



EUROPEISKA UNIONEN  
Europeiska socialfonden

ANALYS AV METODPRÖVANDE

*Mötesplats – Vägledning för framtidens arbetsmarknad*

## Syfte

Syftet med Mötesplats framtidens vägledning har varit att ta fram en effektiv metod för lärande, inspiration och erfarenhetsutbyte i Östra Mellansverige. Mötesplatsens målgrupp har varit rektorer, verksamhetschefer, studie- och yrkesvägledare, lärare, utvecklingsledare och arbetsgivare det vill säga personer som har intresse av, ansvarar för eller arbetar operativt med någon form av arbetslivs och/eller studieinriktad vägledning.

## Mål

Målet för Mötesplats framtidens var att utveckla en metod att kunna arbeta med inspiration, kunskapsspridning och andra relevanta frågor inom vägledning. #vägled ville skapa ett forum som andra aktörer kan använda i olika sammanhang där vägledningsfrågor är på agendan. Detta för att bland annat:

- öka kunskap och relevans i den aktuella frågan
- stärka samverkan över läns- och organisationsgränser
- öka förutsättningarna för ett lärande mellan länen/organisationerna

## Bakgrund

Mötesplats framtidens vägledning har utvecklats inom #vägled för att fungera som ett nytt forum för lärande, inspiration och erfarenhetsutbyte i Östra Mellansverige. Vi har riktat oss till rektorer, verksamhetschefer, studie- och yrkesvägledare, lärare, utvecklingsledare och arbetsgivare. Under projektiden genomfördes fem mötesplatser med syftet att mötas, tillsammans utforska och på sikt utveckla metoder för att bygga mer hållbara strukturer för vägledning, från grundskolan till vuxenutbildning. En mötesplats för alla som är nyfikna, vill inspireras och jobba med utveckling. Detta blev startskottet och början på ett nytt koncept som utvecklades under projektiden inom samverkansprojektet #vägled. Idén om att varje samverkanspart skulle agera värd vid ett tillfälle var kvarstod och samarbetet kring designen av Mötesplatsen växte fram i nära samarbete under hela projektiden. Från enkel produktion i ett litet konferensrum på Region Örebro län med egen sändning till ett mer proffsigt genomförande med tekniker från olika studios.

## Genomförande

Mötesplatsen var från början tänkt att arrangeras som en fysisk konferens men på grund av den pandemi som pågick genom i princip hela projekttiden fick projektgruppen ställa om till att arrangera alla fem tillfällena digitalt.

Även projektets slutkonferens genomfördes i formen av en Mötesplats men i hybridform.

Vid slutkonferensen hade vi alltså både deltagare på plats och digitalt.

Varje tillfälle har kretsat kring ett specifikt tema och de fem delprojektägarna har varit ansvariga för varsitt tillfälle. De fem teman som behandlades vid Mötesplatserna var *Normkritisk vägledning*, *Fokus yrkesutbildningar*, *Vägledning i migration*, *Arbetsmarknadskunskap* och *Konstruktiv samverkan*.

Tematiseringen av respektive Mötesplats har påverkats av vilket av de olika delprojekten som varit ansvarig arrangör. Exempelvis var temat Arbetsmarknadskunskap när delprojektägare Södermanland och pilotprojektet i Eskilstuna var ansvarig arrangör eftersom detta var delprojektägarens fokusområde. Därtill har tematisering av innehållet i respektive Mötesplats varit ett sätt att spegla de behov som projektets målgrupper lyft fram som viktiga och prioriterade. Från början var det tänkt att varje delprojekt på egen hand skulle arrangera "sin" Mötesplats utifrån "sitt" tema men att målgrupperna i hela ÖMS skulle bjudas in som deltagare. Under projektets gång lärde vi oss att det var bättre att nyttja delprojektets och delprojektledarnas olika kompetenser och i stället samproducera vilket ledde till att alla delprojektledare var med i hela processen på de flesta Mötesplatserna, från planering till genomförande och utvärdering. Detta har inneburit att det skett ett större lärande över länsgränserna, att delprojekten kunnat nyttja varandras nätverk och att Mötesplatserna fått en större mångfald i sitt innehåll.

