

En
morsom
prosess



TVERGA
TVERGA

asplan viak

2021



Innhold

Forord	3
10 RÅD FOR GOD MEDVIRKNING	4
DEN GODE PROSESS	5
Prosess og medvirkning, en side av samme sak?	5
Design thinking = designdrevet innovasjon	5
Et godt råd: Reflekter over formålet med prosjektet	6
Verktøy og lenker til designdrevne prosesser	6
Prosessplan for en Morsom omvei	7
DE 3 FASENE	8
1. FORSTÅ	9
Behovs-verktøy	10
SWOT-analyse	11
Aktøranalyse: identifisere interesser	12
Digital spørreundersøkelse, Intervju og samtaler	13
Statistikk og eksisterende kunnskap	14
2. UTFORSKE	15
Hva mener vi med å utforske?	15
Å utvikle prototyper / ulike ideer	15
Å teste ideene på potensielle brukere	15
Verktøy og metode: Workshop	16
Verktøy og metode: Gjestebud, digital plattform	17
3. KONKRETISERE OG REALISERE	18
Gjennom hele prosessen	19
KOMMUNIKASJON	20
SAMARBEID	21
SAMSKAPING	22

FORORD

“En morsom omvei” ble sparket i gang våren 2020 etter at Sparebankstiftelsen DNB tildelte Tverga 15 millioner til prosjektet. Vi fikk med oss NMBU og Asplan Viak på laget og utlyste prosjektmidler. Vinteren 2021 står vi i startgropa med 10 utvalgte kreative kommuner som skal i gang med sine lokale prosjekter - for å skape morsomme omveier i sine nærmiljø (Les mer om En morsom omvei her: <https://www.tverga.no/en-morsom-omvei/>). Dette blir spennende!

For Tverga handler “En morsom omvei om” om mer enn å bygge x antall nye nærmiljøanlegg på Østlandet. Det handler om nærmiljøutvikling, om å skape den gode møteplassen for både fysisk og sosial aktivitet- og det handler om de gode prosessene.

Inkludering er en viktig suksessfaktor både i planlegging, utvikling og bruken av aktivitetsarenaer. Det snakkes ofte om hvem vi skal tilrettelegge for, men vi må også snakke med dem. Vi må forstå dem vi skal tilrettelegge for – deres barrierer, vaner, ideer og behov.

Men hvordan kommer man seg dit? Hva er egentlig en “god prosess”, og hvordan omgjøres gode intensjoner om innbyggerinvolvering på papiret til “best practice” - i praksis?

For å hjelpe dere på vei har vi utviklet veilederen “En morsom prosess”. Veilederen er basert på metodikken designdrevet innovasjon. Veien til målet er ingen rett linje, og denne prosessmodellen skaper rom for å teste, evaluere, justere og lære underveis i prosjektet.

Vi håper at veilederen kan fungere som et kompass som gir retning i din kommunenes planlegging og prosjektstyring, og blir et hjelpemiddel på veien mot målet deres; En nyskapende aktivitetsarena som fremmer bevegelse på nye, morsomme og overraskende måter!

Tusen takk til Asplan Viak som står bak utviklingen av prosessveilederen, og som deler av sin kompetanse og sin erfaring!

TVERGA

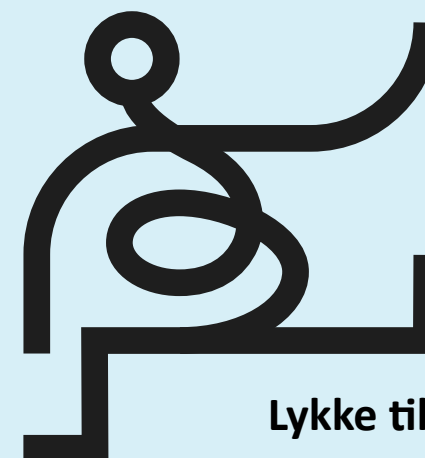
Tverga er ressurscenter for egenorganisert idrett og fysisk aktivitet i Norge. Tverga er frivillige organisasjon som ble etablert i 2018 på oppdrag fra Kulturdepartementet.

Gjennom å tilby kunnskap, nettverk, profesjonell veiledning og verktøy bidrar vi i utviklingen av aktive Lokalsamfunn med attraktive møteplasser for egenorganisert idrett og fysisk aktivitet.



10 GODE RÅD FOR GOD MEDVIRKNING

- 1** Husk å definere hva hensikten med medvirkningen er for det prosjektet du går i gang med.
- 2** Lag en helhetlig plan for medvirkningen i prosjektet, fra start til slutt.
- 3** Gode spørsmål gir gode svar.
Bruk tid på å finne de gode spørsmålene
- 4** Legg vekt på behov, motivasjon og barrierer i intervju og spørreskjema.
- 5** Kombiner medvirkning med kunnskapsinnhenting fra andre kilder som eksempelvis SSB, Ungdata og folkehelseprofiler.
- 6** Er det gjort tidligere medvirkning i området?
Innhent informasjon.
- 7** Spre budskapet til så mange som mulig med å kunngjøre prosjektet tidlig ved hjelp av ulike medier.
- 8** Resultatene fra medvirkning bør tilgjengeliggjøres for allmenheten.
- 9** Følg alltid opp de som har deltatt i medvirkningen i etterkant av en prosess.
- 10** Skap raske resultater, gjerne fysiske eller i form av en utstilling, installasjoner, midlertidige tiltak mm. Det motiverer!



