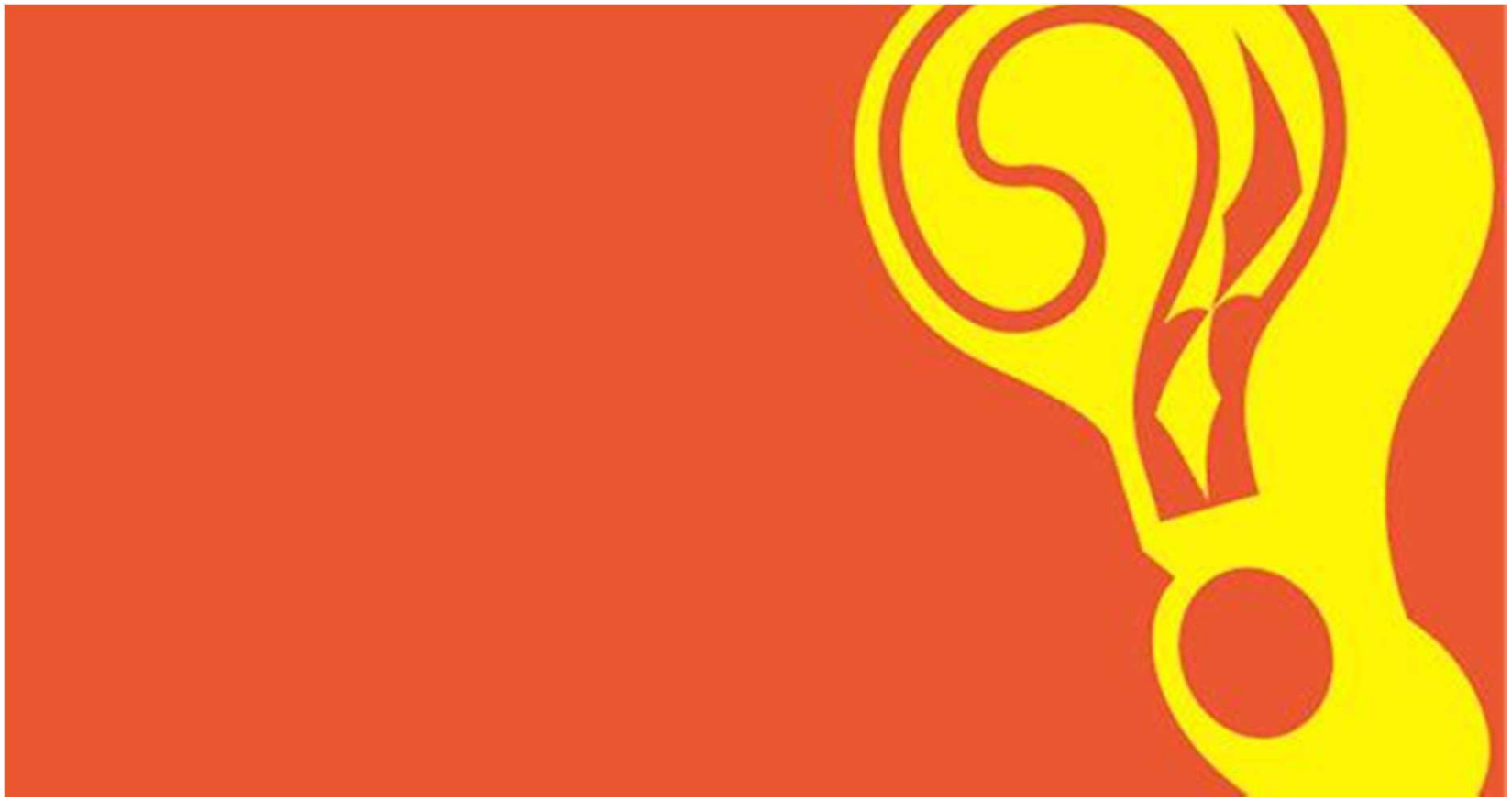
ViborgSaloner
- samtalesaloner



Ekstern evaluering februar 2016

Indholdsfortegnelse

- Indledning s.3
- Formål og mål s.4
- Succeskriterier s.5
- Evaluering s. 6
- Samarbejdspartnere s. 7-8
- Invitation og rekruttering s. 9
- Målgrupperne s. 10
- Rammerne s. 11
- Samtalesalon – ledige s. 12
- De lediges forventninger og udbytte s. 13
- Samtalesalon - iværksættere s. 14
- Iværksætternes forventninger og udbytte s.15
- Spontan salon s.16
- Deltagernes relation til biblioteket s. 17
- Målopfyldelse – evaluering og kommentarer s. 18
- Succeskriterier – evaluering og kommentarer s. 19
- Læring s. 20
- Implementering s.21
- Hvad så nu? s. 22
- Før/under måling – eksempel s. 23
- Eftermåling – eksempel s.24
- Bilag s.25-27

Indledning

Viborg Bibliotekerne fik i 2015 midler fra Udviklingspuljen for Folke- og Skolebiblioteker til projektet ViborgSaloner. Tak til Slots- og Kulturstyrelsen for at støtte vores projekt.

Projektgruppen har følgende medlemmer: Jeanne Harboe, projektleder; Kathrine Sørensen Bech og Lisbeth Bach Sørensen, alle fra Viborg Bibliotekerne. Mejse Damsø Jeppesen har været ekstern konsulent i projektgruppen i sin egenskab af arbejdet i gruppen af frivillige omkring Viborg Saloner. Projektet er evalueret eksternt af Rikke Elisabeth Frederiksen, Indsyn.

ViborgSalonerne havde til formål at **afprøve samtalesalon konceptet** på **nye måder**. Projektet bygger på erfaringer, som Viborg Kommune og Viborg Bibliotekerne har erfaret under arbejde med og udvikling af Viborg Saloner. Viborg Kommune og Viborg Bibliotekerne ønsker fortsat at have ViborgSalonerne som indsatsområde.