Vid de fem Mötesplatserna har vi haft mellan 150 och nästan 300 anmälda och sammanlagt har över 400 unika personer deltagit. Vid vart och ett av Mötesplatserna har vi utvärderat både internt och med hjälp av alla deltagare vilket möjliggjort att vi utvecklat konceptet för varje gång. Vi ska nu få se en resumé med några exempel från de fem tillfällena.

## Resultat

Positiva effekter av digital konferens:

- Breddade perspektiv på vägledningsfrågor tack vare samarbetet över länsgränserna.
- Ökad påverkan och spridning av kunskap, behov av utveckling och resultat från projektet
- Ökad status på satta strålkastarljuset på vägledning.

## Arrangörsprocessen

Mötesplatsens arrangörsprocess kan delas upp i tre olika faser; **planeringsfas**, **genomförandefas** och **sluffas**. Arbetet som görs under dessa faser kan kategoriseras i ett antal arbetsområden såsom;

Ekonomi, tema/Innehåll, roller/ansvar, sändning, kommunikation och leverantörer.

Horisontella principer ska beaktas under varje del i hela arrangörsprocessen.

## Planeringsfas

Arrangörgruppen börjar planering av nästkommande Mötesplats minst tre månader innan genomförandet. Planeringen sker genom digitalt möte en gång i veckan första två månaderna och sedan fler vid behov sista månaden. Mellan varje möte har alla delprojektledare fått uppgifter tilldelade utifrån roller/ansvar som man arbetar med enligt överenskommelse.

## Genomförandefas

Genomförandefasen innebär egentligen själva dagen för genomförandet/sändningen samt eventuell generalrepetition dagen innan, om möjligt.

## Slutfas

I slutfasen ingår att utvärdera Mötesplatsen både internt och externt. Här behöver man även bestämma hur lärkonferensen ska dokumenteras och på vilket sätt Mötesplatsen kan leva vidare samt hur det förmedlas till deltagarna.

## Arbetsområden

### Ekonomi

Att beräkna ekonomi och göra en budget för en Mötesplats är också viktigt. För de fem Mötesplatserna #vægled arrangerat har kostnaden varierat tämligen mycket. Vid Mötesplatserna har vi tagit in föreläsare som passat in i vart och ett av de teman vi arbetat kring vid respektive tillfälle. Flera av föreläsarna har varit kostnadsfria medan några tagit betalt (mellan 5000 kr och 30 000 kr). Viktigt är att temat och det man vill förmedla vid Mötesplatsen styr vilken/vilka föreläsare man anlitar. Om man anlitar föreläsare som tar betalt är det också viktigt att man gör en upphandling enligt de krav den egna organisationen kräver. Oftast räcker det med att fråga tre olika leverantörer för. En fördel med att göra det är också att man kan hitta nya föreläsare som kan erbjuda det man eftersöker.

Detsamma gäller hur man vill sända Mötesplatsen (förutsatt att den arrangeras i digital- eller hybridform). Vi har märkt att det kan skilja väldigt mycket i pris mellan olika leverantörer utan att leveranskvaliteten påverkas i motsvarande grad. Så här kan det löna sig att söka runt en del och göra förfrågningar. Vid ett tillfälle producerade #sändningen själva. Då tog dock själva sändningen mycket energi och resurser från arrangören. De upplevdes också lite osäkert rent tekniskt. Med en extern producent upplevde vi det lättare att hålla upp kvalitén på sändningen och arrangörgruppen kan koncentrera sig på innehållet och genomförandet av Mötesplatsen.

De fem mötesplatserna som arrangerats av #Vægled har kostat ca 50 000 kr i snitt. Då har vi anlitat ett varierat utbud av föreläsare och använt oss av några olika alternativ av leverantörer för sändningarna. Vi kan konstatera att processen att göra en bra planering och upphandling av detta tar en del tid och att man bör ha ca tre månader på sig för att ha marginal i processen.

### Tema/Innehåll

Till att börja med måste arrangörgruppen tidigt i planeringsfasen fastställa syftet med Mötesplatsen samt vilken målgrupp man ska rikta sig till. Detta för att kunna målgruppsanpassa temat och innehållet. För att förstå vilka behov målgruppen har kan man med fördel fråga representanter från målgruppen om vad som är på tapeten just

nu samt fråga om tips/önskemål på föreläsare, ämnen och frågeställningar. Under planeringsfasen är det bra att tänka på de horisontella principerna, till exempel om en film ska visas så bör den vara textad.