DEN GODE PROSESS

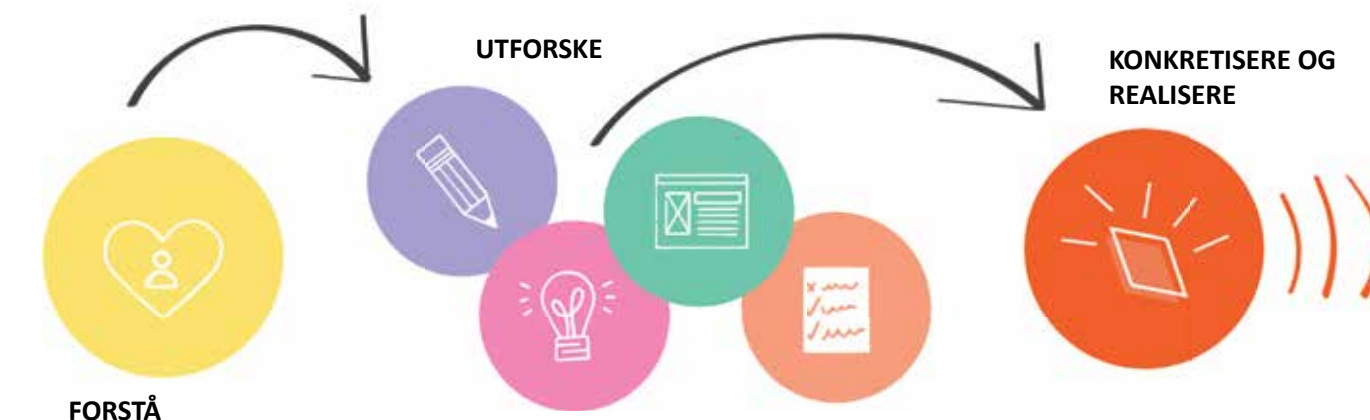
Prosess og medvirkning, en side av samme sak?

For å lykkes med medvirkning er det viktig å integrere medvirkningsaktivitetene i prosjektets helhetlige prosess. Innspillene og kunnskapen prosessen gir prosjektet må integreres i løsningene. Samtidig ligger det er en forpliktelse i å involvere innbyggere i en prosess. De skal få vite hva de er med på, hva som skjer videre i et prosjekt og hva som kommer ut av deres innspill. Ved å løfte frem hvilke faser en prosess består av og se de ulike medvirkningsaktivitetene i sammenheng, håper vi å bidra til en medvirkning som skaper bedre steder med større eierskap til stedet.

Design thinking = designdrevet innovasjon

Proessen vi foreslår bygger på en design thinking metodikk. Design thinking blir ofte brukt i prosesser hvor en ønsker å tenke nytt og blir på norsk omtalt som designdrevet prosess og,- eller innovasjon. Styrken til designdrevet innovasjon ligger i tankesettet, måten vi ser og angriper oppgaven. I designdrevne prosess er brukermedvirkning en naturlig del av utviklingen av et prosjekt.

Designdrevne prosess handler om å løse virkelige problemer for virkelige brukere. Det gjør vi ved å involvere brukere i prosessen, for eksempel gjennom



«Design thinking handler om å løse virkelige problemer for virkelige brukere»

intervjuer, observasjoner, tester og medskapning. Det er viktig å forstå brukernes kontekst, fortsette å involvere brukere gjennom hele prosessen, og passe på at våre egne forutinntatte oppfatninger ikke kommer i veien for ekte innsikt.

Neste skritt i prosessen handler om å utforske ulike ideer en har for å løse problemet, før en utarbeider og konkretisere noen utvalgte ideer eller retninger. Ideene skal deretter testes ut på brukergruppene. Etter uttestingen velger en bort det som ikke fungerte, justerer ideen og ferdigstiller prosjektet.

Denne veilederen beskriver hvordan dere kan praktisk jobbe med designdrevet innovasjon i prosjektet 'En morsom omvei'. Prosessen deles inn i tre faser; *forstå*, *utforske*, *konkretisere*. I veilederen vil du bli bedre kjent med disse tre fasene i et prosjekt, og få tips til hvilke metoder og verktøy du kan bruke for å involvere ulike aktører i hele prosessen.

Et godt råd: Reflekter over formålet med prosjektet

En av styrkene i designdrevne prosesser er at de kan avdekke ukjente problemstillinger dersom det gjøres et godt forarbeid. Å avdekke reelle problemstillinger er ofte det som skaper de gode innovative løsningene. Det er derfor sentralt at ikke løsningen defineres for tidlig i prosjektet, men at den endelige leveransen er åpen nok, slik at prosjektet har tilstrekkelig rom til å gjøre oppdagelser underveis. Formålet med prosjektet skal likevel være tilstrekkelig avgrenset, klart, realistisk og ikke minst forankret i prosjektgruppen og blant de nærmeste interessenter.

I oppstarten av et prosjekt kan man stille seg spørsmålene:

Hva er formålet med prosjektet?

Hvorfor er prosjektet interessant og meningsfylt?

Hvilket behov skal prosjektet dekke? Og for hvem?

