noget mangler. Der kan sagtens være opgaver, der skal løses, som ikke er direkte knyttet til målsætningerne, og det er vigtigt også at få dem noteret.**

# TIDSP





**D**et næste skridt er at lave en tidslinje.

Rådgiveren laver en streg på et meget langt stykke papir (mindst 2 meter) og skriver datoen for projektet i den ene ende og sætter en streg for hver uge inden den dato.

Så spørges gruppen, hvilke af arbejdsopgaverne som de skal løse i ugen op til afviklingen af projektet.

De arbejdsopgaver placeres på post-its på tidslinjen.

Så spørger rådgiveren, hvad de skal lave to uger før og derefter tre uger før, og fortsætter, indtil gruppen har sat aktiviteter på alle ugerne.

De aktiviteter, der ikke er blevet fordelt endnu, placerer gruppen på passende steder.

Det er en god ide at skrive en deadline på hver enkelt post-it, så det ikke bare er en uge, men en specifik dato for, hvornår opgaven skal være udført.

Nu har gruppen faktisk deres første tidslinje for projektet!

Herfra kan gruppen gøre forskellige ting. De kan skrive alle opgaverne ind i et dokument og dermed have overblik over hele projektets tidslinje. De kan også opdele deres opgaver i de enkelte uger og lave en tidsplan for hver uge. Ellers kan de notere de opgaver, de hver især har ansvar for og dermed lave en individuel tidsplan. Som et sidste forslag kan gruppen samle arbejdsopgaverne under de oprindelige målsætninger og lave en tidsliste for eksempelvis "100 deltagere" og en for "find samarbejdspartnere" osv.

Som beskrevet er det vigtigste med tidsplanen, at den er overskuelig, samtidig med at gruppen forstår opgaverne, så det vigtigste er, hvad de selv mener fungerer bedst!

Når I senere mødes, kan rådgiveren følge op på tidsplanen. Er der kommet nye punkter til, eller er nogen ting skredet undervejs? I så fald er det vigtigt at finde ud af, hvordan gruppen vil sørge for at nå det hele, og få det skrevet ind i tidsplanen.

---

Hvor lang tid:  
30-180 min.

Hvad kræver det:  
Et stort stykke papir, noget kladdepapir og noget at skrive med.

---

# NETVÆRK

## Hvad

Et netværkskort er et visuelt overblik over, hvem gruppe-medlemmerne kender, som måske kan hjælpe med projektet.

## Hvornår

Når det er klart, hvilke mål og opgaver gruppen skal opnå, er det tid til at lave et netværkskort.

## Formål

Netværkskortet gør det tydeligt, hvor gruppen kan hente sparring, sponsorer og hjælp af enhver art gennem gruppens netværk.

## Effekt

At gruppen ser deres samlede netværk, hvorfra de kan hente hjælp til deres projekt.

Hvis nu personen, der er blevet ansvarlig for samarbejdspartnerne, kender en journalist, er det en supergod indgangsvinkel for ham, der arbejder med PR.

## Hvordan

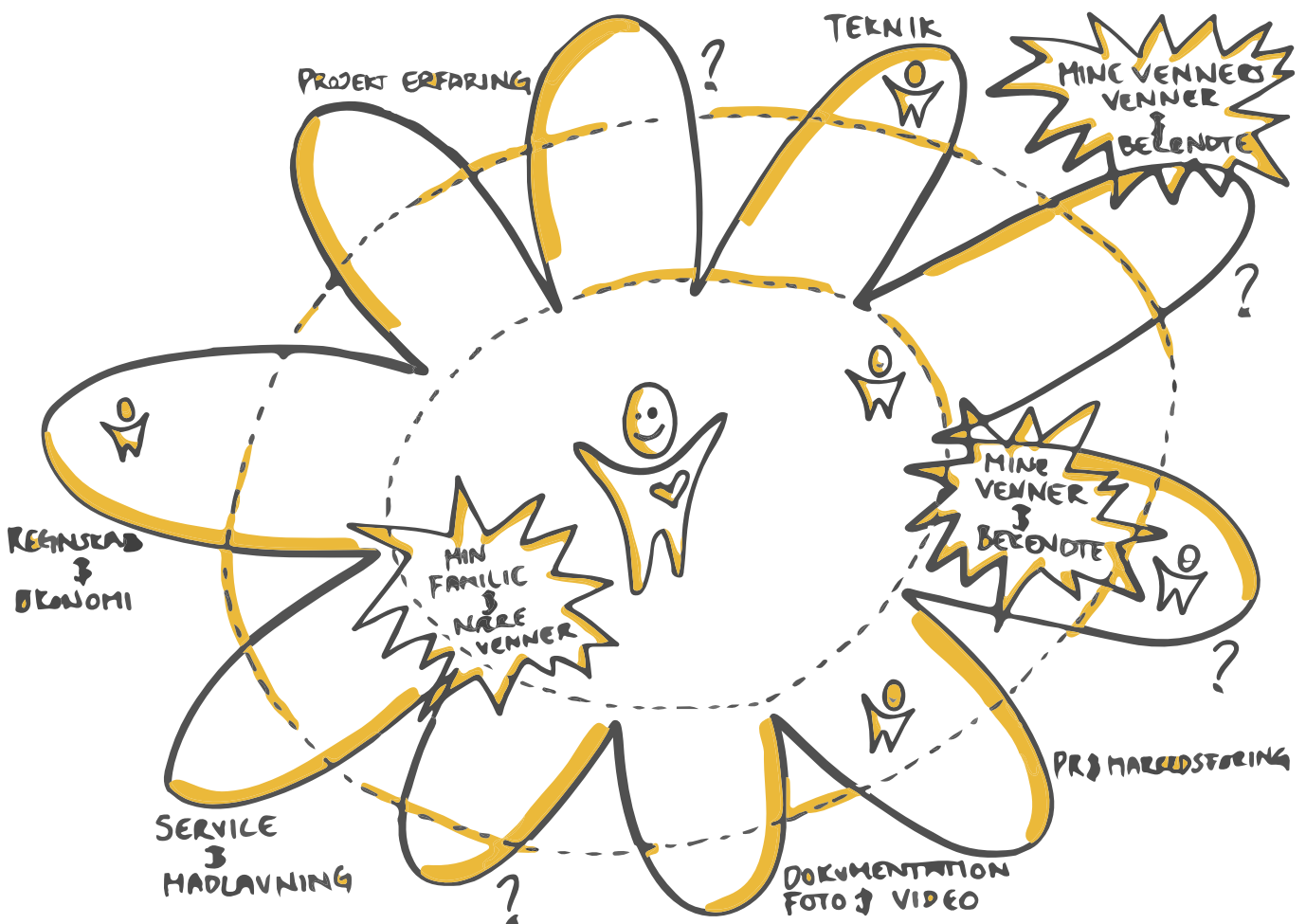
Start med at lave en liste over områder, der er relevante for gruppens projekt.

