



# STRATEGI FÖR SAMHÄLLSBYGGGANDE

Projektresultat 3

PROJEKTNUMMER

2021-1-AT01-KA220-YOU-000034217

FÖRFATTARE

**bit** *schulungcenter*  
member of bit group

**sbtc**  
Danışmanlık  
Sustainable Business Training and Consulting



  
**JONATHAN**  
COOPERATIVA SOCIALE



  
Co-funded by  
the European Union

## Inledning

I det här dokumentet presenteras strategin för att bygga upp en gemenskap för Women4Green-projektet. Den beskriver strategin och de planerade verktygen för att skapa och aktivera en livlig och inspirerande gemenskap. Dessutom identifieras projektets målgrupper och deras behov, och det förklaras hur de ska nås. Strategin för samhällsbyggande ger information och förslag för att uppnå bästa möjliga räckvidd och effekt av ett on- och offline-samhälle, med hänsyn till både konsortiet och partnernas individuella aktiviteter.

Women4Green är ett projekt som syftar till att introducera kvinnor och flickor till karriärer inom den gröna sektorn, eftersom det finns en klyfta mellan könen inom detta område, även om dessa jobb har goda framtidsutsikter.

Strategin för samhällsbyggande är central för att uppnå projektets mål eftersom målgrupperna nås och engageras med relevant innehåll för att

- öka unga kvinnors medvetenhet om och intresse för framtida relevanta yrken inom den gröna ekonomin och därmed bidra till jämställdhet inom detta yrkesområde
- ge unga kvinnor möjlighet att välja ett jobb inom den gröna ekonomin
- påbörja anpassningar av ungdomars yrkesorientering, med fokus på yrkesorientering för jobb inom den gröna ekonomin, med beaktande av ett genusmedvetet förhållningssätt
- ge en tydlig förståelse för och översikt över befintliga/utvecklande jobb inom den gröna ekonomin och de färdigheter/kompetenser som krävs samt ge information om utbildningsvägar i detta avseende.

Samhällsbyggande underlättas under projektets gång, men det är ännu mer närliggande under det transnationella samarbetet. I samband med de planerade LTT-evenemangen kan unga kvinnor å ena sidan utbyta information och erfarenheter samt stärka och stödja varandra när det gäller att göra karriär inom gröna jobb. Å andra sidan kan även de deltagande ungdomsorganisationerna och organisationer som är involverade i arbetsorientering för ungdomar utbyta erfarenheter och nätverk, och få en mer konkret inblick i hur man specifikt kan närma sig unga kvinnor genom ett gemensamt utbyte och en gemensam analys under evenemangen.

Gemenskapsbyggande betonas under hela projektiden, vilket kommer att underlättas genom att tillhandahålla en gemensam plattform för utbyte som samlar intresserade unga kvinnor och god praxis för utbyte å ena sidan och genomföra olika workshops med experter och förebilder inom området å andra sidan. För att ge ytterligare inspiration och attraktiv input genereras dessutom podcastavsnitt med kvinnor som redan framgångsrikt arbetar med gröna jobb, företag inom området eller personer som arbetar med arbetslivsorientering.

ÖJAB är den partner som ansvarar för strategin för samhällsbyggande och övervakar dess genomförande som aktivt kommer att stödjas och genomföras av hela konsortiet. Varje partner kommer därför att ta aktiv del i att främja, dela och mata projektets gemenskap och därmed bidra till bästa resultat och positiv utvärdering. Varje partner kommer att genomföra en workshop för samhällsbyggande enligt det presenterade konceptet och bidra till två internationella workshops för samhällsbyggande. ÖJAB och SBCT kommer att skapa inlägg för online-communityn och lägga upp dem en gång i veckan (varje

organisation), medan Jonathan kommer att samordna online-communityn och ansvara för skapandet av engagerande berättelser samt för det skriftliga utbytet med samhället.

För att ge intressant innehåll till samhället kommer en podcast att utvecklas. ÖJAB kommer att utveckla konceptet för podcasten och producera 3 engelska avsnitt. Varje annan partner kommer att producera 1 avsnitt på sitt lokala språk.

## 1. Teoretisk inmatning

### 1.1 Stärkande av kvinnors ställning

Kvinnor och flickor utgör mer än hälften av världens befolkning och drabbas i betydligt högre grad än män och pojkar av fattigdom, klimatförändringar, osäker och knapp livsmedelsförsörjning, otillräcklig hälso- och sjukvård, globala ekonomiska kriser och miljökatastrofer i många regioner. De utsätts i oproportionerligt hög grad för olika former av könsdiskriminering och våld i alla samhällen, ofta utan straffrihet. Ojämlighet mellan könen är ett globalt fenomen som berövar kvinnor och flickor deras mänskliga rättigheter och möjligheter. Denna nackdel bör åtgärdas och minskas fram till 2030 som en del av målen för hållbar utveckling. Därför ingår jämställdhet mellan könen som ett separat mål nr 5 i de globala målen för hållbar utveckling.



1 <https://sdgs.un.org/goals>

För att nå detta mål är politiskt och ekonomiskt deltagande och inkludering avgörande. Genom att stödja unga kvinnor och flickor att sträva efter jobb inom den gröna sektorn går projektet Women4Green i linje med detta mål, särskilt mål #5.5 Säkerställa kvinnors fulla och verkliga deltagande och lika möjligheter i ledande befattningar.

Klimatförändringarna och miljöförstörelsen är två av de största utmaningarna för framtiden. Av denna anledning är en ekonomisk omorientering mot hållbarhet oundgänglig. Det är därför önskvärt att aktivt involvera kvinnor och flickor i denna process och att forma denna förändring efter deras behov.

