



PRIDEMANUAL

En blommande priderörelse



Innehåll

VAD ÄR EN PRIDEFESTIVAL?	4
VEM KAN ARRANGERA EN PRIDEFESTIVAL?	6
ENGAGEMANG – ATT JOBBA MED VOLONTÄRER	8
DEMOKRATI	15
MÅNGFALD	24
FÖRENINGEN	36
ARRANGEMANGET	46
RFSL	92
KÄLLOR	93

Pridemanualen är framtagen av RFSL
med stöd av Postkodlotteriets Kulturstiftelse.

TEXT Linnea Risinger, Klara Thurffjell, Malinda Flodman,
RFSL:s avdelningshandbok och alltomjamstalldhet.se

KORREKTUR Alice Armandsson, Sharon Wagiella och Linda Åkerman

FOTO Anna Åberg, Eveline Johnsson, Johanna Bjuhr Escalande och Mathilda Piehl

PRODUKTION 2017



“Norrtäljeborna
är stolta över sin
pridefestival.”

Roslagen Pride

“Volontärer – vi
ska ge dem lika
mycket kärlek som
de ger oss!”

Citat okänd pridearrangör



“Jag tror att vi var
våldigt rätt i tiden
för Säffle, det hade
varit väldigt mycket
negativt om bruks-
orter som Säffle
och Grums.”

Säffle Pride

Vad är en Pridefestival?

Idag finns det över 50 pridefestivaler runt om i Sverige. Det som tidigare setts som ett storstadsfenomen har blivit en blommande priderörelse från norr till söder. Alla festivaler har sin unika mix av folkfest, upplysningsverksamhet,

social mötesplats, politisk manifestation och parad. Ibland dyker frågan upp om vem som får arrangera en pridefestival. Svaret är enkelt. Olika festivaler gör olika och det finns inget rätt eller fel.

UTBILDA DIG

*Som pridearrangör kan du få utbildning i hbtq- och normkritik genom RFSL:s webbutbildning www.rfsl.se/certifiering-och-utbildning/webb
Pride behöver dig!*



PRIDES HISTORIA

Pride firas över hela världen idag och av många olika anledningar. Man brukar säga att Priderörelsen startade 1969 när hbtq-personer på klubben Stonewall Inn i New York fick nog av polisens upprepade trakasserier.

Gästerna på baren protesterade och det utbröt kravaller som kom att vara i flera dygn. Det var ur denna händelse som Pride föddes, som ett sätt att stå upp mot förtryck och öppet visa sig stolt som hbtq-person.

VIKTIGA BEGREPP

Som prideaktivister och pridearrangörer är det bra att ha koll på vissa begrepp. Håll dig uppdaterad på www.rfsl.se/hbtq-fakta/hbtq/begreppsordlista

PRIDE I SVERIGE

Händelsen i New York inspirerade även aktivister i Sverige och den första pridedemonstrationen hölls i Örebro 1971 och arrangerades av den lokala föreningen Gay Power Club med krav som "två av samma kön skall få gifta sig med varandra". 1977 arrangerades frigörelsedagen i Stockholm, som sedan blev Frigörelseveckan 1979. Frigörelseveckan firades ända fram till evenemanget bytte skepnad och blev Stockholm Pride i samband med att

Stockholm blev värd för Europride 1998. Regnbågsveckan i Malmö, numera Malmö Pride, instiftades 1995. Numera finns Pride över hela Sverige och bara mellan 2013–2016 startades 43 nya festivaler.

Pridefestivaler kan vara ett sätt att uppmärksamma omvärlden på att vi har en bit kvar när det gäller hbtq-personers mänskliga rättigheter, men de är också en unik möjlighet för hbtq-personer att känna gemenskap och glädje tillsammans.

Till dig som inte redan är engagerad i en pridefestival – din lokala pride behöver dig! Styrelseledamöter, volontärer, aktivister, alla behövs. Du kan också bli en av de hjältar som kämpar för att göra världen lite bättre. För att bli volontär, kolla upp vart din närmaste pridefestival finns på pridekartan.se

Vem kan arrangera en pridefestival?

Pridearrangörer kan vara RFSL-avdelningar, ideella föreningar, fria nätverk och föreningar som samlar andra föreningar och tillsammans arrangerar en pridefestival. Det finns också kommuner, kommunala bolag och privata företag som arrangerar pridefestivaler.

Innehåll och form skiftar från arrangör till arrangör. Vissa skapar verksamheten själva från början

till slut. Andra fungerar som en plattform där olika aktörer skapar innehållet tillsammans.

Tiden kan sträcka sig från över en vecka, med programpunkter över en hel region, till en kväll eller en dag på ett redan befintligt arrangemang.

Datumen varierar från januari till december med både inomhus- och utomhusfestivaler.

MÅL & VÄRDEGRUND

Som arrangör är det en bra idé att skriva ner festivalens värdegrund om det skulle uppstå tveksamheter kring aktiviteter och aktörer under festivalen.

När externa aktörer arrangerar programpunkter är det viktigt att även de skriver under på festivalens värdegrund. Fundera över vilka rutiner ni har för att informera om er värdegrund och hur era samarbetspartners kan lova att hålla sig till den.

Följ också upp värdegrunden själva. Lever vi upp till det vi säger att vi ska göra? Hur kan vi bli bättre på att nå upp till värdegrundsmålen?

“Malmö Pride har ett seminarieprogram med bredd och kvalitet där Pride ansvarar för seminarier med hjälp av en eventbokare.”

Malmö Pride



PARTIPOLITIK

Vanligt är att pridefestivaler är partipolitiskt och religiöst obundna, men inte opolitiska.

Just förhållningen till partipolitik kan skilja sig mycket från festival till festival. Vill festivalen ha politiska partier, politiker eller partiernas hbtq-förbund på plats eller inte? Vilka symboler och budskap är okej? Vad vill vi att våra besökare ska mötas av och ta del av?

Det kan finnas ett tryck på en festival att den ska välkomna alla partier som sitter i riksdagen. Festivaler som arrangeras av RFSL-avdelningar måste förhålla

sig till förbundets policy som säger att man aldrig arrangerar någonting med Sverigedemokraterna och Stockholm Pride har tydligt gått ut och tagit ställning emot samarbete med SD. Som enskild arrangör behöver ni också ta ställning till hur ni vill agera.

Ett sätt kan vara att skicka med en värdegrundsinformation som ska undertecknas av de partier som vill delta i någon aktivitet. Ett annat sätt är att ni själva tar beslut baserat på festivalens värdegrund om vilka partier som får delta och sedan kommunicera detta.

“Stockholm Pride är väldigt politiserat med olika föreläsningar och mycket politik. I *Pride House* sker mycket debatt, om genus och socialpolitiska frågor, och i parken har partierna tält och aktiviteter. I paraden ser vi till att de inte går för nära varandra.”

Stockholm Pride

Engagemang – att jobba med volontärer

Vår viktigaste resurs är de ideella krafterna. Alla eldsjälarna som ingår i styrelser, ledningsgrupper, arbetsgrupper och olika nätverk sliter året runt och särskilt intensivt under de veckor och dagar när festivalen går av stapeln.

Som pridefestival är det viktigt att arbeta för att människor inte ska bli utbrända och hålla engagemanget vid liv.

För att växa hållbart behövs det både medlemsvärkning och medlemsvård i en blandning som fungerar för just er festival.

Prata med varandra och hitta en

gemensam glöd. Vad brinner vi för, vad vill vi göra, vilka effekter vill vi uppnå, var vill vi vara i framtiden, vad vill vi att vi, och andra, ska få för upplevelse?

Bjud in till volontärsmöten där alla är välkomna. Låt medlemmarna på dessa möten uttrycka sin vilja och låt dem ta på sig uppgifter. Skapa en pridefamiljekänsla.

Många tycker att det är lättare att engagera sig i ett projekt där de vet vad som förväntas och hur länge projektet kommer att pågå. Det är ofta lättare att engagera människor i en fest eller parad, än i en styrelse.



ÖPPEN OCH TRANSPARENT KOMMUNIKATION

Sträva alltid efter att alla ska veta så mycket som möjligt och se till att alla engagerade har samma bakgrundsinformation.

Använd träffar för att lära känna varandra och för att delge information. Alla ska veta vad som gäller. Beskriv vad det innebär att vara

volontäransvarig. Ge volontärer information om vad som ingår i deras uppgift.

I en väl fungerande och inarbetad grupp ses människors olika styrkor positivt och ansvarsområden faller på plats enkelt. I en ny grupp är det viktigt att göra tydligt vem som gör vad.

ENGAGERA ÅRET RUNT

Även om festivalen inte erbjuder arbetsuppgifter under hela året kan det löna sig att aktivt rekrytera volontärer i ett tidigt skede.

Skapa en facebookgrupp för volontärer. Att söka volontärer via Facebooks öppna kanaler har också visat sig framgångsrikt för flera festivaler.

ÄT INTE UPP FOLK

Försök att inte överösa nya aktiva med en massa jobb och uppdrag det första ni gör, det kan skrämma snarare än peppa till engagemang. Dela ut lagom många uppgifter, gärna tillsammans med andra så att de nya kommer in i gänget och lär känna andra.

En del vill inte engagera sig men gärna ”hjälpa till” när det behövs. De kanske inte vill sätta sig i en styrelse, men kan tänka sig att stå i baren en gång, eller sätta upp affischer någon gång ibland.

Om ni vill för mycket under lång tid kommer föreningens eldsjälarna att bränna ut sig och försvinna. Tänk efter vilka verksamheter som är rik-

tigt viktiga och fokusera på dessa.

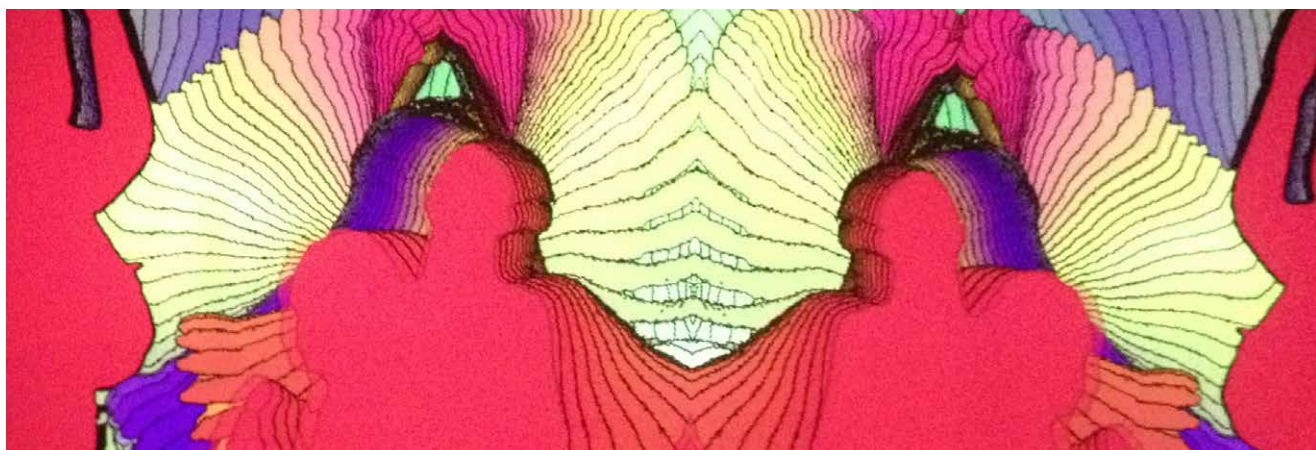
Istället för att kommentera att någon gör för lite, uppmärksamma det positiva som personen bidrar med. Förstå att människor har ett annat liv utanför pridefestivalen. Vissa perioder i livet vill man kanske lägga ner mycket tid på sitt ideella engagemang och i andra perioder mindre. Oavsett om man jobbar mycket eller lite är man en tillgång.

Bekräfta att det är okej att dra ner på sitt engagemang. Det är bättre att ha någon som gör mindre, än att ha någon som inte gör något alls. Det är alltid okej att komma tillbaka. Försök att hålla igång kommunikationen med de som tar en paus – men tjata inte.

LÅT ALLA GÖRA DET DE ÄR BRA PÅ

Det finns vissa uppgifter som alltid måste göras och som ingen tycker är roliga. Dessa är bra att sprida ut så mycket som möjligt. Försök utnyttja kunskaper och kompetenser så att de som är engagerade får göra saker de är bra på och tycker är roliga.

Verksamhet ingen tycker är roligt bör man överväga att sluta med. Våga anpassa volontärskapet efter vad just era engagerade är bra på, och göra om festivalen efter deras kunskaper och önskemål.



MÄNNISKOR ÄR OLIKA

Vissa tar själva tag i saker och vet vad de vill göra och hur det ska göras. Dessa är lätta att engagera. Andra vill gärna vara engagerade men behöver mer styrning för att få saker och ting gjorda. De kanske behöver ledning i början, men blir mer självgående med tiden.

Ordförandens eller arbetsgrup-

pens ledares roll är att fördela arbetet så att allas engagemang kommer till nytta på ett sätt som är bra för dem.

Se och bekräfta varandra utifrån den enskilda personens förutsättning. Uppmuntra ledarna att se varje person och visa uppskattning, det är superviktigt när det är volontärt!

“Jag har pratat med alla volontärer, det är viktigt – att se dem! Man behöver inte säga så mycket, men bara en blick, ett leende, ‘fan vad duktig du är’.”

Volontärsansvarig, Stockholm Pride

RESPEKT OCH SYNLIGGÖRANDE

Särskilt viktigt är att se och respektera de som andra verkar ha svårt för att se och lyssna till.

Respektera att människor kan göra olika val och tycka att olika saker är viktiga. Vissa kanske till och med vill satsa energi på sådant

som du själv tycker är fånigt eller onödigt.

Respektera att människor vill göra olika saker och att det som alla gör tillsammans bildar själva organisationen. Allt är viktigt och bidrar på sitt sätt.

UTSE EN VOLONTÄRANSVARIG

Det är viktigt att ha någon som ser till att alla volontärer mår bra och känner sig sedda, som är välkomnande och kan ta vara på varje unik

människas kompetens. Det gäller att hitta rätt volontärer, inte alltid det rätta antalet.



“Hitta nya former av möten! Yogamöten till exempel istället för regelrätta fikamöten. Eller vi ses hemma och lagar middag. Blir mer privat och en lär känna varandra på ett fint sätt.”

Niclas, Pridearrangör

AKTIVITETER FÖR VOLONTÄRERNA

Ha en kickoff med volontärerna, särskilda volontärmöten, eller arrangera volontärfester där de efter festivalen kan träffas och reflektera. Se till att dessa aktiviteter är gratis. Ge biljetter till saker som inte är gratis. Gör dem delaktiga i aktiviteter-

na. Engagera året runt, ta en fika med dem eller gör någon aktivitet så de inte känner sig glömda.

Se till att göra roliga saker ibland, gå ut, ha picknic, gå på bio, åk ut till en sommarstuga eller något annat som inte känns som jobb.

VOLONTÄRLOUNGE

Se till att volontärer har någonstans att återhämta sig under festivalen, där kan det också finnas möjlighet att få mat och vila, kolla sitt schema och hitta någon att prata med om så behövs. En volontärlounge. Ha en ansvarig på plats som kan svara på frågor. Ge volontärerna goodiebags, unika t-shirts eller västar.

ERBJUD ETT MERVÄRDE & GE FEEDBACK

West Pride erbjuder alla volontärer att bli medlem i West Pride, på samma sätt kan ni få medlemmar till RFSL-avdelningen eller föreningen. Det är viktigt att volontärer som återkommer år efter år får möjlighet till utveckling genom till exempel större ansvar.

Glöm aldrig feedback. Både me-

darrangörer och volontärer behöver få återkoppling efter att arbetet är slutfört. Ni kan ge feedback under möten eller digitalt, fundera på hur ni återkopplar!

Skriv rekommendationsbrev på begäran där det står vad volontären gjort som kan vara bra i ett CV. Utforma ett standardvolontärsintyg.

NÄR DET BLÅSER

Ta hand om varandra om ni får ta del av hot, påhopp eller negativa skrivelser i media. Det finns många fördomar om Pride, som ibland är tacksamt att använda som politiska slagträn i olika debatter. Se till att ge varandra stöd.

JUSTERA ER AMBITIONSNIVÅ

Vissa festivaler har råd med anställda, men de flesta har det inte. Anpassa ambitionsnivå och arbetstid efter era förutsättningar. Fråga andra arrangörer om hur de hittat finansiering. Kanske från sponsorer,

projektbidrag eller kommuner och regioner.

Utgå ifrån att ni ska orka arbeta ideellt och bygg inte upp en verksamhet som kräver anställda innan ni har finansieringen klar.

STOCKHOLM PRIDE

RFSL Stockholms volontära organisation består av cirka 700 personer. De öppnar volontärsanmälan tidigt. Där går det att ange kompetenser och lämna in CV.

Det går även att anmäla sig som året runt-volontär, med en ansvarsbefattning inom till exempel festi-

valledning men det går också att anmäla ett intresse för ett fåtal begränsade delar.

Stockholm Pride har tagit fram en plan för ledarskap, där man får möjligheten att avancera inom organisationen genom tydliga strukturer och uppdrag.

MALMÖ PRIDE

Malmö stad har tidigare bidragit till Regnbågsfestivalen med sommarjobbare som staden finansierar. Det fungerade bra, men det var viktigt att någon av volontärerna

fick ansvar som gruppleadare för att engagera och styra upp arbetet, då den sommarjobbade personalen ibland hade begränsade kunskaper om Pride eller hbtq-frågor.

KANALER FÖR ATT NÅ FLER VOLONTÄRER

- *Hemsida och sociala medier.*
- *Kontakta idrottsklubbar och ungdomsförbund.*
- *Samtala med kommunen.*
- *Hitta sommarjobbare från kommunen.*
- *Göra skillnad på volontärer och funktionärer (volontärer jobbar ideellt och funktionärer får lön av kommunen).*

Demokrati

Engagemang bygger på delaktighet, inkludering och demokrati. Titta till exempel på den här jämförelsen av

olika ledarskapsstilar. Vilken typ av ledare vill ni vara?

	Auktoritär ledarstil	Anarkistisk ledarstil	Demokratisk ledarstil
Ideal	generalen	den osynlige	reseledaren
Subjekt	jag	vem som helst	vi
Beslut	ni ska	nån borde	hur ska vi
Sätt	chef	vem som helst	ledare
Inflytande	auktoritärt	passivt	auktoritet
Öppenhet	exkluderande	passiviserande	inkluderande

Alla har vi varit med om dem; galet sega möten som pågår i evighet i ett rum utan syre. Bara en liten del av gruppen pratar, men de kan å andra sidan prata nästan hur länge som helst. När mötet är slut släpar man sig därifrån med tunga steg och frågar sig: ”Varför gör jag det här när jag inte ens får betalt för det?”

Misströsta inte, genom enkla övningar kan diskussioner och möten både bli mer jämställda och kreativa.

Det handlar om att låta alla få utrymme att synas och höras, men också om att komma fram till bättre resultat, ha roligare och mer tids-effektiva möten.



TIPS FÖR DEMOKRATI

- Sätt maxgränser för hur långa talinlägg och kommentarer får vara. Utse någon som är ansvarig för att tidsangivelserna följs.
- Använd någon form av talarlista där en person är ansvarig för att skriva ned talarna, kontrollera ordningen och fördela ordet.
- Bestäm sluttid, dagordning och mötesordning innan mötet startar och var noga med att följa de föreskrifter som ni enats om.

Det är viktigt att avsätta fasta tider för kaffe och bensträckare. Det är avgörande att alla är överens om att tidsangivelserna sedan följs. Detta för att undvika störningar då avbrott medvetet eller omedvetet kan besvära och distrahera talare och övriga deltagare.