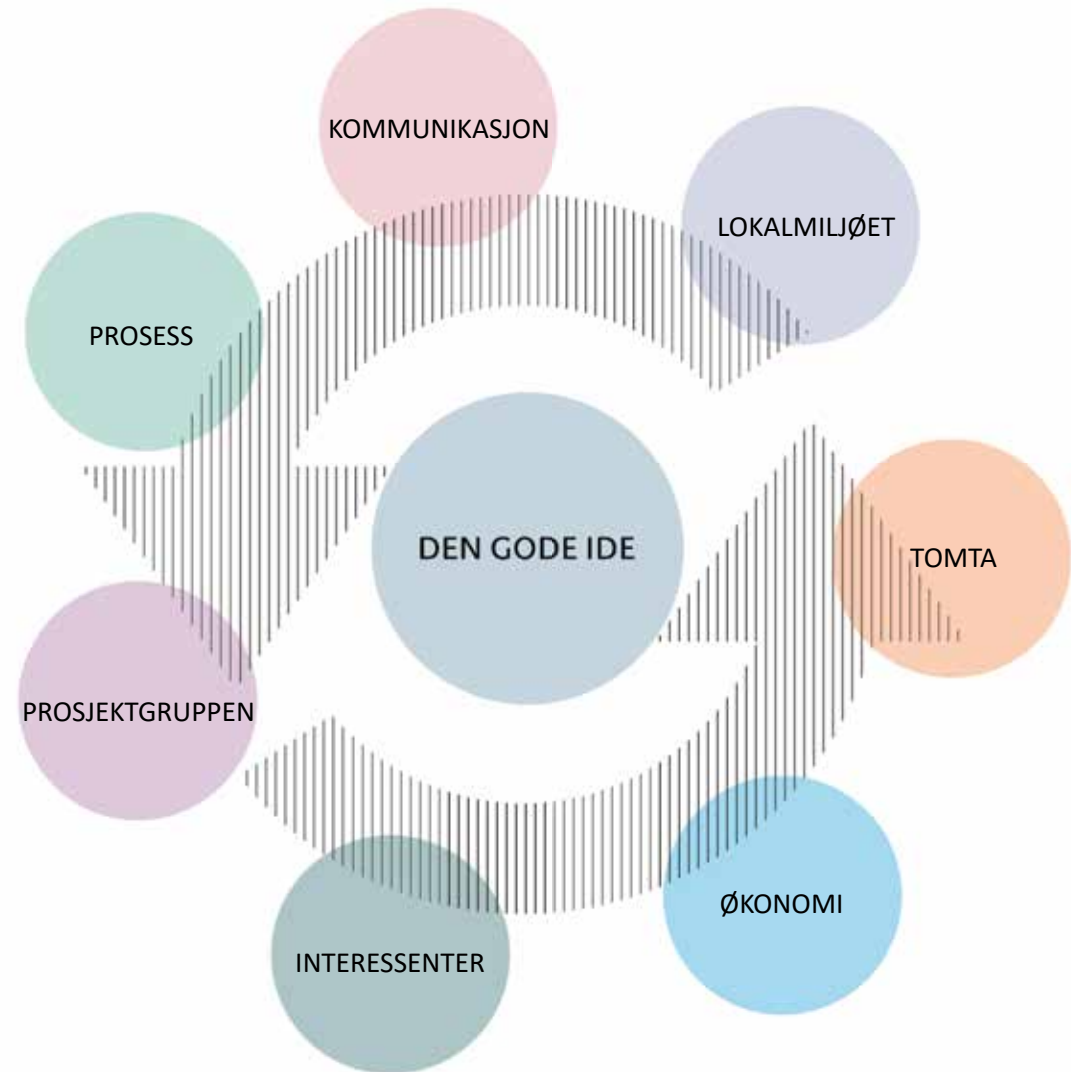
Det er viktig å formulere en helhetlig plan for medvirkning i oppstarten av prosjektet.

Verktøy og lenker til designdrevne prosesser:

<https://www.ideo.com/post/design-thinking>

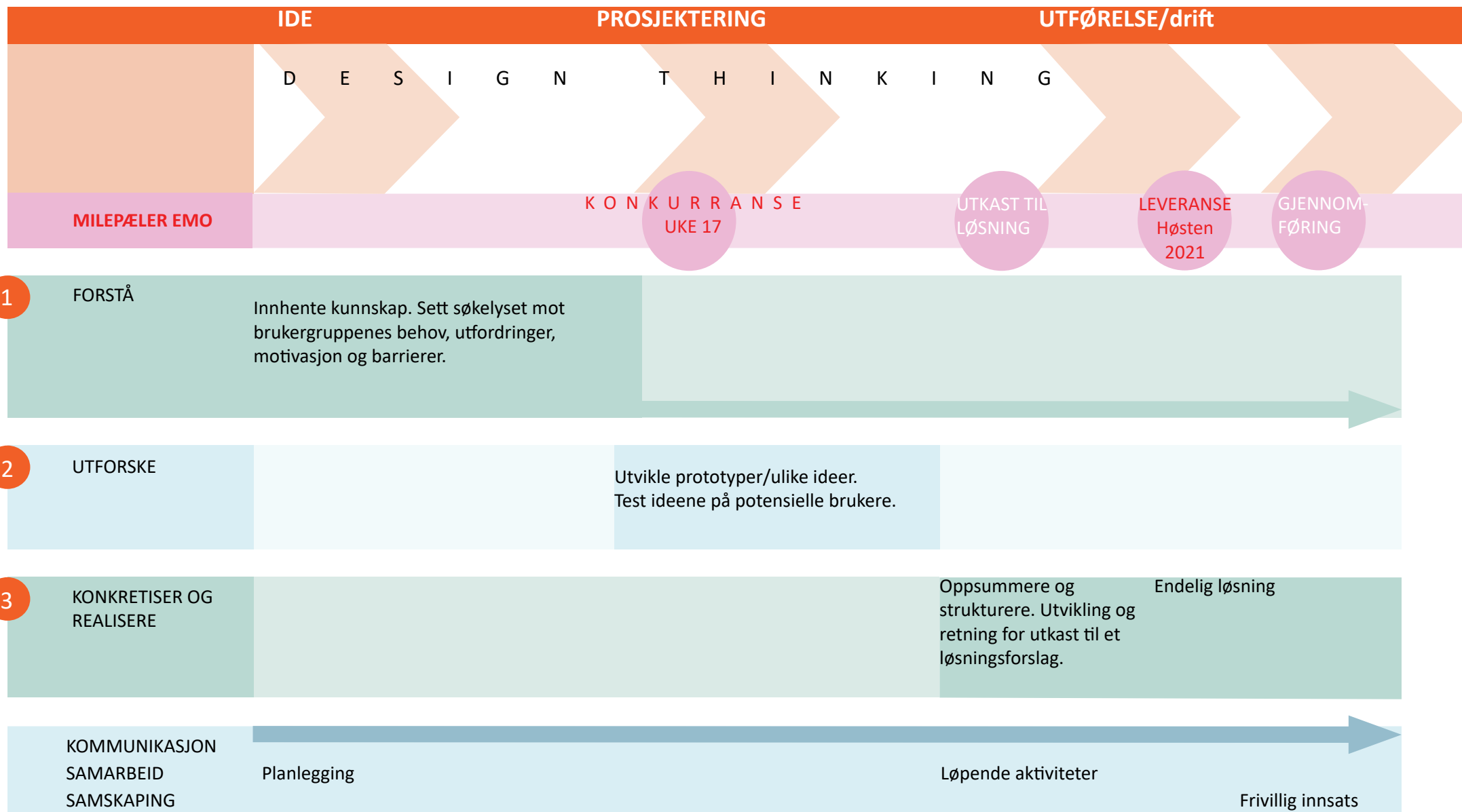
https://doga.no/design-thinking?gclid=EAIaIQobChMI6ayk_Lr17gIVAiF7Ch21YgIpEAAAYASAAEgKkafD_BwE