Att delta i politiska och ekonomiska processer och beslutsfattande är en viktig del av kvinnors och flickors rättigheter. Även om kvinnor deltar i beslutsfattandet på alla nivåer, sker det ofta på ojämlika villkor och hindras av

könsrelaterade normer och förväntningar som begränsar deras tillgång till socialt avgörande positioner inom politik och ekonomi. Detta leder till att viktiga möjligheter missas, både för individen och för samhället. Eftersom kvinnor ofta tenderar att ha lägre löner, men samtidigt är mer benägna att leva i ett hushåll med barn - vilket ökar risken för fattigdom för kvinnor och barn.

Det finns olika sätt att se på kvinnors egenmakt, men fem komponenter ses ofta som centrala (och kan tillämpas på olika områden i livet):

- Kvinnors känsla av egenvärde;
- Deras rätt att ha och bestämma val;
- Deras rätt att få tillgång till möjligheter och resurser;
- Deras rätt att ha makten att styra sina egna liv, både inom och utanför hemmet.
- Deras förmåga att påverka inriktningen på samhällsförändringar för att skapa en mer rättvis social och ekonomisk ordning, nationellt och internationellt. <sup>1</sup>

Women4Green-projektet tar upp alla fem komponenterna genom att ge unga kvinnor och flickor möjlighet att fatta välgrundade beslut om sin yrkesmässiga och ekonomiska framtid. Obstruktiva könsroller ifrågasätts och därmed öppnas nya perspektiv, vilket också möjliggör lukrativa jobbmöjligheter som säkerställer en solid ekonomisk grund. Dessutom blir kvinnor agenter för hållbar förändring. Gröna jobb representerar en ny typ av sysselsättning som ännu inte har fastnat i den sociala orättvisans historia och tröghet. Detta kan innebära en möjlighet till en mer rättvis fördelning av intäkterna mellan kapital och arbete. Denna möjlighet kan också hjälpa kvinnor in på karriärvägar som gör det möjligt för dem att bli mer ekonomiskt trygga och försörja sig själva och sina familjer. <sup>2</sup>

På sikt möjliggör detta en dörröppnareffekt, det vill säga att det initialt är få kvinnor som söker sig till dessa yrken, men som förebilder, genom relationer och nätverk, blir det också allt lättare för andra kvinnor att få tillgång till dessa yrken.

Dessutom innebär det att kvinnor är aktivt involverade i att lösa eller ta itu med framtidens mest akuta problem på lång sikt. Detta innebär i sin tur att kvinnors behov beaktas när man tar itu med dessa framtida problem, snarare än att det blir en kompromiss mellan social rättvisa och ekologisk medvetenhet.

## 1.2 Samhällets roll för att stärka kvinnors egenmakt

Lokalsamhället spelar en viktig roll för att stärka kvinnors egenmakt. Här finner kvinnor stöd, uppmuntran och information som gör det lättare för dem att fatta hållbara beslut för sina liv. Det etablerar också relationer och nätverk som öppnar upp för karriärer genom att ge eller underlätta tillgång till jobb. Individerna får på så sätt information om karriärvägar, relevanta kvalifikationer och lär känna potentiella jobb och arbetsgivare.

På den psykosociala nivån hittar kvinnorna en kontaktpunkt i samhället. Här kan de utbyta åsikter - helst i en anda av förtroende - och få stöd, inspiration och positiva vittnesmål. Detta är särskilt viktigt när man tar ställning eller fattar beslut som går utöver normen. Gröna jobb är inte klassiska kvinnoyrken

<sup>1</sup> <https://www.empowerwomen.org/en/community/discussions/2016/11/five-major-components-of-womens-empowerment>

<sup>2</sup> <https://www.greengrowthknowledge.org/research/green-jobs-and-women-workers-employment-equity-equality>

eftersom de inte domineras av sociala komponenter. Som ett resultat är dessa jobb mindre uppenbara för kvinnor, vilket gör dem till ett alternativ bort från normen, och kvinnor finner först mindre validering när de tar en sådan väg. Ett community kan mildra detta genom att koppla samman likasinnade och få dem att utbyta erfarenheter, och genom att peka ut förebilder som har valt en sådan väg.

Eftersom den gröna sektorn fortfarande är ganska ny är siffror och studier om den fortfarande ganska hanterbara. Eftersom den gröna sektorn är en ny sektor är fördomarna inom detta område ännu inte så starkt formade och förankrade. Det finns därför studier som visar att kvinnor uppfattar denna bransch som relativt attraktiv och konkret<sup>3</sup>. Alternativt kan man titta på studier om STEM och kvinnor för vägledning, eftersom det finns en stor överlappning inom detta område.

## 2. Vision och uppdrag

Samhällsbyggande utgör en av de viktigaste pelarna i Women4Green-projektet, eftersom det å ena sidan bidrar till att uppnå projektets allmänna mål, å andra sidan också stöder alla andra projektaktiviteter och resultat genom att marknadsföra dem till en intresserad publik.

En stark och inspirerande gemenskap är avgörande för att

- öka unga kvinnors medvetenhet om och intresse för framtida relevanta yrken inom den gröna ekonomin och därmed bidra till jämställdhet inom detta yrkesområde
- ge unga kvinnor möjlighet att välja ett jobb inom den gröna ekonomin
- initiera anpassningar av ungdomars yrkesorientering, med fokus på yrkesorientering för jobb inom den gröna ekonomin, med beaktande av ett genusmedvetet förhållningssätt
- ge en tydlig förståelse för och översikt över befintliga/utvecklande jobb inom den gröna ekonomin och de färdigheter/kompetenser som krävs samt ge information om utbildningsvägar i detta avseende.

För att uppnå detta strävar community building efter visionen att skapa en levande gemenskap av unga kvinnor och flickor. Med, om och genom gemenskapen öppnas karriärperspektiven upp. Kvinnor och flickor lär sig om nya karriärer och hur man uppnår dem. På så sätt blir inte bara yrken utan även relevanta utbildningsvägar kända. Med denna kunskap får kvinnor och flickor möjlighet att fatta medvetna beslut om sina karriärer och därmed forma dem på ett medvetet sätt.

