

SLUTRAPPORT

Sommarlovsentreprenör 2.0

Projektnr: 20304001

Annika-Cecilia Österling 2024

SOMMARLOVS- ENTREPRENÖR

TECHNICHUS I MITT SVERIGE AB 2024

Författare: Annika-Cecilia Österling, projektledare

annika.osterling@technichus.se

Sammanfattning

Denna rapport sammanfattar projektet Sommarlovsentreprenör 2.0, som genomfördes mellan den 1 mars 2021 och den 30 september 2024 av Technichus i Mitt Sverige AB. Region Västernorrland har varit huvudfinansiären, de sju kommunerna i Västernorrland samt BizMaker och UF Västernorrland medfinansiärer. Projektets syfte har varit att hitta en gemensam struktur för att stödja unga entreprenörer i Västernorrland med Technichus som central aktör. Detta har vi gjort genom centraliserade marknadsföringsinsatser för att rekrytera deltagare, genom utbildningar, vägledning och skapande av en digital plattform. Under projektets gång har vi sett en ökning av deltagande och engagemang bland ungdomar, vilket har resulterat i 113 sommarlovsföretag under perioden

Vi har arbetat fram tre centrala utbildningar:Handledarutbildning, Mentorsutbildning och Entreprenörsutbildning, som bidrar till att utveckla både kunskap och färdigheter hos deltagarna. Genom att kombinera digitala och fysiska moment har vi skapat en flexibel och inkluderande lärandemiljö.

Trots dessa framsteg står vi inför betydande utmaningar när det gäller att säkra fortsatt finansiering efter projektets slut. Utan extern finansiering utöver kommunerna kan det bli en tung börda att fortsätta driva programmet. Vi har identifierat behovet av att etablera en extern finansieringsmodell och öka samarbetet med regionala aktörer för att säkerställa långsiktig hållbarhet.

Sammanfattningsvis har Sommarlovsentreprenör 2.0 bidragit till att skapa viktiga strukturer och plattformar för ungt entreprenörskap i Västernorrland, men det är avgörande att vi ännu mer fokuserar på att hitta hållbara finansieringslösningar för att stärka och expandera detta arbete i framtiden.

Abstract

This report summarizes the Sommarlovsentreprenör 2.0 project, conducted between March 1, 2021, and September 30, 2024, by Technichus in Mitt Sverige AB. Region Västernorrland has been the primary financier, the seven municipalities in Västernorrland as well as BizMaker and UF Västernorrland as co-financers. The project's objective has been to find a common structure to support young entrepreneurs in Västernorrland, with Technichus as the central hub. We have achieved this through centralized marketing efforts to recruit participants, training, guidance, and the creation of a digital platform. Throughout the project, we have seen an increase in participation and engagement among youth, resulting in 113 summer enterprises.

We have developed three central training programs: Supervisor Training, Mentor Training, and Entrepreneur Training, which contribute to developing both knowledge and skills among participants. By combining digital and physical elements, we have created a flexible and inclusive learning environment.

Despite these advancements, we face significant challenges in securing ongoing funding after the project's conclusion. Without external funding, continuing the program could become a heavy burden for the municipalities. We have identified the need to establish an external funding model and increase collaboration with regional actors to ensure long-term sustainability.

In summary, Sommarlovsentreprenör 2.0 has created important structures and platforms for youth entrepreneurship in Västernorrland, but it is crucial that we further focus on finding sustainable financing solutions to strengthen and expand this work in the future.

Förord

Det är med stor glädje och stolthet som jag presenterar denna rapport om projektet Sommarlovsentreprenör 2.0. Under min tid som projektledare har jag haft förmånen att arbeta på många olika nivåer, men min passion har alltid legat i utvecklingen av utbildning, byggandet av den digitala plattformen och marknadsföringen av vårt koncept. Att se unga människor blomstra och utvecklas till framtida entreprenörer är en stark drivkraft för mig, och det är därför jag brinner för detta arbete.