<https://doga.no/verktoy/folke-trakk/folke-trakk-veilederen/>



PROSESSPLAN for en Morsom omvei

Illustrasjonen nedenfor viser prosessen dere skal gjennom beskrevet med hvilke typer medvirkningsaktiviteter som er relevante på ulike tidspunkt.



DE 3 FASENE

1. FORSTÅ
2. UTFORSKE
3. KONKRETISERE

1

FORSTÅ



Intro - Hva mener vi med å forstå?

Denne fasen handler om å få en empatisk tilnærming til prosjektet som setter brukerne og deres behov i sentrum. Vi trenger å sette søkelys på brukergruppens behov og utfordringer, motivasjon og barrierer og mindre på ønsker.

Vi har samlet sammen en rekke verktøy som kan bidra til å gi en forståelse av hvem brukerne er, hvilke behov de har og om lokalsamfunnet for øvrig, som kan hjelpe dere til å svare ut disse spørsmålene.



Barbu park, Arendal

Foto: Birgit Fostervold

Behovs-verktøy

For å hjelpe dere til å stille gode spørsmål som dekker grunnleggende menneskelige behov har vi satt opp en matrise som kan veilede dere. Den kan bidra til å fange opp det som er mest sentralt for å skape trivsel og velvære hos ulike målgrupper. Bruk matrisen som inspirasjon, sjekklister eller retningslinjer for hvilke tema som bør dekkes i innsiktsarbeidet.

Forslag til spørsmål som kan stilles:

- 1) Hva skal til for at du føler deg hørt og involvert i ditt nærmiljø?
- 2) Hva skal til for at du opplever å være del i et fellesskap?
- 3) Hvordan kunne du tenke deg å påvirke / være kreativ i dine fysiske omgivelser?
- 4) Hva liker du å leke med / hvordan liker du å være aktiv i ditt nærmiljø?
- 5) Hvor går du for å oppsøke ro i ditt nærmiljø?
- 6) Hvor opplever du å høre til? Hvorfor? Hva skal til for at du hører til et sted?
- 7) Hva gir deg opplevelsen av å være trygg ute?

	 BARN	 UNGDOM	 UNGE VOKSNE	 FAMILIER	 ELDRE
 DELTAKELSE					
 FELLESKAP					
 KREATIVITET					
 LEK OG AKTIVITET					
 REKREASJON					
 TILHØRIGHET STEDSIDENTITET					
 TRYGGHET					

SWOT-analyse

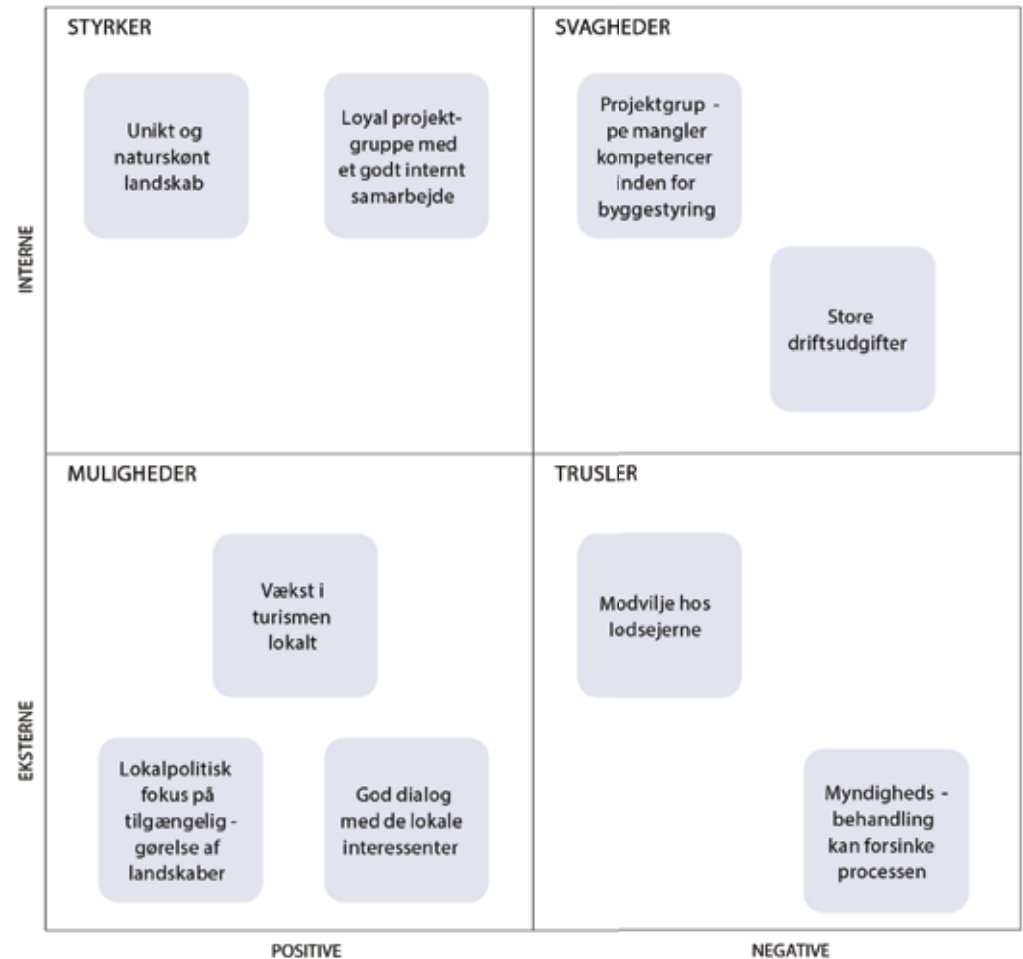
En metode som sikrer en systematisk gjennomgang av prosjektet i forhold til omverdenen. Skjemaet består av følgende elementer som skal utfylles i fellesskap i prosjektgruppa.