I ÖMS-projektet #vægled påverkades temat dessutom av vilket fokusområde respektive delprojekt som stod som värd för aktuell Mötesplats. Detta innebar att målgruppen (som var ÖMS-övergripande) fick tydliga lokala/regionala exempel utifrån det generella temat vilket skapade ett lärande över länsgränser. Innehållet kommer oundvikligen att påverka tidsåtgången under själva dagen för genomförandet men vi lärde oss tidigt att planera för minst sex timmar sändning. Under genomförandefasen behöver de horisontella principerna tillämpas nogsamt så att innehållet blir tillgängligt för alla deltagare oavsett dess olika förutsättningar. Till exempel göra avvägningar av ordval, istället för "nu tar vi en bensträckare" så säger man "nu tar vi en paus". I slutfasen bör man utvärdera såväl temat som innehållet för att få svar på om man träffat rätt utifrån behovsanalys samt om målgruppsanpassningen blev tillfredsställande.

## Roller/ansvar

Det har blivit tydligt allteftersom vi arrangerat Mötesplatserna att det är ytterst viktigt att ha en tydlig plan tidigt för vem som ska ansvara för vad. Roller som vi lärt oss är viktiga för att få Mötesplatsen att genomföras smidigt är:

*Moderator* Under planeringsfasen ansvarar moderatoren för att skriva manus utifrån tema och innehåll samt skapa en röd tråd. Därtill kontakta eventuella gäster/föreläsare för att förbereda dessa på eventuella frågeställningar, presentationer etc. Under genomförandefasen ansvarar moderatoren för att leda deltagarna genom Mötesplatsen.

*Side-kick* Om produktionen innefattar många moment så kan det vara bra en person agerar stöd till moderatoren alternativt att man delar moderatorskapet. Detta är även en roll som kan agera back-up utifall moderatorn får förhinder dagen för genomförandet. Side-kicken ansvarar för att stötta moderatorn samt förbereda sina eventuella moment genom att skriva manus etc.

*Studioansvarig* som från start börjar skapa ett minutschema som tydligt visar vilket moment som ska ske på vilket klockslag och vem som ansvarar för respektive moment. Under dagen för genomförandet så är denna roll ytterst viktig för att sändningen ska bli effektiv och genomföras som planerat. Den studioansvarige har under projektets gång visat sig vara en bärande roll eftersom denne har koll på vem som ska vara vart och med vilka tekniska hjälpmedel under sändningen.

*Producent* Denna roll har projektet upphandlat i fem av sex Mötesplatser. Under planeringsfasen är det av stor vikt att så fort som möjligt få till ett avtal med producent och eftersom upphandling kan ta tid samt även offertförhandlingar så bör detta göras så snart som möjligt. Projektet har upptäckt vartefter att det är produktivt att ta in producenten (som utifrån innehåll och minutschema ska planera all teknik såsom ljud, bild, sändning, ljus, presentationer, filmer etc) i planeringsarbetet tillsammans med arrangörsgruppen. Ett plus i detta projekt har varit att samarbeta/upphandla samma producent till flera Mötesplatser eftersom man då lär känna varandra och hittar ett bra samarbete. Utvärdera alltid producentens arbete i slutfasen för att kunna göra tydligare och mer effektiva beställningar i nästa uppdrag.

*Kommunikatör* Får i uppdrag av arrangörsgruppen att skriva och distribuera inbjudan till målgruppen, rigga anmälningsförfarande samt planera strategi för extern kommunikation för att få målgruppen att anmäla sig. Om möjligt så är kommunikatören en bra person att ta chattansvaret under dagen för genomförandet. Denna roll är även

viktig i slutfasen för att distribuera, analysera och kommunicera utvärderingen av Mötesplats.

*Värd* Under dagen för genomförandet tar värden emot gäster/föreläsare samt har dialog med lokalansvarig (vid fysisk/hybrid Mötesplats). I planeringsfasen kan värden ansvara för att beställa förfriskningar och mat till arrangörsgruppen samt eventuella gäster/föreläsare.

## Sändning

Detta arbetsområde innefattar allt praktiskt som krävs för att få till sändningen såsom, ljud, ljus, digital mötes-plattform och studio att sända ifrån. Därtill vilka tillbehör som behövs såsom stolar, soffa för panelsamtal, ståbord etcetera Under planeringsfasen märkte arrangörsgruppen att om man skjuter för länge på att bestämma hur sändningen bör gå till så blev det tidspress att få till/beställa exempelvis fler mikrofoner eller svårigheter att få in en soffa i den tilltänkta studion.