Ett stort tack går till den fantastiska och engagerade styrgruppen, representerad av alla sju västernorrländska kommuner, samt våra samarbetspartners BizMaker och Ung Företagsamhet i Västernorrland. Deras insatser och engagemang har varit ovärderliga för projektets framdrift och utveckling.

Vi vill även uttrycka vår djupa tacksamhet till Region Västernorrland. Deras beslut att finansiera projektet har varit avgörande för vår framgång. Utan deras generösa stöd och vägledning hade vi inte kunnat skapa de möjligheter och resurser som nu finns tillgängliga för unga entreprenörer i Västernorrland. Vi uppskattar och värdesätter deras engagemang och samarbete som har varit en hörnsten i detta betydande initiativ. Tack för att ni har varit en stark partner i vår strävan att främja ungdomars entreprenörskap och regional utveckling.

Jag vill passa på att uttrycka mitt uppriktiga tack till vår VD, Marcus Claesson, för det stöd och den feedback som har varit avgörande för projektets framgång. Jag vill också särskilt nämna processledare David Gisselman, vars utvecklande samtal och inspirerande möten kring handledarutbildningen har bidragit till att forma en stark och kompetent bas för vårt program.

Sist men inte minst, ett varmt tack till alla duktiga och entusiasmerande handledare, frivilliga mentorer och föreläsare. Utan er skulle inget av detta vara möjligt. Det är ni som utgör verksamheten och får hjulen att snurra. Ert engagemang och er passion är den kraft som driver framgången för våra unga entreprenörer och hela programmet.

Jag ser fram emot fortsatt samarbete och att tillsammans skapa nya möjligheter för framtiden!

Annika-Cecilia Österling

Projektledare, Sommarlovsentreprenör 2.0
September 2024

Innehållsförteckning

SAMMANFATTNING	3
ABSTRACT	4
FÖRORD	5
INNEHÅLLSFÖRTECKNING	6
1. INLEDNING.....	9
1.1. BAKGRUND	9
1.2. SYFTE & MÅL	10
1.2.1. Delmål.....	10
1.3. PROBLEMFÖRMULERING	11
1.3.1. Indikatorer	11
2. METOD.....	11
2.1. UTVECKLINGSARBETE UTBILDNING.....	12
2.1.1. Analoga och digitala inslag i Sommarlovsentreprenör	12
2.1.2. Framtagande av uppdaterad utbildning.....	12
2.1.3. Framtagande av en kursplattform	13
2.1.3.1. KRAVSPECIFIKATION	13
2.1.3.2. VAL AV PLATTFORM	14
2.2. GENOMFÖRANDE AV ENTREPRENÖRSPROGRAM	15
2.2.1. Rekrytering av handledare.....	16
2.2.2. Rekrytering av mentorer	16
2.2.3. Rekrytering av deltagare.....	16
2.2.4. Utbildning av handledare	17
2.2.5. Utbildning av mentorer	18
2.2.6. Utbildning av deltagare	18
2.2.7.Handledning av deltagare och support under sommaren	19
2.2.8. Kickout – avslutning med diplomutdelning	19
2.2.7. Utvärdering	20
2.3. UPPRÄTTANDE AV EN EXTERN FINANSIERINGSMODELL	20
2.4. SAMVERKAN MED ANDRA ENTREPRENÖRIELLA AKTÖRER	20
3. RESULTAT	21

