

## Skate och inspiration



*Skating vid besök hos en mjölkbonde.*

<b>Projektägare:</b>	Dalarnas Vi Unga, ideell förening
<b>Projektledare:</b>	Niklas Persson
<b>Kommun:</b>	Avesta
<b>Dnr:</b>	11
<b>Jnr:</b>	2009 788
<b>Projekttid:</b>	2009-02-12 – 2011-10-30

<b>Beviljade stödmedel:</b>	430 000 kr	<b>Använda stödmedel:</b>	335 843 kr
-----------------------------	------------	---------------------------	------------

<b>Totalt använda resurser i projektet:</b>	966 320 kr
---	------------

*”Fler ungdomar blev mer aktiva och involverades i arrangemang och i utvecklingen av skateboardåkande. Framförallt de yngre ungdomarna upplevde stolthet över att bo där det hände så mycket.”*

**Niklas Persson, projektledare**



## Verksamhet enligt projektplanen

### **SYFTE**

Att unga på landsbygden får förutsättningar att utveckla sitt skateboardåkande, men även att ta eget ansvar i skateverksamheten och grundlägga entreprenörskap. Engagera fler tjejer genom specialkurser i en killdominerad spontanidrott. Vill även nischa sig inom Skateboardturismen. Föreningen är grundad av ett gäng grabbar/killar som driver två företag Village Clothing & Meatslap Skateboard, som bekräftar att skateboard kan vara grund för företagande och entreprenörskap.

### **MÅL**

Utbilda femtio unga i att arrangera skateboardtävlingar, konserter och andra kulturaktiviteter. Renovera skaterampen i Fors och återuppliva den i Horndal. Fyra camps. Fyra nybörjarkurser exklusivt för tjejer. Genomföra åtta skateevents i landsbygdens maskinhallar.

Föreningen vill samarbeta med gymnasieklassen för Skateare för att dra nytta av dem i bygden. Det är ett ungdomsprojekt av ungdomar för ungdomar med visst vuxenstöd (vuxna skateare), men de vill köra som ett "fullstort" projekt då de faktiskt tror att det kan leda till arbetstillfällen. Uppfyller urvalskriterierna för ungdomsprojekt och även i vuxenprojekt med avseende på arbetstillfällen, stärkt lokal ekonomi och nya affärsmässiga produkter.



## Sammanfattning av svar i utvärderingen

*Uppgiftslämnare: Niklas Persson*

### **Första kontakten med Leader**

Första kontakten var via Karin Perers (C), som berättade om vad Leader var och att det kunde vara något för föreningen.

### **Leader som metod**

Tror inte att skateboarden, deltagandet i utbildningar och arrangemang skulle ha kunnat tas så långt som man lyckades med under projektets gång utan Leader. Svårigheterna som projektledare var att få ordning på och förstå sig på blanketter och samla in betalningsbevis och så vidare då alla var väldigt utspridda. Skulle ha önskat att det funnits någon från Leader som man stämde av med varannan månad och kollade hur allt gick och så vidare.

### **Leaders betydelse för projektet**

Tror inte att "Skateboard och inspiration" hade blivit av i denna omfattning utan Leader. Säkert tävlingar och lite småsaker, men tack vare Leader kunde man satsa på riktigt.

### **Genomförande**

Tycker att projektet blev bra när det var igång, men när skateboard-utbildningen lades ned i Avesta så slutade kommunen satsa pengar i skate och det slog hårt mot föreningen. Upplever att folk tröttnade lite och orkade inte bygga upp allt på nytt. Tycker ändå att det som helhet under åren gick väldigt bra och att de flesta delmål genomfördes. Folk hade jättekul och utvecklades som arrangörer och fick nya kontakter.

### **Innovation**

En ny idé var att besöka bönder och åka i gamla tankar bland kor. Det blev mycket uppmärksamhet för skateboard då man syntes mycket i media. Man träffade många pensionärer och berättade om sin kultur. Det blev ett kul utbyte och lärande.