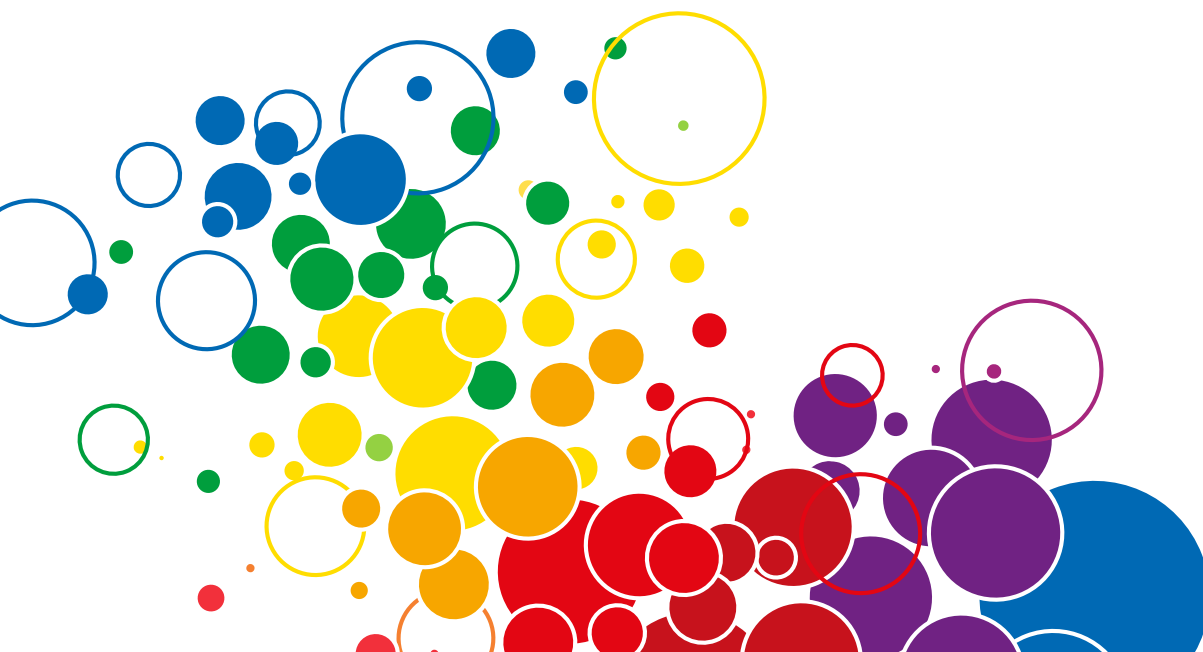
Det ska finnas en ansvarig som håller god stämning på mötet genom att till exempel se till så att individuella önskemål om könsneutrala pronomen används samt föreslå bensträckare när det behövs och så vidare.

RUNDOR

Ett sätt att inleda möten kan vara med en personlig runda för deltagarna. Där får de möjlighet att berätta om de har en migränattack på gång, ett sjukt barn som skrikit hela natten eller en jobbig deadline. Rundan är ett sätt att öka förståelsen för varandra och samtidigt få deltagarna att landa i mötet.

Under personliga rundor talar en person i taget. Låt varje person

få sin minut eller sina fem minuter i lugn och ro. Det finns ingen tidsgräns, ett enkelt ”jag mår bra” fungerar lika bra som en lång utläggning om migränattacken. Om det är svårt att få gruppen att respektera rundan kan ett föremål användas – en boll, whiteboardpenna eller något annat. Bara den som håller i föremålet får prata.



OLIKA FORMER AV RUNDOR

Rundor kan också användas i andra delar av mötet. Ta en runda och låt alla säga sina instinktiva tankar om en fråga. Man kan också be alla att skriva ner sina instinktiva tankar på en lapp. Det ökar sannolikheten att man inte påverkas av varandra och säger samma saker. Diskutera en stund fritt efter rundan. Avsluta med ytterligare en runda.

Rundor går till så att alla sitter så att man kan se varandra. Ni bestämmer ett ämne som ni ska prata om, exempelvis att brainstorma kring nästa arrangemang. Sedan får var och en i tur och ordning prata, utan att bli avbruten. På det sättet kommer allas tankar med oavsett vana att prata inför en grupp. Man får en bra överblick över vad hela gruppen tycker.

TALPINNE

Att skicka runt en talpinne är ett sätt att visa att den som håller i föremålet inte får bli avbruten. När du talat färdigt lämnar du föremålet till nästa person i ordningen. Variera vart rundan börjar om ni kör

flera gånger. Första personen sätter ofta nivån på rundan. Säger du tre ord säger ofta nästa person tre ord också. Som ledare kan man i första rundan visa på att det får ta tid.

LINJE

Att låta deltagarna placera sig på en linje kan användas för att värdera förslag. Linjen går ut på att värdera förslag – ena änden tycker att

förslaget är lysande, andra att det är en katastrof och däremellan finns utrymme för en gradskala.

BRAINSTORMING

Brainstorming används som ett sätt att starta diskussioner. Under en brainstorming är syftet att få fram så många idéer som möjligt, skapa kreativ energi och kunna tänka friare. Det finns några riktlinjer att använda sig av:

1. Ha en tidsbegränsning.
Håll det snabbt och kreativt.
2. Kommentera inga idéer. Samtalsklimatet ska vara öppet och fritt – börjar man diskutera idéer så lägger folk band på sig, tempot stannar upp och lite av syftet med brainstorming försvinner. Diskutera efteråt istället och stryk galna förslag.

OPEN SPACE

Den här metoden bygger på självorganisering. Arrangörerna har ett övergripande tema och deltagarna kan utifrån det sätta agendan. Diskussioner sker i mindre grupper, exempelvis vid bord med stora papper på, och syftet är att alla ska få diskutera frågor som just de brinner för.

Om du inte får ut något av en diskussion eller bidrar till den går du till en annan punkt. Du är också fri att starta egna diskussioner på egna ämnen. Resultatet från diskussionerna skrivs ner och efteråt kan man prioritera mellan alla idéer som kommit fram och skapa en handlingsplan eller forma arbetsgrupper.

PÅVERKANSTORG

Påverkanstorg är ett alternativ där det inte finns någon talarstol. Istället lyfts varje beslutspunkt på dagordningen

ut för diskussion på en fysisk plats i rummet. Efter diskussionerna tas besluten gemensamt i en större sal.

SPEAKERS CORNER

Skapa ett ställe, där alla kan komma till tals, genom att ordna öppna hörn eller en öppen scen där vem som helst får sprida sitt budskap.

CAFÉPEDAGOGIK

Deltagarna diskuterar under informella former olika valda ämnen, ofta en fråga per bord. Placera ut färgglada pennor och låt grupperna diskutera och anteckna direkt på dukarna. Låt alla gå runt som de vill fritt eller be

dem byta till valfritt bord efter en viss tid. Denna pedagogik kan öppna upp för kreativitet och fånga en stämning som råder på ett café. Avsluta gärna med en vernissage där resultatet sätts upp på väggarna.

LAPPAR PÅ VÄGGEN

Ett sätt att göra mötesanteckningar roligare är att låta deltagare doku-

mentera sina egna idéer och/eller diskussionen på väggen.

VEM HÅLLER I PENNAN?

Vid brainstorming och mötesanteckningar – se till att inte samma person får sitta med pennan varje gång och inte samma person pre-

senterar förslag och sammanfattar diskussioner. Växla vartannat möte eller varannan diskussion.

TIPS FÖR INKLUDERANDE MÖTEN

- *Mårundor*
- *Pronomenrundor*
- *Trevlig miljö*
- *Gott om pauser*
- *Kom i tid*
- *Ha jargongombud /stämningsunderlättare*
- *Utvärdera varje möte*
- *Förbestämda föredragare*
- *Ordet fritt, talarlista, rundor, bikupor, brainstorm*
- *Tidsbegränsning*
- *Håll dig till ämnet*
- *Se varandras styrkor*
- *Bejaka varandras initiativ*
- *Föreningen är summan av kompetensen*
- *Våga bolla och delegera för att inkludera*
- *Gläds åt det ni orkar och anpassa efter att fler ska kunna vara delaktiga*

HÄRSKARTEKNIKER

Härskartekniker kan vara allt från kommentarer till kroppsspråk. De används ofta av majoritetsgruppen, alltså de som utgör normen i en grupp, men alla kan bli utsatta eller utsätta andra för härskartekniker.

De olika teknikerna används ofta tillsammans, därför kan det vara svårt att tala om dem som separata företeelser. Däremot är det viktigt att kunna identifiera beteendet för att sedan ha möjlighet att motverka det.

Härskarteknikerna innefattar osynliggörande, alltså att vissa inte blir lyssnade på, eller inte tagna på allvar. Det kan visa sig till exempel genom att förslag inte tas upp till diskussion eller avfärdas direkt.

Centralt i mötessituationer är också **förlöjligande**. Det kan yttra sig genom att någons förslag avfärdas som extrema eller hånas.

Undanhållande av information kan till exempel visa sig genom att man inte får ta del av dagordningen eller genom att beslut tas utanför själva mötena.

Påförande av skuld och skam handlar om att få någon att själv anklaga sig själv för fel.

Dubbelbestraffning kallas det då alla möjliga val i en situation är fel, alltså när det är inte möjligt att välja rätt.

Objektifiering handlar om att behandla andra som objekt genom att låta dem förstå att de bara har ett värde genom vad omgivningen tycker. Detta kan ske exempelvis genom att man får kommentarer för sitt utseende. Närliggande är också **sexuella trakasserier**, att sexualiseras verbalt eller fysiskt.

Tolkningsföreträde låter den

normgivande gruppen definiera vilka som är viktiga frågor. Detta kan visa sig genom förminskande, att försöka få en fråga att framstå som oviktig.

Total omkastning syftar på att ett problem vänds upp och ner för att skapa osäkerhet kring huruvida problemet faktiskt är ett problem. Exempel på detta kan vara hur frågor om till exempel jämställdhet kan vändas till att det faktiskt finns män som får mindre lön än kvinnor. Till detta hör också blockering genom så kallade **”mördarfraser”** som exempelvis ”det finns inga pengar”, alltså en utsaga som sätter slutgiltig punkt för en diskussion. Det finns också tillmötesgående motstånd, att någon verkar hålla med om ett förslag, men att det sedan inte händer något.

Stereotypisering kallas det när en individ blir förminskad genom att anklagas för att vara stereotyp och därmed inte värd att tas på allvar.

Till härskarteknikerna hör också **våld** eller **hot om våld**.



HANTERA HÄRSKARTEKNIKER

Det bästa tipset för att hantera härskartekniker är att benämna dessa så fort de kommer upp och att inte låta dem passera. Om man tar upp

det som händer i rummet direkt är det mindre risk att frågan växer sig stor och ohanterlig.

EXEMPEL:

”Nu kallade du X för ”lilla gumman”, det uppfattar jag som ett förminskande av henne. Hur tänker du om det?”

”Nu känns det som att alla inte har fått all information här, X, kan du börja från början och uppdatera alla om vad som har hänt fram tills nu?”

”Nu har Y pratat väldigt mycket om detta och det känns som att det finns fler åsikter i rummet som inte har fått komma upp. Du har inte sagt så mycket ännu, X, hur tänker du kring denna fråga?”

Det viktigaste sättet att motverka härskartekniker är att försöka att använda främjartekniker i så hög utsträckning som möjligt. Alla i en grupp har ansvar för att få en

bra stämning i gruppen, men om det inte fungerar är det viktigt att ordförande tar sitt ansvar och agerar på ett vuxet och konstruktivt sätt för att få gruppen att gå framåt.

FRÄMJARTEKNIKER

Till främjartekniker räknas synliggörande genom att låta alla ta plats och säga sin mening.

- Upphöjande, att lyfta fram varandras prestationer.
- Informerande, att alltid sträva efter att alla ska få samma information.
- Hänsynstagande, att ta hänsyn till olika individers livssituation och förmåga.
- Avlastning, att alltid fördela

uppgifter efter förutsättningar med avsikt att hjälpa varandra.

- Subjektifiering, att låta personer stå för sig själva och inte dra onödiga slutsatser om någon.
- Bejakande, ett medvetet förhållningssätt där alla idéer tas på allvar och inget avfärdas utan motivering.
- Bryta mönster, till exempel genom att låta alla prova nya uppgifter eller utveckla nya mötestekniker.

KONFLIKTHANTERING

För att vårda engagemang är det viktigt att vara förberedd på både externa och interna konflikter.

Ta fram en plan för att agera om någon blir kränkt eller diskriminerad i er festivalorganisation. En variant är att utöka planen till en konflikthanteringsplan. Gå igenom vad som kan hända och utforma en strategi för hur ni hanterar det.

En vanlig orsak till konflikt i ideella organisationer är att någon säger att den ska göra något och sedan inte gör det. Första steget att förebygga detta är att ni skapar en kultur där det är okej att tacka nej till uppgifter, att delegera eller hoppa av dem utan risk för utskällning och vedergällning.

Det är viktigt att folk vågar säga ifrån om de inte hinner eller orkar, så de inte istället väljer att försvinna från organisationen. Om situationen uppstår, fråga varför personen inte

har gjort det som den har åtagit sig att göra och om det finns någonting ni kan stötta upp med.

Det finns ofta många viljor och särskilt när aktivismen kommer från ett personligt engagemang. Tänk på att alla engagerade aktivister förhåller sig till olika normer och använd gärna aktiv validering och empati för att bemöta varandra i konflikter.



NON VIOLENT COMMUNICATION

Non Violent Communication, NVC, kan vara ett användbart verktyg för att förebygga och hantera konflikter. NVC utgår från att vi inte alltid är medvetna om våra känslor, önsknin-
gar eller behov utan har lärt oss att klassificera oss själva och andra utifrån de normer som dominerar den kultur de lever i. Vi behöver därför utgå ifrån att det människor uttrycker inte handlar om att de försöker vara elaka utan att de har ett genuint grundläggande behov som de behöver få tillfredsställt. Kommunikationen innehåller fyra delar:

- Observera: Vad kan du, förutsättningslöst, observera om situationen? *“Jag hör att du säger att diskmaskinen är full.”*
- Uttryck hur du känner *“När du säger det känner jag mig ledsen.”*
- Vilka behov jag har *“Jag har behov av att bli sedd.”*
- Mina önskemål konkret och positivt *“Kan du...”*
- Uttryck empati *“När du [ser, hör, etc] ...känner du dig då...för att du behöver... [och skulle du vilja...?]”*

GRUPPENS FULLA POTENTIAL NÅS VID:

- Tydlig målsättning, alla drivs av sin egen vilja att nå gruppens mål.
- Tydlig ansvarsfördelning.
- Ingen fastnar i en roll utan alla kan och får uttrycka sina känslor, behov och åsikter. Olikheter accepteras.
- Konflikter och konfliktlösning är en del av arbetet.
- Tydliga beslut fattas.
- Kontinuerligt arbete med gruppen för att skapa trygghet, tillit och öppenhet.
- Gruppen utvärderar sitt arbete och kan vara självkritisk (lärande organisation) utan att utse syndabockar.

Tips: Ha *Prideföräldrar* på er festival: en person eller en grupp som jobbar med att ta hand om andra i

sin vardag och som kan ta hand om de funktionärer som behöver åka till doktorn eller är ledsna.

Mångfald

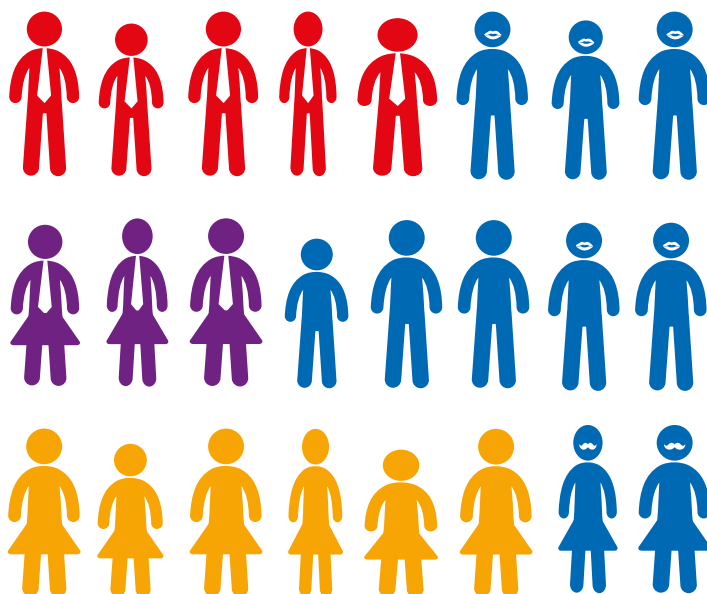
En viktig del av att jobba med inkludering och mångfald är att synliggöra och ifrågasätta de normer som finns.

NORMER

Normer kan beskrivas som osynliga regler för vad som är rätt och fel. Vanligtvis synliggörs normativa ordningar först när någon bryter mot dem. En heterosexuell cis-person behöver inte komma ut, eftersom heterosexualitet ses som något självklart. Det finns också normer för kroppen och hur den förväntas se ut och fungera. Vi förväntas till exempel kunna gå, tala och se, och det är

inte förrän någon som inte kan detta engagerar sig som det blir tydligt att verksamheten inte varit tillgänglig för alla och kan behöva förändras.

Att undersöka och bli medveten om vilka normer och strukturer som påverkar den egna föreningen är ett steg på vägen till ett mer demokratiskt hbtq-samhälle. Att jobba praktiskt, både internt och externt, med frågan är nästa steg.



MÅNGFALD OCH INTERSEKTIONALITET

Att arbeta för mångfald handlar om att arbeta för att alla, oavsett ålder, könsidentitet, könsuttryck, sexuell läggning, trosuppfattning, funktionalitet, hiv-status eller etnicitet, ska ha samma rättigheter och skyldigheter.

I samhället finns normer för hur vi ska bete oss och se ut och som påverkar hur vi kan utforma våra liv och de val vi gör. Normer är kopplade till makt och till status. De som bryter mot normen uppfattas ofta som avvikande och onormala. Ofta är normer osynliga till dess att någon bryter mot dem, då blir de väldigt synliga och den som bryter riskerar att bli bestraffad på olika sätt, med blickar, osynliggörande, kommentarer eller till och med våld. Normer kan ändras och är olika i olika sammanhang.

Intersektionalitet är ett perspek-

tiv som används för att studera hur olika maktordningar hänger ihop med varandra och hur olika identiteter skapas som resultat av exempelvis religiositet, kön, sexualitet, klass och ålder. Hur de olika aspekterna hänger samman ser olika ut beroende på person, grupp och sammanhang.

Att maktordningar samverkar synliggörs till exempel när föreställningar kring sexualitet och könsuttryck kopplas samman. Att en kille som uppträder feminint automatiskt antas vara bög är en sådan föreställning. Ett annat exempel på hur olika maktordningar samverkar är hur fördomar kring religion eller etnicitet kan göra att en person antas vara heterosexuell eller homofob.

När olika maktordningar samverkar går en viktig poäng förlorad om de isoleras från varandra.

“Att maktordningar samverkar synliggörs till exempel när föreställningar kring sexualitet och könsuttryck kopplas samman. Att en kille som uppträder feminint automatiskt antas vara bög är en sådan föreställning.”



DISKRIMINERINGSGRUNDERNA

Det finns sju diskrimineringsgrunder och de är kön, könsöverskridande identitet och uttryck, etnisk tillhörighet, religion eller annan trosuppfattning, funktionsvariation, sexuell läggning och ålder.

Normer kring **kön, könsöverskridande identitet** och **sexualitet** hänger ihop. I samhället finns en heteronorm som utgår ifrån att det finns två kön, att de är varandras motsats och att de attraheras av varandra. I denna struktur ingår också att det som definieras som maskulint värderas högre än det som definieras som feminint.