En **samtalesalon** byder på uformelle møder mellem mennesker med **fokus** på **samtalen**.

I en samtalesalon kommer deltagerne udenom 'almindeligheder' og 'small talk' som vejr, vind, børn og arbejde, ved at tale om et specifikt emne ud fra en **samtalemenu** (kort med spørgsmål, som deltagerne taler ud fra). Emnet for samtalen kan være **alt mellem himmel og jord.**

I en samtalesalon handler det **ikke** om, at nå til **enighed** eller finde et **facit.** Formålet med samtalesalonerne er udelukkende at samtale **– om emner** og **med mennesker**, som deltagerne **ikke normalt** samtaler om og med.

Formål og mål

ViborgSalonernes **formål** var at **udvikle** og **redefinere** eksisterende **arrangementstilbud**: Samtalesalonerne blev gjort **målgruppespecifikke** og sat ind i **nye rammer.**

Målet med ViborgSalonerne var at:

- **Udvikle** og **profilere bibliotekets tilbud** for at nå ud til borgere, der **ikke er kernebrugere** ved en metode baseret på debat, fællesskab og energisnak
- Facilitere **møder mellem mennesker** omkring **personlige interessefelter**
- Danne rammerne for at **vidensbaserede netværk** kunne opstå

Foto: 'Traditionel' samtalesalon på Viborg bibliotekerne

Succeskriterier

I den oprindelige projektbeskrivelse var der formuleret tre succeskriterier:

- Facilitering af mindst **fem brugerinddragende arrangementer** på biblioteket og i det offentlige rum
- Mindst **tre møder** i **privat** regi skulle opstå
- Mere end **50%** af deltagerne skulle være **positive** efter deltagelse i salonerne

Perspektivering

Derudover var det projektgruppens interesse at finde ud af om:

- Deltagerne tager **samtaleformen** med ind i **andre sammenhænge**
- Deltagerne **finder ud af**, at **biblioteket** har **andet at byde på** end de på forhånd regnede med
- Det kan **lykkes** for biblioteket, at tage samtalesalonerne ind i **nye sammenhænge**

Evaluering

Projektet er blevet evalueret eksternt ud fra en realistisk evaluering med fokus på **'hvad virker for hvem under hvilke omstændigheder'**. Ved hver salon spurgte evaluator via kortfattet spørgeskema ind til deltagernes **motivation**, **forventninger** og **udbytte** samt deres **relation til biblioteket**. Efterfølgende udsendtes et **spørgeskema** og to **fokusgrupper** blev faciliteret. Endelig har den **eksterne evaluator** fulgt projektet på sidelinjen og **løbende** evalueret og samlet projektgruppens **erfaringer** ind. Evalueringsrapporten bygger på dette materiale.

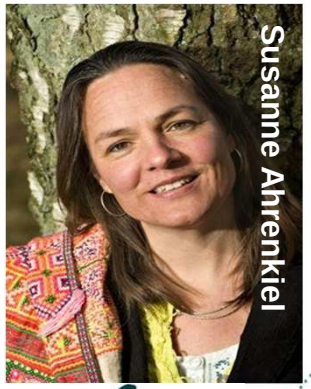
Foto: Samtalesalon på Arsenalet

Samarbejdspartnere

Biblioteket har haft forskellige samarbejdspartnere i projektet. **Formålet** med samarbejdet har været at **nå ud til målgrupperne** via samarbejdspartnernes netværk samt at benytte deres **lokaler** til salonerne.

Der har været et par **ændringer undervejs** i projektet blandt andet, fordi enkelte samarbejdspartnere sprang fra. Projektgruppen har erfaret, at planlægning og PR havde været nemmere, hvis samarbejdspartnere havde været involveret mere i projektet og følt større ejerskab. En vigtig **læring** er derfor at **inddrage** samarbejdspartnerne **fra starten** og holde flere **fysiske møder**: dels forpligtiger det, dels kan samarbejdspartnerne være med til at forme og vinkle projektet, så indholdet bliver mere **målgruppespecifikt**. Denne **læring** er blevet **implementeret undervejs** i projektet og sidste salon foregik med langt mere inddragelse af salonvært Susanne Ahrenkiel.

Samarbejdspartnerne har været meget **positive** overfor, at biblioteket laver denne slags arrangementer. Der er stor **forskel på,** hvor mange **ressourcer,** samarbejdsparterne har til at lægge i projektet. Selvom projektgruppen har lært, at de skal turde stille krav og være insisterende overfor samarbejdspartnere, er det dog en **vurdering** fra projekt til projekt i hvilket **omfang** samarbejdspartnerne kan **inddrages.**



VIBORGEGNENS ERHVERVSRÅD

CAFE & SANDWICH BAR REBORN cafereborn.dk

arsenalet Creative Company Cluster

work4you Rekruttering og karriere rådgivning

Samarbejdspartnere

Bibliotekets samarbejdspartnere i projektet:

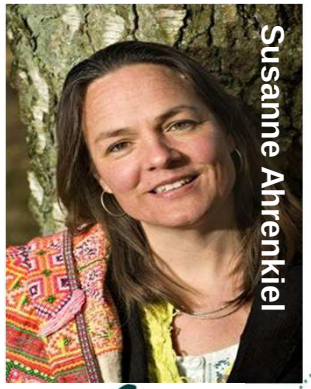
Work4you:
Viborg Kommunes tilbud til ledige. De arbejdssøgende deltager i hold á otte ugers varighed med forskellige kurser og tilbud.

Arsenalet:
Et hus, hvor en gruppe af mindre iværksættervirksomheder er samlet under samme tag.

Viborgegnens Erhvervsråd:
Netværk af virksomheder beliggende i Viborg Kommune.