3.1. ÖVERSIKT AV RESULTAT	21
3.1.1. Utvecklingsarbete utbildning.....	22
3.1.2. Genomförande av entreprenörsprogram	27
3.1.3. Finansieringsmodell	31
3.1.4. Samverkan med andra aktörer.....	33
3.1.5. Marknadsföring	34
3.2. MÅLUPPFYLLELSE	
3.2.1. Ett hållbart entreprenörsprogram	35
3.2.2. Strukturer för samverkan.....	37
3.2.3. Varumärket	38
3.2.5. Att utveckla arenor/plattformar där deltagare/handledare från Västernorrland kan samlas och utvecklas.	42
3.2.6. Finansieringsmodell	43
3.3. DATA	46
3.3.1. Statistik deltagare 2022-2024.....	46
3.3.2 Några deltagare som fortsatt sin verksamhet.....	49
3.3.3. Statistik antal deltagare/bransch	51
3.3.4. Statistik antal sysselsättningar i Västernorrland.....	52
3.4. EFFEKTER AV METODER OCH VERKTYG	52
3.4.1. Applicering av hybridmetoder.....	52
3.4.2. Uppdaterad utbildning	53
3.4.3. Stöd för mentorer och handledare	53
3.4.4. Kravspecifikation för digital plattform.....	53
3.4.5. Systematisk utvärdering.....	53
3.5. DELTAGARNAS ERFARENHETER OCH FEEDBACK	54
CITAT FRÅN UNGDOMAR	54
Enkätundersökning med handledare.....	55
Enkätundersökning deltagare 2022-2024.....	58
5. DISKUSSION	59
5.1 MÅLENS UPPFYLLELSE OCH EFFEKT	59
5.2 SAMVERKANSSTRUKTURER	59
5.3 VARUMÄRKETS UTVECKLING	60
5.4 UTVECKLING AV METODER OCH INNEHÅLL	60
5.5 ORGANISATORISK SAMVERKAN OCH FINANSIERING	60
5.6 SLUTSATSER OCH FRAMTIDA ARBETE	61
6. HÅLLBARHETSASPEKTER	61

7. FRAMTIDSUTSIKTER	62
8. SLUTSATS	62
9. REFERENSER.....	64
9.1. ANALOGA OCH DIGITALA INSLAG I SOMMARLOVSENTREPRENÖR	64
9.1.1. Studier och vetenskapliga artiklar	64
9.1.2. Artiklar i media	65
9.2. FRAMTAGANDE AV UPPDATERAD UTBILDNING SAMT UTBILDNINGSPLOTTFORM	65
9.2.1. Litteratur.....	65
9.2.2. Online-utbildning	66
10. BILAGOR.....	67
DIGITAL KURSPLATTFORM.....	67
Marknadsföring för 2020-talet	67
Ekonomi för unga entreprenörer	1
Självledarskap och motivation	1
Refillutbildning för handledare.....	1
Mentorsutbildning.....	1
Komplement till Mentorsutbildning.....	1
Varumärkesestetik	2
Konceptet Sommarlovsentreprenör™(Original)	4

FIGURFÖRTECKNING

Figur 1 Sommarlovsentreprenörs digitala kursplattform.	25
Figur 2 Paketförslag "Medium" som presenterades för styrgruppen oktober 2023.	31
Figur 3 Paketförslag "Full support" som presenterades för styrgruppen oktober 2023.	32
Figur 4 Finansieringsförslag	32
Figur 5 Illustration av marknadsföringsprocess, med Technichus som central utförare.	35
Figur 6 Illustration av 2024 års struktur för Sommarlovsentreprenör i Västernorrland.....	36
Figur 7 Bild från NYHETSMAGASIN på webbsidan technichus-business.se	40
Figur 8 Illustration grafik och färger - varumärke..	41
Figur 9 Illustration över organisation före projektet	Fel! Bokmärket är inte definierat.
Figur 10 Illustration över organisation 2024	46
Figur 11 Från den digitala kursplattformen	67
Figur 12 En del av kursutbudet på den digitala plattformen.	1
Figur 13 Illustration typsnittsanvändning (Varumärket)	2
Figur 14 Illustration färgpalett (Varumärket)	3
Figur 15 Illustration grafik (varumärket).....	3
Figur 16 Illustration exempel grafik och färger (Varumärke)	3
Figur 17 Exempel bakgrund powerpoint m.m. (Varumärket)	4

1. Inledning

1.1. BAKGRUND

Technichus i Mitt Sverige AB har erfarenhet av entreprenörsprogram för ungdomar genom konceptutveckling av Ung Landsbygdsentreprenör, Sommarlovsentreprenör™ samt med erfarenhet från Ung Företagsamhet. Vi har även drivit internationella projekt inom entreprenörskap, och har bland annat bidragit till utvecklandet av en verktygslåda inom entreprenörskap för skolväsendet. Årligen genomför Technichus aktiviteter som stimulerar innovation, och verksamheten genomsyras av entreprenöriella arbetsmetoder.