Det kan vara värdefullt att tänka över vilken sorts könsuttryck och sexualitet som är norm inom föreningen. Det kanske inte ser ut som i resten av samhället, men kan trots det vara normerande. Grupper som enligt tidigare undersökningar lätt kommer i skymundan är till exempel bisexuella och transpersoner.

Fördomar gällande **ålder** kan leda

till att yngre inte förväntas ta lika stort ansvar eller kunna handla lika rationellt som äldre, vilket kan leda till att de yngre i en organisation inte får lika stort inflytande eller utrymme. Det kan också vara så att de äldre har svårt att göra sina röster hörda om de flesta är yngre i föreningen. Begrepp som etnicitet och kultur används också ibland för att förklara människors beteenden, samt rättfärdiga människors olika möjligheter i samhället.

Precis som att fokus inom hbtq-rörelsen har gått ifrån att fokusera på hbtq-personer och varför vi bör ”tolereras” till att fokusera på heteronormen så har normer kring vithet börjat diskuteras. Man har börjat prata om ”vithet” och ”svenskhet” som en maktposition, genom att granska de fördomar som finns angående **etnicitet** och kultur. Genom att kritiskt granska ”vithet” kan man lättare förstå de förtryckarstrukturer som formar samhället

genom att utgå ifrån och synliggöra normen, istället för att granska särskilda grupper. Ett exempel på hur man kan göra detta är att man istället för att fråga sig varför vissa grupper inte finns representerade inom organisationen, undersöka hur den egna verksamheten ser ut och vilka den främst riktar sig till.

Med **funktionalitet** menas de normer som finns för kroppen. Vi förväntas exempelvis kunna gå i trappor, läsa, tala och gå. Om någon inte uppfyller dessa normer kan lätt ett maktförhållande skapas, genom att en person behöver assisteras av någon annan. Genom att ha lokaler anpassade för allas behov kan detta skapade maktförhållande undvikas.

Religion, eller livsåskådning är också något som grupperar människor och kan beroende på sammanhang ge oss privilegier eller sänker vår status. Normerna som kringgär-

dar detta kan också skapa stereotyper vilket kan leda till diskriminering.

Det finns starka samhälleliga förväntningar på att normavvikare ska passera i enlighet med normen i övrigt. Detta leder exempelvis till att det är lättare för omgivningen att förhålla sig till en vit man som identifierar sig som homosexuell än till en homosexuell transperson, som inte är född i Sverige och som sitter i rullstol. I det sammanhanget blir alltså heteronormen ännu starkare för den person som redan står utanför normen.

Om man är medveten om ovanstående strukturer och hur de påverkar oss i det dagliga livet har man kommit en bra bit på väg i sitt mångfaldsarbete! Nästa steg är att ta reda på hur man kan jobba inom organisationen för att ändra normer och motverka diskriminering, vilket kommer att tas upp senare i texten.

DE SJU DISKRIMINERINGSGRUNDERNA:

- *Kön*
- *Könsöverskridande identitet och uttryck*
- *Etnisk tillhörighet*
- *Religion eller annan trosuppfattning*
- *Funktionsvariation*
- *Sexuell läggning*
- *Ålder*

HUR SER DET UT I DIN ORGANISATION?

Det första steget i ett mångfaldsarbete är att ta reda på hur det ser ut i den egna verksamheten. Frågor man kan ställa är till exempel, vad har vår grupp gemensamt, vad tas för givet och vilka normer och värderingar finns hos oss?

Ett sätt att närma sig dessa frågor är att diskutera dem, i styrelsen

eller med medlemmarna. För att bli medveten om strukturer och normer kan RFSL Ungdoms material BRYT! vara en ingång som ni kan ladda ner gratis här www.rfslungdom.se/webbshop/bryt. Att jobba normkritiskt är en bra utgångspunkt, eftersom det ställer en själv och ens egna värderingar i fokus.

NÅ EN BRED MÅLGRUPP

När ni har kartlagt vilka som är medlemmar och aktiva hos er, och vilka som inte är det, kan man börja

göra riktade insatser för att nå nya målgrupper, eller ändra sin verksamhet för att inkludera flera.

TIPS FÖR ATT NÅ NYA MÅLGRUPPER

- *Samarbeta med andra föreningar, till exempel Scouterna, PRO, Unga synskadade, Sharaf hjältar.*
- *Hitta nya platser och plattformar för information och affischering.*
- *Anordna aktiviteter, till exempel. föreläsningar och temadagar, som riktar sig till alla men som tar upp vissa specifika frågor.*

TILLGÄNGLIGHET OCH INKLUDERING

För att så många som möjligt ska kunna delta på lika villkor oavsett förutsättningar är det viktigt att tänka igenom frågor som rör tillgänglighet och inkludering.

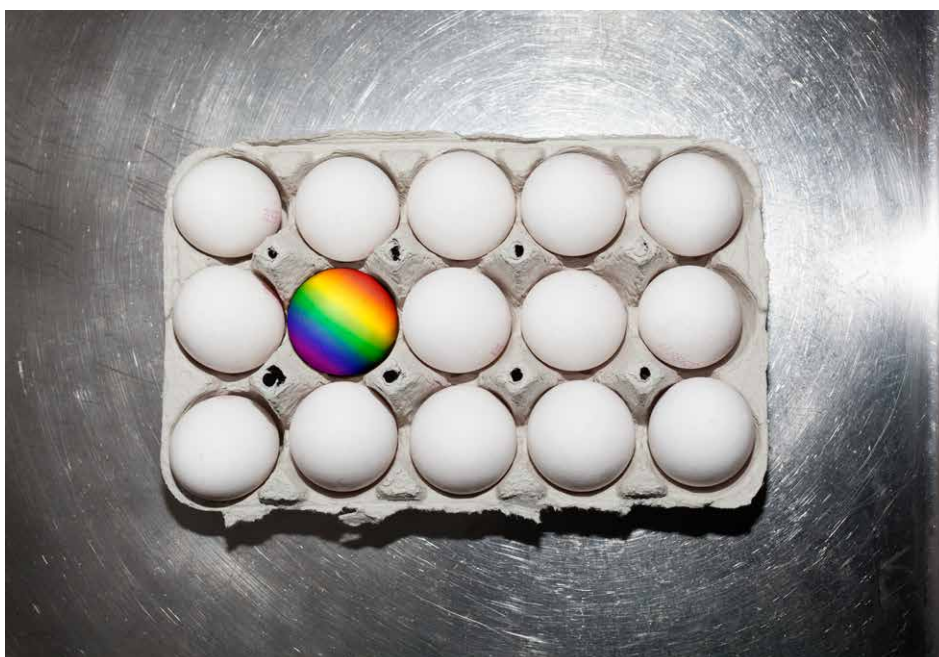
En början är att titta igenom det material man har och undersöka vilka som syns på bilderna. Hur de som porträtteras ser ut, vilken ålder, storlek, kön och så vidare sänder ut signaler om vilka festivalen vänder

sig till. Vilka som är ”vi” i texten talar också om vilka man riktar sig till. Be en utomstående att läsa igenom texten, för att ge input kring vem texten tilltalar och vem den eventuellt exkluderar.

Man kan se över vilka språk materialet finns tillgängligt på. Kanske finns det möjlighet att översätta texterna. Se till att språket på hemsidan och i annat material är lättläst.

TEXT OCH BILD

- *Skriv inkluderande, välstrukturerade texter.*
- *Dela gärna info om festivalen på engelska, lättläst svenska samt i större typsnitt.*
- *Se över vilka bilder som används och vem som porträtteras.*



TILLGÄNGLIG TEXT

- *Text.* Lägg det viktigaste i texten först, skapa struktur med rubriker, ingress och stycken. Förklara svåra ord och komplexa begrepp. Undvik förkortningar och intern jargong. Försök förstå den som ska läsa texten. Korta ner texter så mycket det går.
- *Teckensnitt.* Välj ett enkelt och tydligt teckensnitt för löptext. Fet stil är bättre för att markera text än kursiv.
- *Teckenstorlek.* Välj tillräckligt stor teckenstorlek. För löpande text är ofta 12 punkter lämpligt beroende på vilket teckensnitt som används.
- *Radavstånd.* Radavståndet brukar generellt vara två punkter större än teckenstorleken.
- *Radlängd.* Kortare rader är lättare att överblicka än längre, men de får inte vara för korta.
- *Bilder.* Om bilder används bör de ha god skärpa och kontrast.

HEMSIDAN

Hemsidan är oftast relativt billig att göra tillgänglig och inkluderande. Försök att använda ett enkelt och tillgängligt språk, om en engelsk version är möjligt är det bra. Ange på hemsidan hur tillgängligheten i er lokal är för besökare.

En tillgänglig hemsida för

synnedsatta är överskådlig och lättorienterad. Försök att göra sidan konsekvent i upplägget, så att det blir lätt att navigera på den. För att underlätta är det viktigt att namnge knappar och titulera editfält, det vill säga fält där man kan fylla i saker.

HEMSIDAN, TÄNK PÅ:

- Att ha alttexter som kort beskriver eventuella bilder.
- Att länka tillgängligt, skriv ut länken så att läsaren enkelt förstår vart den leder och ange format.
- Namnge grafiklänkar och edit-fält.

Många synnedsatta använder skärmläsningsprogrammet *Jaws* som gör texten på skärmen till syntetiskt tal och punktskrift på en punktdisplay. På en bra kodad sida kan man med hjälp av Jaws orientera efter rubriker och fält med mera.

Att göra en tillgänglig sida handlar alltså mycket om att man namnger eventuella grafiklänkar, knappar, ra-

mar, fält och så vidare med bra och begripliga namn. Det är även viktigt att man använder de olika rubrik-lägena korrekt. Tänk även på att ha bra kontraster.

Man kan även välja ut en del av hemsidan och spela in på teckenspråk, för att ytterligare tillgängliggöra sidan. *Sveriges Dövas Riksförbund* har ett bolag som gör sådana filmer.

FÅ HJÄLP OCH STÖD:

- Funka.se
- Synskadades riksförbund har tips på sin hemsida www.srfriks.org
- Läs mer om lättlästa texter www.lattlast.se
- Sida om tillgängliga hemsidor från USA:s regering www.usability.gov

LOKALER

Det kan vara dyrt att göra om befintliga lokaler, men vissa åtgärder kan man göra utan stora kostnader. Dessa råd är bra att följa om man ska skaffa nya lokaler eller hyra lokaler för enstaka arrangemang:

- Att alla dörrar är tillräckligt breda för rullstol och att trösklarna inte är för höga. Extra bra är det om dörrar går att öppna automatiskt.
- Att hissar i lokalen ska kunna rymma en stor rullstol samt en assistent. Utrymmet utanför hissen bör vara så pass stort att man med lätthet kan vända med rullstol. Helst ska hissdörren gå att öppna automatiskt.
- Att nödlarm både kan ses och höras, till exempel brandlarm med blinkande lampor.
- Att det för varje trappa antingen finns hiss eller ramp.
- Att det nedersta och översta trappsteget kontrastmarkeras, vilket är en markering mellan mörka och ljusa ytor, samt att trappan har ledstång.
- Att kontrollera ifall det finns andra ytor som ska kontrastmarkeras.
- Att det finns tydligt utsatt var i lokalen det finns teleslinga (om det finns) samt hur man hittar tillgängliggjorda toaletter.
- Att det finns tillgängliggjorda toaletter, både med hänsyn till storlek och till läge.
- Att toaletterna är könsneutrala och inte uppdelade i herr – och damtoaletter. Toaletter med pissoar kan märkas ut så att alla har möjlighet att välja om de vill besöka den eller ej.
- Att det finns tydliga riktlinjer för var rökning är tillåten.
- Att det i rum med fasta sittplatser finns plats för rullstol varifrån man kan se och höra bra.
- Att all utrustning, till exempel mikrofonstativ, ska kunna användas av alla oavsett funktionalitet.
- Att det finns ett ställe där en teckentolk kan stå och synas bra vid evenemang i större lokaler.
- Att tänka på att lokaler med mycket eko och slamrig akustik inte passar för personer med syn- eller hörselnedsättningar, dämpa gärna med tyger.



UTÅTRIKTADE AKTIVITETER

För att skapa evenemang som är tillgängliga för alla är det viktigt att lokal och material inte verkar exkluderande.

Samhället är uppbyggt efter ideal som riskerar att verka funktionshinder och där förväntningarna bland annat är att vi ska kunna se, höra, gå, läsa och skriva. Utan aktivt arbete riskerar utformningen av lokaler att exkludera vissa samtidigt som andra får ett maktöverläge, till

exempel genom att vara i position att kunna hjälpa någon annan. I dessa riktlinjer används begreppet tillgänglighet i en bred bemärkelse, som innefattar kön/könsidentitet/könsuttryck, ålder, funktionalitet, livsåskådning/trosuppfattning, etnicitet, klass och sexualitet.

För att säkerställa tillgänglighet är det bra om det finns en ansvarig som följer upp och utvärderar.

INBJUDAN

Det är bra om det redan i extern kommunikation och inbjudningar framgår att det vid behov kan ordnas språktolk, teckenspråk – eller syntolk, teleslinga (en ljudförstärkare för hörapparat) samt att man undersöker vilka kostvanor och aller-

gier deltagarna har. Det bör framgå om material finns att tillgå i alternativa format, till exempel punktskrift, och på andra språk. Det bör också framgå vilka typer av mat som finns, till exempel. vegansk, vegetarisk, halal och allergianpassad.

DELTAGANDE

För att underlätta för så många som möjligt är det bra om evenemang i största möjliga mån är kostnadsfria

eller att reseutjämning används. Tänk på att se till så att variera geografiskt var evenemang arrangeras.

MEDVERKANDE

Tänka på att eftersträva en spridning vad gällande erfarenhet. Talare och föreläsare ska informeras om vikten av att använda mikrofon

samt vikten av att läsa upp den text som presenteras på overhead eller i Power Point. Visas film bör den vara textad.

FORMER FÖR DIALOG

Använda olika metoder för att möjliggöra samtal och dialog. Sträva efter att de övningar och aktiviteter som genomförs ska gå att anpassa

efter allas behov oavsett funktionalitet. Planera deltagardemokratins så att alla får möjlighet att delta aktivt.

SÄKERHET

Skaffa insyn i utrymningsplanen för byggnaden samt kontrollera att det finns riktlinjer för utrymning av

personer med olika funktionsvariationer. Planera inför krishantering och olycksfall.

UTVÄRDERING

Ge deltagarna en möjlighet till anonym utvärdering efter genomfört arrangemang. Genomför en utvärdering

av tillgängligheten samt vems frågor som hamnade på agendan och vad som hamnade i skymundan.

BRED REPRESENTATION

Representation på olika vis är viktigt eftersom det handlar om makt och om vilka som får synas och representeras i det offentliga rummet. Det finns flera organisationer som

en festivalarrangör kan kontakta och få hjälp av om man vill jobba mer med sin mångfald, jämställdhet och representation.

SÖK STÖD FÖR BRED REPRESENTATION

- *Rättviseförmedlingen*
- *Inferfem*
- *Jämställdfestival*
- *Nätverket 50/50*
- *Ladyfest.se*

MÄT REPRESENTATION

1. *Personer/huvuden/antal involverade människor, exempelvis hur många tjejer respektive killar är vi i vår arrangörsgrupp?*
2. *Pengar/ersättning/lön/resurser, exempelvis vilka får ersättning för arbetet de gör? Vem får åka på utbildning?*
3. *Makt/status, exempelvis vem står överst eller störst på affischen? Vem är ordförande?*

“Artister, föreläsare och konferenciärer. Representation av hela målgruppen ska eftersträvas med hänseende till alla aspekter såsom social bakgrund, etnisk tillhörighet, trosuppfattning eller annan personlig övertygelse, funktionalitet, ålder, kön, könsidentitet, könsuttryck, sexuell läggning, sexualitet eller hivstatus.”

Antagen värdegrund om representation, Luleå Pride

JOBBA STRUKTURERAT MED INTERNA NORMER

Det finns flera utbildningar och studiecirkelmateriel för att arbeta med era egna interna normer till exempel Tankebanken.se och Scouternas “Fem steg”-program.

Föreningen

För den pridearrangör som väljer att organisera sig som en ideell förening, vilket är den vanligaste formen

av organisation, är det bra att ha koll på grundläggande föreningskunskap.

- **Medlemmar** – all makt utgår från medlemmarna, utan medlemmarna finns ingen förening
- **Årsmöte** – högsta beslutande organ, medlemmarnas vilja
- **Stadgar** – föreningens ”lag”
- **Styrelse** – förvaltar medlemmarnas vilja mellan årsmötena



STADGAR

Föreningens stadgar är föreningens regler och de måste följas. I stadgarna finns det uppräknat vad föreningen ska arbeta med och för vilka och (oftast) på vilket sätt. Att aktivt bryta mot stadgarna är allvarligt och kan resultera i att styrelsen inte får ansvarsfrihet och/eller inte blir omvald.

Att inte bli beviljad ansvarsfrihet innebär att föreningen kan komma att kräva skadestånd eller på annat sätt kräva ansvar om föreningen lidit skada av styrelsens handlande. Stadgarna brukar ge ett visst handlingsutrymme till styrelsen.

MÖTEN

De möten som vanligtvis finns i en förening är årsmöte, medlemsmöte och styrelsemöte. Styrelsemötet är beslutande inom det handlingsutrymme som stadgarna och årsmötet gett till styrelsen. Medlemsmötet har per automatik ingen beslutande roll över styrelsen, utan kan fungera mer som en informations/diskussionsskanal mellan styrelse och medlemmar, men detta är upp till varje förening att avgöra i sina stadgar.

Ett möte måste vara väl förberett. Kalla till mötet i god tid och på ett sätt som en säkert vet när alla. Vem som kallar är upp till styrelsen att

avgöra men oftast är det ordförandens ansvar. Skicka helst då med en dagordning så att de som ska besluta hinner tänka lite på de olika frågorna. Skicka gärna med underlag i form av vad det är som ska beslutas, varför och vilka konsekvenser ett beslut (eller inget beslut) leder till. Det är också mycket bra att göra en tidssplanering för mötet och att berätta om denna så att alla vet när man kan avsluta.

Mötet ska struktureras så att alla hela tiden förstår vad det är man diskuterar och varför en diskuterar just detta.

ATT KOMMA ÖVERENS OM OCH TYDLIGGÖRA:

- *Hur ofta ska möten hållas?*
- *Hur långa de ska vara?*
- *Vilka får närvara? Vilka ska bjudas in?*
- *Hur bestäms datum och tid för mötet?*

VILKEN TYP AV MÖTEN KAN MAN HA?

- *Beslutsmöten (absolut vanligast för styrelse)*
- *Arbetsmöten*
- *Diskussionsmöten*

ATT BLI VALD

Förtroendeuppdrag är vad det låter som – ett val där man får ett förtroende att utföra vissa saker och/eller ha vissa ansvarsområden i föreningen. I huvudsak finns det olika typer av förtroendeuppdrag, att vara vald till styrelsen eller annat uppdrag. Oavsett uppdrag är det styrelsen som är ansvarig för att verksamheten genomförs på det sätt som årsmötet beslutar. För att kunna bli vald så måste man oftast vara

medlem i föreningen, det regleras i stadgarna.

De flesta förtroendeuppdrag är ideella (ej avlönade) och man kan när som helst avgå från ett förtroendeuppdrag. Om man vill avgå meddelar man detta skriftligen till föreningens styrelse. Dock är det en sista utväg, har du blivit vald på ett år är det rimligt att, om inget särskilt händer, du sitter kvar mandatperioden ut.



STYRELSEN – ETT LAG SOM ARBETAR FÖR FÖRENINGEN

Styrelsen utses av årsmötet och arbetar tillsammans för föreningens bästa utifrån vad årsmötet bestämt. De dokument som styrelsen måste arbeta efter är stadgar, verksamhetsplan och budget samt eventuella principdokument (reglementen om arvoden eller liknande). Man får såklart inte bryta mot gällande lag i verksamheten.

