



Frivillighed og
fællesskab blandt
unge i kulturlivet



Indhold

- 04 Kort intro til projektet
- 10 **Fase 1:** Opstart & desk-research
- 12 **Fase 2:** Feltarbejde/Dataindsamling
- 14 **Fase 3:** Tematisk analyse
- 24 **Fase 4:** Koncepterne
- 40 **Fase 5:** De vigtigste læringer fra testforløbene
- 48 Tak

KORT INTRO TIL PROJEKTET

Formål

Kultur, frivillighed, engagement og følelsen af at være en del af et lokalt fællesskab danner grundlaget for projekt FLUKS. Projektets formål er at styrke og fremtidssikre fællesskab, frivillighed og engagement på kulturområdet i Region Syddanmark med særligt fokus på de 15-30-årige. Denne udgivelse formidler projektets faser, resultater og anbefalinger i arbejdet med unge og frivillighed i kulturelle fællesskaber.

Projekt FLUKS har fokus på kultur som drivkraft for ungefællesskaber, og er gennemført i samarbejde med en række frivillige kulturelle fællesskaber for unge i Region Syddanmark. Projektet har udviklet viden og materialer, der kan understøtte både eksisterende og fremtidige frivillige kulturelle fællesskaber for unge.

Partnere i projektet

Region Syddanmark, som en del af regionens arbejde med udvikling inden for kultur, frivillighed og trivsel.

Kulturens Analyseinstitut, som skaber og formidler viden om kulturens betydning og dynamikker i samfundet, indsamler data på kulturområdet og bidrager med inspiration til forandring og handling.

Designskolen Kolding, som udbyder BA- og KA-uddannelser i design, og arbejder med en bred vifte af eksterne partnere både i udviklings- og forskningsprojekter, og som bl.a. har særligt fokus på unge og social design.

Disse tre partnere har arbejdet tæt sammen gennem hele projektperioden, og projektet har haft en **styregruppe** og en udførende **arbejdsgruppe** med medarbejdere fra alle tre institutioner i de to grupper gennem hele projektet.

Ydermere har projektet haft en **følgegruppe**, som har valideret projektet løbende. Følgegruppen bestod bredt af kulturaktører fra hele Region Syddanmark samt enkelte nationale aktører, og differentierede på alder, køn og kulturelt interesseområde.

Baggrund for projektet

Under arbejdet med den regionale udviklingsstrategi for 2024-2028 Sammen om fremtidens Syddanmark blev der formuleret et klart politisk ønske om øget fokus på frivillighed. Dette opstod efter dialog med kulturaktører i regionen, hvor det blev tydeligt, at der mangler viden om frivillighed på kulturområdet og om forandringer i unges tilgang til det at være frivillig. Det endte ud med beslutningen om et toårigt projekt med fokus på Frivillighed og fællesskab på kulturområdet - med særligt fokus på unge, som fik det mere mundrette navn FLUKS. Regionsrådet afsatte 2,5 mio. kr. til initiativet.

**FLUKS-projektet afgrænser sig til fællesskaber, der er centreret omkring kunst- og kulturaktiviteter, og omfatter ikke idræts- og friluftsområdet.*

Projekt FLUKS

Projekt FLUKS tager afsæt i frivilligbårne kulturelle ungefællesskaber i Region Syddanmark og undersøger, hvad der motiverer unge, hvad de får ud af at være med - og hvad der kan gøre det svært at deltage.

Med udgangspunkt i eksisterende viden og samtaler med unge frivillige, unge der ikke er frivillige samt en bred kreds af kulturaktører samlede vi 18 indsigter. Indsigterne blev omsat til tre koncepter og et dialogspil, som adresserer konkrete barrierer og styrker det, der allerede virker i fællesskaberne.

Koncepterne blev afprøvet hos 15 kulturaktører i perioden september-november 2025. Testene blev fulgt tæt af arbejdsgruppen og afsluttet med evaluering i december 2025. På baggrund af evalueringerne er koncepterne videreudviklet og klargjort til udbredelse.

FAKTA

Fokus:

Unge (15–30 år) og frivilligbårne kulturelle fællesskaber i Region Syddanmark.

Spørgsmål:

Hvad åbner for unges deltagelse og engagement – og hvad spænder ben (i og uden for fællesskaberne)?

Datagrundlag:

Videnreview + samtaler med unge frivillige, unge ikke-frivillige og kulturaktører.

Udbytte:

18 indsigter som samlet afsæt for udvikling.

Kvalificering:

Følgegruppe med unge og erfarne kulturaktører (workshops og løbende sparring)

Udviklet:

3 Koncepter + 1 dialogspil samt værktøjer/anbefalinger.

Afprøving:

15 kulturaktører testede koncepterne med aktivitetsfinansiering (sep.-dec. 2025)

Efterarbejdning:

Evalueringsrapport i dec. 2025 → Koncepterne justert, videreudviklet og klar til udbredelse

Hvorfor lige netop unge, frivillige kulturfællesskaber?

Vi ved, at det er afgørende for menneskers trivsel at tage del i fællesskaber. Vi styrkes ved oplevelsen af at være en del af en fælles fortælling. Det gælder for alle – selvfølgelig også unge! Og de sunde fællesskaber rummer forskelligheder, fælles aktiviteter og mulighed for at bidrage.

Som ung er man ofte i en søgende periode i sit liv. Man skaber identitet, prøver ting af, er måske usikker på, hvem man egentlig er eller kan være. Man spejler sig i andre og er samtidig ofte underlagt et præstationspres i uddannelsessystemer og på vej mod en fremtidig karriere. Det er både en fri og en krævende tid i et liv.

Kulturlivet rummer i sig selv et kreativt rum, hvor præmissen netop er afprøvning, skabelse, fortællinger og fælles aktivitet. Og frivillighed er engagement i ens lokalområde og i at skabe rammer for de fælles fortællinger.

Tilsammen giver de fire ingredienser – kultur, fællesskab, frivillighed og ungdom – et rum i vores samfund, der potentielt kan styrke både individer, sammenhængskraft, meningsfuldhed og levende lokalsamfund. Rum for læring, mod og udvikling. Det var i hvert fald hypotesen, da FLUKS-projektet startede og målet var at

undersøge, hvad konkret lokal viden kunne bidrage med, og hvordan man kan arbejde med at åbne sådanne frivillige fællesskaber op.

En væsentlig indsigt i den indledende desk-research var, at case-fremstillinger igen og igen viser, at "kulturfællesskaber kan noget", men at vi faktisk ikke har ret meget tværgående viden om koblingen mellem kultur, frivillighed og unge. Her har FLUKS bidraget til en bedre forståelse for konkrete tiltag, den store kompleksitet i at skabe og fremtids sikre fællesskaber for en generation, der er "på vej"

"De siger næsten alle sammen, at noget af det, de har fået mest ud af gennem de her forløb, det er nye venskaber. Det er jo også det, det i virkeligheden handler om i livet i det hele taget, men særligt når det handler om det her – at lære andre mennesker at kende og lave fede ting sammen. Det er jo det, et godt fællesskab er"

Kulturaktør

i livet – og samtidig den ret åbenbare energi og stolthed, der ligger i de engagerede kulturfællesskaber uanset hvor, vi møder dem.

Dialogen med unge kulturfrivillige og kulturaktører viser tydeligt, at kulturelle og kreative fællesskaber giver unge et stort socialt udbytte. Det, at mødes med andre unge omkring de samme interesser – et fælles tredje – er berigende, og mange fortæller om stærke venskaber som det vigtigste udbytte af deltagelse i et interessefællesskab.

Fordi kultur ofte handler om at udtrykke sig og skabe noget nyt sammen, rummer kulturelle fællesskaber et særligt potentiale for tilhørsforhold, hvor man ikke blot skal "passe ind", men hvor man kan høre til og bidrage som den, man er.

Men en pointe, som projektet har lært os er, at sådan et miljø sjældent kommer helt af sig selv, netop fordi vi har tendens til at invitere vores nærmeste, som ofte ligner os og kan de samme koder. Derfor bliver dørtrinet ekstra højt for dem, som ikke allerede føler sig som en del af fællesskabet eller har et sprog for kunst og kultur. Det er en barriere, der er behov for at arbejde aktivt med.