Det kan eksempelvis være: Transport, lydanlæg, medier, madlavning, lærere, grafikere/designere, håndværkere, musikere.

Når de har fået områderne på plads, skal de tegnes som på tegningen. Så skal de til at brainstorme over, hvem de hver især kender inden for de enkelte områder, og hvor godt de kender dem. Dem, de kender rigtig godt, placeres tæt på midten, og dem, de kender mindre godt, placeres længere ude. Det kan godt være, at der er nogle områder, hvor de slet ikke kender nogen.

Hvis ikke de kender nogen, så skal de overveje, om de måske kender nogen, der kender nogen inden for det område. Ellers kan de google efter oplysninger, der måske kan hjælpe dem, spørge på Facebook eller lægge en alternativ plan for, hvordan de får fat på den hjælp, de mangler.

# NETVÆRKS KORT



Hvor lang tid:  
15-60 min.

Hvad kræver det:  
Papir og tuscher.

# BUDGET

## Hvad

Et budget er et overblik over de udgifter og eventuelle indtægter, som gruppen forventer, der skal til, for at lave projektet.

## Hvornår

Budgettet skal laves, når projektidéen er helt på plads, og gruppen har lavet en aktivitetsplan enten som to-do-liste eller i form af en Gameplan (se afsnit ovenfor).

## Formål

Budgettet giver gruppen et tal på, hvor mange penge de skal bruge for at kunne lave projektet. Budgettet giver dem derudover mulighed for at søge økonomisk støtte til projektet.

## Effekt

Budgettet kan bruges til andet end at ansøge om penge til gruppens projekt. Det kan også bruges til forventningsafstemning. Kan gruppen få alle deres drømme opfyldt, eller bliver de nødt til at nedskalere projektet for at have en større chance for at modtage støtte?

## Hvordan

Start med at downloade budgetarket på [www.lynpulje.dk](http://www.lynpulje.dk).

På arket er der en række forslag til udgifter. Gruppen skal overveje, hvilke ting de ellers skal bruge penge til. Det kan være en idé at gennemgå alle aktiviteterne og så tale om, hvad der skal bruges penge til for at få dem udført.

Når gruppen ved, hvad de skal bruge penge på, er opgaven at finde ud af, hvad tingene koster. Nogle ting er umulige at sige med 100 % sikkerhed, hvad koster, og så må man jo indsætte sit bedste gæt, men desto mere præcis gruppen kan lave budgettet, desto bedre.

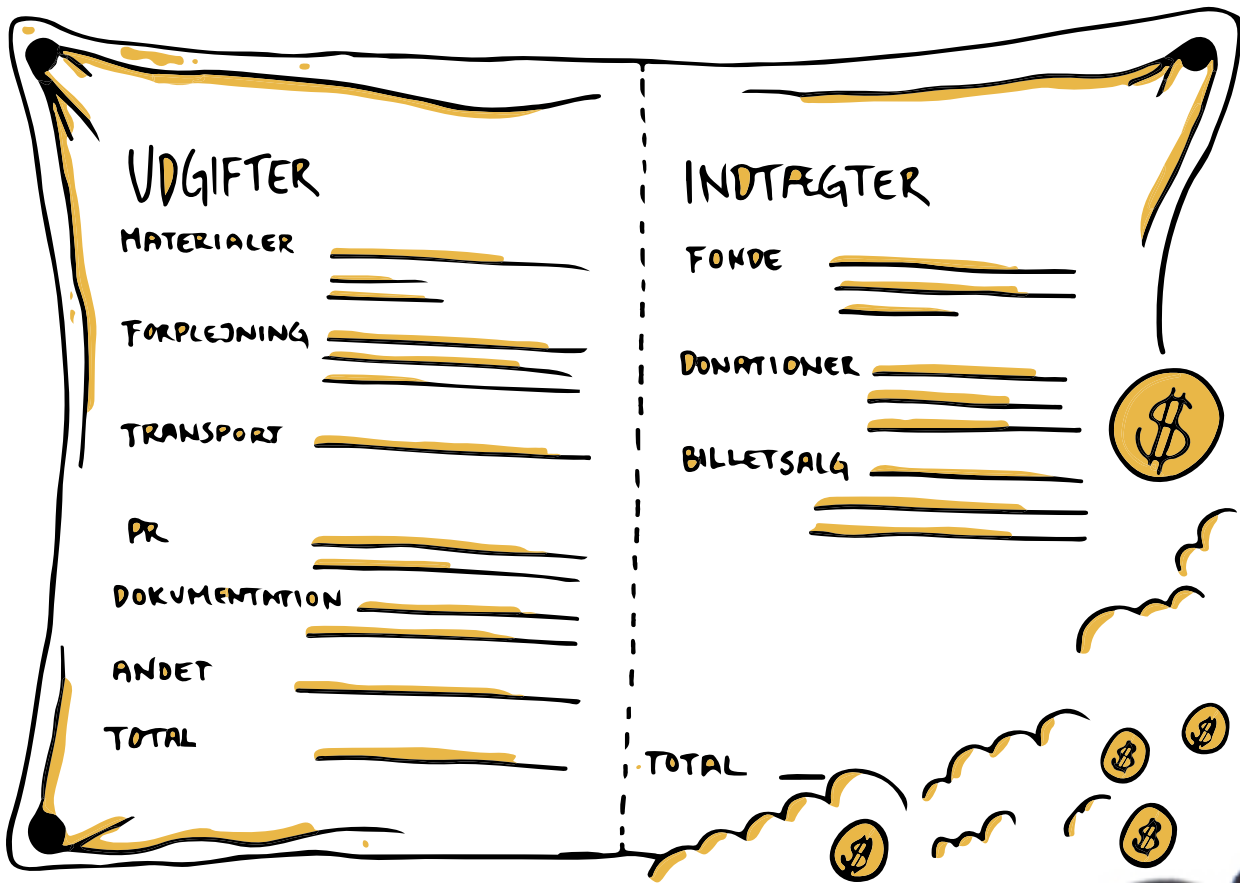
Hvis gruppen vil lave et stort budget, kan det være en idé at arbejde med et A- og B-budget. Det første er deres drømmebudget, hvor de får tingene præcis, som de ønsker det, mens det andet er en skrabet udgave, hvor alle udgifter, der ikke er strengt nødvendige for at udføre projektet, streges ud. Grunden til, at det kan være en god idé med de to budgetter, er, at det er lettere at få støtte til mindre budgetter. Det kan så være, at Ungeudvalget vælger A-budgettet, men hvis ikke, så kan gruppen søge igen med B-budgettet.

---

Hvor lang tid:  
40-120 min.