Fördelningen av ansvar och arbetsuppgifter är av föreningstradition fördelad på olika sätt. Egentligen är det

oviktigt vem som gör vad, så länge som allt utförs på rätt sätt. Styrelsen kan och bör beskriva vem som har vilket ansvar. Detta kallas att konstituera sig. Detta görs oftast på det första styrelsemötet efter årsmötet, som då kallas konstituerande möte. Efter att detta är gjort är det bra om ansvarsfördelningen sprids till medlemmarna till exempel via medlemsutskick, protokoll i föreningslokalen och/eller e-postutskick, så att alla vet vem man kan vända sig till.

Ordförande

Ordföranden har vanligtvis ett samlande, samordnande och övergripande ansvar. Ansvaret består oftast i att kalla till styrelsemöten, fungera som mötesordförande och att vara den som tillsammans med en annan person tecknar föreningens firma. Till detta kommer oftast också att vara den som företräder föreningen offentligt, till exempel i mediasammanhang. Om det finns en vice ordförande i styrelsen brukar ordföranden och vice ordföranden dela uppgifterna och ansvaret mellan sig. Dessa har nära kontakt och planerar och samordnar verksamheten inom föreningen. Det är viktigt att ordföranden inte tar på sig för mycket arbete i styrelsen själv, utan att uppgifter och ansvar delegeras och fördelas på alla i styrelsen.

Kassör

En kassör är den som vanligtvis har koll på föreningens ekonomi och ser till att föreningen håller budgeten. Kassörens uppgifter är vanligtvis att sköta bokföringen och göra bokslut, ta hand om föreningens avtal och skattedeklarationer, göra betalningar och att fakturera de som är skyldiga föreningen pengar.

Rimligt är också att kassören vid varje styrelsemöte har en genomgång av det aktuella ekonomiska läget, samt delar med sig av en skriftlig rapport om hur ekonomin ser ut i dagsläget. Det är viktigt att kassören inte blir sittande med allt som har med ekonomiska redovisningar och ansökningar till bidragsgivare, ekonomisk berättelse och bokslut att göra utan att styrelsen delar på det arbetet, samt att andra firmatecknare är involverade i arbetet. Kassören har ett viktigt uppdrag och behöver vara en person som har ordning och reda på papper och pärmar.

Sekreterare

Sekreteraren skriver protokoll på möten och ser till att kontrollera att beslut genomförts. Sekreteraren brukar också ansvara för att brev, information och inbjudningar behandlas korrekt. Den kan också ha ansvar för föreningens arkiv och skrivandet av utkast till verksamhetsberättelse.

Ledamot

En ledamot har oftast inte på förhand bestämd uppgift i styrelsen utan kan ha ansvar för delar av den övriga verksamheten, såsom fester, utåtriktad information, olika projekt eller för en arbetsgrupp.

Ersättare

En ersättare är en person som är vald att ersätta någon i styrelsen om denna inte kan delta i styrelsearbetet.

Vanligtvis förväntas ersättare delta vid alla möten för att hålla sig informerad om verksamheten. Ersättare har rösträtt i styrelsen bara då de ersätter någon ordinarie ledamot. Ersättare kallas ibland suppleant.

Adjungerade

Styrelsen kan utse en eller flera som adjungerande till styrelsen. Detta betyder att en eller flera personer bjuds in till styrelsemöten för att de är betydelsefulla för föreningen på något sätt och att styrelsen tycker att just dessa personers tillför styrelsen erfarenheter/kunskaper. Den som är adjungerad har formellt inte samma ansvar som någon som sitter i styrelsen och har aldrig rösträtt i styrelsen. Däremot har adjungerade precis som medlemmar närvarorätt, yttranderätt och förslagsrätt på de möten som styrelsen bestämmer.





ÖVRIGA FÖRTROENDEVALDA

Valberedning

En valberedning ska bereda val. Det betyder att de lämnar ett förslag inför val av styrelse, revisor och andra förtroendevalda. Valberedarna bör ta del av protokoll och andra handlingar för att få en uppfattning om hur arbetet fungerat men också aktivt söka personer som är lämpliga att väljas till förtroendeuppdrag. Att tala med alla som avgår och alla som är nominerade är det minsta man kan göra som valberedare. Därtill förväntas valberedare att skriftligt redovisa sitt förslag redan innan årsmötet.

En bra valberedare kan skilja på sak och person samt är opartisk. Personen ska därtill kunna vara tyst om saker som hen hör i sitt uppdrag och gärna ha ett brett kontaktnät i föreningen.

Revisor

En revisors uppgift är att granska. Granskningen består dels av hur styrelsen har arbetat och föreningen i stort har fungerat. Granskningen handlar dels om att kontrollera att alla gjort som de ska och inte har brutit mot lagar eller föreningens stadgar. För att göra detta ska en revisor ta del av protokoll.

Den största delen av revisionen är dock att gå igenom ekonomin för föreningen och där se att denna överensstämmer med kassörens redovisning, samt att inga oegentligheter förekommer. En revisor brukar också kontrollera att ekonomiska rutiner fungerar och kan kalla till extra årsmöte om saker och ting inte står rätt till. Revisorn ska, senast till årsmötet, framlägga en revisionsberättelse och där också rekommendera om den avgående styrelsen ska få ansvarsfrihet eller inte. Förslag ska också läggas om hur balans- och resultaträkningen ska fastställas eller inte.

EKONOMI

Styrelsen har det yttersta ansvaret för föreningens ekonomi.

Ekonomi är aldrig bara kassörens ansvar även om det är kassören som vanligtvis gör mycket av ekonomiarbetet. Därför är det viktigt att styrelsen har insyn i ekonomin och tar sig tid att sätta sig in i det. Styrelsen väljer firmatecknare och skriver delegationsordning.

Vanligtvis får firmatecknarna mandat att ta beslut om belopp upp till en viss summa (t.ex. 5 000 kr) och för summor utöver detta behövs styrelsebeslut, över e-post, telefon eller fysiskt möte. Styrelsen ska skriva verksamhetsplan och göra en budget över året som årsmötet får ta ställning till.

DELEGATIONSORDNING

En delegationsordning är ett dokument som antas av styrelsen där det framgår vem som får göra vad i föreningens namn. Det framgår hur stora summor som en firmatecknare själv får besluta om och hur stora summor det behövs styrelsebeslut på. Styrelsen kan också delegera firmateckningsrätt till projektledare

för vissa projekt eller till enskilda styrelsemedlemmar för ett begränsat uppdrag (ex. för att teckna mobilavtal). Man kan välja att firmatecknarna får ingå avtal och köpa in saker upp till en viss summa (ex. 10 000 kr) och att för högre summor måste man ha ett styrelsebeslut.

FIRMATECKNARE

Firmatecknare är personer som får skriva avtal för föreningen och som får tillgång till föreningens konton och tillgångar. Detta betyder att firmatecknarna är mycket viktiga för föreningens överlevnad och ekonomiska situation. En förening ska ha minst två stycken firmatecknare och alla ekonomiska transaktioner

ska godkännas av minst två av dessa firmatecknare. Det vill säga en person skriver in alla fakturor som ska betalas i internetbanken och sköter utbetalningar, och en annan person skriver på att hen har sett fakturorna och godkänner att de betalas. Vanligtvis är kassören tillsammans med ordföranden firmatecknare.



AKTIVITETSLISTA

En aktivitetslista/beslutsliggare är ett av många sätt att hålla reda på vem som fått vilket uppdrag och att lättare veta att det är utfört. Dokumentet är också en påminnelse om vilka beslut som inte är genomförda och vilka man har utfört och är ett dokument som uppdateras vid varje möte.

Beslutsliggaren bör innehålla följande uppgifter:

- Det datum då uppdraget delades ut
- Vem som har ansvaret för uppdraget
- När uppdraget ska vara utfört
- Vad uppdraget består av
- Var rapport ska lämnas efter att uppdraget är utfört
- Vilka resurser som finns för verksamheten

Ekonomisk styrning och uppföljning

Det är otroligt viktigt att kontinuerligt ha kontroll på in- och utgifter och se till att budget följs och att pengarna används på rätt sätt. Har ni lovat att ni ska använda pengar i ett projekt till att köpa in böcker för kan ni inte använda pengarna till att istället renovera er lokal, till exempel. Pengarna måste användas på rätt sätt, och de måste räcka till allt ni lovat i en ansökan att de ska räcka till. Därför rekommenderas att kassören inför varje styrelsemöte gör en översikt över detta och redovisar för styrelsen.

Kvitton och kontanter

Det är bra att i största möjliga mån undvika kontanthantering i föreningen, så det bästa är att en person kan lägga ut pengar som den sen får

tillbaks via överföring om någon ska göra utlägg för föreningens räkning. Det är viktigt att man sparar kvitton och gör ordentliga verifikationer av dem för att underlätta kassörens och revisorernas arbete.

Vid kontanthantering är det viktigt att två personer räknar pengarna och skriver under ett verifikat på hur mycket pengar som man fått in den kvällen. Om någon tar emot pengar kontant ska ett kvitto skrivas på hur mycket och varför och om någon betalar något kontant bör denna få ett ordentligt kvitto på sitt utlägg. Tänk på att inte låna mellan förening och privatperson och begränsa eventuella handkassor.

Numera är det lätt att fixa till exempel *iZettle*, som är ett sätt att göra billiga kortbetalningar via mobiltelefon eller dator, vilket kan underlätta och minimera användandet av handkassor.

Verifikationer

För allt som händer i föreningens ekonomi ska en verifikation finnas. En verifikation kan vara ett kvitto fastsatt på en kvittoredovisningsblankett, det kan vara ett utdrag från kontot på en insättning, det kan vara en skriven eller mottagen faktura. Dessa verifikationer ska samlas i original i en bokföringspärm. Om en bidragsgivare vill ha originalverifikaten är det viktigt att man gör vidimerade kopior som föreningen sparar i sin bokföringspärm.

Av verifikationen ska framgå när utlägget gjordes, varför, i vilket projekt, vem som lade ut pengar, vem/

vilka som sov/fikade/åt (om det gäller hotellkvitton eller mat). Resekostnader ska verifieras med originalbiljetter och här ska framgå vem som åkte var och varför.

Om en person har gjort ett utlägg som det inte finns kvitto för, exempelvis resa med egen bil, så kan någon av firmatecknarna skriva ett intyg på att denna person har gjort det utlägg som avses.

Huvudregeln är att det ska finnas kvitton på alla utlägg!

Fakturor

När föreningen utför en tjänst eller säljer en vara till någon är det viktigt att ganska snabbt efteråt skicka en faktura på utlägget. Ideella föreningar tar inte ut moms så det är viktigt att detta framkommer på fakturan.

Bokföring

Hur man för bok skiljer sig från förening till förening. Har man en stor ekonomisk ruljans och stora bidrag att redovisa kan det vara bra att anlita en bokföringsbyrå (glöm inte att ansöka om extra pengar för detta när ni söker bidrag). Annars kan man använda ett bokföringsprogram till exempel *SPCS*, en bokföringstjänst online eller en e-bokföring hos sin bank. För föreningar med mycket liten omsättning kan en lösning i *Excel* eller *Google Spreadsheets* fungera.

Hur man bokför är en för stor fråga för att beskriva här. Många studieförbund har kurser för kassörer som kan vara värda att hålla utkik efter om en kassör behöver stöd i sin roll.

Kostnadsställen, projekt och konton

Har man flera olika bidragsgivare och projekt är det viktigt att man i bokföringen kan följa vad som har hänt i de olika projekten eller med pengarna från de olika bidragsgivarna. Därför har man ett system med kostnadsställen, projekt och konton, istället för att enbart ha konton, som i mindre organisationer.

Ett kostnadsställe kan vara en övergripande kategori som innefattar en bidragsgivare, till exempel. Om föreningen har fått STI-medel kan detta vara ett kostnadsställe. Sedan kan en skapa projekt inom det kostnadsstället som beskriver vad en gjort

med pengarna så som *Colour of Love*, *Utbildningar* och *Föreläsningar*. Konton är sedan varje enskild utgift (eller inkomst) som att en utbildning kan ha många olika kostnader kopplade till sig så som föreläsararvoden, mat och dryck, boende, lokallhyra etc.

Ekonomisk oreda

Föreningar genomgår ibland perioder med dålig ekonomi, förskingring, slarv, minskade bidrag etc. När detta händer är det viktigt att vidta snabba åtgärder. Exakt vad man ska göra vid olika situationer är väldigt varierande och är för omfattande för att skriva om här, men tag omgående kontakt med RFSL så kan ni få hjälp.



Arrangemang



PLANERING

När det är dags att planera själva festivalen finns det ett antal fiffiga metoder och planeringsverktyg som ni kan använda er av för att få det viktigaste på plats, identifiera uppgifter och skapa en tidsaxel för arbetet.

Årsplan

En årsplan är väldigt bra att ha. För varje år kan man lära sig nya saker som alltid behöver göras och lägga in dem i årsplanen för att få rutin på det. Ett årshjul eller en mer linjär årsplanering går lika bra. Skriv in saker som när varje bidragsansökan ska in, vilket ofta är på hösten året innan bidragsperioden. Var ute i god tid så ni inte missar någonting. En gemensam kalender kan också vara ett alternativ.

Ansvarsfördelning

Prata ihop er i god tid kring hur ni siktar på att lägga upp arbetet, för att kunna planera hur många personer som behövs i arbetet. En platt organisation där ingens röst är mer värd än någon annans har demokratiska fördelar, men riskerar att bidra till en oklar ansvarsfördelning. Utse gärna en "pridegeneral" och "vice pridegeneral", kalla dem vad ni vill, för att ha överblick över alla andras ansvarsuppgifter som ska delas ut och utföras. En huvudarrangör, arbetsgruppsamordnare eller arbetsledare kan också vara exempel på rollfördelning.

“Vi hade en styrgrupp 2014. Där blev det som att ansvarsområden delades upp. Det saknades en ledare vilket inte var bra och konflikter uppstod. Alla var koncentrerade på sin bit i priden och kunde inte riktigt se andras delar i projektet.”

Pridearrangör

Vilka ansvarsområden som finns kan behövas kartläggas och rätt person till rätt plats behövs. En volontäransvarig kan behöva vara någon som är mjuk och peppig. En ekonomiansvarig som inte har så mycket annat än just ekonomi kan vara bra att ha.

Arrangörsfrågor

En metod är att använda och gå igenom de här frågorna så att ni har svaret på dem alla. Har ni det är ni på god väg att ha planerat ert arrangemang.

Syfte, känsla, mål och budskap

Varför gör vi arrangemanget? Vad konkret är det som vi ska uppnå? Har vi satt konkreta och mätbara målsättningar? Ska vi ha något tema? Hur hittar vi en röd tråd i vårt arrangemang? Vilka budskap vill vi inte bli förknippade med? Vilket budskap vill vi bli förknippade med och hur för vi fram det på bästa sätt?

Målgrupp

Vilka ska komma på arrangemanget? Vilka behov har dessa personer? Finns det särskilda krav på tillgänglighet? Vilka deltagare är normen för vårt arrangemang? Hur når vi de som är intresserade av vårt arrangemang men som inte tror att det är till för dem?

Tidpunkt

När ska arrangemanget ske, säsong, datum och tid? Vad mer händer i relation till denna tidpunkt?

Glädje

Kan vi planera in tillfällen för att fylla på energi och ha roligt ihop? Kan vi göra något under resans gång som gör att vi inte glömmer bort att ha roligt?

Arbetsfördelning och tidsplan

Vad ska göras? Hur ska vi fördela arbetet? Vem ska göra vad och när ska det vara klart? Om vi har gjort allt vi har planerat har vi då genomfört arrangemanget?



Program, form och behov

Hur lång tid har vi och vad ska hända på den tiden? Finns det något vi kan göra i programmet som är oväntat och som tillför extra värde? Har vi tänkt på representation i programmet gällande jämlikhet?

Arrangörskap, ledarskap och roller

Vilket är ditt varför? Vad är viktigt för dig? Ska vi ha någon ledare eller olika ansvarsuppgifter? Vilka andra roller behöver vi ha? Har vi tänkt på vilket budskap fördelningen av våra roller sänder ut till andra?

Plats

Var ska arrangemanget genomföras? Vad finns på platsen? Vad finns inte på platsen? Hur många ryms där? Finns det några särskilda praktiska saker att tänka på i relation till platsen? Finns det någon som hör till platsen som vi kan ha användning av? Har platsen förutsättningar för att skapa ett tillgängligt och hållbart arrangemang?

Utvärdering och utveckling

Hur ska vi säkerställa att vi inte glömmar att utvärdera? Hur ska vi säkerställa att vi lär oss av våra misstag och framgångar? Ska vi endast utvärdera internt i arrangörsgruppen eller ska vi låta besökare eller deltagare utvärdera arrangemanget också? Det finns elektroniska verktyg för att utvärdera vid ett senare tillfälle över nätet, eller passar det bättre med en utvärdering på plats?

“Istället för ”vad ska vi göra”, så pratade vi om vad ska vi ha uppnått på orten. Exempelvis tryggare, öppnare, utbildad personal inom företagen osv. Sedan backa tillbaka och se vad man kan göra för att uppnå det.”

Pridearrangör

Ekonomi och budget

Hur ska arrangemanget finansieras och hur pass viktigt är det ekonomiska? Vem ska hålla i det ekonomiska? Hur finansierar vi hållbarhet, tillgänglighet och jämlikhet? Hur hittar vi sponsorer och samarbetspartners?

Risikanalys och säkerhet

Vilka risker är förknippade med arrangemanget? Hur ska säkerhetsarbetet organiseras? Hur ska vi få publiken att känna sig säkra och trygga? Vilka lagar och regler måste vi följa? Hur kan vi göra alla deltagare trygga på plats och på väg till och från platsen?

Information och kommunikation

Vilka behov finns det att kommunicera och informera? Hur vill vi kommunicera och informera? Finns det särskilda behov för kommunikation och information? Hur ser det ut ur ett internt och ett externt perspektiv?

Marknadsföring

Hur ska vi nå deltagarna på bästa sätt? Hur ska vi väcka ett intresse hos målgruppen? Kan vi marknadsföra på något annorlunda sätt? Hur hittar vi en röd tråd i vår marknadsföring?

Service, bemötande och upplevelse

“Hur ska de som berörs av arrangemanget bemötas? Vilken service ska de få? Hur ska de uppleva arrangemanget? Hur ser det ut ur ett internt och ett externt perspektiv?” Från ABF:s *Arrangöra* – läs gärna hela boken!

Intressentanalys, kontakter

Ert nätverk är antagligen en av era viktigaste resurser och en resurs som ofta inte planeras in i arbetet. Att tänka igenom, ta hand om och vårda sina kontakter och sitt nätverk kan vara avgörande för framgången hos en arrangör. I en intressentanalys går ni igenom alla intressenter som på något sätt har beröring med er festival och både grupperar dem men också analyserar hur ni vårdar just den specifika relationen och dennes intresse i ert arrangemang. Det rör sig om besökare, medarbetare, volontärer, sponsorer, kommun-kontakter, medier, lokalbefolkning och precis alla andra som ni kan identifiera att ni har kontakt med – eller borde ha kontakt med under ett år.

TIPS

Arrangörsförbundet MoKS är öppen för Pride arrangörsföreningar att bli medlemmar i och de erbjuder en kostnadsfri unik högkvalitativ utbildning i arrangörsskap där bland annat den här metoden lärs ut.

Enkätundersökningar

Tidigare års utvärderingar kan vara en bra utgångspunkt i planeringen av kommande arrangemang. Vill ni också ha mer input kring vad era målgrupper eller allmänheten har för förväntningar kring er verk-

samhet så kan ni genomföra olika enkätundersökningar. Google Formulär är ett mycket enkelt och smidigt verktyg för det, och det finns också andra kostnadsfria lösningar för ideella föreningar att använda.

