

Projektarbete steg för steg

av

Anna Döbling och Lolita Ray

juni 2007

Innehåll:

- Förord**
- 1. Början**
- 2. Mitten**
- 3. Slutet**
- 4. Ekonomisk support**

Förord

Vi, Anna Döbling & Lolita Ray delar här med oss av våra erfarenheter från att driva olika projekt. Båda har vi genomfört ett större antal konserter, festivaler och klubbkvällar såväl som annat utanför musikbranschen.

Tanken är den här handledningen ska underlätta för dig som vill starta och driva ett projekt inom Musikföreningen Lilith Eve. Eftersom medlemmarna är spridda över Sverige så har vi försökt att ge allmänna råd, och inte sådana som syftar på speciell lokal förankring. Därför hittar du t.ex. inga webadresser till landsting och kommuner här.

1. Början

1.1 Vad - och var, när, hur?

Vad är det ni vill göra – en konsert, en serie klubbkvällar, en festival etc.?

För vem vill ni göra det? Vilka ska bli berörda? Finns det några som ni vill/kan samarbeta med – andra organisationer eller personer med liknande intressen. Hur ser konkurrensen ut? Har det genomförts något liknande nyligen och/eller kommer det att genomföras något liknande snart? Vilken är er särart? Hur kan ni sticka ut och höras i ”bruset”? Varför ska människor välja just ert evenemang?

Formulera era idéer tydligt och konkret. Definiera målgruppen. Identifiera konkurrenterna. Se till att tid, plats och upplägg är genomtänkt.

1.2 Syfte och mål

Formulera syfte och mål - och skilj på dem!

Syftet (svarar på frågan Varför?) ska vara övergripande.

T ex: ” att väcka uppmärksamhet för nya artister.”

Målet (svarar på frågan Vad?) ska vara mätbart. T ex ”vi vill sälja 70% av alla biljetter”. Detta är möjligt att kontrollera efteråt.

1.3 Projektplan

Sammanställ en projektplan och lämna in den till föreningens styrelse för godkännande av projektet. Projektplanen ska innehålla en kort beskrivning av projektet och dess syfte/mål, eventuella samarbetspartners, tidsplan och ekonomisk kalkyl (se nedan) samt vilka som arbetar med projektet.

Att styrelsen godkänt projektet är en förutsättning för genomförandet.

1.4 Arbetsfördelning

Inventera gruppens resurser. Vem kan vad? Vilka användbara kontakter har man med specialister/branschfolk?

Utse en projektledare, Vem är bäst lämpad? Titta på erfarenheter och egenskaper när ni gemensamt fattar beslutet så att ni får den som har de bästa förutsättningarna. Alla projekt behöver en projektledare, oavsett storlek på gruppen. Projektledaren samordnar gruppens arbete och rapporterar till föreningen.

Mycket viktigt är att gemensamt i gruppen komma överens om hur beslut ska fattas, och sätta överenskommelsen på pränt.

Man bör eftersträva en så smidig och effektiv arbetsgång som möjligt. Definiera olika arbetsområden och utse en ansvarig för vart och ett (ex.vis budget, PR/marknadsföring, lokal, teknik, artister etc.). De gruppansvariga rapporterar i sin tur till projektledaren, och dessa kan organisera sin egen arbetsgrupp inom projektgruppen. Gör en tydlig arbetsfördelning så ni inte klampar in på varandras arbetsområden, då blir det bara rörigt och ni bäddar för konflikter.

1.5 Tidsplanering

Lista allt som ska göras inom varje område, skriv vem som ska göra det och sätt slutdatum.

Ha en realistisk framförhållning och ta hellre till i överkant än tvärtom. Detta är naturligtvis relativt, beroende på vilken typ av projekt som ska göras.

1.6 Ekonomisk kalkyl och budget

Gör en ekonomisk kalkyl. Lista förväntade intäkter och kostnader. Ställ dessa mot varandra och fundera över vad som är realistiskt. Gör gärna fler olika kalkyler för alternativa lösningar.