En anden pointe er, at kultur kan virke direkte problemknusende, når det kommer til at løse op for unges ensomhed, som der er meget politisk fokus på i øjeblikket. Fællesskaberne har potentiale til at bidrage til at vende mistrivsel – det viser FLUKS-projektet også – men det er ikke hovedpointen med projektet, koncepterne eller anbefalingerne. Det er i stedet, at de fleksible rum, der rummer mange kompetencer, udtryksformer, fælles læring og måder at engagere sig, kan være et frirum for mange slags unge, og at det har værdi i sig selv.

Den oplevelse går igen på tværs af kulturfællesskaberne. Både de homogene og de mere mangfoldige. Her er deltagerne ikke kommet for at få hjælp og slet ikke én til én. De er heller ikke kommet for at gå til eksamen eller blive bedømt. De vil bare gerne være med i fællesskabet og sætte deres præg på det, de samles om. Når vi inviterer nye med, vil de som gæster først og fremmest gerne tages godt imod og være forsigtigt nysgerrige. Og det kræver ofte en fokuseret indsats og trygge rammer fra dem, der allerede er frivillige og/eller rammesættere.

"Fordi jeg er kommet her og har lært mennesker at kende, er jeg kommet ud af min angst, professionelle hjælp og min medicin. Simpelthen bare fordi jeg har fået venner og netværk, som har støttet mig og fortalt mig, at jeg er god nok i lang tid."

Ung kulturfrivillig

DE FEM FASER

FLUKS er struktureret i fem faser, som tilsammen har dannet rammen for projektets videns- og udviklingsarbejde.



OPSTART OG DESK-RESEARCH

1

I projektets første fase udarbejdede Kulturens Analyseinstitut en vidensrapport baseret på forsknings- og evalueringslitteratur om unge og frivillighed på kulturområdet fra perioden 2018-2023. Rapporten viste, at der mangler solid, tværgående viden om koblingen mellem frivillighed, kultur og unge og understregede, at FLUKS-projektet ville have gavn af, at vi som undersøgere turde forholde os åbent og nysgerrigt i de opsøgende faser og passe på med at konkludere hurtigt.

Rapportens gennemgang af eksisterende viden gav fire hovedpointer som baggrund for undersøgelsesdesignet i projektets eksplorative fase:

- Andelen af frivillige i Danmark ligger på et nogenlunde stabilt niveau på 34-40 pct. af befolkningen¹. Unge søger i højere grad end ældre frivilligroller, der ikke er forpligtende i lang tid. Degår meget op i sagen og ikke så meget i livslange medlemskaber.
- Unge lader til i højere grad end andre at være tiltrukket af aktiviteter, hvor man er aktiv medskaber, og det er naturligt for dem at bruge digitale værktøjer til både fornøjelse, inspiration og til at hente viden. Unge bliver – ligesom andre generationer – frivillige gennem netværk. Enten er de vokset op med foreningsliv eller også bliver de inviteret af venner.
- Både unge og ældre frivillige vægter fællesskabet højt. Unge er mere opmærksomme på, at frivillige indsatser kan bruges ifm. jobsøgning, men det er ikke i modsætning til værdier om fællesskab. Det er bare en betingelse i deres liv, at de skal dokumentere, hvad de kan. Der spirer en masse initiativer blandt unge på kulturområdet. Her tør de kaste sig ud i at skabe noget, hvor de selv kan sætte dagsordenen.

- Noget tyder på, at kulturfrivillighed er mere drevet af personlig lyst end af forpligtelse til at tage en tørn for f.eks. egne børn i idrætslivet eller udsatte medborgere i den sociale frivillighed. Foreningslivet trives stadig i Danmark, men der er også en tendens til, at de organiserede fællesskaber mister tiltrækningskraft.

¹ Siden rapporten blev udarbejdet, er dette tal steget. 45% af danskerne er frivillige jf. VIVE's seneste befolkningsundersøgelse (Espersen, Fridberg, & Andrade, 2025).

FELTARBEJDE/ DATAINDSAMLING



I den anden fase rakte vi ud til unge frivillige, unge ikke-frivillige og en række forskellige kulturaktører fra hele Region Syddanmark. Vi besøgte fællesskaberne, blev vist rundt og fik mulighed for at observere. Vi interviewede dem om deres erfaringer, motivation og barrierer i relation til frivillighed og kulturelle fællesskaber. Vi differentierede spørgsmålene til henholdsvis unge frivillige, unge ikke-frivillige og kulturaktørerne.

Fra de unge frivillige var vi især interesserede i at høre om deres motivation for frivilligt kulturelt engagement, om adgangen til fællesskabet, og om de udfordringer og barrierer, de har mødt som unge frivillige.

Fra de unge ikke-frivillige handlede spørgsmålene om kendskab til kulturelle fællesskaber, fællesskaber generelt og om de barrierer, de har oplevet i forhold til kulturelle fællesskaber.

I forhold til kulturaktørerne spurgte vi ind til deres oplevelser med unge som kulturfrivillige, om motivation, om succeser, om fysiske og strukturelle rammer og om hvad der kan gøre det svært at tiltrække og være ung i frivillige kulturelle fællesskaber i dag.

10 kulturaktører

Kulturmaskinen, Odense
 Ødsted Festival
 Vejle Bibliotek
 Huset Fundament, Kolding
 JazzHaus, Kolding
 Kultur på recept, Odense og Svendborg
 Bifrost, nationalt
 Trapholt, Kolding
 Ravage, Vejle/Billund
 UngKult, nationalt

24 unge kulturfrivillige fra

Ødsted Festival, Ødsted
 JazzHaus, Kolding
 Fønix, Odense
 Ungdomshuset, Odense
 Harders, Svendborg
 Dr. Dorotheas Teater, Kolding
 Værket, Vejle
 Ravage, Vejle/Billund
 Trapholt, Kolding
 Mejeriet, Sønderborg
 Kanten, Esbjerg

Unge ikke-frivillige

HHX-klasse, Rybners Esbjerg
 (24 elever)

TEMATISK ANALYSE

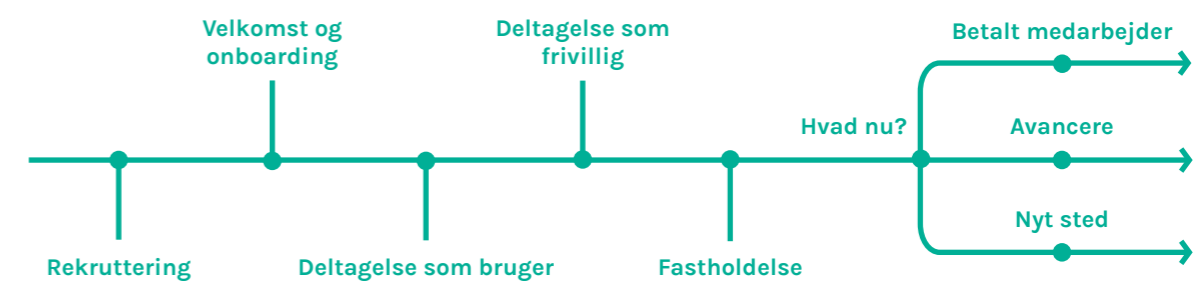


I denne fase analyserede vi feltstudierne (interviews og observationer) tematisk, sammenholdt dem med den genererede eksisterende viden fra første fase, hvilket resulterede i to modeller og 18 centrale indsigter, der tilsammen giver et samlet billede af potentialer og barrierer for unge i kulturfrivillighed, hvilke barrierer ungefrivilligheden møder, og hvad der kan gøres for, at det bliver nemmere at tage del i kulturelle ungefællesskaber.

I en meget stor mængde af data hos meget forskellige unge, steder og aktører, var der nogle interessante mønstre. Først og fremmest oplevede vi, at frivillighed typisk er en proces, en rejse i flere etaper, hvor man kan "blive" på alle etaper eller fortsætte til næste:

- 1. Det første møde**
Man starter som deltagende i et event eller en aktivitet (typisk gennem en ven).
- 2. Fast besøgende/deltagende**
Man bliver mere hyppigt besøgende og deltagende.
- 3. Frivilligt engagement**
Man engagerer sig i frivillighed (på forskellige måder, fra små enkeltstående opgaver til mere fast).
- 4. Medbestemmelse i kernegruppe**
Man bliver en del af en frivillig gruppe.
- 5. Bestyrelse**
Man engagerer sig i bestyrelsen.
- 6. Ansættelse**
Man bliver ansat med løn, typisk deltid.
- 7. Videre karriere**
Nogle finder ud af, at de ønsker at gøre karriere indenfor dette område i form af uddannelse eller ansættelse.