Susanne Ahrenkiel:
Lokal iværksætter, kunstner og skulptør, som bor i et selvbygget halmhus.

Reborn:
Lokal café der gerne afholder kulturelle arrangementer.



Invitation og rekruttering

Viborgsalonerne henvendte sig til målgrupper, som biblioteket ikke er vant til at arbejde med. Der har derfor ligget et **stort arbejde i at nå ud til målgrupperne**. Projektgruppen har både udarbejdet flyers, udsendt pressemeddelelser, fået annoncer for projektet med i Erhvervsrådets nyhedsbrev, sendt materiale til forskellige fagforeninger, taget henvendelse til uddannelsesinstitutioner samt inddraget salonfacilitatorer til at gøre reklame (Susanne Ahrenkiel og Arsenalet) samt fået foredragsholder Lars AP til at udarbejde en pressemeddelelse.
Det der har givet **størst udbytte** er **personlige relationer** og samarbejdspartnernes **netværk** samt bibliotekarenes indgangsvinkel til **ildsjæle** og **biblioteksvante,** der har taget venner og bekendte med til samtalesalonerne. Havde samarbejdspartnere været på plads inden projektets start, og havde målgrupperne været nøje præciseret vurderes det, at PR arbejde havde været langt nemmere og rekruttering meget mindre ressourcekrævende.

Målgrupperne

Projektet var målrettet samfunds- og kulturelt interesserede, der ikke mener, at biblioteket har noget at tilbyde dem (ex. den erhvervsaktive mand, den travle småbørnsmor, pensionisten, den stressramte eller den arbejdsløse). I projektperioden blev de to målgrupper præciseret til at omfatte: **ledige** og **unge (potentielle) iværksættere*. Hypotesen** var, at de **ledige** via deltagelse i salonerne ville få et frisk pust og inspiration i hverdagen. **Iværksætterne** ville få mulighed for at møde andre iværksættere og **networke** med **fokus på den inspirerende/idéskabende samtale** frem for den rene forretningsmæssige networking.
Desuden var hensigten at gøre målgrupperne opmærksomme på bibliotekets **kulturelle tilbud**.

**Ved sidste salon blev denne målgruppe åbnet en smule mere op og kreative iværksættere bredt set blev inviteret med.*

Foto: Samtalesalon med ledige på Reborn

Rammerne

ViborgSalonerne udfordrede det traditionelle samtalesalon koncept ved at sætte et af **bibliotekets kulturelle tilbud** ind i **andre fysiske rammer:** på en cafe, Arsenalet i Viborg og hos multikunstner Susanne Ahrenkiel. Samt ved at tilbyde **mad** og **foredrag** (for iværksætterne) som et ekstra trækplaster.

Foto: Samtalesalon med ledige

Samtalesalon – ledige

Der blev afholdt **tre saloner** med ledige. Der var omkring 25 deltagere med ved hver salon. Nogle deltog ved alle tre saloner andre i to og nogle kun i en enkelt. Formen var den samme for hver salon:

- Løbende ankomst: **flip flapper** med korte indledende samtalespørgsmål
- **2 – 3** byt af **samtalepartner**
- Samtaler efter menu af **20 minutters** varighed hver
- Emner for de tre saloner:
  - Helte
  - Vaner
  - Gødning

(se ex på samtalemenuer i bilag)

Foto: Flip flapper

De lediges forventninger og udbytte

Deltagernes **motivation** for at deltage handlede i høj grad om at få input i hverdagen. Generelle besvarelser:

- Møde nye mennesker
- Samtale på anderledes måder
- Opleve noget nyt
- Få god mad

Deltagernes **forventninger** til hvad de fik ud af dagen var i tråd hermed. Generelle besvarelser:

- Udvide netværk
- Holde mig i gang
- Blive bedre til at formulere mig
- Inspiration og input i en lidt trist hverdag

