



UNGDOMS BUREAUET STRATEGI 2 0 2 2

Strategien er vedtaget d. 29. maj 2017 af Ungdomsbureauets bestyrelse:

Agi Csonka (formand)

Annemette Færch (næstformand)

Mikkel Bohm

Camilla Wang

Thea Hass

Jesper E. Møller

Lars Vesterlørke

INDHOLD

DEL 1: Indledning

DEL 2: Vision

DEL 3: Mission

DEL 4: Fokusområder

DEL 5: Strategiske prioriteter

DEL 6: Værdier

DEL 7: Definitioner og overbevisninger

DEL 8: Strategihus

DEL 1: INDLEDNING

Ungdomsbureauet startede i oktober 2013, og har siden udviklet sig med hastige skridt – både i antallet af projekter, ansatte, frivillige, om-sætning, kendskab i omverdenen og, vigtigst, unge der har engageret sig i vores platforme og projekter.

Ungdommens Folkemøde er Ungdomsbureauets flagskibsprojekt, og vokser sig større ligesom organisationens øvrige projekter. Strategien er derfor blevet et nødvendigt værktøj at navigere efter og skal bidrage til at fokusere Ungdomsbureauets udvikling og offentlige tilstedeværelse, samt bidrage til at være retningsgivende i alle facetter af hverdagen i Ungdomsbureauet.

Strategien blev besluttet d. 29. maj 2017, og er blevet opdateret over foråret og sommeren 2018 gennem workshops og gennemskrivninger. og har en løbetid frem til maj 2022.

God læselyst,

Med venlig hilsen

Kenneth Salomonsen og Olav Hesseldahl
Grundlæggere

DEL 2: VISION

Ungdomsbureauets vision er at medvirke til at skabe den mest samfundsen-gagerede generation af unge i danmarkshistorien.

DEL 3: MISSION

Vi vil **engagere flere mere** ved at inspirere unge til at udvikle og gribe mu-lighederne for at påvirke egne og andres livsvilkår.

Vi vil **skabe ny viden** og debat om unges muligheder og livsvilkår gennem mødet med unge. Denne viden skal bestyrke os i at engagere flere mere.

DEL 4: FOKUSOMRÅDER

Af missionen fremgår der to overordnede fokusområder for organisationen, som bidrager til realisering af visionen.

• 4.1 ENGAGÉR FLERE MERE

Ungdomsbureauet vil engagere flere mere. Vores projekter er den fleksible ramme om unges forskellige typer af engagement. Hvis vi igennem vores platforme kan inspirere unge til at engagere sig hos andre organisationer, melde sig ind i en forening eller et politisk parti, bidrager dette også til vores samlede vision. Det er ikke vores projekter alene, der skal være de engagerende platforme, og der er således ikke en type engagement der er bedre end andre.

- 4.1.1 Pejlemærker

Det er ikke alt samfundsen-gagement, der kan og skal rum-mes på vores platforme. Ud fra en vurdering af nuværende samfundsen-gagerende tilbud til unge har vi identificeret tre pejlemærker for vores indsats for at engagere flere mere.

Disse pejlemærker er hhv.:

- *Pop-up engagement og midlertidige platforme*
Når tre danskere mødes starter de en forening. Der er masser af foreninger og tilbud inden for næsten alle problematikker og samfundsspørgsmål i Danmark. På den måde er der gode muligheder for at engagere sig. Men hvor går man hen hvis man endnu ikke ved så meget og er usikker, men gerne vil engagere sig i samfundet? Hvor går unge hen med sin spontane gejst, vrede, indignation og interesse i et emne? Ungdomsbureauet fokuserer på midlertidige platforme, hvor unge der deltager kan snuse til samfundsen-gagement og diverse samfundsspørgsmål.
- *Analoge begivenheder*
Internettet og sociale medier kan mobilisere store grupper. Men ift. den demokratiske samtale og bor-geres nysgerrighed har internettet stadig svære kår. På den baggrund fokuserer vi på analoge begiven-heder, hvor vi tror på, at unge kan få en mere ærlig og respektfuld oplevelse af samfundsen-gagement. Desuden har vi fokus på at lave inkluderende fysiske fællesskaber i og omkring vores projekter.
- *Selvorganiseret samfundsen-gagement*
Mange unge skaber selv rammerne for deres eget og andres engagement. Det er mange rigtig gode til, men der er flere barrierer og udfordringer, der står i vejen for at denne type kan engagement kan trives yderligere. Disse vil vi blive klogere på, arbej-de på at nedbryde barrierer og forsøge at under-støtte denne type samfundsen-gagement.