REJSEN IND I FRIVILLIGHED



Vi erfarede mange måder at igangsætte, strukturere og udleve fællesskaberne på, som vi fordelte på en linje med to yderligheder, hvor de "voksen-initierede" var den ene yderlighed og den "unge-initierede" var den anden. Der er ikke noget, der er mere "rigtigt" end andet på denne linje, i nogle fællesskaber er der behov for en ansat til at tage styring, og i andre fællesskaber er de frivillige selvkørende. Det giver dog altid mening at fokusere på en så høj grad af indflydelse, medbestemmelse og ansvar for unge, som det er muligt det enkelte sted.

OPSAMLING PÅ INDSIGTER

Fra voksenstyret til unge-initieret



De 18 centrale indsigter

1 De voksne har svært ved at afgive ansvar

Vi hører både fra de voksne og fra unge, at det er svært for de voksne at afgive ansvar til de unge frivillige. For de voksne kan det føles som et kontroltab, og nogle oplever, at unge kan være mere ustabile som frivillige. De unge frivillige vil gerne lære "de svære opgaver" som f.eks. budget og økonomi, og det er netop muligheden for at få ansvar, der kan gøre det værdifuldt for unge at deltage/være frivillige.

"Nogen har svært ved at give os ansvar, inklusion er et stort emne for os. Jeg har prøvet at bringe det op i bestyrelsen, det kan være svært at være ung - jeg har andre idéer, de gør det, de plejer, men jeg har også svært ved at sige det højt"

2 Dørtrinnet er for højt

Unge finder oftest vej ind i kulturelle fællesskaber gennem venner og netværk. For mange opleves dørtrinnet som højt, og det kan være både utrygt og grænseoverskridende at møde op alene. Det kan virke som en lukket verden, og man kan føle, at man skal kende nogen for at blive lukket ind i fællesskabet.

3 Det kræver noget af fællesskabet at lukke nye ind

Det er svært at være ny i et veletableret kulturelt fællesskab, og det kræver, at det etablerede fællesskab åbner op – både for nye deltagere og nye frivillige. Tryghed er et nøgleord, og det kan f.eks. skabes af en imødekommende frontperson, sociale events og det at kunne begynde med en mindre frivillig rolle.

”Nu er vi erfarne, så skal vi være åbne overfor de nye, der kommer med. Det er megafedt, at der er fællesskaber, hvor de har det fedt, men hvis du kommer som ny, oh shit! Så kan det godt være svært at snige sig ind”

4 Fra deltager til frivillig – en smooth overgang?

De fleste frivillige starter som deltagere, og overgangen fra deltagelse til frivillighed kan være vanskelig. Flere kulturaktører arbejder med forskellige grader af frivillighed, så man kan starte med en ”light” udgave. Det episodiske kan være en mulig overgang til frivillighed, men det kan være svært at regne ud, hvordan man kan deltage som frivillig.

5 Vi vil gerne uddannes i frivillighed

Der er stor forskel på, hvordan nye frivillige hjælpes i gang som nye i organisationerne. For nogle er det lige på og hårdt, for andre er tilgangen ”learning by doing”. Nogle arbejder med ”små uddannelser” som kurser, workshops, studieture osv. - det bliver omtalt positivt af de frivillige, der deltager.

6 Vi har svært ved at comitte os!

Både unge frivillige og erfarne kulturaktører fortæller, at unge generelt kan have svært ved at forpligte sig. Der er mange tilbud, de er pressede i forhold til uddannelse og job, og mange flytter til andre byer for at studere. Målgruppen er i konstant bevægelse. Der er samtidigt også potentiale i tilflyttere, da frivillige ofte gerne vil fortsætte som frivillige i nye byer.

7 Vi mangler viden om vores muligheder

Der er mange muligheder for at deltage i kulturaktiviteter, men det er svært at finde rundt i alle tilbuddene. Viden spredes i egne netværk, og der er en række initiativer, der ikke kommunikeres bredt ud. Der efterspørges et overblik og markedsføring - gennem de rette platforme, herunder sociale medier.

8 Frivillighed – det er bare gratis arbejdskraft

Frivillighed kan være et problematisk ord. Nogle gange forbindes det med udnyttelse, ulønnet arbejde og stemmer ikke nødvendigvis overens med den måde, de unge gerne vil engagere sig på. Flere nævner, at det handler om at lave de – for unge – fede tilbud, så kommer det frivillige af sig selv. Frivillighed kommer i flere former, fx den episodiske – så måske skal frivillighed tænkes anderledes i fremtiden?

”Man skal passe på med altid at tænke, hvorfor får vi ikke bare nogle frivillige? Man skal måske mere tænke på, hvordan laver vi et miljø, hvor folk vil være og har lyst til at komme og være frivillige. Det vigtigste er at skabe fede miljøer, de unge har lyst til at blive en del af”

9 **Interessefællesskabet giver et stort socialt udbytte**

Fællesskaberne er helt afgørende for de unge frivillige. For de flestes vedkommende rækker det sociale ud over aktiviteterne i det enkelte kulturtilbud.

10 **Vi har behov for struktur, rammer og regler**

Unge frivillige har behov for steder, hvor de kan føle sig trygge, og det kan kræve regler og rammer. Det kan også kræve, at man ekskluderer nogle medlemmer for at gøre plads til andre eller flere. Ikke alle steder, skrives regler ned; nogle steder taler man om "uskrevne" regler. Det kan blive en udfordring ved f.eks. generationsskifte blandt de frivillige.

11 **Ungdommen i bevægelse kræver fleksibilitet**

Unge beskriver selv ungekulturen som midlertidig og i konstant bevægelse. Der sker mange skift ift. uddannelse, jobs, geografi osv. Den "midlertidige" ungekultur kalder på fleksible rammer, hvor det er muligt at forpligte sig i kortere tid. Til gengæld holder mange unge ved det frivillige i andre kulturelle tilbud (i, for dem, nye byer).

12 **Vi bliver ildsjæle inden for det, vi brænder for**

Motivation for at blive frivillig handler i høj grad om at skabe noget nyt, noget der mangler, noget man brænder for eller noget, man gerne vil gøre anderledes. Der er et potentiale i at støtte unges ideer og initiativer, hvis man vil skabe bæredygtige fællesskaber, som har større potentiale for at fastholde de unge.

"De fleste gange er det fordi, jeg har fundet noget, der er virkelig fedt, og som jeg brændte for"

13 **Det finkulturelle og elitære er en barriere for deltagelse**

Kulturtilbuddene kan virke som lukkede verdener, hvor man enten skal vide meget eller kende nogen for at komme ind. Nogle unge tror, de skal have en fin jakke på eller være dygtige udøvende kunstnere på et højt plan. Det kan afholde unge, der ikke er født i den (fin)kulturelle elite fra at deltage, fordi de ganske enkelt ikke tror, det er for dem.

14 **Potentiale for internationale og tilflyttere**

At flytte til en ny by kan være vanskeligt – en del unge føler sig ensomme, og det kan være svært at skulle opbygge et socialt liv. Det at være frivillig kan være en måde at få et nyt netværk på. Der er potentiale i at målrette sig mod unge tilflyttere og internationale unge, som netop ofte søger nye kulturelle fællesskaber.

15 Der er behov for fleksible fysiske steder

Mange unge deltager midlertidigt. Interesser kan skifte, og der er skiftende trends og tendenser i samfundet. Det kalder på bygninger, der kan deles hen over dage/uger/år og fleksible rum, som hurtigt kan tages i bruges til noget andet. De unge efterspørger steder for unge, der er placeret centralt, fx "pop-up" steder.

16 Kulturtilbud kan bryde ensomhed

Kulturelle fællesskaber har potentiale til at bryde mistrivsel og ensomhed. Der er teorier som "Craft Psychology", der bakker op om forbindelsen mellem det kreative og den mentale trivsel. Men flere nævner, at det er vigtigt, at fokus ligger på fællesskab fremfor ensomhed. Der er potentiale i at gøre kulturtilbuddene tilgængelige for flere (ensomme) unge.