Medlemmarna i gemenskapen bör få inspiration och utbyte om karriärval och möjlighet att reflektera över sina önskemål och mål i detta avseende, eftersom vikten av vissa ramvillkor ofta ändras över tiden och därför ofta studier, lärlingsutbildningar påbörjas och senare helt andra yrken utövas.

Idealt sett erbjuder communityt en plats att gå till för frågor och förslag om karriärval och hållbarhet och utvecklar ett eget momentum, dvs. communityt matas inte bara med innehåll av värden (projektet), utan fylls också med innehåll och liv genom utbytet av medlemmar. Diskussioner och utbyten mellan medlemmarna ska därför triggas och inspireras. En gemenskap lever och får näring också genom ett

<sup>3</sup> <https://www.unido.org/news/how-can-more-women-power-transition-green-industry>

starkt utbyte mellan medlemmarna, både om innehållsrelaterad kunskap, kompetenser, men också om relaterade möjligheter, direkta erfarenheter, t.ex. personliga erfarenheter av gröna jobb/praktikplatser, och även om "utbildningsvägar som de kan påbörja och följa för att nå ett visst mål.

Enligt studierna bör en online-community följa tre huvudsakliga tillvägagångssätt:

- **Informera:** dela och distribuera relevant information för karriärer inom den gröna sektorn
- **Engagera:** skapa en stödjande och inspirerande miljö.
- **Stärka:** bekämpa begränsande rollmodeller

Gemenskapsbyggande är avgörande eftersom det direkt involverar och engagerar målgruppen och är aktivt hela tiden.

### 3. Målgrupper

Communityt riktar sig främst till unga tjejer och kvinnor i karriärorienteringsfasen men även i omorienteringsfasen (t.ex. efter att ha påbörjat sin första examen). På grund av det tematiska fokuset lockar communityt främst personer som befinner sig i slutet av sin första utbildningsväg. Men eftersom communityt är online är det också öppet för andra människor, oavsett kön, ålder etc.

Indirekta målgrupper är personer som stöder karriärvägledning och introducerar unga kvinnor till alternativa eller nya karriärvägar, t.ex. lärare, utbildare och ungdomsarbetare.

Innehållet i communityt publiceras huvudsakligen på engelska, vilket å ena sidan öppnar upp användarkretsen över nationsgränserna, men samtidigt naturligtvis kan begränsa den på grund av de nödvändiga språkkunskaperna. Särskilt yngre generationer visar en hög affinitet för engelskspråkigt innehåll, så det uppfattas snarare som en potential. Dessutom ska innehållet hållas ganska enkelt och med låg tröskel, så att de nödvändiga språkkunskaperna inte blir alltför krävande.

## 4. Implementering

### 4.1 Online-community

#### 4.1.1 Strategi för samhällsbyggande och kampanj i sociala medier

Som en del av Women4Green-projektet kommer både en strategi för samhällsbyggande och en kampanj för sociala medier att utvecklas. Båda kommer till stor del att äga rum på sociala medier, men samhällsbyggandet fokuserar på en Instagram-grupp i stället för en projektsida på Facebook och Instagram. Kampanjen i sociala medier och samhällsbyggandet har olika - kompletterande - fokus. Kampanjen i sociala medier syftar till att informera om själva projektet, marknadsföra projektresultaten och projektinnehållet. På så sätt uppfyller den de sociala mediekanalernas informativa uppdrag.

Samhällsbyggandet fokuserar därför mer på det mellanmännsliga utbytet, den sociala karaktären i de sociala medierna. Det handlar därför mycket mer om att forma interaktionen med och inom den gemenskap som bildas genom och kring projektet. Men det handlar också om att använda och hänvisa till projektets aktiviteter och resultat.

### 4.1.2 Ramverk för en online-community

Varje samhälle behöver engagerade och intresserade medlemmar som bär, animerar och utvecklar ett samhälle. I internets konkurrens om uppmärksamhet är det en särskild utmaning att vinna intresserade människor och att binda dem, särskilt eftersom man vill vända sig till människor som annars har mindre kontakt med projektets ämnen för att skapa en mer betydande effekt och för att nå människor "utanför bubblan"

Av denna anledning bör en workshop för att bygga upp en online-community vara startpunkten för communityn. På så sätt kan deltagare som redan är intresserade aktivt engagera sig i ämnena online. För att skapa ett aktivt utbyte och en gemenskapsanda bör många spännande impulser skapas runt denna utgångspunkt, som erbjuder stimulans och binder människor samman.

Det är också viktigt att skapa en snöbollseffekt så att communityn fortsätter att växa efter denna startsignal och inte dör ut. För detta ändamål kan impulser ställas in för att dra andra människors uppmärksamhet till plattformens innehåll.

När det gäller kampanjen i sociala medier kommer de nämnda sociala medierna (Instagram och Facebook) att användas, länkas och marknadsföras inom ramen för workshopparna för samhällsbyggande.

Alla dokument och aktiviteter i samhället måste ha en tydlig koppling till projektet genom att projektlogotypen och Erasmus+-logotypen visas och genom att en liknande färgkod och stil används (jämför spridningsstrategin)

Därför valde vi en igenkännbar stil för att illustrera innehållet i form av mallar som är i linje med webbplatsens design och W4G:s färgpalett.

För personliga uttalanden som kommer att delas med porträttet av dessa personer föredras en gemensam stil (t.ex. svartvitt med färgmarkeringar)

Varje inlägg måste ta hänsyn till de olika sidförhållandena på Facebook och Instagram.