STYRKER: *Interne styrker ved prosjektet. F.eks. en kompetent og tverrfaglig prosjektgruppe, lokale samarbeidspartnere.*

SVAKHETER: *Interne svakheter med prosjektet. F.eks. store driftutgifter, lite tid, manglende kompetanse.*

MULIGHETER: *Faktorer som ligger utenfor prosjektets innflytelse. F.eks. økt fokus på bæredyktighet, nye teknologier.*

TRUSLER: *Faktorer utenfor prosjektets innflytelse. F.eks. politiske beslutninger.*



Aktøranalyse: identifisere interesser

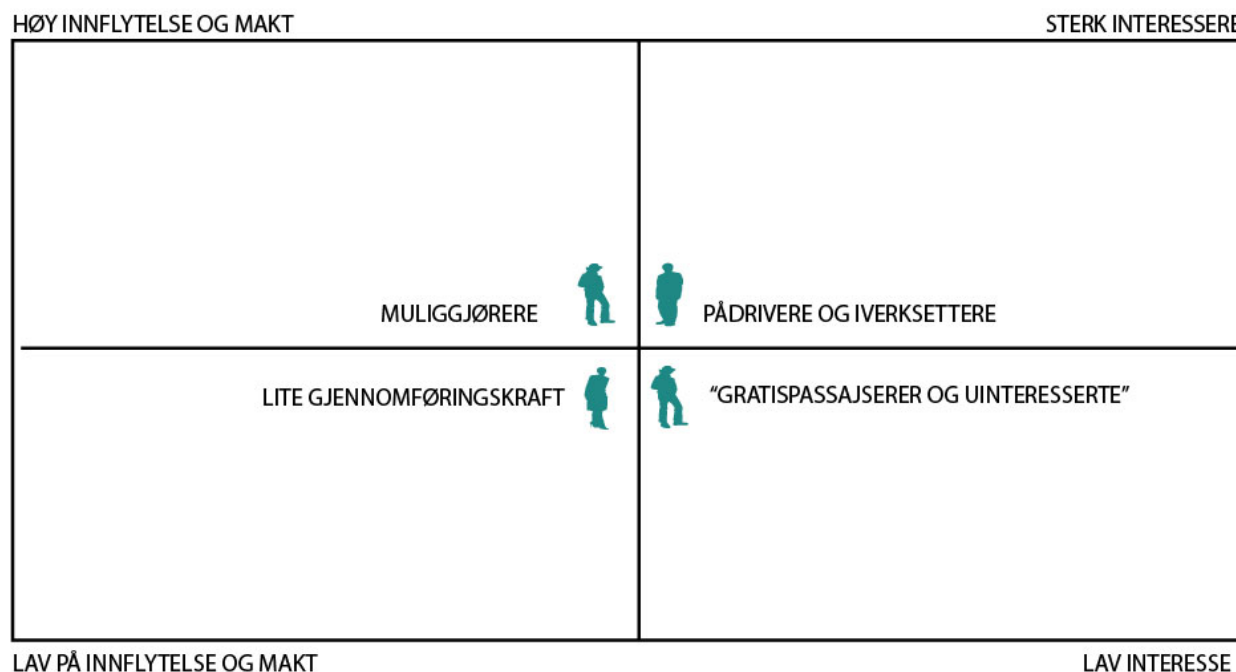
For å sikre at man involverer de riktige aktørene på riktig måte er det sentralt å få en god oversikt over nøkkelaktører i nærmiljøet og i tilknytning til prosjektet en utarbeider. En måte å gjøre det på er ved en aktøranalyse.

Fremgangsmåte:

1) Ha en åpen brainstorming i prosjektgruppa for å identifisere prosjektets interesser. Få alle mulige interessenter på bordet - og rydd i lista til slutt. Bruk disse hjelpespørsmålene:

- *Hvem kan bidra inn i prosjektet? Under både prosjektutvikling, realisering/anleggsfase og etter at prosjektet er realisert?*
- *Hvem kan bli påvirket av prosjektet? Under både prosjektutvikling, realisering/anleggsfase og etter at prosjektet er realisert?*
- *Hvem er brukerne av det endelige prosjektresultatet?*
- *Hvem er sentral for at prosjektet skal utvikles, utføres og realisert?*
- *Hvilke ressurspersoner eller eksperter kan bidra til å utvikle og kvalitetssikre prosjektet?*
- *Hvem - utenfor prosjektgruppen - vet noe om denne type prosjekt (formålet, utfordringer og resultater)?*

2) Sorter aktørene etter denne matrisen og lag en plan for hvordan de ulike bør involveres i løpet av prosjektperioden, gjerne i form av en helhetlig medvirkningsplan.



Kartlegge hvilken involvering ulike interesser skal ha i prosjektet:

Orienteres: interesser som skal motta overordnet orientering og informasjon om prosjektet.

Informerer: interesser som skal motta spesifikk og detalj informeres om prosjektet.

Høres: interesser som skal høres med formålet å handle på bakgrunn av deres synspunkter, vurderinger og beslutninger.

Involveres: Interesser som skal involveres aktivt i prosjektet i form av spesifikke arbeidsoppgaver. I workshop eller som en del av prosjektorganisasjonen.