SMARTA MÅL

När ni arbetar med mål för festivalen och organisationen så är en bra metod att se till att målen är SMARTa.

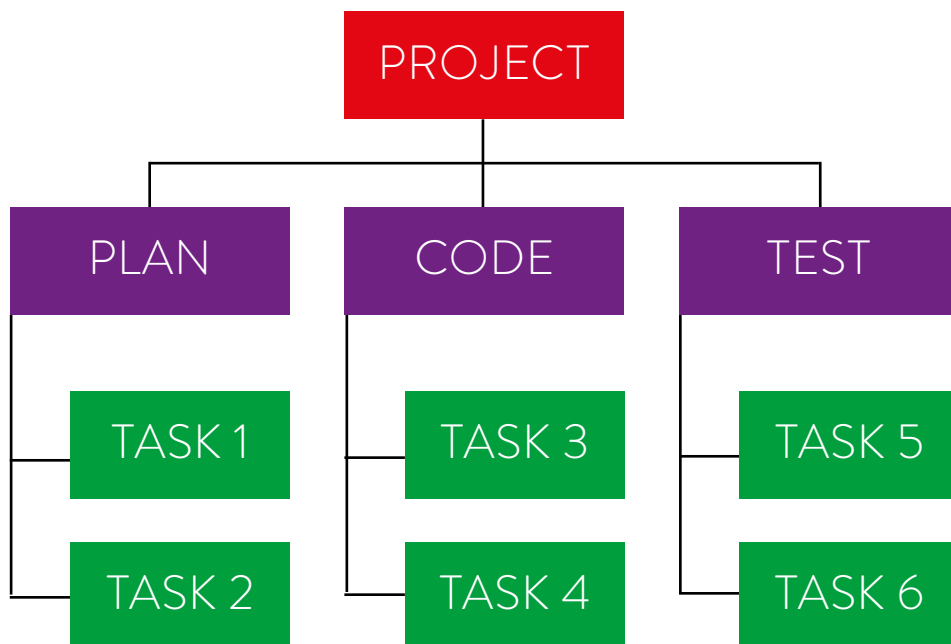
- S** **Specifika.** Använd aktiva ord som innebär en riktning, öka, minska, utveckla. Undvik allmänna ord som värna om, ta tillvara, tillgodose.
- M** **Mätbara.** Målen får inte vara för flummigt formulerade, utan det ska gå att mäta dem på något sätt. Ägna tid åt att komma överens om för ert relevanta mått, i enheter pengar, tid eller procent.
- A** **Accepterade.** Är detta mål som bidragsgivare och vi själva vill stå för och som vi tror att det finns rimlig chans att uppnå? Hela styrelsen/projektgruppen ska känna till målen och kunna ställas sig bakom dessa.
- R** **Realistiska.** Finns det en chans att uppnå målet? Kommer vi att kunna mäta målet?
- T** **Tidsbestämda.** När ska målen vara uppfyllda? Tidsplan.

PLANERINGSMODELLER

WBS – Work Breakdown Structure

Work breakdown structure, WBS, är en metod för att strukturera ett arbete, exempelvis ett projekts totala arbete, i hanterbara arbetspaket genom att använda en hierarkisk trädstruktur. En WBS tar man vanligen fram innan man gör ett logiskt nät, GANTT-schema eller liknande.

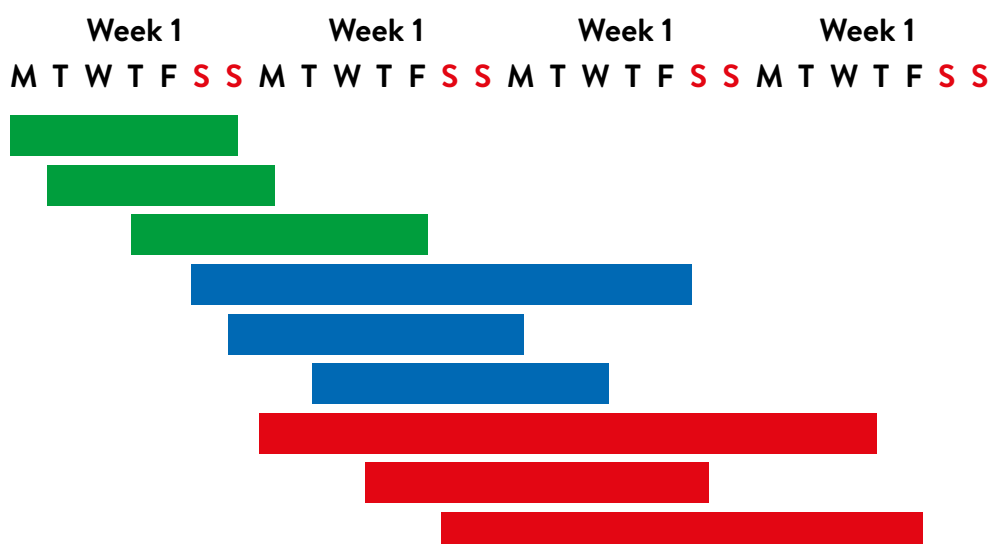
Genom en väl utformad WBS får man ett välstrukturerat projekt. Ofta gör man en WBS tillsammans med sitt projekt-team med hjälp av post-it där en tar fram precis allt som ska levereras i projektet, grupperar aktiviteterna och ser till att inga av åtgärderna överlappar varandra. Projektledaren följer sedan framskridandet av respektive arbetspaket.



GANTT

Ett *GANTT-schema*, engelska GANTT chart, är en typ av flödesschema som används i projektledning för att beskriva olika faser. Det är en grafisk illustration av ett projekts eller programs fortgång i tiden. Ett GANTT-schema använder ett horisontellt stolpdigram som löper på en tidsaxel. Stolparnas längd varierar

och visar arbetstid som planerats för varje delprojekt samt hur stor del av arbetet som är avslutat eller som kvarstår. Stolparnas inbördes placering på tidsaxeln illustrerar beroenden och starttid för varje arbetsmoment. En nättjänst som erbjuder GANTT-scheman digitalt är www.tomsplanner.com



Mötestidsplanering

När ni ska bestämma möten är det alltid enklast att bestämma ett nytt möte i slutet av de möten ni redan har, eller att sätta vissa mötesdatum för hela året i början av året. För de tillfällen då det inte är gjort så är

Doodle ett ovärderligt verktyg. Där kan alla gå in genom en länk och fylla i vilka av de datum som valts på förhand som de kan, och tjänsten räknar ut vilket datum som passar för flest. www.doodle.com

“Vi använde google drive för att dela information i gruppen. Gjorde även protokoll för varje möte och där en skrev upp vem som har ansvar för vem. Och en kan lätt se vad alla gör.”

Pridearrangör

Dokumenthantering

Idag finns det ett antal webbtjänster för att dela filer med varandra. Dropbox har nu till stor del ersatts av system där det går att redigera dokument direkt.

Google Apps och *Office365* är två tjänster som via www.teachsoup.se

kan vara kostnadsfria för ideella organisationer och där ni i organisationen kan ladda upp och även kollaborativt redigera dokument. Här använder alla lite olika tjänster beroende på vilka tjänster man är mest van vid från början.

“Vi använde två dropboxdokument som alla kunde redigera i. Ett för budget och en ”att-göra-lista”. Det hade alla tillgång till att redigera, bocka av och bekräfta hur uppgifter gått.”

Roslagen Pride

Samverkan med studieförbund

Vi har tio studieförbund i Sverige som alla jobbar med folkbildning och att hjälpa organisationer och arrangörer som er att utvecklas kring sitt arrangörskap. De kan projektled-

ning och lärande, så tveka inte att ta kontakt med något studieförbund som finns hos er lokalt så kan ni få stöd genom hela planerings- och genomförandeprocessen för festivalen. Besök www.studieforbunden.se

FINANSIERING

Nätverka nätverka nätverka

Här är era kontakter och ert förtroende A och O för att bidragsgivare eller sponsorer ska vilja bidra till er verksamhet. Ju fler kontakter ni har

desto mer sannolikt är det också att de ställer upp med tjänster som hade kostat pengar, eller kan ge er tips om andra som kan stötta er. Bygg ert nätverk!

“Personliga möten ger god kontakt, istället för att bara säga en summa. Ha en person som har tid att sitta med detta.”

Pridearrangör

Var ute i god tid

Det är också viktigt att vara ute i mycket god tid. Både företag, kommuner och regioner sätter sina budgetar tidigt och det gäller att höra av sig så att de hinner budgetera för stora satsningar om det

är vad ni är ute efter. Deadlines för ansökningar kan ofta vara ett halvår eller kanske till och med ett år innan bidraget betalas ut – gör undersökningen av datum till en av de första sakerna ni gör i festivalplaneringen.

“Vi har tänkt på att festivalens planering ligger för sent för att kunna hitta sponsorer och jobbar på att utveckla detta och ska drivas internt. Vi tillsätter vår organisation i januari – februari. Det är främst företag som är sponsorer och låser sin budget i december.”

Pridearrangör



SÖK BIDRAG

Kommunbidrag

Att vara en förening för hbtq-personer ger inte automatiskt föreningsbidrag. Många kommuner ger bara bidrag till barn- och ungdomsverksamhet och till vissa särskilt behövande verksamheter

som kvinnojour och liknande. I ett sådant läge är det mycket viktigt att skaffa en bra personlig kontakt med handläggaren på kommunen och sekundärt också viktigt att bjuda in de beslutande politikerna till samtal och därigenom få en kontakt.

“Att söka kommunala pengar, gör det tidigt! Inte i sista minuten, minst ett halvår innan. Sök även via landsting och regioner, det finns ofta pengar att söka såhär. Om man nu ska hålla sig ifrån företagare- och sponsorbiter.”

Pridearrangör

Bland Pridefestivalerna i landet varierar storleken och formerna för bidrag stort. Vissa festivaler får inget stöd alls, medan andra får hundratusentals kronor. Det kan röra sig om föreningsbidrag, kulturföreningsbidrag projektbidrag eller särskilda evenemangsbidrag.

Luskamma kommunens hemsida efter information om bidrag och ring kommunens växel för att fråga vilka på kommunen som kan veta var det finns pengar att söka. Gå på informationsträffar med kommunen om de arrangerar sådana. Kommunens nämnder har också en skyldighet att besvara inkomna ansökningar med motivation på avslag eller förslag till var annars i kommunens labyrint som föreningen kan vända

sig istället.

Om det är osäkert vilken nämnd ni bör vända er till kan ni ställa frågan till kommunens fullmäktige om de har en ”allmänhetens frågestund”. Det gäller olika regler för detta i olika kommuner, kolla upp detta före besöket.

Även medborgarförslag om finansiering kan skickas in till kommunen – titta på kommunens hemsida där du kan hitta mer information om hur du går tillväga för att söka medel, ställa frågan till fullmäktige eller lämna in medborgarförslag.

En bra idé är att försöka söka kommunbidrag inte bara från den kommun där föreningen har sitt säte utan också från de kommuner som finns i festivalens område.

“Region Skåne vill ofta inte ge saker till något som bara händer i en kommun. Om Pride kan samarbeta i regionen och göra saker i hela regionen så öppnas en hel kassa!”

Malmö Pride

Landstings- och regionbidrag

Landstingen ger bidrag till kulturverksamhet och verksamhet som kompletterar eller ersätter vissa delar av landstingens verksamhet. Här gäller det att veta vilka bidrag och stöd man kan få. Inte sällan kräver detta en del efterforskningar. Ring till landstinget och fråga!

Landstinget handlägger även ansökningarna för hiv-prevention, kontakta den som är ansvarig för folkhälsa/hivprevention eller li-

knande på ert landsting. Ofta heter denna tjänsteman STI-samordnare, folkhälsosamordnare, eller liknande.

Hos landstinget kan det finnas länsföreningsbidrag, kulturföreningsbidrag, projektbidrag och särskilda medel för folkhälsosatsningar.

Ofta kan det finnas flera mindre pridefestivaler i samma region. Fundera på om ni kan göra något samarbetsprojekt där ni går ihop för att söka bidrag från landstinget eller regionen tillsammans.

Uppvakta politikerna

Om ni inte får bra kontakt med de tjänstemän som jobbar i kommun och landsting är det viktigt att inte ge upp utan uppvakta deras chefer, politikerna, så att de förstår hur viktigt det är att ni finns!

Statsbidrag

Bidrag från staten innebär bidrag från statliga myndigheter – exem-

pelvis Socialstyrelsen – och andra statliga organ. Dessa utdelas oftast enbart till rikstäckande organisationer. Ibland utlyses medel som kan sökas även av lokala organisationer. Ansökningarna ska lämnas in på speciella blanketter och det är i specifika verksamhetsområden som stöd tilldelas. Återigen krävs det att man ska veta var och hur man kan söka och göra det i tid.

TIPS

- *Folkhälsomyndigheten ger stöd till riksorganisationer för hiv-preventivt arbete, för lokalt arbete går detta via landstingen/regionerna*
- *Socialstyrelsen ger stöd till riksorganisationer för alkohol- och drogförebyggande arbete, med mera*
- *Myndigheten för ungdoms- och civilsamhällesfrågor ger stöd till nationell ungdomsverksamhet, jämställdhet och integration, samt till rikstäckande hbtq-organisationer*
- *Brottsofferfonden ger stöd till projekt för att förhindra/lindra/informera om brott*
- *Allmänna arvsfonden ger specifikt stöd till projekt som rör ungdomar och personer med funktionsvariationer, en bra källa för föreningar att söka pengar hos.*
- *Länsstyrelser ger ibland stöd till specifika satsningar, bland annat mot hedersrelaterat våld*

Andra organisationer

Forum Syd ger stöd till internationellt utvecklingssamarbete med utvecklingsländer eller Central och Östeuropa, alltså biståndsprojekt. Se www.forumsyd.org.

Det finns en mängd organisationer som kan vara intressanta men det krävs kunskap om var medlen finns. Fråga gärna andra festivaler eller föreningar hur de får pengar.

Stiftelser och fonder

Det finns stipendier och projektbidrag från flertalet stiftelser och fonder. Dock kan det vara svårt att hitta dem, besök närmaste bibliotek och se efter om det finns någon bok där om att söka bidrag från fonder.

Kommuner har ofta fonder som de förvaltar från testamenterade pengar och som har föråldrade kriterier, fråga dem om vilka de har. Ni kan också betala en summa på sajten www.stipendier.se och få en lista på

stipendier för er.

Ring gärna till fonden/stiftelsen innan ni söker för att presentera projektet och höra om det finns någon chans att få stöd därifrån. Det allra bästa är ett personligt möte, om det går att få till.

Studieförbund och folkhögskolor

Det finns tio studieförbund i landet och från dem kan föreningen få medel för styrelsekurser, studiecirklar eller andra verksamheter (föreläsningar etc.) som är folkbildande. Många studieförbund kan även tillhandahålla lokaler och andra typer av hjälp. Ring och tala med dem och se vad de kan erbjuda! Läs mer om studieförbunden på studieforbunden.se

Folkhögskolor är ofta pigga på att hjälpa till kring hbtq-aktiviteter på olika sätt. Hör av er till folkhögskolan på orten och hör hur ni kan samarbeta.

TIPS PÅ STIFTELSE OCH FONDER

- *Skandia – Idéer för livet*
- *Sparbanksstiftelsen på orten*
- *Lions Club*
- *Konung Gustav V: s 90-årsfond*
- *Folke Bernadottes minnesfond*

Sponsring från företag och näringsliv

Att få medel från privata företag i utbyte mot reklam för företaget kan vara en framkomlig väg, även om det ibland kan vara mycket jobb för att få till ett sponsringsavtal. Företag kan oftast tänka sig att sponsra specifika projekt som en pridefestival eller något specifikt evenemang där de har möjlighet att synas i samband med något stort som ger dem goodwill i allmänhetens ögon.

Oftast är det lättare att få sponsring i form av saker än pengar, det kallas då barter, tjänster och varor i utbyte mot exponering. Till exempel om det behöver tryckas affischer kan man kanske få ett tryckeri att göra detta gratis mot att man gör reklam för dem på sin hemsida. Hitta sponsorer som kan stå för utställningsyta eller annat material som minskar kostnaderna.

Ta fram en lista på företag som har tjänster ni behöver och fundera också igenom vilka företag som kan tänkas dela er värdegrund eller tjäna på att synas just i era sammanhang. Börja med att kontakta dem. En risk med att samarbeta genom större tjänster är att om de drar sig ur så

“Ett tips är att sälja armband för tio kronor. De med armband fick viss rabatt i affärer som anmält sig, ett bra sätt att involvera företag i staden.”

Pridearrangör

behöver en gå in ekonomiskt till samma värde kommande år.

Förbered olika paket som ni är beredda att erbjuda till sponsorerna i utbyte mot deras stöd. Sponsorer är ofta ute efter synlighet. Har ni plats för att ge den exponering som efterfrågas? Var kan ni erbjuda era samarbetspartners eller sponsorer att få exponering? Hur många gånger kan vi tagga någon på facebook? Hur många inlägg på sociala medier? Kan vi lägga till sponsorer i våra annonser?

Vårda era kontakter och se till att ni får en bra start. En bra start ger möjligheter till mer sponsring och en större chans att de kommer vilja fortsätta sponsra.

TIPS

Skriv avtal på ett år, där första året är ett ”prova-på”-år. Lägga in optioner till förlängning, där de får första tjejen på att fortsätta inför året.

“West Pride jobbar också utifrån nivåer på sina sponsorer och partners. Vi har i dagsläget mer barter med tjänsteutbyten med sponsorer och ser över hur vi kan hitta mer kontanta medel. I och med att organisationen jobbar på helårsbasis finns en annan möjlighet till att söka bidrag, och hitta sponsorer i tid.”

West Pride

“Vi samarbetar med hotell som står för hela arrangemanget med lokal, personal och hotell. Det Malmö Pride själva står för är innehållet. En park med scen med mera som redan är på plats Malmö, står staden för. Utställarna i parken finansierar sig själva och betalar för sin exponering.”

Malmö Pride

“Stockholm Pride är beroende av sponsorer och har en stor sponsororganisation. Bara en huvudsponsor går in med mer än vad kommunen gör. Sponsorererna får använda varumärket Stockholm Pride. Sponsorererna går inte in med att bara för sakens skull utan har motkrav på sig också från Stockholm Pride, där de förbinder sig till att göra vissa saker. Det är ett vite om utställare inte är på plats tills de stänger parken.”

Stockholm Pride

Vilka kan sponsra maten? En restaurang eller en massa foodtrucks? Roslagen Pride har haft samarbete med Coop i Norrtälje om mat, fika och dricka hela helgen i en samlingsslokal. Falu Pride har fått fikaspons

från Hemköp och fakturerade varm mat från en foodtruck för sina funktionärer. Hos en annan festival gav McDonalds kuponger som blev kaffe och frukost, och man fick frukt från en lokal aktör.



Sponsorpaket

Kan ni ha olika nivåer med olika stora sponsorpaket som ni säljer? Gör en realistisk och konkret budget och utifrån den skapa kategorier som era sponsorer kan befinna sig i. De festivaler där inträdet kostar eller det finns något arrangemang med inträde kan ni erbjuda fribiljetter

till era sponsorer, som delar av vad sponsorerna på olika nivåer får.

Skapa stödpaket där sponsorer går in med en mindre summa pengar och får en speciell logotyp i utbyte som de får använda och exponera själva. Detta minskar arbetet hos prideorganisationen, men gör skillnad ekonomiskt.