Hvad kræver det:  
At budgetarket er downloadet og printet, så gruppen kan kigge på det. Derudover skal gruppen bruge tid på at indhente tilbud og få så præcise priser som muligt.

---



RIS

## Hvad

Uanset hvilket projekt man laver, kan ting gå galt. En risikoanalyse er en gennemgang af, hvad der er risiko for går galt, med overvejelser om, hvad gruppen kan gøre for at undgå, at det sker.

## Hvornår

Når gruppens rollefordeling, aktivitetsplan og budget er på plads. Værktøjet er mest relevant for grupper, som vil lave meget store projekter, men kan også bruges ved mindre projekter, som måske har nogle udfordringer.

## Formål

Risikoanalysen skal mindske risikoen for, at projektet slår fejl, og dermed at gruppen får en dårlig oplevelse.

## Effekt

Ved at fokusere på de risici, der er, for at et projekt slår fejl, får gruppen mulighed for at blive opmærksom på, hvad der er skrøbeligt ved deres projekt, og sørge for at støtte det der. Altså skal effekten af risikoanalysen meget gerne være, at projektet er gennemplanlagt, og at intet går galt i forbindelse med afviklingen.

## Hvordan

Sæt gruppen i gang med at brainstorme på, hvad der kan gå galt med deres projekt. Hvis projektet er udendørs, kan det eksempelvis være, at der er risiko for, at det regner. Det kan også være, at en oplægsholder bliver syg, eller at nogen frivillige pludselig ikke dukker op.







# RIKOAANALYSE

**H**vis det er lidt svært at få gruppen i gang med brainstormen, kan rådgiveren tage fat i deres aktivitetsplan og spørge, "hvad kan der gå galt, når I f.eks. skal opstille scene?" eller "have mange til at høre et oplæg?".

Når gruppen har været godt rundt om deres projekt og har et passende antal risikofaktorer, kan de bevæge sig videre til næste fase. Et passende antal vil typisk være mellem 5-20 faktorer afhængig af projektet.

Gruppens næste opgave er at vurdere, hvor alvorlige de enkelte risici er. De skal vurdere alvoren på en skala fra 1 til 5, hvor 1 er uheldigt, men ikke super alvorligt, og 5 er katastrofalt og vil få projektet til at bryde sammen.

Når alle projektets risici er vurderet, skal gruppen vurdere, hvor sandsynligt det er, at det sker. Hvis projektet afvikles i vintermånederne, er der eksempelvis høj risiko for regnvejr, og gruppen skal derfor give den en høj risikovurdering.

Det kunne for eksempel være 50 % sandsynlighed. Sådan gennemgår gruppen alle projektets risici og giver dem en sandsynlighed mellem 0-100 %.

Den næste opgave kan godt kræve en lommeregner. Nu skal gruppen gange deres vurdering af, hvor alvorligt det er, med, hvor sandsynligt de mener, det er. Risiko for afbud fra en oplægsholder er måske meget alvorligt og får en vurdering på 4, men ikke så sandsynligt, så det får en risiko på 10 % (tallene vil altid være afhængige af projektet, så lad endelig gruppen vælge sine egne tal). Ganges tallene sammen, får man et risikoindeks på 40. Gruppen

skal udregne risikoindekset for alle deres risikofaktorer. Når alle risikoindeksene er på plads, kan gruppen sammenligne dem. De 3-10 risikofaktorer, som har det højeste indeks, bliver gruppen nødt til at lægge planer for.

Hvis der for eksempel er risiko for regnvejr, kan gruppen:

- Holde sig opdateret med vejrudsigten
- Undersøge muligheden for at flytte datoen for projektet, hvis det regner
- Undersøge, om det er muligt at overdække det sted, hvor projektet sker.

Risikoen for, at oplægsholderen melder afbud, kan gruppen mindske ved eksempelvis at have en underskrevet kontrakt og løbende have kontakt med oplægsholderen. Sådan skal gruppen fortsætte med at planlægge sig igennem de vigtigste risici, så de gør, hvad de kan, for at sikre projektet.

---

Hvor lang tid:  
30-60 min.

Hvad kræver det:  
En lommeregner, papir og tuscher.

---



# INDHENTNING TILLADELSER

## Hvad

Når man laver projekter på offentlige steder, kræver det ofte tilladelser. I det følgende vil vi give et overblik over retningslinjerne. Hvis rådgiveren er det mindste i tvivl, er det vigtigt at sørge for at indhente yderligere information om tilladelser hos lokale myndigheder. Hvis projekterne enten ligger i skoletiden, eller hvis rådgiveren er i tvivl, om gruppens forældre vil godkende projektet, så kan gruppen også indhente tilladelser fra dem.

## Formål

Uden de rette tilladelser risikerer gruppen, at deres projekt bliver lukket af enten politi, brandmyndigheder, fødevarestyrelsen eller noget helt fjerde.

Tilladelser fra skole og forældre kan ofte være med til at sikre, at alle gruppedeltagerne kan deltage, og at de oplever opbakning.

## Effekt

Et velafviklet projekt, hvor myndighederne hjælper til med at sikre, at sikkerheden er i top, og hvor forældre og skolen er informeret og bakker op.

## Hvordan

### Tilladelser fra myndigheder

Start med at overveje, om projektet falder inden for nogle af beskrivelserne ovenfor.

Hvis projektet gør det, så kontakt projektlederen, der kan hjælpe jer videre. Typisk handler det om at søge tilladelser fra brandmyndighederne, politiet, trafik- og vej- og/eller fødevarestyrelsen, men der kan være specielle ting, der gør sig gældende i jeres område, så sørg for at få en grundig forklaring fra projektlederen.

### Tilladelser fra skole og forældre

Hvis det overhovedet er muligt, så skal projektet placeres uden for skoletid. Hvis gruppen bliver nødt til at få fri nogle timer, så kan det være, at det kan lade sig gøre. Projektrådgiveren må endelig ikke love gruppen noget, men overvej, om de har en rimelig grund til at blive fritaget. Hvis rådgiveren mener, det er tilfældet, så kan de udskrive og udfylde en blanket, som gruppens medlemmer kan vise lærerne og forhåbentlig få fri.

Hvis projektrådgiveren mener, at gruppens forældre skal give tilladelse til projektet, så skal rådgiveren sammen med gruppen udfylde en formular, som gruppens medlemmer kan tage med hjem og få underskrevet.

# INDHENTNING AF TILLADELSER

Hvor lang tid:  
30-120 min.

Hvad kræver det:

Kravene er meget forskellige afhængig af, hvilke tilladelser gruppen skal søge. Der findes for det meste formularer, der skal udfyldes, for at anmode om tilladelse. Det vigtigste er dog, at I har tid. Nogle tilladelser kan godt tage op til 1 måned, så sørg for at have tid nok.