Digital spørreundersøkelse

En effektiv metode som kan nå bredt er å utarbeide en digital spørreundersøkelse. Du kan opprette online spørreundersøkelser gratis på ulike fora som eksempelvis:

<https://www.easyquest.com/no/>
<https://www.survio.com/no/>
<https://no.surveymonkey.com/>

Tips og triks for en god spørreundersøkelse!

- Svaralternativ er lurt og mer effektivt, enn åpne svaralternativ.
- Noen åpne svaralternativ er også lurt, for å fange opp nyanser.
- Ikke ha for mange spørsmål.
- Spør om til alder, kjønn, bosted for at svarene kan kategoriseres og gi mening i etterkant.
- Test spørsmålene på noen før du sender de ut.

Intervjuer og samtaler

Fordelen med å gjennomføre intervjuer er at du får anledning til å gå i dybden og stille oppfølgingsspørsmål. Du kan spørre inn til barrierer og motivasjon for å handle på den ene eller den andre måten. Vi anbefaler små og korte intervju på gata, eller fokusgruppeintervju.

Tips for å gjennomføre intervju!

- Lag en intervjuguide i forkant av intervjuet.
- Test spørsmålene på noen før du gjennomfører intervjuet.
- Unngå ja – eller nei spørsmål.
- Start med enkle og «ufarlige» spørsmål til å lette stemningen.
- Start tidlig med å kontakte intervjuobjektene, koordinering kan ta tid.
- Sørg for å samle ulike intervjuobjekt: alder, kjønn, livssituasjon

Statistikk og eksisterende kunnskap

- **Barnetråkk**

<https://www.barnetrakk.no/>

- **Folkehelseprofilen:**

www.fhi.no/hn/folkehelse/folkehelseprofil/

Hent ut folkehelseprofil eller oppvekstprofil.

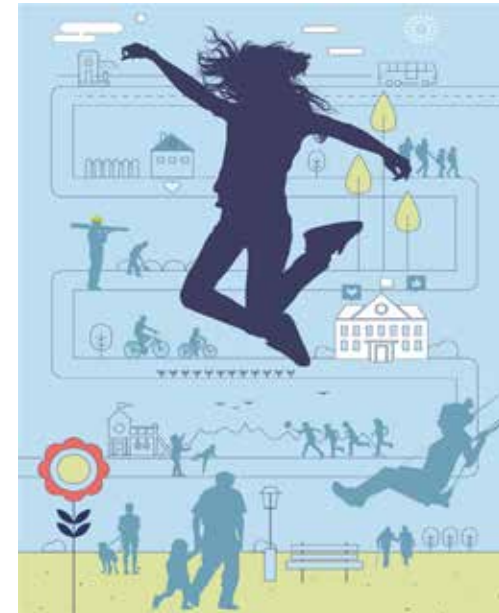
- **SSB:**

www.ssb.no/

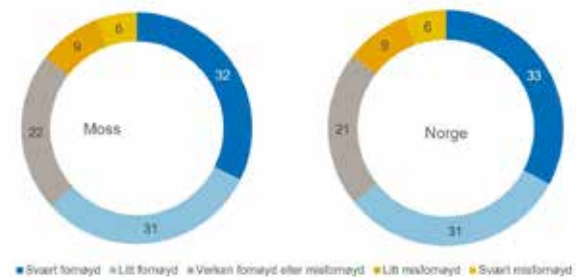
Hent ut levekårsundersøkelsen og helseforhold.

- **Ungdata:**

<https://www.ungdata.no/>



Hvor fornøyd er du med lokalmiljøet der du bor?
Prosentandel av elever på videregående skole i Moss og i Norge



2

UTFORSKE

Hva mener vi med å utforske?

Utforskningsfasen handler om å, basert på innsikten som er opparbeidet i oppstarten, generere ideer og teste ideene opp mot potensielle brukere. Det er den kreative fasen hvor ideer skal skapes.



Å utvikle prototyper / ulike ideer

Å være nytenkende handler om å tørre å gjøre feil og sette sammen mange kombinasjoner og muligheter. Det er vesentlig å ikke vente for lenge med å konkretisere ideer. Målet er ikke at kommunen isolert sett skal tenke fram den perfekte løsningen, men heller prøve og feile og skrittvis komme frem til et godt anlegg for fellesskapet. Sluttresultatet vil typisk bestå av en kombinasjon av flere retninger.

Å lage prototyper/konsept/retninger for anlegget: «tidlig, stygt, fort» er viktig i designdrevne prosesser. Disse konseptene trenger ikke å være

fine eller ta lang tid å lage. Det viktigste er å lage noe raskt, teste det ut på brukerne (få innspill og tilbakemeldinger) og deretter forbedre designet basert på tilbakemeldingene. En prototype kan for eksempel være kollage med en enkel skisse med tilhørende forbilder som illustrerer deres tanker og ideer. Hensikten med flere løsningsforslag er å vekke reaksjoner fra dem det skal testes ut på, skape diskusjon. I ideeutviklingsfasen er det ikke nødvendig å gjøre brukermedvirkning dersom en har et godt kunnskapsgrunnlag å bygge ideene på.

Å teste ideene på potensielle brukere

Brukertesting vil si i dette prosjektet er å presentere løsningsforslagene for brukerne, gjennom en digital plattform, workshop, folkemøte etc. og få dem til å tenke høyt om fordeler og ulemper.

Fordeler:

- Øker sannsynligheten for at løsningene vi former er basert på reelle behov.
- Øker treffsikkerheten og minimerer risiko for å feile, fordi løsningen justeres underveis.