Instagram: 1080 px x 1080 px och vertikalt format

Facebook: 1200 x 627 px och horisontellt format

### 4.1.3 Tillgång till online-communityn

Projektet ser sig självt i en dikotomi att nå många människor, men särskilt nå målgruppen: kvinnor\* och flickor\*. Även om tillträdet till communityn ska vara lågt, ska communityn erbjuda ett säkrare utrymme för förtroendefullt och intimt utbyte mellan kvinnor\* och flickor\*. Därför kommer det att finnas en

tidigare åtkomstbegränsning och kontroll av administratörerna för att endast tillåta åtkomst till kvinnor\* och flickor\*. Dessutom kommer personer att uteslutas från communityt om de bryter mot de självpåtagna communityreglerna.

Samtidigt uppmanas följarna (=medlemmarna i communityn) upprepade gånger att lägga till nya personer eller uppmärksamma innehåll på sociala medier-kanalen (se aktiviteter).

#### 4.1.4 Underlättande av en online-community

Varje online-community behöver facilitering. Faciliteringens uppgifter är

- Se till att gemenskapens regler följs
- Underlätta respektfull interaktion om de definierade ämnena i samhället
- Tillhandahålla innehåll för givande diskussioner eller tillhandahålla lämpligt innehåll och uppmaningar till åtgärder
- Skriftligt utbyte med communityn (t.ex. besvarande av DM)

Facilitering bidrar således väsentligt till atmosfären i en online-community genom att definiera och säkerställa gränser för interaktion. I vårt fall bör denna atmosfär präglas av respekt, nyfikenhet, objektivitet och motivation.

För att underlätta för onlinegemenskapen måste hänsyn tas till partnernas resurser och kompetens. Tillräckligt många administratörer bör utses för att möjliggöra snabba reaktioner vid behov. Faciliteringen av online-communityn är uppdelad i ansvarsområden mellan partnerna;

- (1) Förbereda och ladda upp Instagram-inlägg: SBTC & ÖJAB
- (2) Övergripande översikt/ Innehållsstrategi och samhällsengagemang: Jonathan

- (1) Minst två inlägg och en story ska delas per vecka för att garantera kontinuitet. SBTC:s publiceringsdag är tisdag, medan ÖJAB kommer att ladda upp ett inlägg varje torsdag. Inläggen kan vara informativa och/eller utgöra ett komplement till berättelserna från Jonathan. Den tematiska fördelningen är enligt följande:

SBTC: Motiverande citat, Förebilder, Statistik & vetenskap (fakta och siffror), Utveckla potential

ÖJAB: Utbildningsinnehåll, Introduktion till olika gröna jobb, Frågor, Jobborientering

För att Jonathan ska kunna anpassa sina berättelser till publiceringarna och utveckla en lämplig innehållsstrategi kommer SBTC och ÖJAB att presentera sina publiceringar för nästa månad inom ramen för publiceringsplanen [här](#).

- (2) Berättelserna ska vara interaktiva, stimulerande och inbjuda till engagemang (t.ex. genom att ställa frågor till samhället i berättelserna). Interaktivt innehåll ska alltid innehålla en uppmaning till handling, t.ex. att delta i en omröstning, dela med dig av din åsikt, vad är ditt perspektiv osv.



Varje inlägg ska innehålla text och ett grafiskt element (t.ex. en bild eller animation). Det mest relevanta, intressanta, populära, roliga osv. innehållet kommer att sammanfattas i en Instagram reel av Jonathan.

### 4.1.5 Regler för samhället

En uppförandekod fastställs i förväg. Koden ger vägledning för facilitering och ett ramverk för gemenskapen. Uppförandekoden är förankrad på webbplatsen så att alla kan se den och få tillgång till den, och den innehåller mål, värderingar och regler. Att reglerna följs övervakas av faciliteringspersonalen.

För Women4Green-gruppens regler, se BILAGA 1.

## 5. Workshops för samhällsbyggande

### 5.1 Koncept för workshops för samhällsbyggande

Målet med workshopparna för samhällsbyggande är att nå ut till intresserade personer och engagera dem i projektets mål. 4-6 workshops för samhällsbyggande bör genomföras under projektperioden.

De samhällsbyggande workshopparna ska alla ha samma anda som samhället självt: interaktiva, informativa och stärkande. Med undantag för kick off-evenemanget och det avslutande evenemanget riktar sig de samhällsbyggande workshopparna till en lokal publik. Kick Off-evenemanget är online och internationellt och utgör därför ett undantag från det allmänna konceptet. Kick Off-workshopen kommer att organiseras av alla partners tillsammans, medan de lokala workshopparna organiseras av en partner. Därför hålls de lokala workshopparna på det lokala språket och har en regional referens.

För varje workshop måste man hitta ett lämpligt ämne och en titel som tilltalar en ung målgrupp, väcker intresse och får folk att vilja delta i evenemanget. Det bör säkerställas att moderatorn är en kvinna\* och att panelen också är kvinnlig.

### 5.2 Målgrupper:

Workshopparna för samhällsbyggande riktar sig främst till unga flickor och kvinnor i karriärorienteringsfasen, men även i omorienteringsfasen (t.ex. efter att ha påbörjat sin första examen). På grund av det tematiska fokuset attraherar communityt främst personer som befinner sig i slutet av sin första utbildningsväg.

Workshopen för att bygga upp en gemenskap kan också rikta sig till (enbart eller även) den indirekta målgruppen av personer som stöder karriärorientering och introducerar unga kvinnor till alternativa eller nya karriärvägar, t.ex. lärare, utbildare och ungdomsarbetare. För att nå denna målgrupp exklusivt kommer en online-workshop i mitten att genomföras endast för denna målgrupp. Antagandet är att ett onlineformat och engelska är ett mindre hinder för denna målgrupp och att lärare är en relevant multiplikatorgrupp.

Beroende på ämnet kan värden besluta att den samhällsbyggande workshopen endast är öppen för hbtqi-personer. Detta kan vara meningsfullt för mer intima eller kontroversiella ämnen.

I motsats till online-communityn har workshopparna för community building (oftast) en regional räckvidd. Därför kan workshopparna hållas på det nationella språket, eftersom det gör dem mer personliga och enklare, särskilt för personer med sämre kunskaper i engelska.