17 Er der plads til andre end hippierne?

Langt de fleste unge kulturfrivillige er fra gymnasiet eller universiteterne. Flere er selvudnævnte "hippies" og taler ind i, at det politiske ståsted er til den venstreorienterede side. Der er masser af plads til skæve typer, diagnoser og genderdiversitet. Men er der plads til andre? Hvordan kommer man med, hvis man ikke er en del af denne gruppe?

18 Frivillighed går i arv – og mange er frivillige flere steder

De unge frivillige, vi taler med, er ofte frivillige flere forskellige steder. Mange har været frivillige fra en tidlig alder, også fx inden for sport. Udfordringer kan være: hvordan får andre unge muligheden? Hvordan kommer man ind i de kulturelle kredse, hvis man ikke er "født ind i" eller har det rigtige netværk?

KONCEPTERNE



I projektets fjerde fase blev indsigterne fra de første faser omsat til tre koncepter samt et dialogspil. Koncepterne er udviklet til at styrke kulturfællesskaberne og støtte dem i at åbne sig for flere og tiltrække nye unge, der endnu ikke er frivillige. Dialogspillet trækker på kernefortællinger og datamateriale fra undersøgelsen og sætter de barrierer og dilemmaer, fællesskaberne kan møde, i spil. Formålet er at skabe en konkret, fælles samtale om fællesskabets strategier, værdier og praksis.

Koncepterne har samtidig fungeret som undersøgende værktøjer, der har bidraget til, at vi kunne blive klogere på samtaler og dagsordener i de unge kulturfællesskaber. Hvilke metoder kan understøtte sunde fællesskaber og hvor er der svære barrierer, som er mere eller mindre ukendte. Et fælles grundlag for koncepterne var også ønsket om at blive klogere på "turen hen til dørtrinnet og ind over det": Hvordan får nye unge kendskab til kultur og frivillighed, og hvordan bliver de en del af fællesskabet?

To af koncepterne er udadvendte og fokuserer målrettet på at invitere flere unge med. Og to af koncepterne styrker den interne samtale, så fællesskaberne bliver bevidste om egne værdier og formål og hvad det er, de inviterer ind i.

På de følgende sider præsenteres de fire koncepter hver for sig. Alle er til fri afbenyttelse og kan findes online.

Mad+X

Mad+X er et koncept, der giver nye deltagere og potentielle frivillige en enkel og uformel indgang til kulturfællesskaber. Kernen er en "kulturmadvask" med guides til at kombinere et fælles måltid med en kulturel aktivitet – fx street art, jamsession, rollespil, croquis eller andre formater, som fællesskabet vil prøve af eller vise frem.

Konceptet bygger på princippet "tag en ven med" og er udviklet til at inddrage personer, som ikke

allerede er en del af et frivilligbåret fællesskab. Det kan gøres ved, at eksisterende frivillige hver tager en ledsager med, eller ved at række ud til en konkret gruppe unge, som man kan se, sjældent selv finder vej ind (det ved vi f.eks. generelt gælder unge på erhvervsuddannelser).

Guiden indeholder inspiration til opskrifter, forslag til kulturaktiviteter samt praktiske tips til planlægning og gennemførelse – før, under og efter et Mad+X-event.



Kulturelle pop-up fællesskaber

Pop-up-konceptet flytter kulturfællesskaberne ud i unges hverdag ved at facilitere midlertidige kulturaktiviteter og events på uddannelsesinstitutioner, i shoppingcenterets tomme butiklokale, til en byfest eller lignende.

Pop-up'en kan være en enkel, mobil "station" – fx en stand-lignende opsætning, der hurtigt kan etableres, afprøves og flyttes videre. Stationen drives af eksisterende ungefællesskaber, som gerne vil i dialog med andre unge. Rent praktisk er det vigtigt at have "et fælles tredje" med, som alle hurtigt kan være med til at forme. Det kan være en badgemaskine, et fælles maleri eller andet man umiddelbart kan sætte sit præg på.

"Kom og prøv"-princippet gør det let at møde fællesskabet i en tilgængelig og overskuelig form – og uden at man på forhånd skal kende nogen eller forpligte sig. Formålet er at åbne en dialog og konkret vise hvilke kulturaktiviteter, der findes for unge i området.

Konceptet består af et kortsæt til kulturaktører. En guide til at tilbyde fællesskabet "to go". Det dækker både praktiske spørgsmål og de vigtigste overvejelser undervejs – fra valg af sted og format til rammer, rollefordeling og refleksioner efter pop-up'en.



Frivillig Boost

Frivillig Boost er et handlingsorienteret refleksions- og dialogværktøj, der understøtter frivillige fællesskaber og foreninger med særligt fokus på unge på kulturområdet. Konceptet består af opskrifter på 6 aktiviteter, som støtter fællesskaberne indefra med en række hands-on aktiviteter i et DIY-format, der involverer deltagerne aktivt.

De seks aktiviteter har hvert et tema; **gnisten, skills, holdet, synlighed, åbenhed og frivillighed**. Til hvert af temaerne hører en aktivitet, som laves i fællesskab. Aktiviteterne motiverer til sidst til en konkret handling, som fællesskabet kan realisere – f.eks. kan en aktivitet omkring synlighed føre til, at gruppen laver plakater, flyers eller SoMe opslag for at reklamere for deres kulturfællesskab.

Frivillig Boost kan bruges som et længere forløb, hvor man arbejder med sit fællesskab på flere tematiske områder – eller man kan nøjes vælge et enkelt tema og arbejde med det et par timer ad gangen.

Kortsættet beskriver formålet med de enkelte aktiviteter og angiver tidsforbrug, materialer og en trin-for-trin-guide.

Ansøgerne til dette koncept fik (ud over instruktionerne) en aktivitetskasse med badge-maskine, male- og tegnegrej, mobil fotoprinter, logbøger mm.



Dialogspillet

SPOT ON er et dialogspil, der faciliterer samtaler og refleksion i frivillige kulturfællesskaber. Dialogkortene sætter ord på typiske udfordringer og barrierer, og åbner for en fælles samtale om fællesskabets strategier, værdier og praksis.

Aktiviteten er bygget op omkring et simpelt regelsæt. Udgangspunktet er, at man står op og placerer sig fysisk på en skala, hvor alle deltagere tager stilling til et udsagn, der hverken er rigtigt eller forkert. Herefter tages en fælles samtale om holdninger og forståelser.

Spillet er opdelt i tre temaer: **engagement, fællesskab og samarbejde**. Under hvert tema findes udsagn, citater og refleksionsspørgsmål, der er hentet fra FLUKS' interviews og indsigter fra møder med unge frivillige og kulturaktører, hvilket gør faciliteringen praksisnær og i øjenhøjde.

SPOT ON er udviklet som et kortsæt, der nemt kan tages i brug, og ikke kræver meget forberedelse. Som hovedregel vil det være en fordel at udnævne en facilitator til at læse udsagn højt og igangsætte dialogen.



Tests hos kulturaktører

I projektets 4. fase blev koncepter og dialogspil testet. I projektrammen var der afsat midler til tests hos aktørerne. Det skete med afsæt i erkendelsen af, at mange frivillige kulturelle fællesskaber har begrænsede økonomiske ressourcer, og at testforløb kræver en ekstra indsats. Projektet modtog 28 ansøgninger, og i slutningen af fase 3 udvalgte projektpartnerne 15 kulturaktører, der havde søgt om at teste et eller flere af de udviklede koncepter. Testforløbene hos aktørerne fandt sted i september, oktober og november 2025.

Evaluering

Fase 4 sluttede med evalueringer fra testaktørerne. Evalueringen bestod af et online spørgeskema og et interview med kulturaktørerne. Her blev der genereret viden om koncepternes levedygtighed og relevans, om de udfordringer, der viste sig i testforløbene og om de succeser, aktørerne oplevede. Vi spurgte ind til deres oplevelser af koncepterne i forhold til flere parametre; vi ville gerne vide, om koncepterne var relevante, hvordan de var at udføre, om de blev tilpasset situationen/fællesskabet, om "opskrifterne" på udførelse virkede, hvordan koncepterne blev taget imod i brug, hvor og hvordan de rekrutterede, om samarbejder undervejs, om de har fået flere med i fællesskaberne, og endelig om gode råd - både til projektet og til andre, som arbejder med kulturelle frivillige ungefællesskaber.