## Hvornår

Gruppen skal sørge for at indhente tilladelser fra myndighederne til deres projekt, hvis:

- Der er offentlig adgang – altså hvis arrangementet er et offentligt sted og tilgængeligt for alle.
- Der skal sælges mad.
- Gruppen vil opstille/ophænge PR-materiale.
- Der skal spilles livemusik offentligt i forbindelse med projektet.
- Projektet er et motions- eller cykelløb på offentligt område.
- Projektet ligger på et såkaldt rekreativt område såsom parker, skove, strande m.m., og der forventes at deltage over 30 personer.

Hvis projektet for eksempel er en udstilling, messe, teater, koncert, loppemarked etc. på et sted, der ikke i forvejen har en tilladelse fra brandmyndighederne.

Hvis det er fuldstændig umuligt at placere projektet uden for skoletiden, kan det komme på tale at søge skolen om fritagelse for de elever, der deltager.

Tilladelser fra forældre er altid gode at have. Hvis projektgruppen eksempelvis er yngre og skal være sent oppe, eller hvis der af en anden grund er tvivl om, om forældrene vil sige god for projektet, kan rådgiveren give projektmedlemmerne en seddel med hjem til underskrift.

Metoden er praktisk, fordi det betyder, at forældrene får kendskab til projektet og forhåbentlig bakker om det og derfor er med til at sikre fremmødet fra gruppens medlemmer.

Der kan være andre tilfælde, hvor tilladelser er nødvendige, og hvor der er lokale afvigelser fra de standarder, der er beskrevet her. Derfor er det meget vigtigt, at projektrådgivere sørger for at holde sig orienteret og spørger politi, kommune eller andre relevante institutioner, hvis de er i tvivl.

Jo mere klar en beskrivelse gruppen har lavet af deres projekt, jo lettere er det at anmode om tilladelse til at afholde det. Derfor skal aktivitetsplanen og risikoanalysen meget gerne være på plads, inden I går i gang med at indhente tilladelser. I skal dog huske, at det godt kan tage noget tid at få tilladelserne på plads, så hvis gruppen gerne vil afvikle deres projekt meget hurtigt, kan I blive nødt til at ansøge, før aktivitetsplanen og budgettet er helt på plads.



# FUNDI

## Hvad

Fundraising handler om at skaffe midler til gruppens projekt. Det kan være hjælp til at udføre projektet, materiale, oplægsholdere eller penge.

De fleste grupper kan fint lave deres projekt for de midler, de kan søge gennem Lynpuljen, men for erfarne grupper, som gerne vil lave store projekter, er fundraising en spændende mulighed.

## Formål

Fundraising kan være med til at forstærke projektet. Flere penge, viden på projektets område eller markedsføring kan være medvirkende til at lave et endnu bedre og mere gennemarbejdet projekt.

## Hvornår

Så snart budgettet og projektbeskrivelsen er på plads, kan gruppen begynde at arbejde med fundraising.

## Effekt

At gruppen lærer selv at hente hjælp til at få deres projekter til at lykkes og forhåbentlig, at de skaffer flere midler til deres projekt.

## Hvordan

Gruppen kan forsøge at fundraise på forskellige måder. De kan søge private eller offentlige fonde, forsøge at få fat på sponsorer eller få private til at støtte deres projekt.

De kan også starte en indsamling, forsøge at få donationer eller anvende crowdfunding, hvor de måske online søger støtte hos dem, der er interesserede i projektet.

### Tip:

Arbejdet med at finde fonde kan være tidskrævende. Hvis I projektrådgivere har tid og lyst, kan I gøre grupperne en stor tjeneste ved at lave et overblik over gode fonde, hvornår de kan søges og af hvem.

# RAISING

## OFFENTLIGE OG SPONSORER

Der findes et hav af forskellige fonde med forskellige formål. I Kraks Fondshåndbog kan man læse om de fleste, derudover kan gruppen tilmelde sig online services, såsom Kulturens Kontanter, der løbende sender mails ud, når der er penge at søge, og endelig kan gruppen søge efter fonde på internettet.

Gode forslag kunne være Carlsberg Mindelegat, Trygfonden, Nordeafonden, Tipsmidler og fonde, der hører under kommunen. Endelig findes der statslige og EU-fonde, men de er ofte besværlige at ansøge.

Sponsorer:

Ud over fondene kan gruppen overveje at søge sponsorater fra virksomheder. Virksomheder kan hjælpe projektet ved at:

- Give penge
- Tilbyde arbejdskraft
- Give præmier
- Udvide gruppens netværk
- Spredde opmærksomhed om projektet
- Sponsorere eller udlåne materialer.

Men modsat fondene vil virksomhederne forlange at få noget igen. Det kan eksempelvis være:

- Navn på bannere og produkter
- Positiv omtale
- En oplevelse for deres ansatte
- Et skattefradrag (virksomheden betaler ikke skat af støttekroneerne).

Inden gruppen går i gang med at søge sponsorater, er det vigtigt, at de grundigt overvejer, hvem de har noget til fælles med, hvem de kan stå inde for, hvad gruppen vil have af dem, og hvad de vil give til gengæld.

Hvis gruppen finder en virksomhed, der matcher gruppens ønsker, så skal de sende dem en mail og kort tid efter ringe virksomheden op for at følge op på beskeden.

Mailen skal indeholde en beskrivelse af gruppens projekt, en forklaring af, hvad gruppen søger sponsoratet til, en forklaring af, hvad gruppen giver igen, og hvem de er. Mailen skal være temmelig kort, maks. 1 A4-side, og gerne blot en halv side. Inden for en uge skal en fra gruppen ringe til virksomheden og spørge ind til ansøgningen.



# FUNDIE

## HVORDAN SKRIVER GRUPPEN EN GOD FONDSANSØGNING?

Som minimum skal gruppens ansøgning indeholde:

- Projektbeskrivelse
- Budget
- Aktivitetsplan
- CV'er

Nogle fonde kræver også:

- Markedsføringsplan
- Kommunikationsstrategi
- Pressemateriale
- Beskrivelse af projektgruppen

Budget og aktivitetsplan kan du læse mere om i andre afsnit i guiden her, men vi vil lige give nogle gode råd til, hvordan gruppen laver en rigtig god projektbeskrivelse.

### CV

Gruppen skal vedlægge deres CV'er, så fonden kan se, hvem og hvor erfarne gruppemedlemmerne er. Det er ikke nødvendigvis en ulempe, at gruppen ikke har lavet så mange projekter før. Gør beskrivelserne personlige, så fonden virkelig kan sætte et ansigt på ansøgerne og føler, at de kender dem.

Det kan være rigtig smart at undersøge muligheden for at samarbejde med projekter, der allerede finder sted, så gruppen måske kan få hjælp til projektet eller sørge for at være et sted, hvor der i forvejen er mange mennesker.

Der er sikkert flere ting, der sker i området, så spørg endelig gruppen, om de kender til nogle begivenheder eller projekter, der kunne være interessante at samarbejde med.