“Stödpaket – företag köper Stockholm Prides logga för en viss summa. Det är det som är exponeringsutbytet. Festivalen behöver inte hantera exponeringen och det är ett smidigt sätt att sköta det utbytet av tjänster och spons. Det kan vara ett bra sätt även för mindre festivaler. Ge stödpaket och diplom efteråt, och till kommande år kanske de vill göra ett större samarbete och vill exponeras på alla annonser.”

Stockholm Pride

ATT TÄNKA PÅ NÄR MAN SÖKER SPONSRING

- *Tänk till innan på vad ni vill uppnå och vässa argumenten!*
- *Ring och prata personligen med PR-chef eller sponsringsansvariga. Telefonnummer till dessa kan man få genom företagets växel eller via företagets pressmeddelanden (telefonnumret står oftast längst ner i pressmeddelanden).*
- *Förklara er idé, hur många företaget skulle kunna nå och hur mycket pengar det rör sig om. Det är förstås lättare att få mindre summor än större summor.*
- *Klargör vad ni skulle göra för dem, exempelvis en banner på hemsidan, affischer eller tryck på en t-shirt. Erbjud och specificera exponeringen till sponsorer för att väcka en visuell känsla.*
- *Försök få till ett personligt möte, om ni befinner er i samma stad.*
- *När ni har pratat vill de oftast att du skickar något mer informationsmaterial. Då bör det finnas en skriftlig sponsringsförfrågan klar. Skicka gärna annat informationsmaterial om föreningen som ni är stolta över och vill visa upp, till exempel en välskriven verksamhetsberättelse för föregående år.*
- *Ring igen! Ge inte upp!*

Motkrav på sponsorerna

Ett förslag är att alla aktörer som är med och ställer ut på er festival eller är sponsorer också måste köpa en hbtq-utbildning, vilket genererar pengar till RFSL:s övriga verksamhet. Dessa pengar kan användas till att ta till vara på volontärerna efter Pride och engagera dem i RFSL:s övriga verksamhet för stöd till hbtq-personer.

Är det inte en RFSL-avdelning som arrangerar Pride så kan utbildning av andra aktörer ge bättre inblick och kunskap och således närmare samarbete med företaget.

Uppmuntra till välgörenhet

Informera om att folk kan donera pengar via Swish, insamlingskärn på festivalen, eller betala in gåvor på

annat sätt, och få in pengar på det viset. Drömmen är såklart att folk står på kö för att sponsra och att företag redan ska ha planerat sin pridebudget, men steg ett är att se till att möjligheten finns för dem som vill ge.

De svenska 90-kontona som kontrolleras av svenskinsamlingskontroll.se har olika regler för hur stor del av bidraget som ska gå direkt till verksamheten. Om insamlingsverksamheten blir stor kan det vara värt att se över strukturen för de insamlade pengarna. Det kan vara så att den som ger pengar förväntar sig vissa saker, och precis som att 90-konton är en kvalitetsstämpel kan man behöva jobba med att tydliggöra vart gåvorna tar vägen.

TIPS

Lansera "Skänk pengar till oss som julklapp" Det går att koppla ihop så att personen får en gåva i julklapp så som tack kort eller inträde på Pride.

“Vi kom på sent att vi skulle ha Pride. Vi hade då en insamling för privatpersoner och där företag kunde swisha. Över en viss summa så tackades de som donerade från scenen. Vi fick in över 5 000.”

Säffle Pride

Pridearrangör

Ett sätt att få in pengar är att ni anordnar försäljning och tar in vinsten, till exempel säljer regnbågssaker på provision.

Genom att arrangera tillsammans med andra organisationer kan de på det viset ta större kostnader för allt som har med arrangemanget att göra. Gör listor över potentiella samarbetspartners precis som ni gör med sponsorer och kontakta dem.

STIM säkerställer att artister och kompositörer får betalt när deras produktioner spelas i radio och används på arrangemang. Du bör känna till att det faktiskt kostar att använda musik och att du som huvudarrangör är den som är ansvarig för att betala in pengar till STIM.

Försäkringar, vakter och allmänt säkerhetsarbetet tar tid. Glöm inte att budgetera för det så att ni inte står där och måste spara in på er egen säkerhet.



TIPS ATT TÄNKA PÅ

- Gör en värsta fall-budget
- Pruta!
- Använd digitala verktyg
- Se till att ni har Swish
- Håll koll och spara alla kontaktuppgifter.
- Ha en som ansvarar för sponsorer.
- Gör research och ha ett årshjul på deadline för olika ansökningar.

SAMMANFATTNINGSVIS – HÄR KAN NI FÅ HJÄLP MED ER FINANSIERING AV FESTIVALEN:

- Studieförbund
- Medlemsavgifter och rekrytering
- Intäkter vid sidan om - ta betalt för saker
- Sälj hbtq- utbildningar
- Projektbidrag
- Verksamhetsbidrag
- Biljetter och inträde
- Sponsorer
- Crowdfunding, kickstarter
- Fonder och stipendier
- Försäljning, fika, mat, dryck, produkter, loppmarknad
- Välgörenhet, stöd - lotterier, insamling
- Samarbeten och samarrangemang

ANSÖKNINGAR

Hur vill bidragsgivaren att ni ansöker?

Det är svårt att skriva en generell text om hur man skriver ansökningar, då olika bidragsgivare vill att projektet/verksamheten formuleras på olika sätt. Detta är mycket viktigt att ta reda på innan man ansöker om bidrag. Ta gärna kontakt med ansvarig handläggare hos bidragsgivaren, stäm möte för att förklara hur ni har tänkt er verksamheten. När ni har förklarat vad ni vill göra kan handläggaren, hjälpa er med tips på hur ni kan formulera en ansökan.

er om bidrag. Ta gärna kontakt med ansvarig handläggare hos bidragsgivaren, stäm möte för att förklara hur ni har tänkt er verksamheten. När ni har förklarat vad ni vill göra kan handläggaren, hjälpa er med tips på hur ni kan formulera en ansökan.



VAD EN ANSÖKAN BRUKAR INNEHÅLLA

Bakgrund

Kort text om varför projektet behövs och lite information om föreningen. Har ni gjort lyckade eller liknande projekt förut? Varför behövs föreningens inblandning i de frågor som ni vill göra ert projekt kring?

Målformuleringar

Av en ansökan bör målet/syftet med verksamheten tydligt framgå. Vad är era långsiktiga mål och vad tror ni att ni kommer att uppnå under en kortare tidsperiod? Formulera huvudmål och delmål.

Dessa mål ska vara SMARTa.
S – Specifika. Använd aktiva ord som innebär en riktning, öka, minska,

utveckla. Undvik allmänna ord som värna om, ta tillvara, tillgodose.

M – Mätbara. Målen får inte vara för flummigt formulerade, utan det ska gå att mäta dem på något sätt. Ägna tid åt att komma överens om för er relevanta mått, i enheter pengar, tid eller procent.

A – Accepterade. Är detta mål som bidragsgivare och vi själva vill stå för och som vi tror att det finns rimlig chans att uppnå? Hela styrelsen/projektgruppen ska känna till målen och kunna ställas sig bakom dessa.
R – Realistiska. Finns det en chans att uppnå målet? Kommer vi att kunna mäta målet?

T – Tidsbestämda. När ska målen vara uppfyllda? Tidsplan.

De verksamheter som ni vill genomföra ska leda fram till målet, att utföra verksamheterna kan inte vara mål i sig.

Det är även viktigt att för er själva göra en ansvarsuppdelning. Vem är ansvarig för vilka aktiviteter eller mål? Oftast behöver detta inte framgå av ansökan, men är viktigt när projektet/verksamheten genomförs.

Målgrupp

Vem eller vilka riktar sig verksamheten till. Riktar den sig till en direkt målgrupp ex. skolelever vid skolinformation, eller till en indirekt målgrupp ex. lärare som får lära sig hur man kan prata hbtq-frågor med skolelever, där skoleleverna är den egentliga målgruppen. Var realistisk när ni beskriver er målgrupp, ni kanske inte kan nå alla utan får rikta in er på en viss del av dem som ni skulle vilja nå.

Verksamhet

Vilka aktiviteter ska vi göra för att uppnå våra mål? Hur ska det gå till? Vilka samarbetspartners kommer ni att ha? Har ni tagit kontakt med dessa? Om inte: gör det innan ansökan skickas in. Det verkar oseriöst om man anger samarbetspartners som inte är medvetna om det. Skriv vilka argument som finns för att föreningen kommer att kunna genomföra projektet.

Försök vara så konkret som möj-

ligt när ni beskriver er verksamhet, så att bidragsgivarna förstår vad verksamheten går ut på.

Uppföljning

Hur kommer ni att följa upp era mål? Hur utvärderas projektet?

Budget

Lägg tid på att fundera ut vad som kommer att kosta pengar. Var realistisk, sök inte mer pengar än ni tror att ni realistiskt sett kan göra av med på ett motiverat sätt i projektet. Utgå ifrån vad ni behöver och tänk sedan ambitiöst och stort utan att det hela blir fantasisummor. Detta ser nämligen bidragsgivare igenom.

Frågor att besvara:

- Hur mycket pengar kommer vi att behöva från just detta projekt när det gäller de administrativa kostnaderna, lokal, telefon, porto, kopiering etc.? Förklara varför dessa behövs.
- Kommer vi att behöva arvoda någon/anställa någon för att kunna genomföra verksamheten/projektet?
- Vilka verksamhetskostnader kommer projektet att ha?
- Kommer vi att behöva utbilda oss för att kunna genomföra projektet?
- Vilka andra finansiärer har vi för projektet?

Vanliga fällor

- Ansöker om för mycket pengar. Bidragsgivare tycker inte att man är realistisk.
- Lovar guld och gröna skogar – orealistiska målsättningar. Föreningen har inte tillräckliga resurser (antal aktiva) eller tillräckliga kunskaper för att kunna genomföra det man hoppas.
- Tror att det är bättre att ange en större målgrupp än vad man faktiskt har möjlighet att nå.
- Säger att man ska samarbeta med aktörer man inte har tagit kontakt med.
- Projektet ändras under projekt-tidens gång utan att få klartecken från sin bidragsgivare.

REDOVISNING AV BIDRAG

Hur vill bidragsgivaren att ni redovisar?

När det gäller redovisningen är det svårt att säga generellt hur bidragsgivare vill ha redovisningen. Det bästa är att höra av sig till handläggaren för att diskutera hur en redovisning ska se ut. Det sparar jobb och det finns större chans att det blir rätt på en gång.

Verksamhetsredovisning

En skriftlig redovisning där man går igenom måluppfyllelse och uppföljning av projektet. En detaljerad beskrivning om hur projektet har gått.

Vilka mål har uppnåtts?

- Vilka mål har inte uppnåtts? Varför?
- Har ni nått de målgrupper ni angav i ansökan?
- Vilka positiva effekter har projektet haft?
- Vilka verksamheter har arrange-

ats? Hur många har deltagit?

- Hur har utvärderingarna sett ut under projektets gång?
- Vad har förändrats i projektet under tidens gång?
- Vilka samarbetspartners har ni haft?
- Hur vill ni fortsätta i framtiden?

Ekonomisk redovisning

Hur bidragsgivaren vill ha den ekonomiska redovisningen är olika från gång till gång, men här kommer lite tips inför den ekonomiska redovisningen.

- Skriv en skriftlig redovisning
- Skicka inte enbart in en lista över utgifter, utan skriv även en ekonomisk berättelse där det framgår:
- Hur gick projektet ekonomiskt?
- Var det något som ändrade sig under projektets gång?
- Förklara hur kostnaderna hängde ihop med verksamheten.
- Redovisa projektet specifikt

I de allra flesta fall räcker det inte att enbart skicka in föreningens hela ekonomiska redovisning som en redovisning av projektets eller verksamhetens ekonomi. Det är viktigt att separera de fakturor/kvitton/verifikationer som hör till projektet och redovisa dessa separat. Ett tips är att under projektets gång kontinuerligt kopiera de verifikationer som hör till projektet och sätta in dessa i en separat pärm.

Om ett bokföringsprogram används kan specifika kostnadsställen och projekt för de specifika bidragsgivarna skapas.

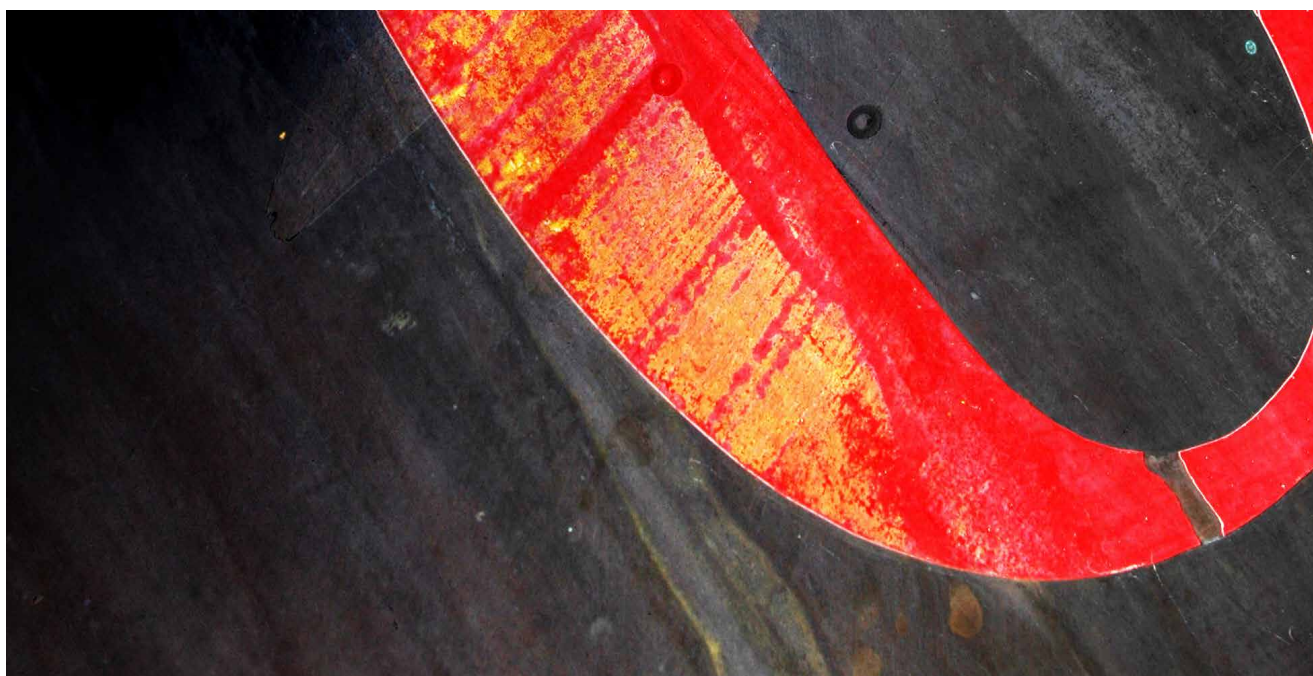
Förklara otydligheter

Om det är något i den ekonomiska redovisningen som ni vet att

bidragsgivarna kommer att fråga extra om, förklara detta på en gång i den tillhörande texten, det sparar jobb senare.

Vem ska skriva under?

En redovisning ska skrivas under av någon som försäkrar att den stämmer med verkligheten, ibland räcker det med firmatecknare och ibland måste hela styrelsen skriva under. Ofta ska en revisor skriva under att den har granskat verksamheten, var noga med att kolla upp vilken typ av revisor som krävs. Kan det vara föreningens förtroendevalda ideella revisor eller måste det vara en auktoriserad, professionell revisor? Budgetera även för detta.



PROGRAMMET

Innehållet på festivalen är helt upp till er i festivalerna att lägga upp. Vilken form ni vill ha på festivalen påverkar vilka programpunkter som är möjliga.

Vill ni lägga upp programmet och boka programpunkterna helt själva? Vill ni lägga ut arrangerandet på ett evenemangsbolag? Vill ni skapa en plattform där föreningar och kulturinstitutioner själva kan anmäla programpunkter till er där ni inte styr över innehållet mer än att ni sätter ramar, regler och eventuellt tema för hela festivalen?

Samarbetspartners

Att arrangera tillsammans med andra är både ett sätt att skapa fler och bättre programpunkter, få ekonomisk och arbetsmässig hjälp och nå ut till fler. Organisationer, kommuner, kulturinstitutioner, individer, företag, stiftelser, skolor och studieförbund är några förslag på samarbetspartners. Det finns många som kan vara intresserade av att samarrangera programmet med er på olika vis. Tänk kreativt och använd era kontakter (se intressentanalys i kapitlet om Finansiering).

Logistik

För att få ihop programmet måste festivalen också få logistiken att gå

ihop. Försök vara förutseende när det gäller vilka lokaler eller utrymmen ni har tillgång till. Vad finns det för tekniska hjälpmedel och möjligheter till olika sorters programpunkter? Får de plats? Får antalet deltagare plats?

Kan besökare, artister eller de medverkande ta sig till er festival? Festivaler som ligger längre bort från tågknypunkter har fått anstränga sig mer för att locka artister. Hur får man artister till festivaler som folk upplever ligger ”långt bort”? Luleå Pride har ett tips!

“Vi försöker sälja in platsen Luleå: Bo på hotell, kolla in midnattssolen och hänga runt, och det fungerar bra. Många har jättebra upplevelse av Luleå Pride. Boka tåg och flygbiljetter i god tid. Det är bra om föreningen har ett VISA-kort så det går att betala utan att göra ett personligt utlägg.”

Luleå Pride

Försök göra så att artisten känner att det är ett privilegium att vara med på festivalen med en riktad tanke ”varför vill vi att du ska komma till vår Pride”.

En helhetslösning där man säljer

resa, boende och Pride är något som Åre Pride har erbjudit, men det är inte alltid lätt att få till ett pris som lockar.

Ett annat tips för att lösa artister är att använda lokala band.

“Använd lokala band – de är ofta väldigt duktiga om man låter dem få chansen, dessutom får man deras vänskapskrets som kommer på festivalen, det kanske till och med är rätt publik.”

Pridearrangör

Stirra er inte blinda på stora artister. En bra show är viktigare än en stor artist och om ni har en bra produktion och en bra producent, då kan en komma undan med en låg budget. Det är så lätt att tänka att en

ska producera en musikfestival, för att en ibland kan få uppfattningen av att Pride är det. Det viktiga är att leverera underhållning, att det är trevligt att besöka festivalen.

“Skövde hade både lokala och nationella band som spelade. Vi vände oss till studieförbunden som ofta har cirklar för unga musiker, så vi bad om att få lokala förmågor av olika genrer. Studieförbunden är också ofta beredda att ta lite kostnader.”

Skövde Pride



SÄKERHET

Krishantering

Kriser kan inträffa och om man förberett sig är det lättare att hantera dem och lösa de problem som kan uppstå i krissituationer. Skriv en egen krisplan och gå igenom och uppdatera den kontinuerligt i festivalledningen och med andra berörda aktiva aktivister.

Du vet inte själv hur du kommer att reagera i kris och även om du varit i krissituationer tidigare så är det inte säkert att du reagerar på samma sätt om en ny kris inträffar. I kriser behöver man trygga ledare men det är svårt att i förväg veta vem eller vilka som kommer att vara de trygga och starka när något väl händer. Även starka och trygga ledare behöver stöd och avlastning. Därför är det väldigt viktigt att vara minst två, helst fler, och dela upp uppgifter och roller mellan sig på

ett tydligt sätt. En krisplan, och inte minst arbetet med att ta fram den, är ett bra sätt att förbereda sig och skapa så goda förutsättningar som möjligt för att kunna hantera kriser på ett bra sätt.

Upprätta en egen krisplan

En krisplan är bara användbar om man arbetar med den. Det innebär att ni måste skriva en egen krisplan anpassad efter era behov och uppdatera den vid behov. Här finns några goda råd och tips om vad ni kan tänka på när ni tar fram er krisplan.

