

HVORDAN SAMLER MAN LOKAL OPBAKNING?

Mobil- og bredbåndsprojekter har størst mulighed for succes, hvis man fra starten overvejer grundigt, hvordan man bedst samler opbakning.



SÅDAN GØR DU

- 1 Saml en projektgruppe af engagerede frivillige.
- 2 Læg en strategi for projektet, evt. i samarbejde med en mobil- eller bredbåndsudbyder.
- 3 Planlæg forskellige aktiviteter, som skal udføres, og uddeleger arbejdsopgaver.
- 4 Når målet for tilslutning nås, begynder selskabet at udrulle nettet.

Når du skal samle opbakning til et bredbåndsprojekt, kan det anbefales at være opmærksom på, at resten af lokalområdet ikke nødvendigvis deler samme engagement som ildsjælene. Opbakning handler ikke altid kun om at få udbredt oplysning omkring et projekt men også om at skabe interesse og tillid. Det er derfor en god idé at sætte forskellige initiativer i gang for at samle opbakning hos den bredere befolkning.

Der kan som inspiration skelnes mellem følgende tre grupper i lokalområdet: ildsjælene, de positive og de forbeholdne.

ILDSJÆLENE

Denne gruppe er typisk en del af det etablerede lokalliv og knyttet til foreningerne eller institutionerne i området. Ildsjæle er karakteriseret ved eksempelvis

at være positive over for at deltage i møder og det bagvedliggende planlægningsarbejde – noget som kan være sværere at skabe opbakning til blandt de positive og de forbeholdne. De egner sig derfor som ambassadører for et projekt. Et vigtigt opmærksomhedspunkt er her, at ildsjælene i forvejen kan være hængt op på mange andre opgaver, så de derfor ikke har lysten til at påtage sig flere, eller at de ikke formår at følge opgaverne til døren. Derfor kan det være en god idé at finde lokale, der tidligere har været engagerede "og prikke dem på skulderen". Det er ikke altid, at ildsjælene melder sig selv. De skal inviteres og nogle gange overtales.

Ildsjæle bliver ofte involveret i frivilligt arbejde, fordi de har nogle kompetencer, som der er brug for, og det handler derfor ikke altid kun om engagement. Nogle er gode til at skrive fondsansøgninger, mens andre kan opdatere hjemmesider. Derfor kan potentielle ildsjæle til et mobil- eller bredbåndsprojekt

også være teknologiinteresserede, som interesserer sig for emnet på hobbyniveau.

DE POSITIVE

Denne gruppe er karakteriseret ved generelt at være positivt stemt over for aktiviteter og tiltag i området, men der er visse forhold, som gør, at de ikke aktivt involverer sig i dem. Det kan være travle børnefamilier, som ikke har tiden til at være frivillig, eller andre beboere som ikke har vane for at engagere sig eller ikke oplever, at de er en del af det aktive lokalliv.

Det kan anbefales at have opmærksomhed på, at denne gruppe gerne vil se konkret udvikling i projektet fx i form af en hjemmeside eller en samarbejdsaftale. De er derfor ikke nødvendigvis de første til at melde sig. Stabilitet er desuden et nøglebegreb, idet uforudsete omkostninger, usikkerhed om projektet eller nedbrud af den ene eller anden art kan gøre, at de ikke ønsker at deltage. Sørg derfor for, at have en klar aftale med en udbyder om betingelserne for at forbedre dækningen, fx antal forhåndstilmeldinger i et specificeret område, omkostninger til tilslutning, abonnementspris, garanterede hastigheder, dato for hvornår selskabet begynder at anlægge nettet, mv.

DE FORBEHOLDNE

Der kan være flere årsager til, at der er visse beboere, som ikke ønsker at deltage. De synes måske, at de ikke har brug for hurtigere bredbånd, at det er for dyrt, eller at de ikke kan forstå de teknologiske aspekter i det. Hvis projektet om at skaffe en udbyder indebærer, at der skal være et vis antal forhåndstilmeldinger, kan det være en god idé at få gjort det klart, at der kan gå lang tid før en ny mulighed op-

står, hvis ikke dette initiativ får nok opbakning. Sommetider er det dog ikke projektet i sig selv men en manglende tilknytning til projektgruppen, der kan være problemet. Et opmærksomhedspunkt kan her være at have nøglepersoner med, som har en tilknytning til de forbeholdne. Hvis det eksempelvis kun er tilflyttere, der er initiativtagere, kan det være svært at overtale andre mere etablerede lokale.

PROJEKTGRUPPENS AKTIVITETER

Når projektgruppen er samlet, anbefales det at lægge en strategi for arbejdet. I den forbindelse kan man fx overveje om projektet skal udføres i etaper, hvordan kriterierne for at tilmelde sig er, hvad det vil kræve økonomisk at tilmelde sig, hvorvidt andre foreninger eller institutioner kan være behjælpelige, hvornår målet skal være nået, hvordan projektet efterfølgende skal forankres mv.

Det er også en god idé at planlægge forskellige aktiviteter, som kan sætte fokus på og skabe opbakning til projektet.

I første omgang kan det være en god idé at udarbejde informationsmateriale omkring projektet. Det kan bl.a. være en flyer, der skal hustandsomdeles eller vises online på en hjemmeside eller på Facebook, eller det kan være at hænge plakater op. En anden mulighed er at få omtale af de lokale medier. Få taget nogle billeder, og vis at der sker noget. Sørg for at give konkret besked om medlemskab, fx hvad tidsrammen er, hvad der kræves for at være med, og hvad det koster.

Det kan være en god idé at afholde et åbent møde, hvor alle interesserede opfordres til at møde op. Mødet er først og fremmest en mulighed for at in-



formere om de problemstillinger, der kan være i forbindelse med at udbedre dækningen, og hvad der er af teknologiske muligheder. Samtidigt er det godt at bruge mødet til at få introduceret den eller de virksomheder, som kan levere en løsning. Hvis der er politisk opbakning, er det ligeledes en god idé at invitere dem med.

Grundlæggende græsrodsarbejde som fx at stille sig i det lokale supermarked, kan være særdeles effektivt. En udfordring med at samle opbakning kan være at skabe tillid til projektet og desuden at få folk til at tage skridtet til at tilmelde sig. Det handler om at møde befolkningen i øjenhøjde.

Mangel på anerkendelse og respekt kan i høj grad være demotiverende for et projekt. En metode til at samle opbakning er her at vise, at projektet har samarbejdspartnere. Selv symbolsk opbakning fra politisk side kan have stor betydning, da anerkendelse kan være en stærk ingrediens til at forøge motivationen. Derudover kan man tage kontakt til lokale virksomheder og høre, om de vil være med. Det kan

videre være smart at tage kontakt til andre frivillige, som har gennemført et lignende projekt og høre, hvad deres oplevelser er. Dette kan også vise, at projektet er muligt.

Som projektet kommer i gang vil der sandsynligvis opstå perioder med færre aktiviteter. Der kan desuden opstå komplikationer, som betyder, at projektet tager længere tid end forventet. En udfordring kan være at holde motivationen oppe blandt de frivillige, ikke mindst fordi der er færre praktiske opgaver og måske mere administration. Det kan i den periode være en god idé at få informeret om, at projektet stadig er i gang.

Projektet vil på et tidspunkt nå til et punkt, hvor målsætningen er nået, og hvor opgaverne afsluttes og ændrer karakter til drift. Det er her en god idé at få afsluttet projektet og få sagt tak til de involverede. Endvidere skal projektet forankres sådan, at der er en plan for, hvordan det fremadrettet skal vedligeholdes, hvis dette er relevant.