Vektøy og metoder for å teste ideer

Workshop

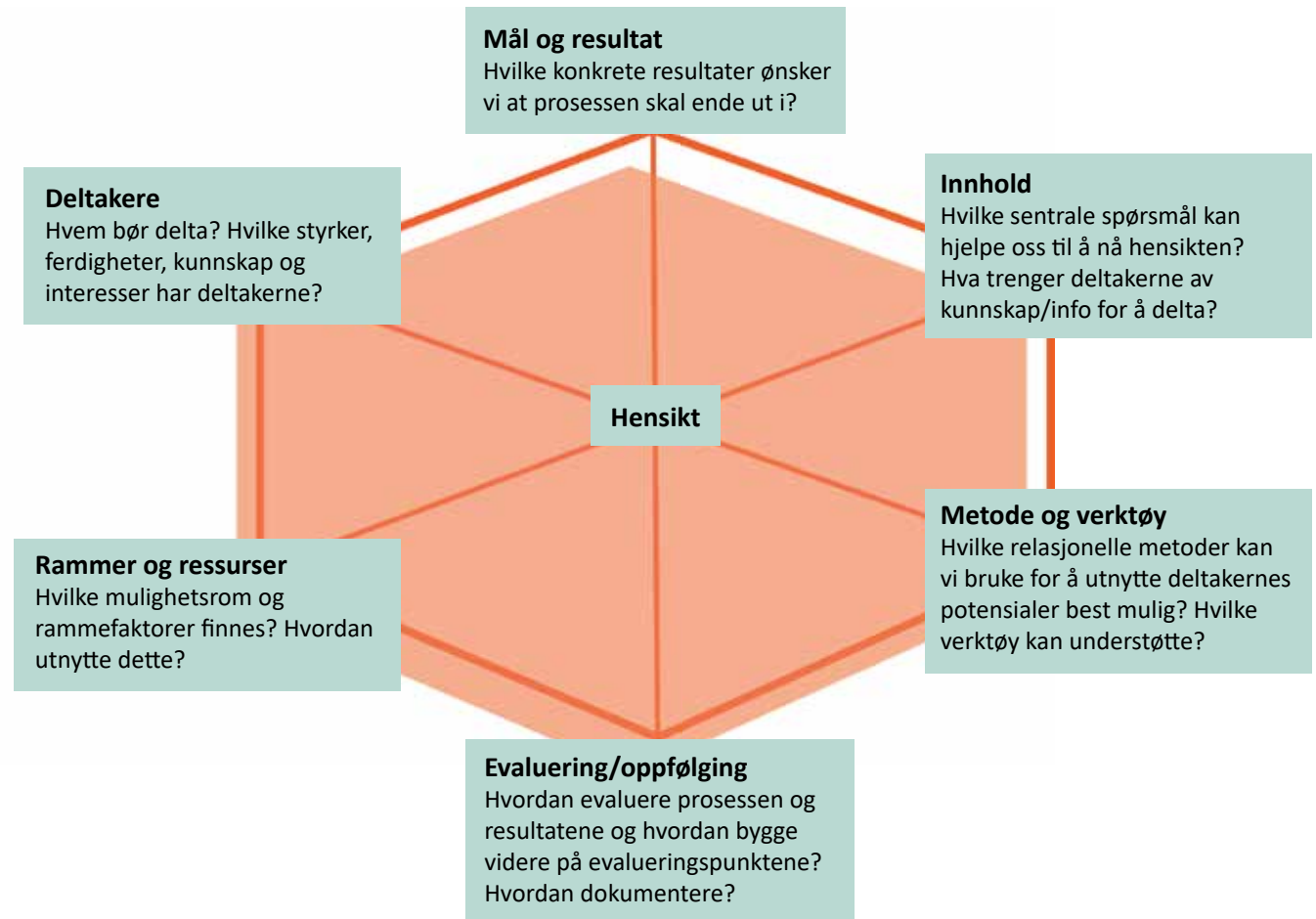
En workshop kan gjennomføres på ulike måter. Inviter aktører som du har identifisert gjennom aktørkartleggingen. Lag oppgaver som går inn på avgrensede tema.

Vi anbefaler å ta utgangspunkt i «diamanten» når en skal planlegge og gjennomføre en workshop.

1) Start med å definere hensikten med WS: hva skal du oppnå?

2) Ta deretter for deg:

- Hva er målet og ønsket resultat?
- Hva skal WS inneholde?
- Hvilke metoder og verktøy skal anvendes i WS?
- Hvem skal delta?
- Hva er rammene og ressursene for WS?
- Hvordan skal resultatene følges opp?



Vektøy og metoder for å teste ut ideer

Gjestebud

Gjestebud er en metode hvor kommunen kan engasjere innbyggere til å være vertskap for en dialog i sitt eget hjem. Som gjestebud inviterer du hjem noen gjester som skal drøfte noen forhåndsdefinerte spørsmål. Verten er ansvarlig for å sende inn svarene fra gruppen til kommunen.

For mer informasjon:

<https://doga.no/verktoy/folkekrakk/folkekrakk-veilederen/metoder/gjestebud/>

Digital plattform

Det kan være hensiktsmessig å teste reaksjoner ved hjelp av en digital plattform. Særlig om en skal nå en yngre målgruppe som ikke har tid til fysisk oppmøte eller det er andre hensyn som vanskeliggjør fysisk oppmøte.

Her er noen eksempler på digitale medvirkningsopplegg:

<https://storymaps.arcgis.com/stories/9aba0bdbbaf14a76bddf0e22ae716012>

<https://www.medvirk-fornebu.no/>

<https://gronlikaia.no/bli-med-i-planleggingen/>

Andre

- Verdenskafe/Kafedialog
- Campingvogn
- Åpen Bylab

Se mer her: Verktøykasse for innbyggermedvirkning

https://issuu.com/arendalkommune/docs/verktoykasse-for-samskaping-arendal_1faedc12ff13c2



Barbu park, Arendal

Foto: Hugo Lande

3

KONKRETISERE OG REALISERE

Hva mener vi med å konkretisere?

Nå har dere forhåpentligvis fått masse innspill til løsningsforslagene deres, disse bør oppsummeres og struktureres for å gi mening til videre utvikling og retning for det endelige løsningsforslaget. I tillegg kan dere vise til et løsningsforslag som baserer seg på brukernes innspill og behov for å få gjennomført prosjektet deres. Det er kanskje en retning/konsept/prototype som har bemerket seg, kanskje er det en blanding av flere eller alle. Prosjektet justeres, forbedres og danner grunnlaget for et utkast til endelig løsning. Et møte med en sammensatt og utvalgt samarbeidsgruppe er nødvendig for å drøfte løsningsforslaget en siste gang før endelig løsningsforslag konkretiseres og utarbeides.