### **Samverkan och nätverkande**

Projektet medförde ny samverkan och nytt nätverkande. Tycker att man fick jättebra kontakt med tjänstemän och politiker i kommunen. Ett kul samarbete med skolor, studieförbund, artister och föreningar i södra dalarna.

### **Ökad affärsmässighet**

Projektet har lokalt inte bidragit till ökade affärsmässiga tjänster eller produkter, men skatefestivalen var ett ställe där företagare inom skatekulturen träffades och gjorde avtal med varandra och så vidare. Det var en knypunkt för de små butikerna runt landet.

### **Långsiktighet**

Tävlingen "Pöbeln i palatset" har levt vidare efter projektets slut och ur den har det även kommit fler tävlingar. Det har även varit nybörjarskate med instruktörer och rampbyggen på skolgårdar. Effekter man kan se av projektet idag är att ungdomarna som åker skate inte ser saker som en omöjlighet. Att allt är möjligt om man går ihop och försöker. Upplever att de har fått en självkänsla att "ta tag" i saker.



## **Framtidsutsikter för projektet**

Under det närmaste året är ambitionen att göra en kul tävling lokalt. Avesta mästerskapen i skateboard.

## **Spridning**

Vetskapen om projektet tros vara stor då man syntes mycket i media och eftersom skateboard låg helt rätt i tiden. Projektet blev kontaktade av TV 4 när man beviljats pengar. Det blev en intervju på två minuter. I Dalademokraten, Avesta tidning och Annonsbladet var projektet med ungefär varannan månad. Oftast var det media som kontaktade projektet, men ibland skickade man själva ut pressmeddelanden. Projektet syntes också mycket i skatemedier som tacky.se och giftorm. Projektet spred själva information i tidningar, tacky, countrysideskate-bloggen och med flyers. Kommunen har också gjort reklam för vissa arrangemang på kommuntavlorna längs riksvägarna.

## **Attitydförändring**

Barnen från stadskärnan tros nu vara mer öppna för att se möjligheter för skate på landsbygden.

## Uppnådda huvudmål och delmål, kvantitativa

<b>Nya försörjningsmöjligheter</b> , uttryckta som helårsarbeten	<b>1</b>
<b>Antal personer</b> som fått del av nya försörjningsmöjligheter	<b>2</b>
<b>Nystartade företag</b>	<b>1</b>
<b>Övriga nystartade affärsverksamheter</b>	<b>1</b>
<b>Antal nya nätverk</b>	<b>1</b>
<b>Nya dagbesök</b>	<b>1 000</b>

<b>Antal personer upp till 27 år</b> som varit med och påverkat vad projektet har åstadkommit och varit delaktiga i beslut	<b>15</b>
<b>Antal nya samarbeten</b> där unga och vuxna samarbetar och där inget samarbete över åldersgränserna funnits tidigare	<b>10</b>

### **Nya eller förstärkta varumärken:**

Skateboardfestivalen blev ett förstärkt varumärke. Tävlingen "Pöbeln i palatset" har blivit ett känt namn i hela landet.

### **Efterlämnade fysiska resurser:**

Ramperna vid Fors och Folkärna skola. Tävlingarna lever vidare. Skateboardcamps, läger för skateboardåkare i hela landet.

## Uppnådda mål, kvalitativa

<b>Samarbetsklimat:</b>	<i>Stor förbättring</i>
<b>Exempel:</b>	Jättestor förbättring i samarbetet med kommunen. Fler ungdomar blev mer aktiva och involverades i arrangemang och i utvecklingen av skateboardåkande.

<b>Jämställdhet:</b>	<i>Viss förbättring</i>
<b>Exempel:</b>	Lade ganska mycket kraft på att få tjejer att åka skateboard. Många var med och vissa åker fortfarande. De blev en del av "grabbarnas" arena.

<b>Identitet:</b>	<i>Stor förbättring</i>
<b>Exempel:</b>	Framförallt de yngre ungdomarna upplevde stolthet över att bo där det hände så mycket. Att de var en del utav det.