Test af eget koncept:

AKSE

AKSE var nysgerrige på at bruge Zine formatet i inddragelsen af unge omkring Bydelshuset Buzzin' i Svendborg. Kunstner Kristian Blomstrøm Johansson supporterede unge i at skabe Zines ud fra deres behov og drømme i forholdet til stedet.



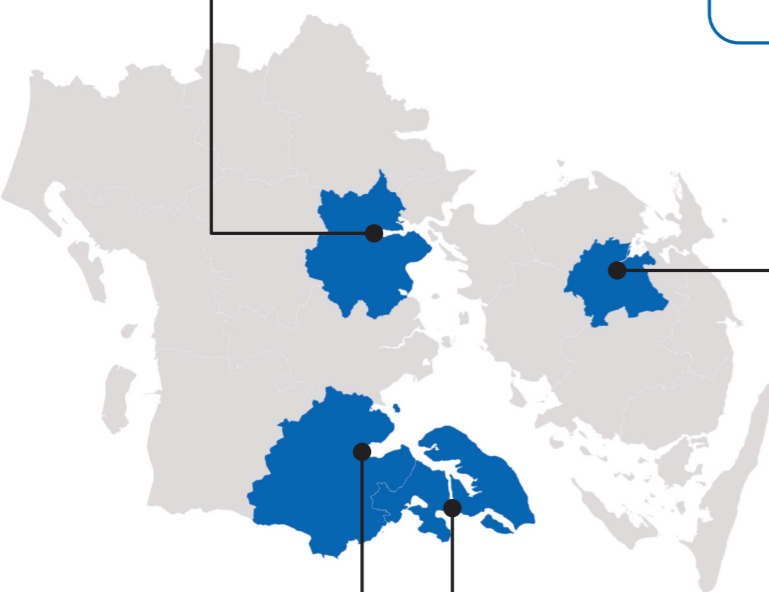
Pop-up-konceptet blev testet af:

TRIO

Målgruppen var unge i Kolding og pop-up fællesskaber blev testet på Campus fair, Kontur festival, KG, butikken Harresø. Der var loungemiljø, DJ, klistermærker og badges.

Kulturbooking, Odense

Kulturbooking afholdt seks pop-up forskellige steder for at nå ud til mange unge i Odense: Borgernes hus: K-pop dans, i en park: basketball, dj og hiphop, Studenterhuset: speed tegning og maleri, udendørs på pladsen foran. Brandts: K-pop dansegruppe, Ungdomscenter Højstrup: tegneserier, Studenterhuset: Linoleumworkshop og jazzband.



Nygadehuset, Aabenraa

Målgruppen var unge fra STX og IBC. Der blev brugt kage som "lokke-middel", der var musik, diskokugle og badgeworkshop med forskellige let-tilgængelige kreamaterialer – særligt oplukker badges var et trækplaster.

Sønderborghus, Mejeriet

Fokus var at nå ud til unge på to gymnasier, HHX og EUC-uddannelserne. Der var t-shirt workshop med graffiti kunstner Jimmy Sommer, hvor deltagerne lavede statements på genbrugs t-shirts med stencils. Derudover en dj, info stand om Mejeriet og sidst, men ikke mindst: toast!

Evaluering af pop-up-konceptet

Pop-up-konceptet beskrives af testaktørerne som et koncept, der er meget effektivt til rekruttering, men som kræver det rette indhold.

Aktivitet frem for information

Pop-ups med aktive elementer, såsom workshops med tekstiltryk eller badge-maskiner, er langt mere effektive end flyers, fordi workshopformatet giver en naturlig anledning til dialog gennem en fælles aktivitet.



Det der virker

Den bedste form for reklame

Selve det at dukke op fysisk med et pop-up-event fungerer bedre end traditionel annoncering, da det vækker umiddelbar nysgerrighed og skaber direkte kontakt med de unge, der hvor de er i forvejen.

Isbryder-effekten

Simple tiltag som en toastmaskine eller servering af kage fungerer som effektive isbrydere. Det fjerner presset fra den direkte samtale; mens man venter på sin toast eller spiser kage, opstår snakken om kulturelle muligheder helt naturligt.

At komme ud, hvor de unge er

Det fremhæves som en nødvendighed at bevæge sig ud af de vante rammer (f.eks. ungdomshuset) og møde andre unge på deres hjemmebane, hvilket også skaber nye bekendtskaber og samarbejder.

Skabelse af spontane fællesskaber

Pop-up-arrangementer kan generere "mini-fællesskaber", hvor de unge interagerer på tværs af eksisterende grupper og låner udstyr af hinanden.

Det man skal være opmærksom på

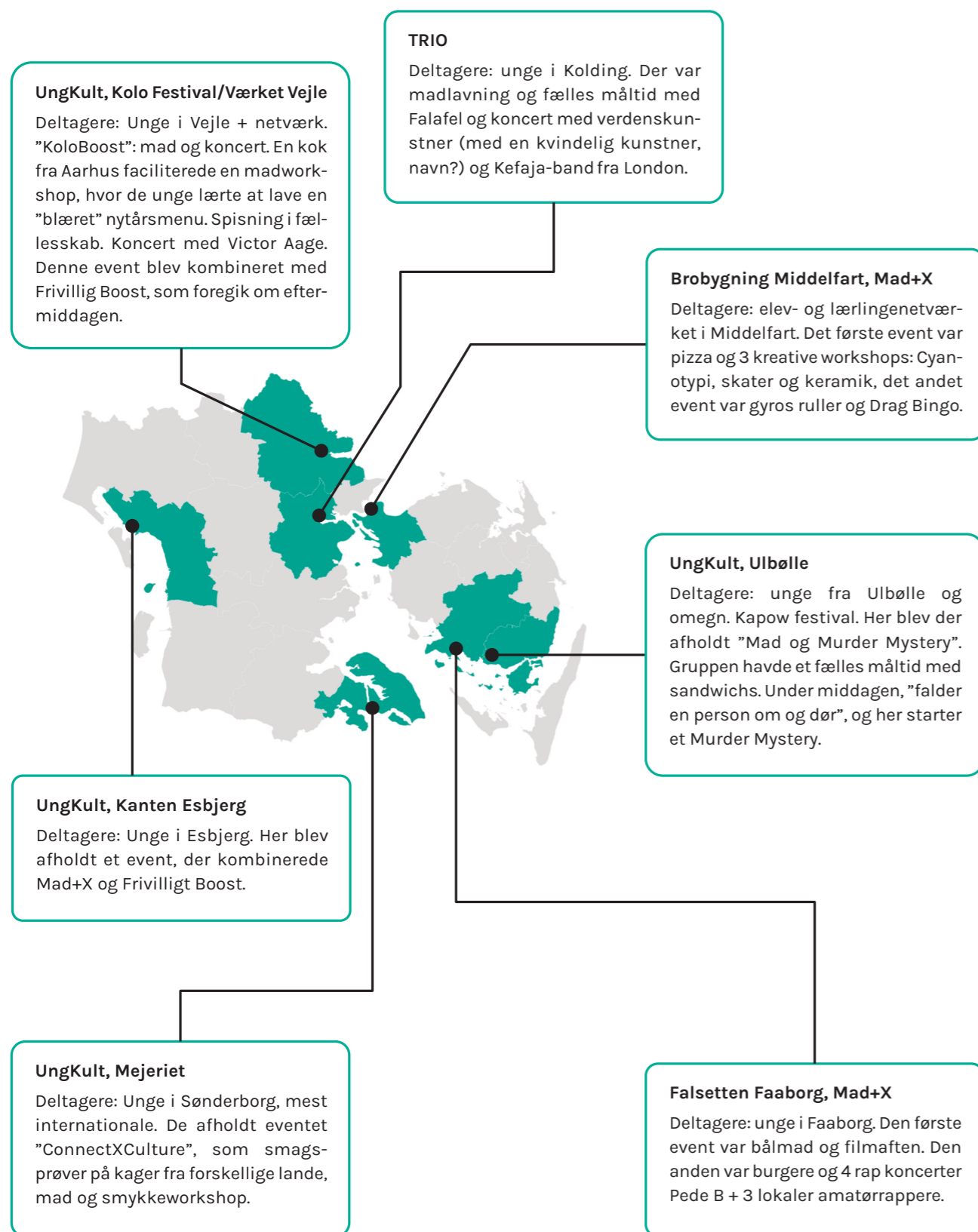
"At ramme rigtigt"

Nogle aktører oplevede, at der dukkede for få deltagere op til deres pop-up-events. Blandt årsagerne nævnes dårlig timing, både i forhold til reklame/invitation og de unges engagement i skole og andre tilbud og forkert indhold, som ikke ramte målgruppen.