Data er hentet fra spørgeskemaer og interview med deltagerne

Deltagernes **kortsigtede udbytte**:

- Hyggelig dag
- God oplevelse
- Møde andre (ligesindede),
- Godt, sjovt og spændende emne for salonen
- Gode snakke
- Inspiration
- Har talt med nogle, som de ikke ellers ville tale med

Deltagernes **langsigtede udbytte:**

- Taget oplevelsen med videre: har noget at fortælle venner og familie
- Har taget måden at møde mennesker på med videre: mere åben i tilgangen til nye mennesker
- Ladet sig inspirere af måden samtalen foregår på
- Fået input til jobsamtalen

Samtalesalon – iværksættere

Der blev afholdt to saloner med iværksættere. En på Arsenalet i Viborg og en hos kunstner Susanne Ahrenkiel. Formen på salonerne var:

På Arsenalet

- **Oplæg** ved Lars AP
- Pause med **tapas**
- **Tre-fire** samtalepartnere
- (fandt selv samtalepartnere)
- Samtaler af **fem minutter**
- **Emne: gødning**, to forskellige menuer

Foto: oplæg ved Lars AP

Hos kunstner Susanne Ahrenkiel

- **Oplæg** ved Susanne Ahrenkiel
- **Fire** samtalepartnere (fandt selv samtalepartnere)
- Samtaler af **ti minutter**
- **Emne: begejstring**, fire forskellige menuer
- **Kaffe**, kage og løs **snak**
- Uddeling af samtalemenuer fra de afholdte saloner som inspiration til samtaler i andre sammenhænge
- Mulighed for at tilmelde sig malingliste og opfordring til at melde ind i Facebook gruppe

Anden salon blev ændret en smule i forhold til erfaringerne fra den første salon med iværksættere, hvor deltagerne udtrykte et ønske om længere tid til hver samtalemenu samt mere tid til 'løs snak' og 'reel' networking for at undgå, at folk sivede, hvad vi oplevede ved salon på Arsenalet.

Iværksætternes forventninger og udbytte

Deltagernes **motivation** for at deltage:

- Udvide personligt netværk / møde nye mennesker
- Nysgerrighed og interesse for konceptet
- Lars AP / Susanne Ahrenkiel
- Halmhuset (anden salon)
- Inspiration og motivation i relation til det at være selvstændig

Deltagernes **forventninger:**

- Større netværk
- Inspiration, input og motivation i relation til arbejdslivet

Deltagernes **kortsigtede udbytte**:

- Lars APs foredrag / møde Susanne Ahrenkiel og se hendes halmhus
- Møde med sjove / inspirerende mennesker
- Begejstring og engagement
- Inspiration

Deltagernes **langsigtede udbytte:**

- Inspiration til nye måder at møde mennesker på
- Mindst tre deltagere har udvekslet kontaktoplysninger og/eller mødtes efterfølgende
- Kærligt skub til: at komme ud / tro på en (iværksætter)drøm

Data er hentet fra spørgeskemaer og interview med deltagerne

Spontan salon

Ud over de planlagte saloner har projektgruppen afholdt en **spontan salon** med 'Cycling for Libraries'*. I forbindelse med dette arrangement **demonstrerede** projektgruppen **konceptet** for de cyklende bibliotekarer, der kom igennem Viborg. Projektgruppen erfarede her, at konceptet også fungerer i **miniformat** med få spørgsmål indenfor en relativ kort tidsramme.

*Cycling for Libraries er en årlig international cykle event, hvor bibliotekarer fra hele verden mødes og cykler fra bibliotek til bibliotek.

Foto: Cycling for Libraries i Viborg i TV Midtvest

Deltagernes relation til biblioteket

Som led i evalueringen spurgte vi ind til deltagerens relation til biblioteket, for at undersøge, om samtalesalonerne ændrede ved deltagernes opfattelse og brug af biblioteket.