### 5.3 Rekrytering av deltagare:

Att hitta intresserade och lämpliga deltagare är avgörande för att workshopparna för samhällsbyggande ska bli framgångsrika. Beroende på ämnet kan det vara lämpligt med ett annat antal deltagare. Mer känsliga ämnen eller interaktiva format kan hanteras bättre med en mindre, mer bekant grupp. Därför måste det för varje workshop för samhällsbyggande vägas upp hur många personer och på vilket sätt deltagare ska sökas. Det kan också vara meningsfullt att erbjuda en workshop för en redan befintlig grupp (t.ex. en skolklass). Detta beslut beror också på konsortiets befintliga nätverk och nationella bestämmelser (särskilt för arbetet med offentliga utbildningsanläggningar).

Därför erbjuder listan nedan idéer för en bredare rekrytering av deltagare, som är oberoende av organisationens nätverk eller bakgrund.

För att hitta intresserade deltagare kan följande onlinekanaler användas:

- projektets webbplats
- projektets sociala mediekkanaler
- partnerorganisationernas kanaler på sociala medier.

Beroende på det nationella sammanhanget är följande kanaler lämpliga för att marknadsföra workshops för samhällsbyggande:

- Skolor
- Anläggningar för yrkesutbildning
- Statliga arbetslöshetskassor
- Ungdomsgårdar
- Ungdomsföreningar
- Onlineplattformar för jobsökning
- Onlineforum för jobsökning
- mailinglistor
- och vidare.

Rekryteringen av deltagare bör alltid inledas med tillräcklig framförhållning. Rekommendationen är därför att starta den första omgången av den offentliga rekryteringen minst 3 veckor i förväg. 1 vecka före evenemanget kan ytterligare en påminnelse skickas ut eller - beroende på antalet registreringar - kan rekryteringen intensifieras genom att använda nya kanaler. Informell rekrytering i de egna nätverken kan göras under andra perioder.

Eftersom de samhällsbyggande workshopparna syftar till att utveckla vårt samhälle vill vi hålla kontakten med deltagare och intresserade personer. Av denna anledning bör Women4Greens konton på sociala medier vara synliga och inbjudande för att hitta nya människor som också kan delta i andra projektaktiviteter. En uppföljning av workshopparna är därför nödvändig och viktig för att hålla kontakten med intresserade personer och ha möjlighet att bjuda in dem till andra aktiviteter.

## 5.4 Förberedelser:

- Datum och tid:** Hitta ett datum och en tid som är attraktiva för din målgrupp. Tänk på de typiska skoltiderna i ditt land och välj en tid efter det (-> eftermiddag).
- Plats:** Hitta en lämplig lokal för workshopen.
- Titel:** Hitta ett attraktivt ämne och en attraktiv titel. Om rekryteringen av deltagare sker inom den egna organisationen eller med en samarbetspartner ska du ta hänsyn till deltagarnas profil för workshopen (avseende längd, format, möjliga ämnen, utbildningsnivå).
- Registrering:** Värden måste besluta om det är lämpligt och användbart med en registrering för workshopen.
- Evenemang online:** Ett Facebook/Eventbrite-evenemang kan skapas för att spåra möjliga deltagare och få en uppfattning om hur många som kommer.
- Paneldeltagare:** Hitta kvinnliga experter och/eller förebilder som är lämpliga för det valda ämnet och som kan bidra med olika berikande perspektiv. Paneldeltagarna kan också vara headhunter- eller rekryteringspersonal.
- Marknadsföring:** Skapa en snygg flyer eller online-banner beroende på var du vill hitta deltagarna i första hand.
- Främja:** Dela inbjudan till workshopen.
- Program:** Organisera allt och alla som är nödvändiga för ditt program
  - Fasilitering
  - Högtalare
  - Material
- Marknadsföring av projektet:** Se till att hänvisningen till projektet Women4Green och EU-Funding-logotypen är synlig på allt material och under evenemanget.
- Dokumentation:** Förbered en deltagarlista och en samtyckeslista för fotografering. Ta bilder.

Två internationella workshops för samhällsbyggande i början och slutet kommer att genomföras online. De listade uppgifterna kommer att fördelas mellan partnererna och alla partner kommer att bidra till framgången för de internationella workshopparna för samhällsbyggande.

## 5.5 Allmän dagordning:

- Välkommen  
Hälsa deltagarna välkomna i din organisations namn och presentera huvudpersonerna i workshopen.
- Introduktion av ämnet  
Introducera kort ämnet för workshopen för att ge en anledning till varför alla är här. I en mindre runda kan facilitatorn också fråga om det personliga intresset för ämnet och förväntningarna på workshopen.
- Introduktion av projektet  
Presentera projektet Women4Green med dess mål och kommande intressanta aktiviteter.
- Ämne  
Huvudämnet ska presenteras med djupa insikter och olika perspektiv. Beroende på formatet kan denna del också vara ganska interaktiv och personlig.
- Frågor och diskussion  
Lämna utrymme för frågor och diskussion för att göra det interaktivt.
- Interaktiv diskussion med sociala  
Stimulera interaktion med projektets konton på sociala medier.
- Utvärdering  
Utvärdera workshopen. En utvärderingsmall finns i BILAGA IV.

Varaktighet: från 45 minuter till 1 och en halv timme

Landreferens: För att skapa en landsreferens kan företag inom den gröna sektorn som finns i landet representeras eller viktiga branscher med en hållbar koppling kan lyftas fram. Andra möjligheter för en landreferens är bristyrken (=yrken där efterfrågan på arbetstagare vida överstiger tillgången)

## 5.6 Dokumentation:

Vänligen dokumentera workshopen för samhällsbyggande med följande material:

- Inbjudan
- Dagordning
- Deltagarlista
- 
- Sammanfattning av utvärderingen

Värden för varje workshop för samhällsbyggande är ansvarig för att samla in och tillhandahålla de ovan nämnda dokumenten till ÖJAB, eftersom de behövs för slutrapporten.