Risikoen for overfladiskhed

Hvis en pop-up kun bliver passiv information, mister den sin værdi; det er den fysisk aktive involvering, der er afgørende for, om de unge føler sig som en del af noget og får lyst til mere.

Mad+X blev testet af:



Evaluering af Mad+X-konceptet

Konceptet "Mad + X" bliver af testaktørerne beskrevet, som et succesfuldt greb til at engagere unge. Testaktørerne betegner kombinationen af mad og kultur som "genial", især når det handler om at række ud til unge fra erhvervsuddannelser eller dem, der ikke normalt opsøger kulturlivet. Maden fungerer som et stærkt trækplaster, der sænker barren for deltagelse, og gør det lettere for unge at mødes uformelt.

Det der virker

En naturlig indgang

Fællesspisning beskrives som en meningsfuld og jordnær aktivitet, der gør det første skridt ind i et nyt fællesskab og en ny aktivitet mindre skræmmende.

Tydelige rammer

"Mad + X" fremhæves som et koncept, der mindsker usikkerhed hos de unge, fordi det giver en tydelig ramme og konkrete opgaver at forholde sig til.

Fælles forberedelse i køkkenet er med til at skabe et naturligt sammenhold og ejerskab, før selve den kulturelle aktivitet overhovedet begynder. Når de unge har hænderne beskæftigede - hvad enten det er med madlavning eller i en kreativ workshop - flyder samtalen lettere på tværs af bordene.

Nærvær

Maden fungerer som et redskab til at skabe madsamvær, fællesskab og hygge. Erfaringerne viser, at både ambitiøse måltider og mere enkle løsninger kan fungere, når de understøtter samværet. Kolofestival havde stor succes med at lave en blæret nytårsmenu, mens andre oplevede, at det simple og overskuelige skabte den rette stemning. Fælles for de gode erfaringer er, at maden inviterer til deltagelse og uformelt nærvær.

Brobygning

At spise sammen kan bygge bro til at skabe en god indgang til kulturelle aktiviteter som koncerter, filmaftener og kreative aktiviteter.



Det man skal være opmærksom på

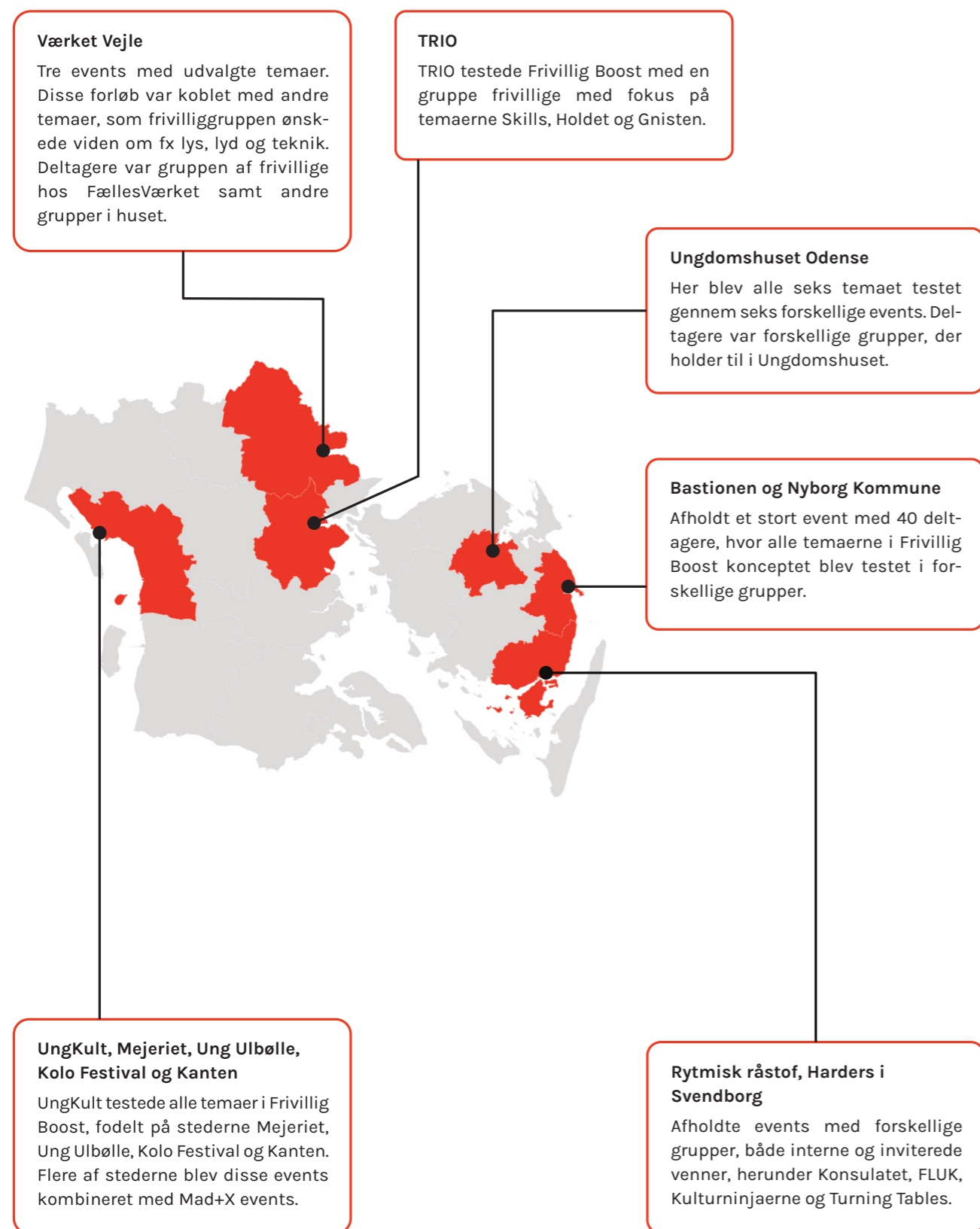
Nemt og enkelt

Maden skal bruges til at skabe madsamvær og hygge. Aktørerne foreslår hellere "hygge ved et blåfad" og det at skabe hele eller dele af måltidet sammen fremfor at modtage en færdiglavet menu eller bestille fastfood. Det simple og overskuelige, som f.eks. blåmad, grilled cheese, wraps eller toast over blå, fungerer godt til at skabe den rette stemning.

Det kan lade sig gøre uden store køkkenfaciliteter

og kan man ikke lave selve maden sammen, kan man lave dele af den eller lave andre fællesskabende aktiviteter omkring måltidet som fx borddækning, pyntning og aktiviteter under middagen som "fun facts" og "Murder mystery".

Frivillig Boost blev testet af:



Evaluering af Frivillig Boost-konceptet

Konceptet "Frivillig Boost" fungerer som en struktureret metode til at gøre det ofte abstrakte begreb "frivillighed" håndgribeligt og overskueligt for de unge. Herunder de vigtigste udsagn om konceptet:

Det der virker

Tydelige rammer mindsker usikkerhed

Frivillighed kan ofte føles diffust, men Frivillig Boost giver deltagerne en klar ramme og konkrete opgaver at forholde sig til, hvilket skaber tryghed i processen.

Gør teori til praksis

Hvor projektbeskrivelser og ord kan være svære at forstå, gør fysiske værktøjskasser med konkrete materialer og opgaver det meningsfuldt og let at gå til for unge.

Anerkendelse af egne kompetencer

Ved at bruge visuelle metoder og øvelser i forløbet, hjælpes de unge til at se deres egen værdi og anerkende hinandens styrker, hvilket opbygger selvtillid og fællesskabsfølelsen.

Planlægning og facilitering

Det virker godt, når aktiviteten er planlagt og faciliteret af en eller flere i gruppen, så gruppen igangsættes og støttes godt undervejs, og der er fokus på elementer som flow og tidsstyring.

Tilgængelige og præstationsfrie materialer

De aktiviteter, der fungerede bedst, var dem, der var nemme for alle at tilgå og hvor man ikke følte, man skulle præstere eller kunne noget i forvejen. Fx kunne det være svært at lave en plakat med akrylmaling, hvis man ikke følte man var kreativ eller god til at tegne, hvorimod alle kunne bygge med LEGO, tage et foto eller betjene badgemaskinen.