Deltagerne benyttede biblioteket mellem **en gang om måneden** og **mindre** end en gang **hver anden måned**. Enkelte benytter stort set ikke biblioteket. Deltagerne bruger primært biblioteket til **materiale**lån eller brug af **IT**. Mange benyttede i høj grad biblioteket sammen med **børn**. Enkelte benyttede de kulturelle tilbud, men det var ikke den udbredte tendens blandt salondeltagerne (som jo også er en ny målgruppe).

De enkelte **kernebrugere,** som var med til salonerne blev **mere interesserede** i at opsøge bibliotekets kulturelle tilbud gennem deres deltagelse i salonerne. **Ikke-kernebrugere** fik ikke i udbredt grad **rykket** ved deres **opfattelse af biblioteket**. Enkelte af disse var i **tvivl** om, hvem der var **arrangører** af samtalesalonerne, hvilket havde indflydelse på deres bevidsthed om biblioteket som udbyder af kulturelle arrangementer. Tydelighed i kommunikation er derfor vigtig.

Foto: Hovedbiblioteket i Viborg

Målopfyldelse
- evaluering og kommentarer

Udvikle og **profilere bibliotekets tilbud** for at nå ud til **ikke-kernebrugere**

- Dette mål er **opnået** i og med, at mange af salondeltagerne ikke er kernebrugere af biblioteket.
- Mange af disse deltagere er dog **ikke** blevet mere **bevidste** om **bibliotekets kulturelle tilbud** (hvilket hænger sammen med afsender og lokalitet for arrangementet). At gøre opmærksom på bibliotekets kulturelle tilbud, når det sættes ind i **andre rammer,** kræver en **ekstra tydeliggørelse** i afsender og kræver evt. også at rykke lignende arrangementer ind **på biblioteket** ved senere lejligheder.

Facilitere **møder mellem mennesker** omkring personlige interessefelter

- Dette mål er i høj grad opfyldt og ses særligt i deltagernes **overvejende positive tilbagemeldinger** på arrangementerne
- Dog **savner** særligt de ledige, at salonen havde faciliteret **møder med nye mennesker** og ikke blot ledige og øvrige Work4you deltagere. Her sætter valget af en bestemt **målgruppe** i sig selv visse **begrænsninger**

Danne rammerne for at **vidensbaserede netværk** kan opstå

- Rammerne er skabt, men rammerne for **efterfølgende møder** kan styrkes, hvis biblioteket sørger for:
  - At være tydeligere i sin **opfordring** til dette
  - Mere **tid** til efterfølgende **reel netværk / snak**
  - **Mailingliste**r eller tydeliggørelse af **Facebook grupper** og lignende

  (Denne læring tog projektet til sig og satte netop rammerne for dette ved den sidste salon)

Succeskriterier
- evaluering og kommentarer

Mindst **fem brugerinddragende arrangementer** på biblioteket og i det offentlige rum

- Dette mål er opfyldt eftersom der er afholdt fem saloner med mellem 25 og 50 deltagere ved hver samt en 'spontant' opstået salon

Mindst **tre møder** i **priva**t regi

- Et par private møder har fundet sted (evalueringen har kendskab til mindst ét samt udveksling af kontaktoplysninger mellem minimum to hold øvrige deltagere)
- Evalueringen peger dog på, at for at sikre flere og mere vedvarende møder, kan der arbejdes på **rammesætning og deltagersammensætning**

Mere end **50%** af deltagerne er **positive** efter deltagelsen

- Opfyldt! Meget høj grad af tilfredshed fra samtlige deltagere ved alle saloner

Deltagerne tager måden at **samtale** på med **ind i andre sammenhænge**

- I høj grad: med venner, familie, fremmede og som inspiration til jobsamtalen eller i forbindelse med arbejde

Deltagerne finder ud af, at **biblioteket** har **andet at tilbyde**, end de troede

- I nogen grad, men det brede samarbejde og lokaliteten forvirrede mange af deltagerne