Ytterligare insikter och feedback kommer att hjälpa konsortiet att förbättra de fortsatta workshopparna för samhällsbyggande.

## 6. Podcast

### 6.1 Ramverk

Podcasts har varit mycket populära under en längre tid. De erbjuder möjligheten att belysa ämnen i olika aspekter på ett lågtröskelmässigt sätt och även gå in på olika detaljer. I samband med vårt projekt erbjuder det ett personligt förhållningssätt till ämnet som kan förmedla ett djupare innehåll. Dessutom kan poddarna interagera med online-communityn, dvs. poddarna kan marknadsföras där, men även förslag från communityn kan tas upp i andra poddavsnitt.

### 6.2 Podcast-presentation

För att en podcast ska hitta en intresserad publik måste den ha ett tydligt igenkännbart tema, uppdrag eller format från utsidan och ha ett igenkänningsvärde. Titeln bör hänvisa till motsvarande ämne så att intresserade personer lätt kan hitta podcasten.

Titeln, en kort beskrivning och en bild är nödvändiga för att presentera podcasten på ett attraktivt sätt på alla podcatcher-plattformar.

Titel Grönt jobb, drömjobb?

Undertitel: Varför gröna jobb är bra för dig och planeten.

Nyckelord: karriär, företag, gröna jobb, karriärvägledning

#### Podcast Beskrivning

Grönt jobb, drömjobb? - Varför gröna jobb är bra för dig och för planeten. Är du osäker på ditt karriärval? Vill du ta reda på hur du hittar rätt jobb för dig OCH har en inverkan på den här planeten? Den här podcasten presenterar olika jobb inom den gröna sektorn genom att intervjua människor som gör jobbet. De ger insikter om hur de hittade sin drömkarriär och hur de fick sitt jobb, hur vardagen faktiskt ser ut och vad de gillar eller hatar med sitt jobb.

Podcasten produceras inom ramen för det Erasmus+-finansierade projektet Women4Green.

**OBS:** Detta är bara den allmänna beskrivningen. Varje avsnitt behöver en egen beskrivning som sammanfattar innehållet på ett fängslade sätt, namnger den intervjuade, deras arbetsbeskrivning och den sektor som personen arbetar inom.

### Podcast Bild



### Podcast-jingel

En podcast-jingel skapas och delas av ÖJAB för att användas i varje podcast-avsnitt.

## 6.3 Produktionsplan

Varje produktion av ett podcastavsnitt innehåller samma steg och uppgifter.

### **Forskning**

Även om detta manus innehåller en redaktionell plan med förslag på ämnen som ska behandlas, är forskning nödvändig för varje avsnitt. Forskningen bör klargöra ämnets betydelse och om det passar till det övergripande podcastämnet. Det kommer att ligga till grund för avsnittets manus (vilka ämnen som ska täckas) och vilken intervjugäst som kan bjudas in. Välj ut några intressanta fakta som ger näring åt innehållet och som kan användas som en brygga under inspelningen (som leder från en fråga till en annan).

### **Organisation**

I denna uppgift ingår att rekrytera intervjugäster i form av personer som är experter och kan dela med sig av sina erfarenheter i podcasten. En lämplig tid för förhandsvisning och inspelning måste bestämmas. Rummet, utrustningen och redigeringen efteråt måste organiseras.

### **Skript**

Varje podcastavsnitt behöver ett manus som kan orientera sig efter översikten i BILAGA II. Manuset säkerställer att alla relevanta ämnen spelas in och att intressanta ämnen täcks. Det gör det också möjligt för en facilitator som inte är expert på området att få en uppfattning om ämnet.

### **Briefing / Förhandsgranskning**

Innan avsnittet spelas in bör en förhandsgranskning och genomgång ske med samtalsledaren och den intervjuade, eftersom de måste ha en gemensam uppfattning om vad som ska spelas in, vad som ska tas upp osv. Det är också viktigt att de känner till målgruppen och syftet med podcasten för att kunna förbereda sina svar.

### **Underlättande**

Varje avsnitt behöver en facilitator som guidar genom innehållsblocken, ställer frågorna och leder intervjun.

### **Inspelning**

Inspelningen kan äga rum på samma plats eller inte. Under alla omständigheter bör den tekniska utrustningen testas i förväg och det bör kontrolleras att den fungerar och att personerna är tillräckligt förtroga med tillämpningen. Det är också nödvändigt att i förväg kontrollera om tillräcklig lagringskapacitet finns tillgänglig.

### **Redigering**

Varje podcast behöver redigering. Här sätts alla ämnesblock i rätt ordning. Innehållet ordnas på ett meningsfullt sätt och reduceras till det som är relevant och intressant. Därför klipps upprepningar, felsägningar och utvikningar bort. Ett klippmanus som anger tidskoder för redigeringen (med start och slut för relevanta block) kan vara till hjälp. I slutet mixas ljudet.

### **Release**

Varje avsnitt behöver en kort individuell beskrivning som sammanfattar innehållet och namnger gästen.