Efter en, två genomförda Mötesplatser tog arrangörsgruppen till sig av utvärderingarna och insåg att det är bra med variation i en digital sändning. Det upplevdes bra av deltagarna att det inte var för många långgrandiga föreläsare efter varandra, att det var regelbundna pauser, lång lunch (om sändningen är mer än halvdag), en mix av gäster samt en blandning av föreläsning, panelsamtal, film och bilder. Extra viktiga lärdomar var att en lång lunch (minst 1,5 timmar) uppskattades vid digital sändning samt att deltagarna kunde interagera via en chattfunktion. Mindre uppskattat/viktigt var att genomföra en workshop i mindre grupper, vilket märktes genom att en stor del av deltagarantalet lämnade sändningen de gånger vi provade detta. Planera också för de horisontella principerna så att detta är tydligt innan sändningen ska genomföras, se mer under arbetsområde Tema/innehåll ovan. En annan viktig lärdom har varit att alltid genomföra en generalrepetition med alla roller på plats för att få syn på eventuella brister som man kanske behöver tid till att fixa.

Under dagen för genomförandet är det av största vikt att alla som arbetar med sändningen vet om sin roll och sitt ansvar för att sändningen ska bli smidig. Viktigt är också att producenten är väl förtrogen med digitala möten – plattformen för mötet/konferensen, hur föreläsare som inte är i studion ska dela sina eventuella bilder/filmer/power point etc.

Som beskrivet ovan så bör man under sändningen ha en studioansvarig som ser till att alla och allt är på rätt plats vid rätt tid. Detta görs mest effektivt om alla medarbetare följer ett tydlig Minutschema. Detta är ett arbetssätt som utvecklades mycket under projekttiden och blev bättre och bättre för varje Mötesplats som arrangerades. Minutschemat var inte bara ett viktigt arbetssätt under genomförandefasen utan ett lika viktigt arbetssätt under planeringsfasen. Arrangörsgruppen utgick ifrån schemat genom hela planeringen för att inte missa arbetsuppgifter samt i syfte att alla i gruppen skulle få en bild tidigt över hur sändningen skulle komma att bli. Detta gjorde att innehållet många gånger spetsades till eftersom när arrangörsgruppen fick se svart på vitt hur många minuter som krävs till olika moment så kunde man ta hänsyn till många perspektiv under hela planeringsprocessen, inte minst de horisontella principerna. Minutschemat som vi tog fram gjordes i programmet Excel och kunde se ut enligt följande:



Start	Slut	I fokus	Aktivitet	Innehåll	Ansvarig
09:00	09:12	Moderator	Start av Mötesplatsen	Hälsa välkomna, visa agendan, på panelsamtal	Moderator, producent
09:12	09:54	Panel i soffa	Samtal	Moderator ställer frågor till paneldeltagare	Moderator, kameraman

Efter sändningen

När Mötesplatsen är över återstår utvärderingar samt hur och hur materialet från sändningen ska leva vidare.

Utvärdering bör ske både externt (deltagarna) och internt (arrangören). Då kan man få med olika aspekter kring hur man kan utveckla både innehåll och arrangemang.

Utvärdering till deltagarna skickas ut snarast efter evenemanget och kan fokusera på innehållet, tillgängligheten och hur kvalitén på sändningen var. För arrangören är det viktigt att alla faserna i arrangemanget utvärderas. Då kan man uppmärksamma både hur förberedelser och själva genomförandet kan utvecklas. Då kan man även ta del av den externa utvärderingen och väva in de i det totala intrycket.

Innan arrangemanget genomförs är det bra att komma överens med all föreläsare om deltagarna kan få tillgång till eventuella presentationer. Det är också viktigt att komma överens om sändningen får ligga kvar på internet efter sändningen, exempelvis på Youtube eller liknande. Om sändningen ska läggas ut behövs även en kanal att göra det på. Det har leverantören av sändning hjälpt till med för #vægled.

## Samlade tips till arrangörer

- Tydlighet kring vilka roller som behövs och vem som utför dem
- Tydlighet kring budget för varje Mötesplats/arrangemang
- Var ute i tid med planering och beställningar (offertförfrågningar)
- Ta vara på utvärderingarna, både interna och externa