Kan ni hitta ekonomiska samarbetspartners – sponsorer och/eller bidragsgivare? Vad kan ni erbjuda en eventuell bidragsgivare? Tänk på att bidrag också är att få hjälp med t.ex. framställning och/eller tryck av affischer, förtäring till artister, ljud-/ljusanläggning, arbetskraft, annonsplats, stödköp av biljetter etc.

När ni sedan bestämt er för ett alternativ är det dags att göra en budget. Nu handlar det om hur mycket pengar ni faktiskt har, och hur dessa ska fördelas på de kostnadsposter som projektet har. Kontinuerlig budgetuppföljning under projektets gång är ett måste.

Några råd: Satsa inte mer än ni har råd att förlora! Och satsa inte pengar som ni inte är säkra på att ni har – d v s budgetera oberoende av ev. bidrag/sponsring. Budgetera alltid en rejäl pott för oförutsedda utgifter.

1.7 Marknadsföring

Hur ska projektet marknadsföras? Gör en marknadsundersökning och en marknadsplan. Ni har vid det här laget redan identifierat målgrupperna. Nu gäller det att nå dem och också få dem att komma/köpa. Hur ska ni gå tillväga?

Konkurrensen är alltid hård, och det är inte lätt att få medias uppmärksamhet. Försök att tänka annorlunda och ”utanför ramarna”. Finns det någon i projektet som har gjort något som sticker ut, som man kan lyfta fram – kommer från någon spännande plats eller har någon intressant/ovanlig erfarenhet som man kan locka med? Skänker ni pengar till något speciellt ändamål? Hålls konserten på någon udda plats (ett tåg, ett lastbilsflak, en nedlagd flygflottilj, ett slott)? Har ni något/några dragplåster? Någon hemlighet? Våga vara kreativa och ta ut svängarna.

Vad ska stå i ett pressmeddelande? Naturligtvis information om tid, plats medverkande och arrangör/-er. Tänk på att media får hundratals evenemangstips varje vecka. Även här gäller det att sticka ut. Vad ska man veta, vad är bra att veta, vad är kul att veta? Tänk på att skriva kort och inte maila stora bilder – lägg istället med en länk till en sida där bilder kan laddas ner.

Om det gäller en konsertserie är det oftast så att den första konserten får bra med uppmärksamhet men inte de efterföljande. Hur kan man göra då?

Försök gärna få personlig kontakt med journalister. Följ upp pressutskicket genom att ringa. Och kom ihåg att vara trevlig och ödmjuk.

Underskatta inte gruppens kontaktnät. Om t.ex. alla i gruppen bestämmer sig för att ordna 20 personer var till konserten och man är 8 personer i gruppen så har man en rätt stor publik.

1.7 Dokumentation

För mötesanteckningar så att allt som beslutas finns dokumenterat. Dokumentera alla kontakter ni tar.

1.8 Tydlighet

Var alltid tydlig så att alla är med på vad som beslutas. Har man gjort sin överenskommelse om beslutsgångar och håller sig till den brukar det mesta flyta fint.

2. Mitten

2.1 På väg!

Ha regelbundna möten och börja alltid med att följa upp vad som hänt sedan senaste mötet. Hur ligger ni till i tidsplanen? Är allt gjort som skulle göras? Behöver något skjutas fram till nästa gång? Håller ni budgeten?

2.3 Oförutsedda händelser och/eller utgifter

Detta inträffar så gott som alltid. Ha beredskap för sjukdom, uteblivna leveranser, feltryck i annonser, att kalendarier inte tar in info etc.

Det hjälper att ha inställningen att det mesta ordnar sig, men att det kanske inte blir exakt så som man tänkt sig från början.

2.4 Hur löser vi eventuella problem?

En plan B - och kanske även C och D - är inte så dumt. Beredskap och flexibilitet underlättar. Tveka inte att revidera målformuleringen om ni märker att den inte håller! Och var inte rädda för att be om hjälp utifrån.

2.5 Vad händer i gruppen?

Den första tiden i ett projekt brukar kallas för smekmånadsfasen. Det går lätt, man drivs av lust och generositet mot varandra. Allt är möjligt! I takt med att projektet fortsätter, och det dyker upp svårigheter och problem av olika grader så utsätts gruppen för påfrestningar.