Hvor lang tid:  
2-12 timer.

Hvad kræver det:  
En aktivitetsplan, et budget, en temmelig ressourcerstærk gruppe med blod på tanden og et overblik over de fonde, der kan søges.

# RAISING

## PROJEKTBEKRIVELSEN

Inden arbejdet med projektbeskrivelsen går i gang, skal gruppen gøre følgende klart:

Har projektet et klart mål?

- Tag eventuelt udgangspunkt i SMART-målene og find frem til det allervigtigste eller skriv et overordnet mål, som dækker flere af de mindre målsætninger.

Hvad er det særlige ved projektet?

- Projektet er allerede noget særligt, fordi det er lavet af de personer, det er, men forsøg at finde flere grunde til, at projektet skiller sig ud.

Hvem er målgruppen for projektet?

- Tag eventuelt udgangspunkt i gruppens personaer, og beskriv en hel målgruppe med baggrund i dem.
- Projektbeskrivelsen handler om at få læseren til at blive interesseret i gruppens projekt. De læser sikkert mange ansøgninger, så det handler om at gøre projektbeskrivelsen let at læse og at sørge for, at den skiller sig ud. Derfor er nogle gode tips:
  - Lav mange afsnit undervejs, og giv dem interessante overskrifter.
  - Start med at fortælle det vigtigste i hvert afsnit.
  - Næste punkt er at beskrive baggrunden (hvem, hvad, hvor?).
  - Brug gerne eksempler undervejs.
  - Gruppen skal sørge for at læse fondens målsætninger igennem nogle gange og beskrive deres projekt med nogle af de samme ord, som fonden bruger.
  - Læs projektbeskrivelsen igennem og få eventuelt andre til at gennemlæse den, så der ikke er modstridende oplysninger, stavefejl eller andre problemer.



# MARKEDS

## Hvad

Markedsføring er alt det arbejde, gruppen gør, for at sørge for, at mange og de rigtige mennesker deltager i deres projekt.

## Hvornår

Så snart projektidéen er på plads, kan markedsføringen begynde. Gruppen kan sagtens starte tidligt og så gå mere til den, i takt med at projektet nærmer sig.

## Effekt

Mange deltagere, FB-likes og at mange hører om projektet.

## Formål

At sørge for, at projektet når ud til målgruppen og får fat på de rigtige deltagere.

## Hvordan

Der er mange måder at lave markedsføring på. Det kan både være gennem Facebook, plakater, samarbejdspartnere, ved at sende sms'er, komme i medierne, uddele gaver, lægge videoer på YouTube og meget, meget andet. Her handler det virkelig om at slippe gruppens kreativitet fri!

Hvor lang tid:  
20 min.-flere dage.

Hvad kræver det:  
Papir, pap, smartphone, billeder, telefonsamtaler, hårdt arbejde og nærmest hvad som helst andet.





# SFØØRING

**D**et hele handler om at få fat på målgruppen og give dem lyst til at deltage. Derfor kan gruppen starte med at tage deres personaer frem. Hvem er det, gruppen vil have fat i, hvad synes de er fedt, hvor kommer de fra, og hvordan får gruppen kontakt til dem? – Hvis gruppen er i tvivl, så kan de lave et interview med folk fra målgruppen.

De klassiske ting er at skrive en pressemeddelelse og sende den rundt til lokale medier, lave et Facebook-event, sende sms'er ud til dem, gruppen kender, som kunne være interesserede, uddele flyers og hænge plakater op. Alle metoderne er rigtig fine, så længe gruppen husker at overveje, om det passer til målgruppen.

Der findes mange alternative og sjove muligheder til at supplere den klassiske markedsføring. Flash mobs, altså små events på offentlige steder, kan være et sjovt og effektivt alternativ. Prøv at søge efter "flash mobs" på YouTube og vis det til gruppen. Gruppen kan også overveje at få lavet materiale, de kan uddele til målgruppen, måske fodbolde med logoer eller noget helt andet.

Husk at overveje, hvor stort projektet skal være. Hvis det er et mindre projekt, handler det måske bare om at få lavet en hurtig plakat, og så er det det. Men markedsføring kan være supersjovt, så hvis gruppen vil lave et projekt med mange deltagere, er det værd at bruge tid på at få lavet en ordentlig pressemeddelelse og overveje eksempelvis flash mobs.

# FASSEN GRUPPEN NIVÅ



## NORMING

Projektarbejdet er nu virkelig begyndt at blive konkret. De enkelte ansvarsområder er fordelt, og gruppen bør have et rigtig godt fundament for at samarbejde. Det bør kunne mærkes ved, at gruppen er begyndt at blive meget mere effektive, de udviser tillid til hinanden, kommunikerer godt og er meget bedre til at samarbejde.

Hvis projektrådgiveren ikke føler, at gruppen passer til den beskrivelse, skal rådgiveren overveje at gribe ind.

Rådgiveren kan eventuelt trække samarbejdsaftalen ind og høre, om gruppen selv føler, at de lever op til den. Hvis de ikke gør det, så spørg ”hvad der skal til, for at I gør det?”.

Alternativt kan rådgiveren tage fat i nogle af øvelserne fra forming- eller storming-fasen og bruge dem til at få gruppen til at fungere optimalt.

Hvis gruppen derimod lever op til beskrivelsen og er landet godt i normingfasen, er rollen som projektrådgiver faktisk blot at læne dig tilbage og give plads til, at gruppen selv kan begynde at arbejde mere og mere selvstændigt. Rådgiveren kan opfordre gruppen til at lave ting sammen uden for projektet, spille fodbold eller andet, der kan medvirke til at styrke deres holdånd yderligere.

# DELLA



# VEER

## OM FASEN

NU SKER DET ENDELIG! PLANLÆGNINGEN ER NÆSTEN OVERSTÅET, OG TIDEN ER KOMMET TIL AT FÅ STYR PÅ DE SIDSTE AFTALER, INDEN PROJEKTET SKAL AFVIKLES. DET ER MEGET VIGTIGT OGSÅ AT FÅ PLANLAGT, HVAD DER SKAL GØRES, EFTER PROJEKTET ER AFVIKLET, DA DET ER NU, GRUPPEN HAR DEN RIGTIGE ENERGI TIL DET.

I DELIVER-FASEN SKAL GRUPPEN BLIVE FULDSTÆNDIG AFKLAREDE OM:

HVAD ER DERES INDIVIDUELLE ROLLER UNDER AFVIKLINGEN?

HVILKE TING MANGLER DE AT NÅ INDEN DEN STORE DAG?

HAR DE LAGT EN GOD PLAN FOR, HVORDAN DE VIL SØRGE FOR AT LUKKE PROJEKTET ORDENTLIGT NED, HVEM DE SKAL SIGE TAK TIL, OG HVORDAN DE DOKUMENTERER DERES PROJEKT OG UDGIFTER?