När man pratar om kriser som kan uppstå och hur ni bör hantera dem är det bra att vara så konkret som möjligt. Utgå gärna från vad som har hänt hos er eller i andra festivaler och organisationer tidigare. Hur hanterades det? Vad var bra och vad hade kunnat göras bättre?

Gör det gärna till rutin att gå igenom krisplanen i styrelsen varje år strax efter årsmötet så att alla som är nya i styrelsen blir insatta och de som varit med tidigare blir uppdaterade och påmind om den. Om ni har möjlighet så anlita gärna någon som kan hjälpa er träna på krishantering under kontrollerade former, t.ex. genom rollspel.

Ett bra komplement till krisplanen är att göra ett laminerat kriskort som krisgruppen eller alla i styrelsen och de anställda kan ha i plånboken. På ena sidan av kortet skriver ni en sammanfattning av krisplanen i punktform. På den andra sidan skriver ni upp telefonnummer till alla i krisgruppen och andra som ni kan behöva komma i kontakt med snabbt i en kris.

Krisgrupp

En krisgrupp ska bestå av ett mindre antal människor som kontaktas först om något händer. Det är krisgruppens ansvar att vidta de åtgärder som krävs vid en kris efter att den har fått kännedom om vad som hänt.

Kommunikation

I en kris är det särskilt viktigt att alltid kommunicera så tydligt som möjligt och att alla som behöver få information får den. Den som först får kännedom om en kris ska informera alla andra i styrelsen eller krisgruppen. Andra som är direkt berörda av krisen måste också få information om vad som hänt så snabbt som möjligt. Det kan exempelvis vara aktivister, anställda eller anhöriga och nära vänner till drab-

bade. Självklart måste polis, brandkår, sjukvård eller andra vars hjälp ni behöver, kontaktas snabbt också. Ta gärna ta hjälp och få stöd av experter som exempelvis brottsofferjouren på RFSL.

Media

Media är ofta intresserade av att uppmärksamma kriser och ibland kan det vara media som gör att man blir medveten om en kris. I vissa fall är det bra att själv kontakta media men i andra fall är det bättre att vänta för att alla berörda, vänner och anhöriga ska få information först om möjligt, t.ex. vid ett dödsfall. För att vara förberedd är det viktigt att ni vet vem eller vilka som är talespersoner och att alla andra hänvisar journalister till dem.

De vanligaste frågorna från journalister går ut på vad som hänt, var och när, vilka som varit inblandade, varför det hänt och vilka konsekvenserna blir. Det är viktigt att alltid svara när journalister ringer och försöka vara så öppen som möjligt. Svara på frågorna om du kan. Om du inte kan eller vill svara på en fråga så berätta varför. Lämna exempelvis inte ut namn på drabbade för att de/deras anhöriga ska få vara ifred.

Ofta vill media veta varför något skett eller vems "fel" det är men man ska alltid undvika att spekulera i det när man är mitt i en kris och inte hunnit analysera det som hänt ordentligt. Lägg aldrig skulden på någon annan. Om du känner osäker så be att få återkomma och prata med andra i krisgruppen eller förbundet innan du ringer tillbaka.

Ta hand om människor i kris och chock

I en krissituation kan människor reagera på många olika sätt. Vissa blir fokuserade och effektiva, andra kan bli hyperaktiva, hysteriska eller bara tysta och passiva eller verka helt oberörda. Oavsett hur man mår precis när en kris inträffat är det viktigt att ta hand om varandra samma dag och även efteråt. Se till att folk äter och sover ordentligt och att alla får prata om det som hänt. Skicka inte hem alla direkt utan stanna kvar och prata och ta gärna hjälp av stödpersoner utifrån som är vana vid att

arbeta med människor i kris. Läs gärna på mer om krisreaktioner och hur man kan reagera och må direkt och även senare.

Riskmedvetenhet

Prata om vilka risker som finns. Bjud gärna in polisen till ett samtal om risker och hot och håll kontakten med dem. Det är viktigt att polisen vet var i staden festivalen hålls eller håller till och vilka ni är. Då behöver ni inte förklara så mycket om något skulle hända och ni behöver hjälp snabbt.

”Vi har alltid varit noggranna med att ha ett bra samarbete med Norrtäljepolisen och ett år var polisens volontärer närvarande hela festivalen vilket var väldigt fint för tryggheten. Detta år har vi gjort en mer genomgående riskanalys och skattat kriser som kan uppstå utefter sannolikhet och konsekvens.”

Roslagen Pride

Gör din egen riskanalys

- Vilka risker finns det i relation till det vi arrangerar?
- Hur gör vi för att bemöta de riskerna?
- Vem eller vilka är ansvariga?
- Behöver vi kontakta polis eller annan myndighet inför vårt arrangemang?
- Behöver vi söka några tillstånd innan arrangemanget och i så fall hur lång handläggningstid har de?
- Är det olika risker beroende på kön??

Risikanalysfaktorer

När ni identifierat olika risker för festivalen och organisationen går ni igenom dem en och en och analyserar deras riskfaktor och ger dem en siffra från 1–5 där ett är låg risk och fem är hög.

1. Svårighetsgrad/konsekvens
2. Sannolikhet
3. Påverkar arrangemanget

Svårighetsgraden är bedömningen av hur allvarlig konsekvensen skulle bli för föreningen eller festivalen om krisen inträffade. Sannolikheten är hur hög sannolikhet det är för att det ni analyserar händer. Multiplicera svårighetsgraden/konsekvensen med sannolikheten för att få ett tal som indikerar hur mycket det påverkar er och tydliggör vilka risker ni behöver jobba mer med. Sådant som får låga siffror kan ni fundera över så att ni är något förberedda, och ju högre siffror en potentiell situation får desto viktigare att ni både arbetar förebyggande och sätter in åtgärder för att det inte ska inträffa och är beredda om det inträffar.



Försäkringar

Om någonting händer era volontärer kan ni bli ansvariga och därför är det bra att ha en evenemangsförsäkring. Ofta kan en reseförsäkring vara en lösning. Kolla med ert försäkringsbolag.

Trygghet

Målet med ert arbete är trygghet för arrangörsgruppen, besökare och deltagare. Gör en säkerhetsgenomgång med volontärer och andra berörda inför festivalen så att alla är införstådda med er krisplan och arbetet.

“EM i Ukraina gick på storbildsskärm i parken samtidigt som festivalen var, vilket gjorde att det kom en massa folk som inte brukar gå på Pride. Någon hade sagt “Var är de här hbtq-firarna?”, och kompisarna hade sagt ”Men det är ju vi, vi är en del av det här firandet nu!” Att kombinera den trygga hbtq-mötesplatsen med folkfesten.”

West Pride

Tillstånd

Tänk på att det krävs tillstånd för att ordna allmänna sammankomster och tillställningar på offentlig plats. Information och blanketter finns att hitta på polisen.se och vid frågor kan man även kontakta relevant kommun. Om ni behöver ha ordningsvakter eller inte avgörs här. Oavsett så kan ni behöva egna volontärsvakter beroende på hur ert evenemang är uppbyggt.

Personer med skyddsbehov

Många festivaler har papperslösa, personer med personskydd eller skyddad identitet bland både besökare och medverkande. Ni behöver tänka igenom hur ni hanterar deras personuppgifter och offentlighet. Hur ser era regler för fotografering ut? Vilka släpper ni in i olika utrymmen? Hur ser de här personernas eller gruppernas behov och önskemål ut?

Polisen och Pride

Det finns många åsikter om poliser på pridefestivalerna och i prideparaderna. Deras medverkan kan göra andra illa till mods som riskerar att utvisas eller har utsatts för polisvåld.

Samtidigt kan det finnas en hotbild mot prideparader och pridearrangemang, ofta politiskt extrema rörelse, som gör att det är viktigt att en dialog med polisen. Här är några exempel på hur olika festivaler gjort.

“Om en inte vill ha med poliser så finns det polisens volontärer som en kan fråga om de kan delta. Dessa kanske inte finns på alla orter i Sverige dock. Det blir en polisiär närvaro men ändå inte vanliga poliser, som kanske kan föda olika känslor hos olika personer beroende på erfarenhet av poliser.”

Roslagen Pride

“Polisen var inte beredd på hur stor paraden skulle bli. Var ute i god tid med ett samarbete med polisen så de har en klar bild av vad som kan ske.”

Pridearrangör

EXEMPEL PÅ KRISPLAN FRÅN LULEÅ PRIDE

Handlingsplan – vad göra vid olika händelser

Om en allvarlig händelse/kris-situation uppstår som i vanliga fall hade gjort att du kontaktat SOS, då kontaktar du SOS även under festivalen på telefonnummer: 112

Sjukdomsfall och olyckor

Plåster och förband finns i RFSL-tältet vid lättare skador.

Vid allvarigare sjukdomsfall och olyckor: Ring först 112 och sedan meddelas alla andra ansvariga på plats.

Vid allvarliga olyckor/dödsfall under festivalen: Förbundet kontaktas för att få hjälp och alla ansvariga informeras, och de som har jour kallas in.

Motdemonstration

Om en motdemonstration görs mot festivalen eller mot någon del av festivalen så ska polis omedelbart tillkallas. Ingen, varken volontär eller ansvarig, ska konfrontera någon i demonstrationen.

Hotfull situation under festivalen

Om någon av oss får kännedom om en hotfull situation tillkallas först vakten. Informationen ska sedan omgående även delges till annan ansvarig på plats enligt specificerad telefonlista/badge. Eventuellt tillkallas även polis.

Aggressiva diskussioner

Om aggressiv diskussion uppstår så gör ansvarig person på plats en bedömning av situationen och gör något av följande;

- Tar diskussionen på ett lugnt sätt och avsluta den.
- Ber personen återkomma via mail/telefon efter festivalen.
- Tillkallar vakten. (Om situationen upplevs hotfull; se föregående punkt.)

Hot om våld före, under och efter festivalen

Generellt sett ska polisanmälan göras om hot om våld uppkommer, men de berörda ska ha sista ordet för hur de önskar att det hanteras.

Negativ uppmärksamhet

Om festivalen uppmärksammas på ett negativt sätt i något forum ska ett AU-möte hållas innan det eventuellt besvaras.

Bryter mot värdegrunden

Om en samarbetsaktör bryter mot värdegrunden eller annan överenskommelse kan en ansvarig gå in och påpeka detta på ett lugnt och konstruktivt sätt. Om det inte går att göra på ett konstruktivt sätt (om diskussion uppstår eller liknande) så ska det avvaktas till efter festivalen för att ta ett internt möte i föreningen och besluta om hantering.”



KOMMUNIKATION

Er kommunikation avgör människors intryck av och förtroende för er. Var raka, tydliga och konsekventa. För att verkligen lyckas i er kommunikation behöver ni hålla koll på omvärlden, målgruppen, plattformarna ni använder och vara på det klara med varför ni kommunicerar.

Marknadsföring och sociala medier

Idag sker den största delen av marknadsföringen i sociala medier. TV och affischering minskar så mycket i förhållande till hur digitala kanaler ökar. Se över er närvaro i sociala medier, men försök att inte ta er vatten över huvudet. Det är bättre att ni har ett fåtal väl fungerande och väl skötta sociala medie-kanaler (framför allt Facebook och Instagram) än många inaktiva. Bygg er närvaro på respektfull dialog där folk är delaktiga.

Målgruppsanalys

Ställ er frågan: Var finns just er målgrupp? Börja sedan dela upp era

målgrupper i kluster av målgrupper som hänger ihop, er målgrupp är inte en homogen grupp. Försök hitta grupper som ni kan identifiera var de finns och vad de gör. Vilka plattformar befinner sig de olika grupperna på? Gör olika scheman för hur ni ska nå dem. Det är viktigt att ha det i bakhuvudet när man kommunicerar med olika målgrupper.

Måla upp en typisk deltagare och en deltagare som ni gärna skulle vilja nå. Hur gammal är den personen? Vilka tidningar läser personen? Vilka fritidsintressen har personen? Vilken musik lyssnar personen på? Hur ser beteendet ut hos målgruppen? Sitter den hemma eller var befinner den sig? Lär känna er målgrupp och era besökare.

Djungeltrumman

Hängivna deltagare är bästa ambassadörerna - de sprider budskapet. Lägg tid på att de ska må bra och bli nöjda så sprider de dina budskap åt dig.

Identifiera influenser

Identifiera de nyckelpersoner som er målgrupp lyssnar på och tycker är coola. Vilka lyssnar folk på som är intressanta för vår organisation? Jobba för att de ska tycka om er! Hur? Klura! Kommunikation? Möte? Be dem att bli ambassadörer.

Samarbeta med andra

Ett sätt att få ut ert budskap är att samarbeta och samarrangera med andra aktörer som kan sprida era verksamheter i sina kanaler. Det kan vara ett sätt att lyfta frågorna till de som inte redan är frälsta.

Partnerskap

Barter och partnerskap är någonting som blir vanligare. Väldigt mycket redaktionellt material idag är köpt. Om något content är köpt är det viktigt att markera det. Det kan driva trafik till era hemsidor. Det är viktigt att allt ni publicerar är sökoptimerat och sökbart.

Erbjud godhet!

Konsumenter vill visa att de gör någonting gott idag. Budskapet är nyckeln - det är känslan man ska sälja, inte ett pris! Ingen gillar varumärken som ljuger eller inte är sig själva. Se till att eventuella samarbeten ger det lilla extra, att kopplingen är tydlig, och att ni kan stå för det ni gör. Ta in feedback - vad får ni tillbaka? Positivt, negativt?

Ge folk incitament att visa att de är goda genom att stötta er. Ge dem till exempel filter att lägga på sina egna content, och annat som gör att de kan stötta er och ta ställning i sociala medier.

Gör film och kör viralt

Det är enkelt att göra bra film med alla verktyg som finns i dag. Sextio procent kollar på videoinnehåll i sociala medier, det är en stor kommunikationstrend.

Tänk in det i allt ni gör. Vad fångar en stor åskådargrupp? Om ni vill nå ut så satsa på video, oavsett om det är på Facebook eller Instagram. Det behöver inte vara superretuscherat eller dyrt bara det är genuint och äkta. Det är viktigt att kunna kommunicera vad som händer i vår värld.

Återanvänd och maximera kanalerna

Tänk strategiskt på vad kan man göra under Pride. Om man har en utställning, tält eller paneldiskussion - vad kan man göra med små medel för att maximera exponeringen för ett arrangemang? Flashmobs på plats, stunts, pranks och liknande kan skapa filmer med reaktioner och känslor som känns äkta och kan spridas viralt. Tänk musik, känslor, berättelser. Olika nyckelpersoner som kan ställa upp på olika saker utan att det behöver kosta.

Var mobilvänliga

Mobilanvändningen ökar för varje år. Gör det snyggt och smart med facebooksidan, kommunicera på ett charmigt och kommunikativt sätt som blir effektivt på smartphonen.

Använd Pridekartan.se

Pridekartan är en plattform för att samla alla Sveriges pride-festivaler på en gemensam sida för att visa vilket fantastiskt pride-utbud Sverige bjuder på, och ge besökarna nya pride-festivaler att besöka.

Pride-arrangörer kan enkelt marknadsföra och synliggöra sina festivaler, få kontakt med sponsorer och volontärer. Närvaron på Pridekartan.se är kostnadsfri och alla pride-arrangörer i Sverige (och på Åland) kan visa upp sin pride-festival här.

Westanders PR-handbok

Några av de bästa nybörjartipsen hittar ni i Westanders PR-handbok som dessutom uppdateras varje år. www.westander.se/pr-handboken

Medieträning

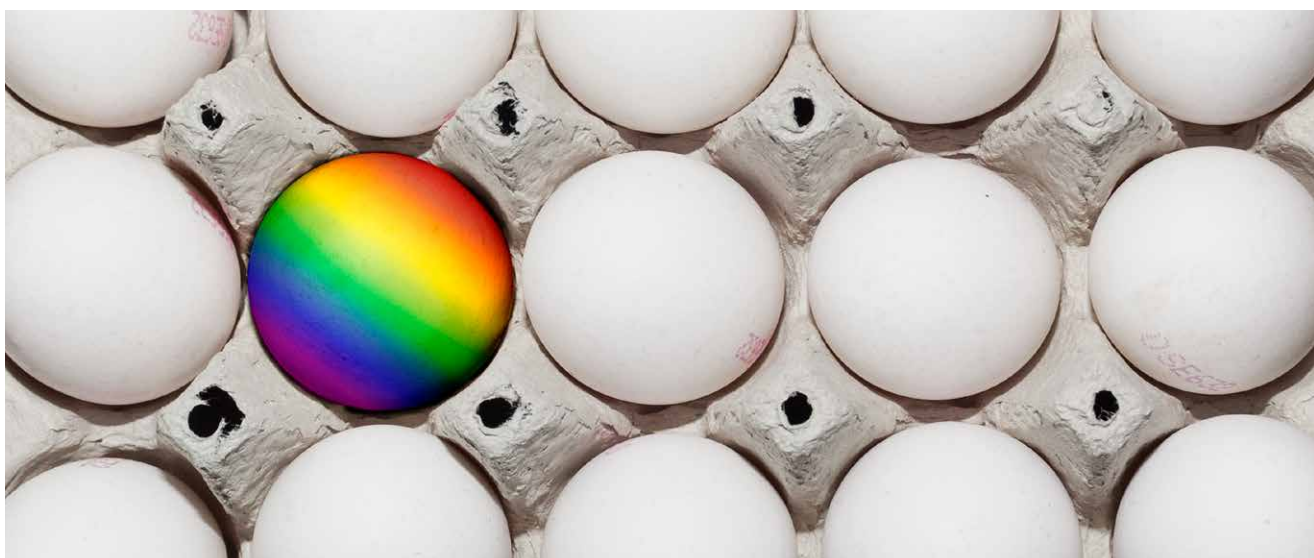
Att vara förberedd på hur medielogiken fungerar och hur ni kan agera i intervjuer eller i kriskommunikation kan göra stor skillnad. Har ni chansen att gå på en utbildning medieträning så gör det. Det finns många bra tips i Westanders PR-handbok som ni kan börja med. Här är två stycken:

1) *Tips om intervjuer*

Bestäm vilket ditt huvudbudskap är. Utgå gärna från de här frågorna: Vad är samhällsproblemet? Vilken är lösningen? Vad är det konkreta förslaget?

2) *Pressmeddelanden*

Skriv nyhetsmässigt: Skriv det viktigaste först, eftersom redaktionell text kortas nedifrån. Ett par kärnfulla uttalanden gör pressmeddelandet mer livfullt och användbart för media. Ange namn och titel efter första citatet och bara namn efter det andra.



Grafisk profil

Se till att ni har en grafisk profil för er verksamhet och att alla håller sig till den. Det handlar om att ha en tydlig logotyp, återkommande typsnitt, färger, former och ett utvalt bildspråk som tillsammans bildar er grafiska identitet.

Varför är det så viktigt? Jo, av samma anledning som första intryck är så viktiga. Vi uppfattar och avgör vad vi tycker om någonting väldigt fort och omedvetet. När vi känner igen någonting på den grafiska formen kopplar vi blixtnabbt ihop det med ett varumärke.

Kommunikationsplanering i nio steg

1. *Varför vill vi* (göra vår verksamhet) – Vad är det bra för?

2. *Målgruppsanalys* – vilka är det vi vill nå? Nu är det dags att ta reda på vad målgruppernas behov är kring det du vill kommunicera om. Först skapar du en målgruppshypotes utifrån de kvantitativa data du har

3. *Målgruppssegmentering* – Varje person har ett eller två önskade avslut – vad du vill att målgruppen ska känna, veta eller göra. Men för att få kunder att nå ett avslut så krävs att de upptäcker behov, kan hitta dig och sedan gillar dig när de läser på om ditt erbjudande – oavsett om du vill få till stånd ett köp, en beteendeförändring eller ändra deras uppfattning i en fråga.