Det **lykkes**, at tage samtalesalonerne ind i **nye sammenhænge**

- Dette punkt er i høj grad **vellykket:** både de planlagte og den spontane salon viser, at denne type arrangementer kan bruges planlagt men også impulsivt i mødet med borgerne
- Projektet viser altså, at **kultur** kan bruges som et **socialt redskab** og at særligt **samtale konceptet** kan fungere som redskab i flere **forskellige sociale og kulturelle sammenhænge**

Læring

Gennem projektet har projektgruppen høstet en lang række erfaringer, som kan bruges fremadrettet i forskellige kulturelle projekter på biblioteket

- Projektgruppen er blevet bestyrket i, hvor **stærkt konceptet** er: deltagere ved alle saloner ønskede at samtale mere
- **Svært** koncept at formidle **isoleret,** men konceptet kan **tilpasses** og benyttes i **mange forskellige sammenhænge**
- **Samarbejdsaftaler** skal være på plads forud for eller tidligt i et projekt
- I **planlægningsfasen** er det vigtigt at være formelle, og lave **præcise** og **skriftlige aftaler** med samarbejdspartner
- Det er en fordel at **inddrage samarbejdspartnere** mest muligt i projektet, så de føler ansvar og promoverer produktet i deres netværk
- **Biblioteket** skal i højere grad **redefinere promoveringen** af arrangementerne, fordi målgruppen ikke fanges af de traditionelle PR-kanaler som pressemeddelelser, hjemmeside og plakater
- De **personlige kontakter** er den optimale måde at rekruttere deltagere og gøre reklame for sådanne arrangementer
- **Tilmeldingsformen** skal være mere **simpel**: en mail eller et enkelt klik på Facebook, fremfor at deltagerne skal gennem bibliotekets hjemmeside først
- **Tydeliggøre** bibliotekets og bibliotekarernes **rolle** ved arrangementer som dette
- Biblioteket kan godt rykke **arrangementer ud af biblioteket** og stadig være arrangør

Hvad så nu?

Projektgruppen har udarbejdet en **pixibog**: en kortfattet **drejebog** med **fifs** og **anbefalinger** til andre biblioteker, som ønsker selv at køre dette koncept.

Ifølge projektbeskrivelsen skulle der i projektperioden tilbydes en **national workshop** for alle interesserede. Projektgruppen har i projektperioden valgt at lægge kræfterne i udvikling af salonformen, samarbejdet med de eksterne projektpartnere samt afvikling af salonerne. Derfor vil den nationale workshop først blive afholdt i foråret 2016.

En **artikel** om projektet og læringen herfra bliver publiceret på sitet **"Del Din Viden"** på Bibliotekarforbundets hjemmeside.

Projektgruppen har, udenfor projekt-perioden, afholdt en **salon** efter samme koncept som 'Grib en tiger'. Denne salon inddrog erfaringerne fra projektet og er første skridt i **implementeringen** af koncept og erfaringer.

Foto: flyer til samtalesalon

Evalueringsdesign

Evalueringen af projektet var bygget op omkring en **realistisk evaluering** med fokus på:

- **Før**
- **Under**
- **Efter**

Dette gav os dels mulighed for at sammenholde forventninger til salonen med deltagernes reelle udbytte. Samtidig gav det mulighed for at justere på elementer undervejs i projektet. Evalueringsprocessen så ud som følger:

- Skema udleveret **efter** hver afholdt **salon,** som samlede op på deltagernes forventninger til og motivation for at deltage i salonen (før) og deres oplevelser af den konkrete salon (under)
- **Spørgeskema** udsendt et par uger efter sidst afholdte salon (efter)
- **Fokusgruppeinterview** afholdt et par uger efter sidst afholdte salon (efter)

Før/under måling - eksempel

Af hensyn til svarprocenten anbefales det, at stille så mange af de ønskede spørgsmål som muligt **i direkte forbindelse** med selve **salonen** eller ved at have en **personlig dialog** med deltagerne. Samtidig anbefales det at **nedtone antallet** af evalueringss**pørgsmål:** få men centrale.