Barbu park, Arendal

Foto: Hugo Lande

GJENNOM HELE PROSESSEN

KOMMUNIKASJON

SAMARBEID

SAMSKAPING

KOMMUNIKASJON

God kommunikasjon

God kommunikasjon er helt avgjørende for å få en god forankring og gjøre prosjektet kjent. Både for lite og for mye kommunikasjon kan være uheldig for et prosjekt. Målrettet og doser så godt det er mulig kommunikasjonen til de enkelte målgrupper som passer til dem. Dette må planlegges, så rett budskap kommer ut til de rette interessentene, på det rette tidspunktet og gjennom de rette kanalene.

Gode råd:

- Etabler en helhetlig kommunikasjonsplan i oppstarten av prosjektet. Planen bør beskrives i detalj, hva som skal kommuniseres, når det skal kommuniseres, gjennom hvilke kanaler og til hvem.
- Inkluder kommunikasjonsansvarlig i kommunen i ressursgruppa deres.
- Utarbeide en kontaktliste til sentrale aktører prosjektet kan og bør nå ut til.
- Det er viktig å være åpen og ærlig om rammene for prosjektet, ift. tid, økonomiskemidler og ambisjoner, slik at man ikke skaper et luftsslott av forventninger hos innbyggere, som det ikke blir noe av.

Kanaler

- Pressemelding
- Sosiale medier: Facebook, instagram mm.
- Formidlingsplan
- Sende ut e-poster til nøkkelaktører
- Nyhetsbrev/mail, sendes ut til nøkkelaktører
- Hjemmeside om prosjektet
- Lokalavisa
- Involverende events og aktiviteter: foredrag, åpent hus, ByLab, folkemøter, felles arbeidsdag, Workshop, besøksdag eller aktivitetsdag på tomta

SAMARBEID

Et godt prosjekt tar høyde for sin kontekst, kartlegg hva dere i prosjektgruppa selv kan bidra med og hva dere trenger av kompetanse, aktører og ressurser utenifra for å få gjennomføre prosjektet.

Internt

- Lag en møteplan for arbeidsgruppen
- Booke inn presentasjon for politikere
- Ansvarsfordeling: hvem skal gjøre hva i prosjektet?
- Gjør en vurdering av om de personene som beslutter prosjektet er involvert?

Eksternt

- Aktøranalyse for å avdekke viktig kompetanse, aktører og ressurser i kommunen som kan bistå med kunnskap, gjennomføringsevne, formidling, mm.
- Etabler en samarbeidsgruppe med relevante sparringspartnere i utviklingen av prosjektet
- Avhengig av prosjektgruppens kompetanse og prosjektets kompleksitet, vurderer om det er behov for å innhente ekstern rådgiving.



Lakkegata skole

SAMSKAPING

Hvordan skape eierskap?

Mange prosjekt kan dra nytte av frivillig innsats for å realiseres.

Disse gode rådene kan være nyttige for å bevare motivasjonen og gnisten hele veien igjennom prosjektet:

- Ta utgangspunkt i egenmotivasjon og kompetanse: finn ut hva de frivillige er gode til og har lyst til å gjøre.
- Informer: sørg for å informere tydelig når det er bruk for arbeidskraft, til hvilke oppgaver og hva som kreves av de frivillige. tidsmessig.
- Bruk tid og ta frivillig engasjement seriøst: sørg for at det er nok å gjøre, ikke gi flere oppgaver enn de kan klare.
- Vis tillitt - gi ansvar og anerkjenn innsats.
- Skap gode rammer for fellesskap: det skal være gøy å bruke egen fritid på et prosjekt. Sørg for tid og plass for sosiale aktiviteter.
- Feire de små delmålene som gjennomføres, så vel som det ferdige anlegget.
- Sammensett en mangfoldig gruppe av frivillige: et spekter av kunnskap og kompetanse skaper nytenkende prosjekter og gir mulighet til å løse mange forskjellige oppgaver.

Flere lenker til samskaping med barn og unge

<https://www.loa-fonden.dk/media/7595/bbb-magasin-2017.pdf>

Et dansk magasin som har samlet en rekke hands-on-metoder som inspirasjon til hvordan barn og unge kan engasjeres i utvikling av deres omgivelser.

https://48vlpl2642pa30ejq72t9ozh-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2017/10/Notat_Hagen.pdf

Hagen, Aina Landsverk, Arbeidsforskningsinstituttet (AFI) (2017): Å høre til og bli hørt: Et notat om ungdom og involvering i kommunal planlegging.

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/ung--ute--en-studie-av-ungdom-og-unge-voksnes-bruk-av-uterom-parker-og-plasser/id2515348/>

UngSpleis: I rapporten «Ung & Ute – En studie av ungdom og unge voksnes bruk av uterom, parker» fra 2016 har AFI sammen med Rodeo og NIH laget både sjekklister og en veileder for gjennomføring av ungdomsmedvirkning i by- og stedsutvikling.



Annet

<https://friskus.com/events>

Aktiviteter og frivillige oppdrag - nær deg. Her kan man registrer seg som arrangør for et oppdrag man trenger bistand til eller melde sin interesse for å hjelpe.

<https://www.sortland.kommune.no/prosjekter/prosjekter/frydenlundparken-samskaping-om-de-gronne-moteplassene-i-den-bla-byen.55422.aspx>

Eksempelprosjekt: Frydenlundparken, Sortland kommune. Samskaping om de grønne møteplassene i den blå byen. Beskrivelse av prosjektet, prosessen og arbeidet som er gjennomført gjennom samskaping og dugnad.

LYKKE TIL MED DERES MORSOM PROSESS !

Med vennlig hilsen oss Asplan Viak