4. *Kundinsikter och budskap* - Nu gäller det att samla de insikter du fått kring målgruppernas behov i relation till verksamhetens mål. Är någon målgrupp katalysator eller ambassadör för de andra? Vad kan motivera dem att gå mot dina önskade avslut? Det är också här du utverkar de huvudbudskap som du kommer jobba med mot målgrupperna.

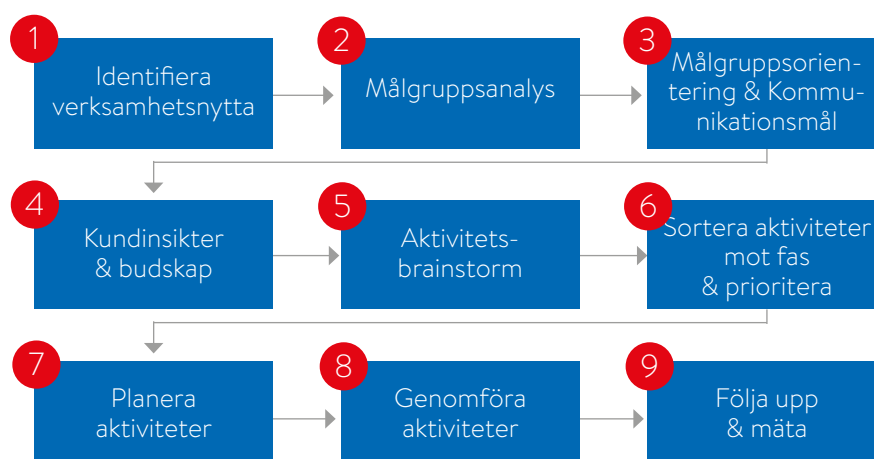
5. *Brainstorm* – Alla idéer på bordet så ni kan prioritera mellan dem

6. *Prio* – ska era mottagare upptäcka ett behov eller söka info om er?

7. *Resurser* – Planera hur ni använder era resurser.

8. *Genomför!*

9. *Mät* – hitta tydliga mätpunkter för kommunikationsprojektet för att utvärdera om det gått bra eller dåligt.





Inför tv-intervju

Bestäm ditt budskap. Bestäm vilket ditt huvudbudskap är. Hur formulerar du det på ett sätt som är kortfattat, konkret och lätt att förstå?

Visa vad du brinner för. Börja alltid med huvudbudskapet. Återkom gärna till ditt huvudbudskap flera gånger under intervjun, men utan att upprepa det ordagrant.

Bli inte ett "intervjuoffer" Berätta gärna för journalisten redan under kallpratet om vad du tycker är viktigt att få sagt. Se frågorna som inbjudningar att framföra ditt budskap. Det är din intervju lika mycket som det är journalistens.

Prata enkelt. Prata sakta och enkelt så att mottagarna kan hänga med i ditt resonemang. Detta är särskilt viktigt vid intervjuer i radio och tv, där framförandet spelar stor roll för hur budskapet tas emot.

Överskatta inte förkunskaperna. Du kan nästan alltid mer om ämnet än vad journalisten kan. Därför bör du för säkerhets skull förklara resonemang som kan misstolkas och kontrollera att journalisten hänger med.

Köp dig tid. Ibland känns huvudet helt tomt på svar, eller kanske gjorde nervositeten att du inte ens tog in frågan. Vinn tid genom att själv upprepa journalistens fråga, eller ställ motfrågan "Hur menar du?".

Undvik att svara "inga kommentarer" Frasen "inga kommentarer" väcker misstro och lust att forska vidare. Förklara i stället varför du inte kan svara, eller be att få återkomma.

Tala sanning, spekulera inte. En lögn upptäcks ofta, liksom en felaktig spekulering. Prata bara om det du känner till och är säker på. Var inte rädd att svara "jag vet inte".

TILLGÄNGLIGHET

Det är viktigt att bevaka tillgängligheten på sitt arrangemang. Vilka känner sig välkomna och vilka kan rent fysiskt komma till er och ta del av era programpunkter? Alternativet är en väldigt homogen skara besökare.

Gör en insats att arbeta intersektionellt och normkritiskt med er egen festival och vad ni kommunicerar och arrangerar. Praktisk antirasism, funktionstillgänglighet, separatistiska rum; ta inspiration från

andra organisationer och festivaler.

En grupp som ofta glöms bort är personer med familj och även unga.

I kapitlet om Mångfald finns ett antal checklistor att arbeta efter och frågor att tänka på. Tillgänglighet kan vara både kognitiv och fysiskt. För dig som vill jobba med funktionsrätt och tillgänglighet på din festival finns RFSL:s Funkisprojektet som ni kan få hjälp av. Läs mer på www.funkisprojektet.se



“Ge arbetsuppgifter där folk kan briljera, se de som vanligtvis ses som ”problem” osv, och lyft det de är bra på! <3 Det kan vi alla bli bättre på! Det är en stor vinst för alla som jobbar med personer med funktionsvariationer!”

“Vi behövde belysa funktionsvariationer. Funktionsvariation är ett kunskapsområde som bemöts med en väldigt heteronormativ syn. Många verksamheter som arbetar med funktis kom med undanflykter för att inte delta, som om en med funktionshinder inte även kan vara hbtq- person. Men i år har vi ett bra samarbete med funktisorganisationerna i Dalarna.”

Falu Pride

“Vi hade en skolungdomsdag om sexualitet och normer. Det blev uppskattat och lärarna tyckte det var bra med att ha tillgång till experter. Vi hade också ett café, men det var få ungdomar som kom. Festivalen har nu fått projektbidrag från Landstinget för att sprida info om caféet för att öka deltagarantalet. Detta kan vara ett sätt att få ungdomar att bli aktiva. Men detta hänger på om ungdomarna vågar vara öppna. Transport är svårt vad gäller detta och det går knappt bussar på kvällarna.”

Pridearrangör



LSU:S* CHECKLISTA FÖR TILLGÄNGLIGA ARRANGEMANG

Anmälan

- Undvik att fråga efter personnummer
- Fråga om kostpreferenser och allergier
- Fråga deltagare om behov av skriv, syn eller teckenspråkstolk
- Kolla av om alla som anmält tolk fått en tolk beviljad
- Fråga om behov av annat format av dokument eller information behövs
- Fråga om behov av hjälpmedel, pauser eller annat
- Vid fråga efter könsidentitet använd han/hon/hen alt. man /kvinna/annan

Info, utskick, marknadsföring

- Skicka material till teckenspråkstolkar innan arrangemanget
- Skriv ut PowerPoints på papper innan
- Be deltagare att komma så fria som möjligt från dofter

och djurhår

- Saker som skrivs på white board eller flipchart ska läsas upp, så att allt som refereras till bilder och text också hörs och inte bara ses
- Använd inte röd färg som kan vara svårt att läsa
- Skyltar, information och texter ska vara väl synliga
- Allt som skickas ut ska finnas i både PDF och Word
- Informera om hur pass tillgängliga ni är i inbjudan

Program, schema, dagordning

- Programmet ska innehålla pauser rek. var 45 min där det finns några som är längre än "kisspaus".
- Informera och presentera schema och program muntligt och varje dag
- Undvik förändringar, om det ändå sker informera tydligt

*Landsrådet för Sveriges ungdomsorganisationer

Lokaler, rummet, platsen

- Möjlighet till hörselslinga
- Den som talar ska vara synlig för alla
- Synlig plats för teckenspråkstolk
- Tyst och lugn miljö utan störande sidoljud
- Möjlighet att koppla in skrivtolkar (bl.a. en projektor + duk)
- Möjlighet till medhavd dator
- Kontrastmarkeringar (trappor, trösklar, stora glasytor)
- Ledstång i trappor
- Berätta hur lokalen ser ut på samlingar och vid ankomst
- Använd endast svarta pennor på White board, flipchart m.m.
- Bra belysning
- Se till att lokalerna är välstädade, inga allergener i luften (pälsdjur, citrus, nötter, parfym, blommor)
- Undvik att vädra med öppna fönster under pollensäsong
- Oparfymerad tvål
- Placera rökruta långt bort från entrén (anvisad plats)
- Häng rökjackor på separat plats
- Inga heltäckningsmattor i lokalerna
- En ingång ska gälla för alla deltagare (inga särlösningar)
- Dörröppnare för entrédörren
- Alla ska komma in i alla lokaler (hiss, ramp), inga särlösningar!
- Utrymme framför hiss ska vara fri
- Inga trösklar
- Tillgängliga toaletter (lift finns att hyra på SLL)
- Inga höga bord
- Alla ska kunna komma upp på scen
- Tillgänglighetsparkering nära ingången
- Vägen fram till entrén ska vara tillgänglig
- Passagemått i dörrar och gångar på 80 cm
- Borden kan användas med rullstol eller permobil
- Bärbar mic för publikfrågor
- Toaletter ska vara utan könsmarkeringar



Logi, övernattnig

- Inga duntäcken
- Inget mögel
- Tillgängliga sovrum
- Tillgänglig dusch och toalett
- Alla ska kunna bo på samma boende
- Möjlighet att duscha separat
- Duschar utan könsspecifika markörer
- Undvik könsspecifika sovsalar, om det ändå görs låt deltagarna definiera sig själva. Se även under *Lokal*.

Kost, mat, käk, krubbet

- Gör det möjligt att i anmälan ange kostpreferenser
- Tydliga infolappar om vad all kost och dryck har för ingredienser
- Presentera maten, ingredienser etc. muntligt.
- Servera all mat på samma ställe, ingen separat utlämning för specialmat
- Kost och dryck ska kunna nås av alla

- Alla skålar ska ha egna bestick för att undvika kontaminering
- Se till att såser och rinniga rätter står så att de inte riskerar att droppa ned i de övriga rätterna

Övrigt

- Föreläsarna håller sina tider och vet om dem
- Informera föreläsarna om vilka tillgänglighetsregler som råder ex. mikrofon, inte använda röd penna
- Tydliga värdar/funktionärer som man kan vända sig till vid behov av information, hjälp, stöd eller dylikt är utsedda och synliga
- Undvik att dela upp gruppen efter kön. Om det ändå görs låt deltagarna definiera sig själva

Transport, resor

- Tydlig vägbeskrivning, gärna bilder
- Möjlighet att komma med färdtjänst hela vägen till dörren
- Undvik resor där det krävs att deltagare visar legitimation/pass

PÅ PLATS

Nu är festivalen igång och om allt har planerats i förväg så borde det vara klart vad som kommer att hända när och vem som har ansvar för att olika saker flyter på. Ni har schema, program, deltagare, värdegrund, checklistor, krishanteringsplan och peppade volontärer.

Volontärerna är kittet som håller ihop festivalen. Tar ni hand om dem så kommer kugghjulen att gnissla betydligt mindre, det är de som ser till att allt det som ni redan planerat genomförs.

Se till att ni har

- Ansvarslistor med telefonnummer så att volontärerna kan få tag på varandra och rätt ansvarig
- Tydliga beskrivningar av vad volontärerna ska göra och vad de behöver kunna för att utföra sin uppgift
- Utmärkande t-shirts och goodiebags från sponsorer
- Volontärsschema med tider och pauser
- Volontärsounge med mat, vatten och första hjälpen
- Scheman, kartor, program och tillgänglighetsinformation
- Se till att alla mår bra

Tänk på värdskapet och utbilda era volontärer i bemötande innan det är

dags för festivalen. Ett gott värdskap är A och O för en god upplevelse.

Tänk dig in i rollen som värd och se dina besökare som gäster. Bemöt dem, svara på frågor och lös eventuella problem på ett lika trevligt och tillmötesgående sätt som om de var gäster hemma hos dig. Det är deras upplevelse som är i fokus och det gäller att den blir bra, så lös problem så att besökarna blir nöjda och glada! RFSL har bra korta webbaserade utbildningar som ni kan låta era volontärer gå för att både ge ett bra bemötande och tryggare volontärer. Länk till mer info om RFSL:s webbutbildning hittar ni här www.rfsl.se/certifiering-och-utbildning/webb

Det är inte säkert att alla volontärer vet hur de ska bemöta gästerna på ett bra sätt så gör en insats här. Hälsa besökarna välkomna och säg också adjö.

Upplevelsen för besökarna är en helhet. De kommer inte bara minnas ert program, er kommunikation och era volontärer utan allt som ni gör.

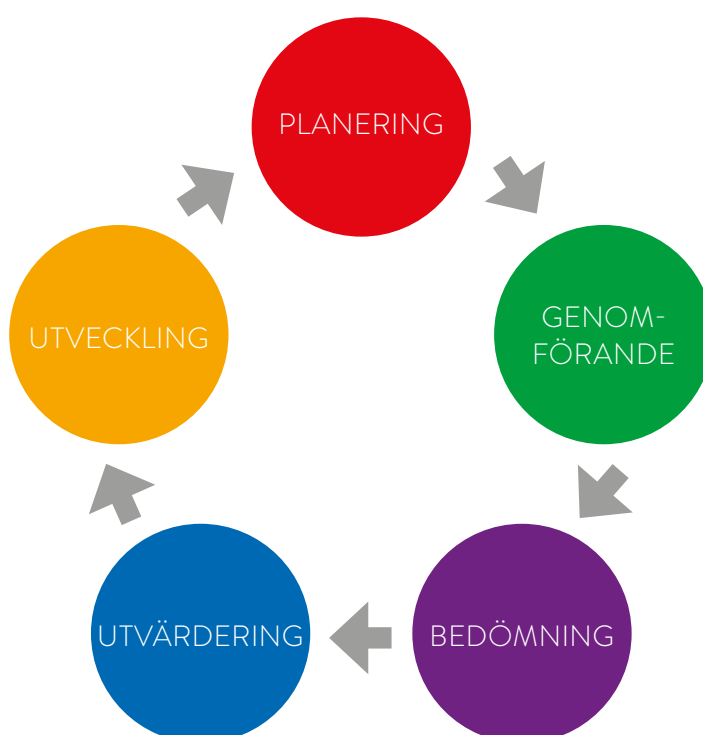
Lokalen eller området – kan ni tematisera platsen? Kan du arbeta med belysning, inredning eller dekorationer för att skapa ett upplevelserum som går ihop med temat? Glöm inte toaletten, ett rent och fräscht, genomtänkt och könsneutralt toalettbesök kommer uppskattas.

UTVÄRDERING

A och O i en lärande organisation är att utvärdera och återkoppla. Det handlar om att lära sig av sånt man gör fel.

Planera på förhand alltid in datum, form och plats för utvärdering, återkoppling, analys, lärande och

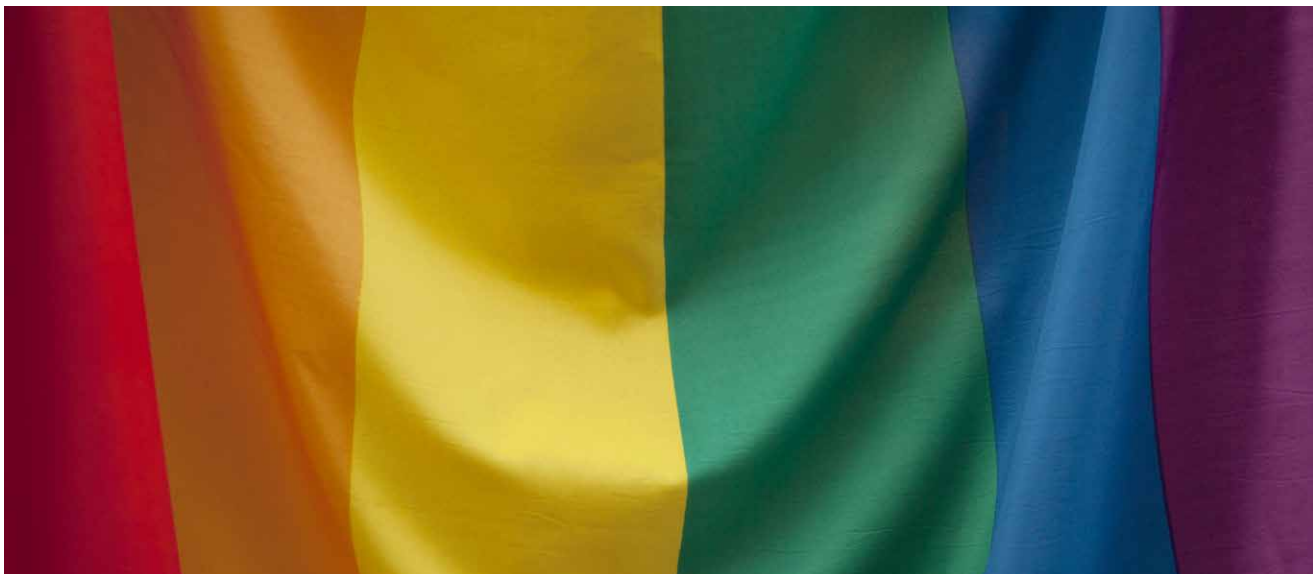
vidareutveckling av festivalen. Ta för vana att ordna med utvärderingsformulär så att besökare, medarrangörer och deltagare kan inkomma med sina upplevelser av det ni arrangerat.



ORDLISTA

Det används många hbtq- relaterade begrepp som kan vara både nya, gamla, enkla och svåra. På den här sidan hittar ni en levande ordlista

som ständigt uppdateras med nya begrepp: www.rfsl.se/hbtq-fakta/hbtq/begreppsordlista



RFSL

RFSL är riksförbundet för homosexuella, bisexuella, transpersoners och queeras rättigheter, och arbetar för att alla, oavsett sexuell läggning, könsidentitet eller könsuttryck, ska ha samma möjligheter, rättigheter och skyldigheter i samhället. Läs mer om RFSL:s verksamhet, stöd RFSL och bli medlem på www.rfsl.se

En blommande Priderörelse-projektet

Det finns idag över 50 olika pride-festivaler i Sverige. De samarbetar ofta med varandra och RFSL är många gånger en länk mellan dem, sponsorer och andra intresseorganisationer. För att ytterligare stärka banden mellan festivalerna lanserade RFSL projektet *En Blommande Priderörelse* med stöd från Postkod-Loteriets Kulturstiftelse. Projektet

pågick två år mellan 2015-2017. Läs mer om En blommande Priderörelse på www.rfsl.se/pride och kontakta oss gärna på pride@rfsl.se

Pridekartan.se

Pridekartan.se är en plattform för att samla alla Sveriges pride-festivaler på en gemensam sida som visar vilket fantastiskt pride-utbud Sverige bjuder på och hjälpa folk hitta nya pride-festivaler att besöka.

På pridekartan.se kan pride-arrangörer marknadsföra och synliggöra sina festivaler, få kontakt med sponsorer och volontärer. Närvaron på Pridekartan.se är kostnadsfri och alla pride-arrangörer i Sverige (och på Åland) kan visa upp sin pride-festival. Vill du vara med så kontakta pride@rfsl.se eller besök www.pridekartan.se

Källor

Gyllenhammar, Olivia & Haraldsson, Sara (2015).

Stress & Motståndskraft.

Maktsalongen

Ås, Berit.

De fem härskarteknikerna.

Brade, Lovise (2008).

I normens öga – metoder för en normbrytande undervisning.

Friends

Forum för levande historia, RFSL ungdom (2011).

BRYT! ett metodmaterial om normer i allmänhet och heteronormen i synnerhet.

Stockholm: Dixia AB

Scouterna (2016).

Femstegsmodellen: Övning och checklista.

Scoutservice. www.scoutservice.se

ABF och respektive författare (2012).

Arrangöra! - Om evenemang, arrangemang och hur du lyckas som arrangör.

ABF. www.webbutik.abf.se

Westander (2016).

PR-handboken 2017. Gör din röst hörd.

Westander Publicitet och påverkan AB. www.westander.se

LSU Sveriges ungdomsorganisationer (2013).

Checklista – för tillgängliga arrangemang.

LSU. www.lsu.se