PÅ GRUPPENIVEAU BØR GRUPPEN NU VÆRE FULDSTÆNDIG SAMMENRYSTET OG VELFUNDERENDE. DET ER BLEVET TID TIL AT PERFORME, DET KONKRETE MÅL ER MEGET TÆT PÅ, OG DET BURDE BIDRAGE TIL EN ENERGISK OG POSITIV STEMNING. RÅDGIVERENS OPGAVE BLIVER AT SÆTTE DEN ENERGI IND I EN GOD RAMME, DER SIKRER, AT GRUPPEN FÅR DET HELE MED.

# TJ



# TJEKLISTE



## Hvad

En tjekliste er et overblik over de ting, som gruppen skal lave op til og efter, projektet afvikles.

## Hvornår

Gruppen kan lave tjeklisten til den sidste projektcafé, de kommer til, inden deres projekt skal afvikles. Afhængig af, hvor stort deres projekt er, vil det være passende at arbejde med tjeklisten 1-3 uger, inden projektet skal afvikles.

Inden arbejdet med tjeklisten igangsættes, skal gruppen have helt styr på deres projektbeskrivelse, budget, rollefordeling, risikoprofil, fundraising- og markedsføringsstrategi. Når de går i gang med tjeklisten, skal de vide, hvad der skal gøres. Tjeklisten kan så bruges til at forklare hvordan og hvornår.

## Formål

I løbet af designfasen har gruppen planlagt præcis, hvad de vil opnå i forbindelse med deres projekt. Tjeklisten er en mulighed for at sikre, at gruppen når det hele, og at de finder løsninger på problemer, der måske er opstået uforudset.

## Effekt

Tjeklisten giver et overblik over de aktiviteter, der mangler at blive arbejdet med. Effekten af tjeklisten bør være, at gruppen når alle de mål, de har opstillet for projektet.

## Hvordan

Tag gruppens tidsplan frem og gennemgå hver enkelt opgave. De opgaver, der stadig mangler arbejde, noteres på et andet stykke papir. Der kan suppleres med spørgsmål til gruppen, så rådgiveren er sikker på, at der ikke er noget, de har overset.

Når gruppen har taget de relevante aktiviteter fra tidsplanen, så kan gruppen tage et kig på risikoanalysen. Hvis der er nogen områder, der stadig er usikre, skal de noteres på samme papir som de øvrige aktiviteter, der mangler opmærksomhed, som nu er en tjekliste. Når gruppen har lavet tjeklisten, er det på tide at lave planer og aftaler for, hvordan gruppen løfter opgaverne.

Hvem gør det, hvornår gør de det, hvem er ansvarlig for det, og hvad skal de bruge til det?

Svarene på spørgsmålene noteres og skrives på tjeklisten.

Eksempelvis:

Tjek op på aftalen med oplægsholderen, sørger Mikael for. Han ringer til ham i morgen. Omdeling af flyers står Pernille og Momin for. De uddeler 70 flyers to dage før projektet på skolen og i klubben. De skal bruge trykte flyers, som Mikael sørger for er klar senest 3 dage før.

Det er vigtigt her at aftale en dato for afrapportering af projektet og udarbejdelse af regnskab med gruppen, og sørg for, at gruppen under afviklingen indsamler information til at sikre, om de overholder deres SMART-mål. Tjeklisten scannes og e-mailles til alle gruppemedlemmerne, når den er færdig.

---

Hvor lang tid:  
20-60 min.

Hvad kræver det:  
At du har gruppens tidsplan, en risikoanalyse er også en fordel.

---

# AFVIKLINGEN

## Hvad

Afviklingsplanen er en plan for, hvad der skal ske hvornår, og hvem der sørger for det under afviklingen af projektet.

## Hvornår

Til den sidste projektrådgivning, inden projektet skal udføres. Fundraising skal være afsluttet, så gruppen ved, hvor mange penge de har til projektet, og markedsføringsplanen skal være i fuld gang med at blive udført.

## Formål

Afviklingsplanen giver et overblik og fordeler ansvaret for opgaver i forbindelse med afviklingen af projektet. Planen sørger for, at alle ved, hvem der har ansvar for hvad, og hjælper med at sikre en succesfuld udførelse af projektet.

## Effekt

Effekten af afviklingsplanen er, at alle gruppemedlemmerne ved præcis, hvad deres opgave er, mens projektet udføres, så afviklingen glider glat og uden panik.

## Hvordan

Start med at sætte et tidspunkt for, hvornår afviklingen starter. Normalt vil det være nogle timer, inden deltagerne ankommer, men det kan også være en eller to dage før, hvis det er et stort projekt.

Afviklingsplanen er lettest at lave i Excel.

Start med at lave en liste over, hvad gruppen skal nå at lave på dagen. Det kan f.eks. være at hente borde, sætte scene op, opstille og teste lydudstyr etc.

Når I har lavet den liste, laver gruppen en ny liste. På den nye liste skriver gruppen, hvem der skal levere noget i løbet af dagen. F.eks. levering af sodavand, oplægsholder, buschauffør etc.

Start med at indsætte leveringslisten i Excelarket ud for de tidspunkter, der passer. Tilføj, hvem der leverer det, hvem fra gruppen som er ansvarlig, og et tlf. nr. på virksomheden, så den ansvarlige kan kontakte dem, hvis nu noget går galt.

Så tager gruppen fat i listen over deres egne arbejdsopgaver. Først skal gruppen vurdere, hvor lang tid hver enkelt opgave tager, og hvor mange der skal arbejde på det. Når de har gjort det, skal de begynde at indsætte opgaverne i Excelarket. Sørg for, at der er plads til, at nogle ting kan tage lidt længere tid, og at der er tid til at håndtere uforudsete udfordringer!

I arket tilføjer gruppen, hvem der sørger for hvad, og hvem der er ansvarlig. Husk, at projektet skal dokumenteres med billeder og/eller video i løbet af dagen.

Det kan være, at tidsplanen bliver meget presset. Hvis det sker, så kan gruppen enten rykke starttidspunktet til tidligere på dagen eller sørge for at forberede flere ting inden afviklingen. De ting skal i så fald tilføjes til tjeklisten.

Hvor lang tid:  
30-90 min.

Hvad kræver det:  
En computer med Excel installeret.





# AFVIKLINGSPLAN

TID	HVAD:	HVEM:
9:00	HENTE BRÆNDE	IBRAHIM
9:30	SÆTTE SCENE OP	ABDI, ANNE, MARIA
10:30	LYDPRØVE	LYDMAND, IBRAHIM
11:00	MADLAVNING	
12:00		

# AFRAPPORTERING

## Hvad

Afrapporteringen er et værktøj til at vurdere projektet med. På den ene side er formularen vigtig for, at samarbejdspartnere og Lypuljen kan se, om projektet har fortjent den støtte, det har modtaget. På den anden side er formularen et godt værktøj for gruppen, der kan se, om projektet har levet op til deres ønsker.