- **4.2 VIDEN OG METODEUDVIKLING**

Den viden og de metoder, der skabes og udvikles igennem organisationens arbejde, udformes med udgangspunkt i vores overordnede vision om at ville engagere flere mere. Således vil vi stile efter at udvikle metoder, samt opnå indsigt i ungeområdet, som kan understøtte og målrette organisationens arbejde for og med unge. Medieringen af unges udsagn vil variere fra projekt til projekt. Således er der projekter, hvor mere rå udtryk får lov at stå frem og der vil være projekter, hvor unges udsagn bliver genstand for en efterfølgende analyse. Derudover skal organisationens viden og de generede udtryk også anvendes som genstand eller afsæt for deltagelse i den offentlige debat. Dette har til formål at skabe opmærksomhed omkring unges muligheder og livsvilkår, samtidig med at det skal skabe opmærksomhed og anerkendelse af Ungdomsbureauet og arbejdet med at realisere visionen. At kigge mod udlandet for inspiration er selvsagt vigtigt.

- **4.2.1 Pejlemærker**

I mødet med unge, hvor vores empiri som oftest bliver til, er det for os altafgørende at få skabt et rum, hvor deltagerne oplever at kunne ytre egne holdninger og værdier og samtidigt har fuld indsigt i empiriens formål og rolle. Gennemsigtighed omkring formål og proces er altså et klart pejlemærke fra vores side, ligesom det er et afgørende kvalitetskriterie, at vi er tro mod deltagerne således, at de kan se sig selv i det bearbejdede materiale.

I Ungdomsbureauet vil vi både læne os op af mere traditionelle forskningsmetoder samt arbejde med udviklingen af nye og innovative tilgange til at generere viden på. Disse metoder udvikles ud fra en nysgerrig tilgang til videnskabelighed og er baseret på tanken om, at viden om og indsigt i et felt ikke nødvendigvis skabes igennem en stringent, lineær proces.

Vi vil udfordre de eksisterende rammer, der risikerer at hæmme i stedet for fremme vidensudviklingen, ved at afprøve, undersøge og videreføre nye former for både empiriindsamling, samt videngenerering.

DEL 5: STRATEGISKE PRIORITETER

De strategiske prioriteter har en løbetid på tre år, frem til medio 2020. De strategiske prioriteter er udvalgt i forhold til en vurdering af hvordan visionen bedst kan indfries.

- **UNGDOMMENS FOLKEMØDE - større, vildere og mere engagerende**
 - Over 25.000 daglige besøgende
 - Over 100 stadeholdere
 - Gøre festivalen mere engagerende og mere mangfoldig
 - Inspirere nye og eksisterende folkemøder i verden til mere ungeinvolvering
- **UNGDOMSBUREAUET UD I HELE LANDET**
 - Projekter bruges aktivt og strategisk som bro til mere lokalt engagement
 - Nye projekter der skaber større engagement i lokalområder i hele landet
- **PLATFORM FOR SELVORGANISERET SAMFUNDSENGAGEMENT**
 - Mere viden om engagementets mulighedsbetingelser
 - Udvikling af platform, der kan engagere flere mere
 - Udvikling og fortalerarbejde for engagementets politiske, økonomiske og juridiske rammer
- **FLERE UNGEYTRINGER**
 - Skabe platforme for unges deltagelse i offentlige debatter og samtaler
 - Inspirere unge til at blande sig
 - Inspirere omverden til at lytte til unge
- **ENGAGER MANGFOLDIGT**
 - Et mangfoldigt udsnit af unge skal repræsenteres i vores projekter
 - Vi skal udforske og dyrke det, der umiddelbart virker vanskeligt at engagere

DEL 6: VÆRDIER

Ungdomsbureauets værdier er pejlemærker for sekretariatets adfærd og færdigheder, lige såvel som vi ønsker at afspejle det i organisationens arbejde udadtil. Værdierne står ikke alene, men står i pragmatisk balance med hinanden.