Nästan alltid uppstår irritation och ifrågasättande av gruppmedlemmarnas agerande. Detta är fullständigt normalt och händer i alla gruppen. Men har ni från början varit

tydliga med roller, beslutsgång och arbetsfördelning så har ni goda förutsättningar att klara den här fasen på ett bra sätt. I det här stadiet kan projektledaren ibland behöva gå in och ta ett större ledaransvar.

Det är alltid bra att försöka fokusera på det faktiska arbetet, målet och syftet, och undvika att gå in på personliga egenskaper hos den/de man kanske inte kommer överens med. Drunkna inte i "känslösoppan", utan tänk på resultatet.

2.6 Viktigt: STIM!

När man arrangerar någon form av musikframförande ska man komma ihåg att STIM-avgifter måste betalas. Vi inom Lilith Eve är skyldiga att rapportera in alla musikframföranden som vi arrangerar till STIM. Detta gäller alltså de evenemang där Lilith Eve är ensam arrangör. Om ni arrangerar tillsammans med en annan förening så får ni komma överens med dem om hur rapporteringen ska gå till.

Var noga med att också komma överens med spelstället/medarrangören om vem som ska stå för STIM-avgifterna. (Sätt gärna denna överenskommelse på pränt.) De flesta spelställen och konsertlokaler har avtal med STIM, men det är viktigt att ni kollar vad som gäller. Det är inte roligt att i efterhand behöva betala in pengar som man inte har räknat med.

Oavsett vem som står för STIM-avgifterna är det viktigt att ni kontrollerar att musikrapporteringen blir gjord. Blanketter för musikrapportering finns att ladda ner från STIMs hemsida. www.stim.se.

Påminn också gärna artisterna om den egna musikrapporteringen!

3. Slutet

Projektet är genomfört! Nu återstår efterarbetet: analys, måluppföljning, dokumentation och rapportskrivning samt utvärdering av gruppens arbete och projektet som helhet.

3.1. Vad händer i gruppen nu?

Hu eller hurra? Aldrig Mer eller En Gång Till?

Prata! Det är stort att ha gjort något tillsammans och det kan vara sorgligt att skiljas.

3.2 Utvärdering/uppföljning

Var och en skriver en kort sammanfattning. Var saklig och konkret.

Nåddes målet? Varför/varför inte? Vad har vi lärt oss?

Vad kunde ha gjorts annorlunda? Vad är vi stolta över? Hur kan vi göra nästa gång?

3.4 Slutrapport

En slutrapport sammanställs av projektledaren, med underlag från gruppmedlemmarnas rapporter och utvärderingar.

Slutrapporten bör innehålla följande:

a) Bakgrund

Kort projektbeskrivning, Syfte, mål. Gruppens medlemmar och deras respektive funktioner. Eventuella samarbetspartner. Eventuella sponsorer/bidragsgivare. Budget med resultatredovisning.

b) Genomförande

Beskrivning av "eventet". Publikantal. Intäkter. Press etc.

c) Slutord

Utvärdering/uppföljning (se ovan).
Lista över kontaktpersoner etc.

4. Ekonomisk support

Här följer en förteckning över de viktigaste rikstäckande bidragsgivande instanserna:

Kulturrådet www.kulturradet.se

Konstnärsnämnden www.konstnarsnamnden.se

SKAP www.skap.se

Stiftelser/fonder (sök på www.stiftelser.lst.se)

Lokalt finns oftast bidrag att söka inom respektive landstings och kommuners kulturnämnder. Kontakta din hemkommun/landsting för mer information.

För att hitta samarbetspartners och sponsorer/bidragsgivare till tidigare Lilith Eve-projekt, se föreningspärmen.

Slutord

Uppfinn inte hjulet på nytt – de flesta av föreningens tidigare projekt finns dokumenterade. Många i föreningen har ovärderliga kunskaper och erfarenheter att dela med sig av, så tveka inte att kontakta dina kollegor och be om råd.

Lycka till!

Stockholm, november 2007

Anna Döbling och Lolita Ray