Hands-on-tilgang

At arbejde med relevante temaer ud fra en hands-on-tilgang tilbyder ungegruppen et grundlag for dialog, men også et skridt videre til at kunne tage konkret "action".



Det man skal være opmærksom på

Erfaringerne viser, at konceptet fungerer mindre godt som en fastlåst manual. Det er essentielt, at værktøjerne er fleksible og kan modificeres, så de passer til de enkelte aktørers specifikke behov og ungegruppens lokale virkelighed. Det er ligeledes vigtigt at understrege, at der ikke findes rigtige og forkerte svar.

Undgå det "pædagogiske": Hvis opgaverne bliver for abstrakte eller føles for "pædagogiske", risikerer man at tabe deltagerne.

Evaluering af dialogspillet

Dialogspillet SPOT ON fungerer som et struktureret værktøj til at facilitere samtale og refleksion blandt unge i de kulturelle fællesskaber.

Det der virker

Deltagelse drevet af lyst

En central indsigt er, at deltagelse i aktiviteter som SPOT ON skal være baseret på lyst og frivillighed. Deltagerne skal være med på, at spillets formål er at tale åbent om fællesskabet.

Tryghed gennem faste rammer

Et "løs" aktivitet kan føre til usikkerhed. Dialogspillet tilbyder en kendt ramme, der hjælper deltagerne med at forstå, hvorfor de deltager, og hvad deres rolle er, hvilket øger deres tryghed i situationen.

Effektiv social isbryder

Ligesom andre gimmicks og små lege fungerer spillet som en isbryder, der letter den sociale kontakt og gør det lettere for unge, der ikke kender hinanden i forvejen, at starte en samtale.

Gør det abstrakte håndgribeligt

Ved at bruge legende og visuelle metoder gør man abstrakte begreber (som f.eks. værdier i frivillighed) mere vedkommende og lettere at tale om for målgruppen.

Forberedelse gav mening:

De grupper, hvor facilitator på forhånd havde udvalgt temaer, der var aktuelle i frivilligruppen, oplevede stor gavn af spillet.

Det man skal være opmærksom på

Behov for tydelig facilitering

SPOT ON kan i virkeligheden benyttes i alle frivilligfællesskaber. Unge som ældre. Dog er det vigtigt, at én påtager sig rollen som facilitator og at denne person befinder sig godt i en dialogstyrende rolle.

Opsamling på evalueringerne

Praktiske isbrydere, kreative værktøjer som LEGO og fælles måltider fremhæves som afgørende elementer i arbejdet med at skabe trygge og inkluderende fællesskaber for unge. Erfaringerne viser, at deltagerne motiveres af konkrete projekter og meningsfuldt ejerskab fremfor administrative opgaver og faste rutiner. Samtidig understreges behovet for tydelig styring og fleksible rammer, da facilitering sikrer fremdrift og tryghed i aktiviteterne. Succesfuld inddragelse sker bedst gennem personlige relationer og fysisk tilstedeværelse, hvor det uformelle samvær vægtes højere end formelle præstationskrav. Samlet set peger deltagerne på, at et stærkt ungeliv blomstrer, når de unge selv får lov at definere indholdet i et støttende og socialt orienteret miljø.



DE VIGTIGSTE LÆRINGER FRA TESTFORLØBENE



Balancen mellem frihed og struktur

Et af de mest gennemgående fund i testforløbene er behovet for både frihed og tydelig styring. Selvom unge motiveres af "sagen" og det konkrete projekt fremfor administrative strukturer, viser testforløbene, at de trives bedst, når ansatte voksne eller frivillige lederroller sætter rammerne. Uden styring og facilitering kan ambitionerne blive for store og fremdriften for lav, hvilket kan føre til, at de unge mister gejsten.

"Det fælles tredje" og mad som katalysator

Testforløbene har med stor succes benyttet "det fælles tredje" - konkrete, fysiske aktiviteter, der fjerner fokus fra den direkte samtale og skaber naturlige isbrydere. Brugen af redskaber som LEGO, badges, keramik og mobile fotoprintere har vist sig at mindske sårbarheden ved at deltage, da man har noget mellem hænderne. Hertil kommer madens centrale rolle. Konceptet "Mad + X" (hvor X er en kulturel aktivitet) fremhæves som særligt effektivt til at tiltrække målgruppen. Mad fungerer ikke blot som et trækplaster, men som en social katalysator, der skaber et uformelt rum, hvor samtalen flyder lettere.

Rekruttering og opsøgende arbejde

En vigtig læring fra testforløbene er, at traditionel digital annoncering ofte overses af unge. Den mest effektive metode er personlig rekruttering, f.eks. ved at "prikke på skulderen eller bruge "tag-en-ven-under-armen"-metoden. For at nå ud over de vante cirkler har det været nødvendigt med opsøgende arbejde på de unges hjemmebane, såsom gymnasiernes kantiner i spisepausen eller på uddannelsesmesser. Her fungerer pop-up events som den bedste reklame, da de vækker nysgerrighed gennem direkte kontakt og fysisk tilstedeværelse.

Ejerskab og det præstationsfrie rum

For at skabe vedvarende engagement er det afgørende, at projekterne er ungedrevne. Når unge selv får lov at definere indholdet og tage ansvar, opstår der et stærkere ejerskab og en følelse af identifikation. Testforløbene viser, at dette skal foregå i et præstationsfrit rum, som fungerer som et modstykke til uddannelses-systemets præstationslogik. Det skal være tilladt at eksperimentere, fejle og lave "fjollede" ting uden krav om store resultater.

Fleksibilitet i en flydende målgruppe

Arbejdet med unge kræver en høj grad af tålmodighed og fleksibilitet, da målgruppen befinder sig i korte, skiftende livsfaser. Deres tid er en knap ressource, og deltagelsen er ofte præget af store udsving grundet studier og eksamener. Testforløbene viser, at man må acceptere dette flow, og i stedet fokusere på at skabe meningsfulde øjeblikke og læringsprocesser, fremfor udelukkende at måle succes på antallet af fremmødte deltagere. Der er også både personlig og faglig læring i tidsbegrænset engagementet.

3 OPMÆRKSOMHEDS- PUNKTER

Tilpas værktøjerne til virkeligheden

Værktøjerne i dette projekt kræver styring, og det betyder, at fællesskaberne skal give sig tid til at arbejde med værktøjerne. Det er vigtigt, at nogen tager ansvar for at sætte sig ind i materialet, og gennem denne viden tilpasser mængde, indhold, tid mm. SPOT ON-dialogspillet kan med fordel strækkes hen over en længere periode. Og måske skal Frivillig Boost deles i 3 dele? Eller 6?

Vær opmærksom på ungegruppen

Flere testaktører oplevede, at deres arrangementer faldt sammen med andre lokale events. Undersøg, om der findes en lokal "indgang" til målgruppen, f.eks. gennem uddannelsesinstitutioner eller eksisterende netværk. Den viden skal bruges til at planlægge aktiviteterne, så de ikke falder på samme tid som et andet arrangement, eksamensperiode, festival mm.

Kortsættene som guider og inspiration

Flere testaktører påpegede, at de var nødt til at tilpasse aktiviteterne. F.eks. måtte nogle afkorte opgaverne, og andre kunne ikke nå dialogspillet. Koncepterne, og nu kortsættene, er tænkt som guider mere end de er færdige skabeloner. Så når der på en aktivitet står "1,5 time" skal man selv vurdere, om det er realistisk eller optimalt i det pågældende fællesskab i det pågældende tidsrum. Hvis der står, at der skal males med akrylmaling, men man har materiale til at lave collage - så laver man collage. Hvis man kun kan nå to citater fra SPOT ON, vælger man et par relevante citater ud, og tager resten når det passer ind i fællesskabets rytme. Det er indholdet, der er afgørende - og som med alle kulturelle aktiviteter, må de omformes og genfortolkes til stedet og energien.



VI HAR SAMLET EVALUERINGERNE I 5 ANBEFALINGER

1

Skab motivation gennem mening, ejerskab og synlige resultater

- Start nye forløb/aktiviteter med åbne møder, hvor ungegruppen definerer retning og indhold.
- Prioritér projekter, der munder ud i noget fysisk, synligt eller delbart.
- Afslut forløb med fælles refleksion frem for evaluering i skemaform.