'Før'måling (motivation og forventninger)

- Hvorfor har du valgt at deltage i samtalesalonen?
- Hvad forventer du, at få ud af at deltage i samtalesalonen?

'**Under'måling:**

- Hvad var godt ved dagens salon?
- Hvad var mindre godt ved dagens salon?

Yderligere spørgsmål (afhængigt af hvad den ønskede slutmåling skal være):

- Har du deltaget i en samtalesalon tidligere?
- Hvor har du hørt om samtalesalonen?
- Hvor ofte benytter du biblioteket (opstil her svarmuligheder)
- Til hvilke formål benytter du biblioteket (opstil evt. svarmuligheder)

Eftermåling
- eksempel

Interview:

Uddybende besvarelser særligt i relation til:

- Udbytte
- Hvad der var godt og mindre godt
- Hvilke elementer deltagerne har taget med videre i andre sammenhænge
- Om de har mødtes med øvrige deltagere efter salonen – og til hvilke formål
- Om deres syn på biblioteket har ændret sig efter salonens afholdelse – hvorfor/hvorfor ikke samt hvordan

Evt. spørgeskema:

Få kvantitative spørgsmål udsendt til samtlige deltagere, som måler på resultaterne fra interviewene.

OBS: vi havde IKKE ret god erfaring med det efterfølgende spørgeskema. Projektet var for småt til at engagere deltagerne til yderligere spørgeskemaer og udbyttet af spørgeskemaet blev for ringe. Interviewene gav mere dybdegående besvarelser og mulighed for yderligere dialog omkring bibliotekets tilbud. Det anbefales derfor andre at nøjes med uddybende kvalitative interviews, hvis der ønskes en eftermåling af deltagernes langsigtede udbytte.

Bilag

To eksempler på samtale menuer

Helte

Samtalemenu 1

- Hvad er en helt?
- Hvem var dine helte, da du var lille?
- Hvad gjorde dine helte så særlige?
- Hvordan har dit forhold til din barndoms helte udviklet sig?
- Har du helte i dag?
  - Hvorfor? Hvem er de? Hvad kan de?
- Har vi brug for helte i dag?
- Hvilke helte er der plads til?

Samtalemenu 2

- Hvornår er du en helt?
- Hvad føler du, når du er en helt?
- Hvilke helte-egenskaber har du?
- Hvordan har du udviklet dem?
- Hvilke helte-egenskaber vil du gerne udvikle?
- Hvordan vil du gerne bruge dem?
- Hvad skal der til for at du kan bruge din helte-kraft?

Gødning

Samtalemenu 1

Gødning

- Hvorfor smitter begejstring?
- Hvornår lader du dig især smitte?
  - og hvor?
- Hvordan mærker du andres begejstring?
- Hvordan deler du din begejstring med andre?
- Kan man blive FOR begejstret?
- Hvorfor censurerer du din egen begejstring?
- Hvad er den vigtigste gødning for din begejstring?
- Hvordan gøder du andres begejstring?

Tag gerne menuen med videre og snak om **Gødning** med én, som ikke har været med til samtalesalon

viborg bibliotekerne

Samtalemenu 2

Gødning

- Hvordan bliver din begejstring til handling?
- Hvad gør du for at få ekstra overskud?
- Hvem giver dig lyst til at handle?
  - Hvad gør de?
- Hvor går du i stå, når du prøver at rykke på noget?
- Hvilke projekter er det lykkedes for dig at føre ud i livet?
- Hvad gjorde, at du fik rykket på dem?
- Hvordan hjælper du andre med at føre deres projekter ud i livet?

Tag gerne menuen med videre og snak om **Gødning** med én, som ikke har været med til samtalesalon

viborg bibliotekerne