## Hvornår

Gruppen skal allerede have kendskab til proceduren for afrapportering inden afviklingen af projektet. De skal nemlig sørge for at samle information til afrapporteringen under afviklingen. Det kan for eksempel være i form af billeder eller video og måske spørgeskemaer til deltagerne. Selve afrapporteringen skal helst ske senest to uger efter, projektet er afviklet.

## Formål

Formålet med afrapporteringen er at informere Ungeudvalget om projektets resultater, derudover hjælper formularen gruppen med at vurdere deres projekt.

Hvor lang tid:  
45-90 min.

Hvad kræver det:  
At rådgiveren har gruppens oprindelige SMART-mål, og at gruppen medbringer dokumentationen fra afviklingen af projektet.

## Effekt

Afrapporteringen er en forudsætning for, at gruppen kan modtage støtte. Uden dokumentationen vil gruppen i yderste konsekvens risikere at skulle betale pengene tilbage. Gruppens billeder og beskrivelse af deres projekt bliver lagt på hjemmesiden, og endelig kan formularen hjælpe gruppen med at vurdere, hvad der gik godt og mindre godt med deres projekt.

## Hvordan

Lav en kort beskrivelse af projektet, som vil blive lagt op på hjemmesiden – det kan eventuelt være en videobeskrivelse.

- Indsæt gruppens SMART-mål.
- Udfyld antal deltagere.
- Skriv, hvilke af SMART-målene projektet opnåede.
- Forklar, hvorfor målene blev nået.
- Skriv, hvilke mål der ikke blev opnået.
- Forklar, hvorfor målene ikke blev nået.
- Vedhæft billeder og eventuelt videodokumentation.
- Svar på, hvad gruppen har lært.

Når formularen er udfyldt, er det en god idé at høre, om gruppen har noget, de mangler at gøre. Noget, de mangler at aflevere, betale for eller noget andet, de måske har glemt i kampens hede. Hvis der er det, er nu et godt tidspunkt til at finde ud af, hvordan gruppen håndterer det.

# REGNSKAB

## Hvad

Gruppen har tidligere lavet et budget. I løbet af projektperioden skal gruppen holde styr på, hvor mange penge de har brugt. Nu hvor de sidste regninger er betalt, er det tid til at få lavet det endelige regnskab.

## Hvornår

Når projektet er afviklet, og den sidste regning er betalt.

## Formål

Regnskabet viser, hvordan støttekronerne er blevet brugt. Hvis alle pengene ikke er blevet brugt, skal overskuddet tilbagebetales.

## Effekt

Regnskabet sikrer, at gruppen får betalt alle sine regninger, og at de ikke bliver bedt om at tilbagebetale de støttekroner, som de faktisk har brugt.

## Hvordan

Gruppen skal medbringe alle deres betalte regninger og kvitteringer.

Projektrådgiveren skal få gruppen til at skrive navn på hver enkelt kvittering, så det er tydeligt, hvem der har betalt den.

Så lægger gruppen alle kvitteringerne i en stor bunke, og rådgiveren tager det oprindelige budget frem.

Gruppen skal starte med den første udgift, eksempelvis transport, og spørge, hvem der har en kvittering for transport. Så tager de næste post, måske markedsføring, og spørger, hvem der har en kvittering for print, pap og hvad gruppen ellers har brugt til markedsføring. Fortsæt, til gruppen har kvitteringer til alle udgifterne.

Hvis gruppen mangler en eller flere kvitteringer, skal rådgiveren henvende sig til projektlederen. I udgangspunktet betyder det, at pengene skal betales tilbage, men der kan være mulighed for at undgå det, hvis gruppen på anden vis kan dokumentere, at de altså har haft den udgift.

Hvis der bagefter er kvitteringer tilbage, som ikke passer til nogen af budgetposterne, må der tages en diskussion om, hvorfor gruppen har brugt penge, som de ikke har fået støtte til. Igen kan det være en god idé at have projektlederen ind over, da det i sidste ende kan ende med, at gruppen skal tilbagebetale penge.

Når alle kvitteringerne er fordelt på udgifter, kan gruppen skrive dem ind i et regnskab.

Gruppen har måske ikke ramt alle budgetposterne 100 %. Nogle ting kan være blevet lidt dyrere og andre noget billigere end forventet. Hvis regnskabet viser, at gruppen har brugt flere penge, end de har fået tildelt, så er det et stort problem. I udgangspunktet betyder det, at de selv må betale for udgifterne. Hvis gruppen har brugt flere penge, så skal rådgiveren informere projektlederen. Projektlederen vil hurtigst muligt tage sagen op med Ungeudvalget og se, om noget kan gøres.

Hvis gruppen har brugt færre penge end anført i budgettet, skal de resterende penge betales tilbage.

Hvor lang tid:  
30-120 min.

Hvad kræver det:  
Gruppens budget og alle kvitteringer for udgifter til budgettet.

# TAKKE



---

Hvor lang tid:  
30-90 min.

Hvad kræver det:  
Postkort og frimærker.

---

# BRIEVE

## Hvad

At skrive gode, gammeldags breve til samarbejdspartnere medfører, at de vil samarbejde en anden gang, og at projektet afsluttes på en god måde.

## Hvornår

Efter evalueringen.

## Formål

At få gruppen til at udtrykke deres taknemmelighed og se, hvor vigtige gode samarbejdspartnere er.

## Effekt

Alle bliver glade for påskønnelse. Takkebrevene skal minde samarbejdspartnere om det gode ved samarbejdet og give dem lyst til at yde noget ekstra en anden gang.

## Hvordan

Start med at få gruppemedlemmerne til at skrive navne på alle dem, der har været en del af at sikre, at projektet blev udført. Det kan for eksempel være en lærer, der har givet fri, en forælder, som har hjulpet med opsætning, eller en virksomhed, der har givet en god pris på nogle varer eller sponsoreret noget af projektet.

Når alle navnene er skrevet ned, skal gruppemedlemmerne sige, hvad de vil sige personen tak for. Imens søger rådgiveren for at notere det.

Når gruppen har været igennem dem alle sammen, læser rådgiveren op, hvad der er noteret om hver enkelt.

Hvis gruppen er enige om, at det er det, de gerne vil sige, skriver de hver et postkort til en af samarbejdspartnere og fortsætter, til der er postkort til dem alle.

Til sidst læser de postkortet op. Hvis gruppen har lidt svært ved at komme i gang, kan rådgiveren hjælpe lidt til med, hvordan man starter og slutter et postkort.

Til sidst skriver de alle sammen deres navne på hver enkelt postkort.

I fællesskab finder de frem til adresserne og sender kortene.