Podcasterna kan hostas gratis på Anchor.fm (hosting är att spara filen på en server) och ÖJAB kommer att ladda upp avsnitten med hjälp av de filer som tillhandahålls av partnerna. Podcasten kommer att implementeras via RSS-Feed på följande podcast-streamingplattformar:

- Spotify (som den vanligaste streamingplattformen)
- GooglePodcasts (som en berömd internationell streamingplattform)

För utgivningen är det nödvändigt att se till att podcasten är i rätt format och måste laddas upp på olika podcatcher-plattformar, inklusive

- Spotify
- GooglePodcasts

### Teknisk utrustning, det är nödvändigt:

- Mikrofoner
- Hörlurar
- förmodligen extra minneskort
- en bärbar dator som har ett fungerande RAM-minne och minne för att kunna redigera innehållet
  
- Föreslagen inspelningsprogramvara: Zencast <https://zencast>
- Föreslagen redigeringsprogramvara: Audacity <https://www.audacity>
- Programledare:

### Förberedelser inför inspelningen av podcasten:

- Testa din tekniska utrustning och programvara i förväg så att du är bekant med hur den ska användas. Testa också om datalagringen fungerar som den ska.
- Se till att du planerar tillräckligt med tid för inspelningen (1,5 timmar: 20 minuter för uppställning och förberedelser, 45 minuter för inspelningen och lite fritid).
- Briefa din intervjuperson i förväg, så att hen har en grov uppfattning om varför du gör podcasten. Detta sker helst precis före inspelningen, så att du redan är i ett pratsamt läge.
- Se till att spela in i en lugn miljö (ljud från ryggen är störande, men även ljud från mat, dryck och prasslande papper).
- Stäng av ljud och meddelanden från alla elektroniska enheter eftersom de kan störa dig eller föra oväsen.

## 6.4 Översikt över podcast

Ungefärlig längd på Podcast-avsnitt: 25 min

Varje enskilt podcastavsnitt består av samma innehållsblock.

NEJ	Block	Est. Varaktighet	Ansvarsfullhet
1	Jingel	30 sekunder	Förproducerad
2	Introduktion av podcasten	2 minuter	Förproducerad på engelska



3	Introduktion av dagens ämne och gäst	~ 3 minuter	Produceras av varje partner
4	Intervju	15 minuter	Produceras av varje partner
5	Kort sammanfattning / Q'n'A / Roliga inslag med en kort jingel / Höjdpunkter från företaget	3 minuter	Produceras av varje partner
6	Outro	1 minut	Förproducerad på engelska

Intervjuguiden ger bara en översikt över vad du ska fråga och vilket innehåll du ska täcka. Observera att podcasten kommer att dra nytta av en pratsam och spontan dialog, och att det därför inte är önskvärt att bara glida förbi frågorna.

## 6.5 Fördelning av arbetsuppgifter

Partnerna kommer att samarbeta för att utveckla podcasten. ÖJAB ansvarar för hela processen och podcastkanalen. ÖJAB utvecklade det allmänna podcastkonceptet, podcastkanalen och kommer att hantera podcastkanalen. Varje partner är ansvarig för att organisera utvecklingen av sitt eget avsnitt och skriva ett manus för avsnittet. Varje partner kommer att klippa det egna avsnittet och skriva en beskrivning på engelska och sitt lokala språk. Uppladdningen av avsnittet kommer att utföras av ÖJAB.

## 6.6 Tidslinje och innehåll

NEJ	Release	Ämne	Ansvarig
1	December 2022	Allmän introduktion till gröna jobb (EN)	ÖJAB
2	juli 2023	Digitalisering (TR)	SBTC
3	september 2023	Miljöteknik (GER)	bit
4	november 2023	Energisektorn (EN)	ÖJAB
5	februari 2024	Avfallshantering (SW)	Jonathan
6	juni 2024	Trafikplanering/ Energisektorn (IT)	Bit
7	september 2024	Avslutning och sammanfattning av projektet	ÖJAB

## 7. Tidslinje

Uppgift	Tid & ansvar													
	06/22	07/22	08/22	09/22	10/22	11/22	12/22	01/23	02/23	03/23	04/23	05/23	06/23	
Uppbyggnad av samhället	Wise Academy													
Workshops för samhällsbyggande					Internationell workshop (1:a workshopen)					ÖJAB (2:a workshopen)		Jonathan (3:e verkstaden)		
Underlättande	Delat ansvar: ÖJAN & SBTC (skapa och ladda upp inlägg), Jonathan (övergripande samordning av innehåll och samhällsengagemang)													
Lansering av podcast							ÖJAB							
Podcast-utgåvor							ÖJAB (1:a podcasten)							

Uppgift	Tid & ansvar									
	07/23	08/23	09/23	10/23	11/23	12/23	1/24	2/24	3/24	04/24
Workshops för samhällsbyggande				SBTC				Internationell workshop		
Underlättande	Delat ansvar: ÖJAN & SBTC (skapa och ladda upp inlägg), Jonathan (övergripande samordning av innehåll och samhällsengagemang)									
Podcast-utgåvor	SBTC (2:a podcasten)		Bit (3:e podcasten)		ÖJAB (4:e podcasten)			Jonathan - Avfallshantering (5:e podcasten)		

Uppgift	Tid & ansvar						
	05/24	06/24	07/24	08/24	09/24	10/24	
Workshops för samhällsbyggande							

	Internationell (alla, 5:e workshopen)					
Underlättande	Delat ansvar: ÖJAN & SBTC (skapa och ladda upp inlägg), Jonathan (övergripande samordning av innehåll och samhällsengagemang)					
Podcast-utgåvor		Bit (6:e podcasten): Trafikplane ring/ Energisekt orn			ÖJAB  (7:e podcasten)  (Avslutnin g av projektet)	

## 8. Indikatorer och dokumentation

För att få en bra överblick över hur framgångsrikt arbetet med att bygga upp samhället inom ramen för Women4Green-projektet har varit, bör följande kvantitativa indikatorer för aktiviteter dokumenteras:

- Antal inlägg på de sociala mediekanalerna
- Antal följare på de sociala mediekanalerna
- Antal workshops för samhällsbyggande
- Antal deltagare i workshops för samhällsbyggande
- Antal experter och förebilder som deltog i workshopparna för samhällsbyggande
- Antal podcast-avsnitt
- Antal podcast-lyssnare
- Antal betyg på podcasten
- Antal experter och förebilder som finns representerade i podcasten

## 9. BILAGOR

### I) UPPFÖRANDEKOD

#### Women4Green-gruppens mål och värderingar

Women4Green syftar till att skapa kontakter, inspirera och stödja unga kvinnor och flickor för jobb inom den gröna sektorn.