Unge engagerer sig, når projekter opleves som meningsfulde, konkrete og relevante for deres egne interesser og værdier. Reelt ejerskab – hvor unge selv er med til at definere indhold og retning – er afgørende for engagement og tilknytning. Motivationen styrkes, når fokus er på sagen frem for at starte med regler og roller, og når succes måles på oplevelser og læring frem for antal deltagere. Synlige, fysiske resultater giver mestringsfølelse og øger stoltheden over at bidrage.

Det betyder i praksis, at kulturelle ungdomsfællesskaber med fordel kan tage udgangspunkt i en fælles oplevelse, som unge kan spejle sig i. I kan gøre det ved at ungegruppen formulerer idéer, vælger temaer og træffer beslutninger om form og indhold. Sørg for, at aktiviteterne munder ud i noget konkret – et produkt, et event, en udstilling, en koncert eller et andet færdigt output – som kan ses og fejres. Arbejd med aktiviteter, der giver hurtige og synlige resultater, så de unge kan se effekten af deres indsats fra gang til gang. Refleksion bør fokusere på oplevelse, engagement og læring frem for kvantitative mål.

2

Giv frihed inden for trygge og tydelige rammer

- Lav simple og genkendelige strukturer for møder (fx fast start, fælles aktivitet, afrunding).
- Gør det legitimt at komme og gå – uden forklaringer eller sanktioner.
- Lad ansatte tage styring, når energien falder eller der opstår usikkerhed.

Selvom unge ofte efterspørger fleksibilitet og frihed, viser erfaringerne, at de trives bedst med tydelige rammer, og at ansatte/kulturinstitutioner bør fungere som et sikkerhedsnet og somme tider som facilitator.

Det er vigtigt at skabe et relativt præstationsfrit rum, hvor der er plads til at eksperimentere, være usikker og fejle uden at blive målt eller vurderet. Flexibilitet i forhold til fremmøde og engagement er afgørende, da unges hverdag ofte er præget af skiftende pres og prioriteringer.

I praksis betyder det, at roller og ansvar skal være på plads og hen ad vejen udvikles og defineres sammen med ungegruppen i takt med, at det fælles tredje opbygges og realiseres. I kan gøre det ved at lave simple rammer for møder, tidsplaner og beslutninger – uden at indføre unødigt bureaukrati. Ansatte skal være klar til aktivt at aflaste ungegruppen for administration, booking og koordinering. Vær opmærksom på, at fleksibilitet ikke er fravær af struktur, men evnen til at tilpasse rammerne til unges livssituation, fx eksamensperioder og skiftende energi.

3

Opbyg fællesskab gennem konkrete sociale greb

- Prioritér fællesspisning eller snacks som fast del af aktiviteterne.
- Planlæg aktiviteter, hvor hænderne er i gang, og samtalen kan opstå naturligt.
- Brug gentagende sociale greb (f.eks. isbrydere), så fællesskabet bliver genkendeligt over tid.

Fællesskaber opstår sjældent af sig selv – de skal understøttes aktivt. Brug fælles aktiviteter, mad og praktiske opgaver som sociale motorer, hvor samtaler kan opstå uden pres. “Det fælles tredje” gør det lettere for unge at være sammen, fordi fokus flyttes væk fra dem selv og over på noget, de gør sammen. Isbrydere, lege og små fælles ritualer kan virke banale, men er ofte afgørende for, at især nye unge føler sig inkluderede. Det er vigtigt, at deltagelse gøres let og overskuelig, så ingen føler sig udstillet eller usikre på, hvad der forventes.

Det betyder i praksis, at sociale greb skal tænkes ind som en fast del af aktiviteterne – ikke som et ekstra element. I kan gøre det ved at starte arrangementer med fællesspisning, hands-on aktiviteter eller små opgaver, der giver en naturlig anledning til at tale sammen. Brug simple isbrydere og genkendelige formater, så deltagerne ved, hvad de går ind til. Vær opmærksom på, at lav indgangsbarriere og tydelig introduktion er afgørende for, om nye føler sig velkomne.

4

Rekrutter relationelt og vær en tydelig vært

- Aftal, hvem der har værtsrollen ved hver aktivitet.
- Sørg for, at nye altid bliver taget godt imod og måske mødt af et kendt ansigt.
- Brug korte, uformelle beskeder frem for lange mails og opslag.

Rekruttering lykkes bedst gennem personlige relationer og direkte invitationer frem for bred markedsføring. Brug "prik på skulderen"-tilgangen og mobilisér eksisterende deltagere som ambassadører. Opsøg unge dér, hvor de allerede er – på uddannelser, i fritidsmiljøer eller lokale fællesskaber. Det første møde er afgørende for, om unge føler sig velkomne og tør komme igen. Et tydeligt og nærværende værtskab, hvor nye deltagere bliver taget imod, introduceret og fulgt ind i fællesskabet, skaber tryghed og sænker tærsklen for deltagelse. Kommunikation skal være enkel, personlig og foregå på de platforme, de unge allerede bruger.

Det betyder i praksis, at rekruttering skal være en aktiv, relationel indsats. I kan gøre det ved at opfordre eksisterende deltagere til at invitere venner med, og ved at være fysisk til stede dér, hvor unge allerede er. Udpeg værter, der har ansvar for at tage imod nye og følge dem ind i fællesskabet. Vær opmærksom på, at tydelig, enkel kommunikation på f.eks. Messenger eller Instagram ofte virker bedre end formelle mails og opslag.

5

Skab atmosfære, identitet og plads til forskellighed

- Indret rum med fleksible zoner til både fællesskab og tilbagetrækning.
- Giv plads til, at unge selv præger rummet og aktiviteterne visuelt og kulturelt.
- Anerkend og synliggør unges bidrag – også de små og uformelle.

Atmosfære og stemning spiller en større rolle end man måske forestiller sig. De fysiske rammer skal signalere hygge, åbenhed og uformel tilstedeværelse – ikke institution. Små greb som belysning, møblering og musik kan have stor betydning for, om unge føler sig hjemme. Der skal være plads til nichefællesskaber, subkulturer og identitetsbaserede interesser, også selvom de appellerer til få. Når unge kan spejle sig i fællesskabet og oplever, at deres interesser og kompetencer bliver anerkendt, styrkes følelsen af tilhørsforhold og lysten til at engagere sig.

Det betyder i praksis, at rammerne bør indrettes med fokus på hygge, uformel stemning og mulighed for at være sig selv. I kan gøre det ved at skabe fleksible rum med sofaer, lys, musik og mulighed for at sætte personligt præg. Giv plads til mindre fællesskaber og særinteresser – også selvom de ikke tiltrækker mange. Vær opmærksom på, at anerkendelse af unges kompetencer og udtryk er afgørende for, at de føler sig set og har lyst til at blive.



TAK

Vi er taknemmelige over for de mange unge frivillige, ikke-frivillige og kulturaktørerne, der har delt deres ærlige erfaringer og dermed lagt fundamentet for de 18 centrale indsigter. Deres bidrag har gjort det muligt at omsætte teori til praksis og skabe konkrete værktøjer som Mad+X og Frivillig Boost.

En stor tak skal lyde til alle, der har gjort Projekt FLUKS muligt og bidraget til at styrke unges kulturelle fællesskaber i Region Syddanmark. En særlig tak går til følgegruppen og de 15 engagerede kulturaktører, hvis mod til at teste de nye koncepter har været uvurderlig for projektets resultater.

KOLOFON

Titel:

Projekt FLUKS – Fællesskab og engagement på kulturområdet
Region Syddanmark

Redaktion:

Helene Mikkelsen
Annika Mai Dirckinck-Holmfeld
Cecilie Engelhardt Lyng Johansen
Louise Aagaard
Joan Pedersen

Layout:

Daniel Bekken

Fotos:

Designskolen Kolding, UngUlbølle, AKSE, KulturBooking, Ungdomshuset Odense

Print:

InPrint A/S, Kolding

ISBN:

Trykt udgave: 978-87-93416-89-5
Elektronisk udgave: 978-87-93416-90-1

Rapporten er udgivet af:

Region Syddanmark
Damhaven 12, 7100 Vejle

Copyright © 2026

Region Syddanmark, Kulturens Analyseinstitut og Designskolen Kolding