# EVALU



## Hvad

Evalueringen er gruppens mulighed for at afslutte deres samarbejde på en god måde og sikre, at de hver især lærer alt, hvad de kan af projektet.

## Hvornår

Når afrapporteringsformularen er udfyldt, og regnskabet er på plads.

## Formål

At sikre gruppemedlemmernes læring og lyst til at arbejde videre med projektformen.

## Effekt

Uanset om projektet har været en kæmpe succes eller en bragende fiasko, kan evalueringen bidrage til, at gruppen forlader samarbejdet som venner og tager ved lære af deres projekt.

Hvor lang tid:  
45-120 min.

Hvad kræver det:  
Post-its. SMART-målene og printede diplomer.

# ERINDRING

## Hvordan

Start med at forklare, hvad evaluering handler om. Hvis projektet ikke har nået sine mål, handler det om at sørge for en god diskussion af, hvorfor det ikke gik, som gruppen ønskede. Hvis det er gået godt, er udfordringen at sørge for, at gruppen kan gøre det endnu bedre næste gang. Uanset hvad, så er det rådgiverens opgave at sørge for, at evalueringen finder sted i en ordentlig tone, og at ingen får en for hård kritik af deres arbejde.

- Start med at spørge gruppemedlemmerne en efter en, hvad det bedste ved projektet har været.
- Dit næste spørgsmål kan så være, hvad der har været sværest.
- Hvordan kunne de have gjort det sværeste lettere?
- Hvad har været deres største succes?
- Hvad har de lært?
- Hvad ville de gøre anderledes en anden gang?
- Hvordan har projektcaféerne fungeret?
- Hvordan har modellerne virket?
- Hvad har gruppen manglet?
- Hvad har været det sjoveste?

Rådgiveren sørger undervejs for at notere gruppens svar. Rådgiveren kan også tilføje sine egne spørgsmål og eventuelt spørge ind til noget specifikt, som rådgiveren ved er gået godt eller mindre godt.

Når gruppen er færdige med at tale projektet igennem, er det tid til en afsluttende øvelse.

Rådgiveren giver hvert af gruppemedlemmerne en stak post-its. I løbet af de næste 3 minutter skal de skrive så meget ros til et gruppemedlem, som de overhovedet kan, og sætte det på ham/hende. De skal alle igennem en gang post-it-ros, før øvelsen er slut.

Det allersidste element ved projektet er overrækkelse af diplomer. Rådgiveren uddeler diplomerne et efter et og fortæller det enkelte gruppemedlem, hvad rådgiveren er særligt imponeret over ved hans/hendes indsats.

# FASSEN GRUPP NIVÅ





# NU PÅ VEJ TIL PROJEKTET

## PERFORMING

Når gruppen har nået performingstadiet, er rådgiverens opgave faktisk at holde sig så meget i baggrunden som overhovedet muligt. Det er meget sandsynligt, at gruppen ikke fungerer perfekt, og at rådgiveren har lyst til at hjælpe dem med eksempelvis kommunikation eller rollefordelinger. I stedet for at gribe direkte ind vil vi anbefale, at rådgiveren spørger gruppen til råds.

Hvis rådgiveren for eksempel mener, at gruppen har problemer med, hvordan de taler sammen, så kan det fungere at spørge dem, hvordan de hver især oplever det. Hvis de mener, det er fint, så skal rådgiveren intet gøre.

Hvis gruppen derimod oplever, at noget ikke fungerer, så kan rådgiveren spørge dem, hvordan de mener, de kan løse det.

I denne fase er det afgørende, at gruppen har ejerskab for både deres projekt og deres samarbejde.

Projektrådgiveren kan med fordel give gruppen endnu mere ansvar end tidligere. Hvis de er klar til det, kan de for eksempel komme til en projektcafé, hvor rådgiveren kun giver dem arbejdsopgaverne, men de selv må komme igennem arbejdet.


Ved afslutningen af performingfasen ophører samarbejdet. Det er rigtig vigtigt, at rådgiveren får landet projektet på en god måde. Hvis projektet ikke er gået som ønsket, kan rådgiveren fokusere på, hvad gruppen har lært af projektet. Hvis projektet derimod er gået godt, kan der fokuseres på deres resultater uden dog at glemme at rette opmærksomhed på deres læring. Det afgørende er, at projektdeltagerne tager noget positivt med sig fra projektet.

**HUSK, AT DU KAN LÆSE  
MERE OM METODERNE  
BAG OG DE FORSKELLIGE  
ELEMENTER, SOM INDGÅR  
I LYNPROJEKTET, I METODI  
BESKRIVELSESHÆFTET.**

**GOD FOR**



**NØJELSE!**



Lynprojekter handler om at skabe projekter på unges præmisser. Lynprojekter er et koncept, hvor unge selv udvikler små projekter, som de selv beskriver, selv søger penge til og selv gennemfører. Projektet er en helt ny tilgang til arbejdet med unge, der giver de unge værktøjerne til selv at forbedre deres situation. Lynprojekter sætter de unge ved roret for deres egne projekter og giver dem erfaring med at handle på deres egne drømme og ideer.

Når man tager udgangspunkt i de unges egne ressourcer, føler de unge større ejerskab over projektet. Lynprojekter giver de unge nye kompetencer, udvider deres netværk og sikrer dem en række succesoplevelser, der højner deres selvtillid til gavn for deres uddannelsesmæssige udvikling. For det er netop, når de unge selv styrer projektprocessen fra idé til handling, at de oplever, at deres sociale, personlige og faglige kompetencer øges og giver dem troen på, at de kan gøre en forskel.

I Metodebeskrivelsen og Projektguiden for Lynprojekter kan du læse om, hvordan du skaber en indsats, der kan være med til at styrke engagementet, medborgerskabet og højne uddannelses niveauet blandt unge i netop dit boligområde.

Metodebeskrivelsen introducerer dig for metoden bag Lynprojekter og tager dig igennem de forskellige elementer og aktiviteter, der indgår i Lynprojekt-konceptet. Du vil finde inspiration og gode råd til, hvordan du forbereder dig inden igangsættelsen af indsatsen, indgår strategiske samarbejder, rekrutterer frivillige og uddanner unge projektmagere i dit lokalområde.

I Projektguiden kan du finde konkrete redskaber og gode råd til, hvordan du arbejder med unges projektudvikling i de forskellige faser, som de unge projektmagere kommer til at gennemgå i Lynprojekter. Projektguiden introducerer dig også for en række konkrete værktøjer, som vil være en stor hjælp i arbejdet med at rådgive de unge helt fra idé til gennemført projekt.

Lynprojekter er oprindeligt tiltænkt den frafaldstruede gruppe af unge, men værktøjerne kan anvendes, hvor end de unge skal hjælpes og udfordres til at stå i spidsen for deres egen udvikling.