#### Uppförandekod:

- Vi litar på och förväntar oss att du respekterar det säkrare utrymmet och bara går med i den gemenskapen om du identifierar dig som kvinna\* eller flicka\*.
  - Vi behandlar varandra med respekt, kärlek och ödmjukhet
  - Vi accepterar att det finns olika åsikter
  - Vi ger kritik på ett sakligt och konstruktivt sätt
  - Vi stöttar varandra, särskilt i svåra tider
  - Vi tar andras oro och behov på allvar, även om vi inte kan förstå dem.
- 
- Vi följer gällande lagar!
  - Alla brott mot upphovsrätt och personliga rättigheter, liksom bidrag som förolämpar, förtalar, kränker, missbrukar personer eller organisationer, vulgära bidrag, Våldsförhålligande, diskriminering, rasism, främlingsfientlighet eller sexism samt omänskliga eller författningsfientliga bidrag har ingen plats här.
  - Personangrepp, nedsättande kommentarer, falska anklagelser, mobbning och retningar hör inte heller hemma här.
  - Marknadsföringsinnehåll och länkar är inte välkomna
  - Publicering av personuppgifter eller konfidentiell information är förbjuden.
  - Dessa regler gäller både för det offentligt synliga området och för de personliga meddelandena

Europeiska kommissionens stöd till produktionen av denna publikation innebär inte något godkännande av innehållet, som endast återspeglar författarnas åsikter, och kommissionen kan inte hållas ansvarig för någon användning som kan göras av informationen i den.

Överträdelser av riktlinjerna för gemenskapen kommer att beivras i gemenskapens intresse, eftersom vi vill bygga upp en förtroendefull och positiv kommunikation med gemenskapen och dig. Beroende på hur allvarlig överträdelsen är kommer den att behandlas med olika konsekvenser. Möjliga konsekvenser sträcker sig från en skriftlig varning, till en tillfällig, till en permanent uteslutning från communityt. Om vi inte ser någon överträdelse, vänligen rapportera den på [communityteam@xyzanbieter.de](mailto:communityteam@xyzanbieter.de). Vi kommer då att ta hand om det!

Genom att gå med i Women4Green Community godkänner du Community Guideline. Vi ser fram emot en härlig tid tillsammans med dig och hoppas att du hittar din karriärvision hos oss! Om du har några frågor eller behov kan du alltid kontakta oss via AdminaX (profil länkad), eller [communityteam@xyzanbieter.de](mailto:communityteam@xyzanbieter.de) med oss.

## II) VÄGLEDANDE FRÅGOR FÖR PODCAST-INTERVJUER:

Dessa frågor är användbara för att spela in podcasten. Förbered gärna ett podcastmanus i förväg, som också innehåller:

- 1) En introduktion: Idag pratar jag med XY.
- 2) Frågor med bryggor (= fakta som sammanfattar innehållet, eller introducerar information som inte har delats med tidigare). Var inte blyg för att lyfta fram information som du anser vara viktig.
  - Vem är du och vad är ditt jobb? Kan du kort presentera dig för publiken?
  - När bestämde du dig för att välja det här jobbet och varför?
  - Vad gör en XY? Och hur ser en genomsnittlig dag ut för en XY?
  - Hur fick du det här jobbet?
  - Vilka färdigheter krävs för att arbeta som XY?
  - Hur bidrar ditt jobb till att skydda miljön/planeten/klimatet?
  - Vad tycker du bäst om med ditt jobb?  
Vad hatar du med ditt jobb?
  - Vad förväntade du dig när du bestämde dig för att bli en XY?
  - Vad är överraskande med ditt jobb?
  - Vad skulle du råda någon som fortfarande är på väg att hitta en lämplig karriär?
- 3) Kort sammanfattning som inkluderar vikten av detta jobb/denna sektor, höjdpunkter från intervjun och framtida relevans av gröna jobb.
- 4) Tack XY för intervjun! Den här intervjun var intressant/inspirerande på grund av ... (sammanfatta eller belysa särskilda ämnen).



### III) UTVÄRDERINGSFORMULÄR

Verkstad \_\_\_\_\_

Plats \_\_\_\_\_

Datum \_\_\_\_\_

Kära deltagare,

Tack för att du deltar i denna workshop i vårt Women4Green-projekt.

Vänligen fyll i denna enkät fullständigt och lämna så mycket information som möjligt.

Resultaten kommer att samlas in anonymt och sammanfattas i en rapport som kommer att skickas till den österrikiska nationella byrån.

Vi tackar dig så mycket!

#### 1. Hur fick du höra talas om denna workshop? \*

#### 2. Var modereringen av workshopen tydlig och adekvat? \*

Ja

Nej (om du väljer detta alternativ, vänligen lämna mer information nedan)

Kommentarer:

#### 3. Presenterades ämnet på ett informativt och intressant sätt? \*

Ja

 Nej (om du väljer detta alternativ, vänligen ange nedan)

Kommentarer:

#### 4. Utvärdering av workshopen - Hur nöjd eller missnöjd var du med vart och ett av följande?

\*

	Mycket nöjd	Något nöjd	Neutral	Något missnöjd	Mycket missnöjd
Organisation av workshopen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tillgängliga material	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diskussionsrundorna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Din erfarenhet av teamen/grupperna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Resultaten av workshopen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kommentarer:

#### 4. Utvärdering av workshopen - Hur känner du dig efter workshopen? \*

	Mycket	I mån	Inte	Neutral
Motiverad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inspirerad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uttråkad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stärkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nyfiken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5. Vad kan göras för att förbättra framtida workshops?**



 [women4green.eu](https://women4green.eu)



 [/WomeninPowerforaGreenEconomy](https://www.facebook.com/WomeninPowerforaGreenEconomy)



 [/women4green/](https://www.instagram.com/women4green/)

© 2021–2024, Women4Green