- **ENGAGEMENT**

- Vi vil gøre en radikal forskel og ændre status quo
- Vi kan ikke lade være med at undersøge, udforske og udfordre

- **GRUNDIGHED**

- Vi gør os umage med vores arbejde
- Vi er systematiske og velforberedte, når det kræver det
- Vi er tæt på unge altid

- **UIMPONERETHED**

- Vi skal provokere barrierer, bureaukratier og hierarkier med gode ideer, løsninger og argumenter
- Vi opererer efter mantraet "Det har vi ikke prøvet før, så det kan vi!"

DEL 7: DEFINITIONER OG OVERBEVISNINGER

- **7.1 DEFINITIONER**

Ungdom

Vi definerer den danske ungdom som alle unge i Danmark mellem 15 og 30 år. Det skal dog ikke være sådan at vi ikke beskæftiger os med 14 og 31-årige. Målgruppens fællestræk er, at de er en gruppe af individer, der er i en fase af livet med mange muligheder: Vil de have børn? Vil de leve i et parforhold og hvordan? Hvor vil de bo? Hvad vil de studere og hvad vil de arbejde med? Hvad er i det hele taget deres drømme, håb, visioner? Og hvad tænker, tror, reflekterer de over?

Samfundsengagement

Vi definerer engagement som handlinger, der udfordrer og måske forandrer status quo. Hvis man tilføjer samfund til engagement, og taler om samfundsengagement, er det handlinger hvis motiv er at det givne samfund skal få et udbytte. Vi betragter ikke én type samfundsengagement som bedre end andre. Det kan være det midlertidige lige så vel som det kontinuerlige. Det hele er godt.

- **7.2 FUNDAMENTALE OVERBEVISNINGER**

Samfundsmodellen vi tror på er et demokrati, der sikrer menneskets frie udfoldelse, herunder sikrer minoriteters livsbetingelser. En rummelig arena hvor frie individer kan udfolde sig og bidrage til den fortsatte udvikling af samfundet. Det samfund vi beskæftiger os med er defineret som det fællesskab af individer, der lever i Danmark og deler historie, kultur, værdier, normer og som er underlagt de danske institutioner og love formuleret i Grundloven. Samfundsengagement, der bryder med Grundlovens fundamentale principper beskæftiger vi os ikke med. Yderligere tror vi på at fundamentet for dette samfund er et deliberativt demokrati med borgere, der engagerer sig i det med kritisk nysgerrighed. Borgerne er grundige i deres engagement og tager selvstændigt stilling. For at dette samfund fortsat udvikler sig kræver det borgere, der engagerer sig i dets fortsatte udvikling. Samfundsengagement er så at sige demokratiets brændstof.

DEL 8: STRATEGIHUS

VISION

UNGDOMSBUREAUETS VISION ER AT MEDVIRKE TIL AT SKABE DEN MEST SAMFUNDSENGAGEREDE GENERATION AF UNGE I DANMARKSHISTORIEN.

MISSION

VI VIL ENGAGERE FLERE MERE VED AT INSPIRERE UNGE TIL AT UDVIKLE OG GRIBE MULIGHEDERNE FOR AT PÅVIRKE EGNE OG ANDRES LIVSVILKÅR.

VI VIL SKABE NY VIDEN OG DEBAT OM UNGES MULIGHEDER OG LIVSVILKÅR Gennem MØDET MED UNGE. DENNE VIDEN SKAL BESTYRKE OS I AT ENGAGERE FLERE MERE.

FOKUSOMRÅDER

ENGAGERE FLERE MERE • VIDEN OG METODE

STRATEGISKE PRIORITETER

UNGDOMMENS
FOLKEMØDE –
STØRRE, VILDERE OG
MERE ENGAGERENDE

UNGDOMS-
BUREAUET
UD I HELE LANDET

PLATFORM FOR
SELVORGANISERET
SAMFUNDS-
ENGAGEMENT

FLERE
UNGEYTRINGER

ENGAGER
MANGFOLDIGT

VÆRDIER

ENGAGEMENT • GRUNDIGHED • UIMPONERETHED