Sedan 2014 äger Technichus Sommarlovsentreprenör™- ett entreprenörsprogram som riktar sig till ungdomar i gymnasieålder, 15–20 år. Programmet fungerar som ett komplement till feriejobb i syfte att få lära sig att starta eget företag och sedan driva det under sommarlovet. Detta med stöd av handledare och frivilliga mentorer utbildade av Technichus. Konceptet grundades 1999 i Västernorrland, och har sedan dess låtit tusentals ungdomar pröva på entreprenörskap runt om i Sverige. Konceptet har framför allt kommit att bli framgångsrikt i södra Sverige, där kommunerna i bland annat Skåne prioriterat ungt entreprenörskap och lyckats hitta extern och långsiktig finansiering till denna verksamhet.

Arbetet med ungt entreprenörskap är även en prioriterad fråga i den regionala utvecklingsstrategin i Västernorrland, men genomförandet av entreprenörsprogram skiljer sig åt i de kommuner som återfinns i regionen. Den kunskap och information som Technichus tillgodogjort sig från samverkan med kommuner i regionen har pekat på att det finns en stor vilja att genomföra ett entreprenörsprogram utanför skolan, men att intern organisation, finansiering och struktur i många fall saknas. Det finns därför stora skillnader i likvärdighet mellan kommunerna då dessa har olika förutsättningar att driva programmen. En förstudie genomfördes 2020 för att ta reda på, samla in och förstå vilka behov och förutsättningar kommunerna har för att bedriva entreprenörsprogram för ungdomar. Genom analys av denna information konkretiserades en framtida gemensam satsning för ungt entreprenörskap i hela regionen.

Detta renderade i projektet Sommarlovsentreprenör 2.0 där vi enligt de nya önskemålen från kommunerna aktivt arbetat med dessa frågor, samt att vi eftersträvat att ge unga likvärdiga förutsättningar för att kunna ta del av ett hållbart och utvecklat entreprenörsprogram sommartid i Västernorrland.

Projektet Sommarlovsentreprenör 2.0 har möjliggjort Technichus att tillsammans med Regionen och kommunerna utveckla, driva och genomföra entreprenörsprogram för upp till 15 ungdomar under sommartid i respektive kommun. Detta har inneburit att Technichus tagit ett helhetsansvar för planering, genomförande och utvärdering av entreprenörsprogram för samtliga kommuner.

Projektet har drivits av Technichus tillsammans med samtliga kommuner i regionen och Ung Företagsamhet Västernorrland och BizMaker under perioden 2021-03-01 till och med 2024-09-30.

Den grupp från Technichus som arbetat med projektet har varit Annika-Cecilia Österling (projektledare), David Gisselman (processledare) samt Marcus Claesson (VD). Ansvar och roller: Projektledaren har varit huvudansvarig samt den som också varit operativ i samtliga aktiviteter – framför allt marknadsföring, utveckling av utbildning och byggande av digital kursplattform, med återkoppling och stöd från David och Marcus.

Projektets webbplats: <https://technichus-business.se>

1.2. SYFTE & MÅL

SYFTE: Att skapa regionala strukturer och en gemensam organisation för ett entreprenörskapsprogram riktat till unga.

Genom projektet Sommarlovsentreprenör 2.0 kan regionen i praktiken testa att ha en central aktör som utvecklar och utför entreprenörsprogram i kommunerna under sommartid.

1.2.1. Delmål

1. Att skapa ett hållbart entreprenörsprogram för Västernorrland som genomförs i samtliga kommuner årligen där Technichus erbjuder kommunerna att utföra planering, genomförande och utvärdering av entreprenörsprogram. (Effektmål)
2. Att bidra till att skapa strukturer för samverkan med andra aktörer avseende hur blivande entreprenörer i regionen stimuleras och coachas. (Effektmål)
3. Att skapa ett varumärke som samlar och stärker Västernorrland med visionen att Västernorrland är bäst i Sverige på ungt entreprenörskap. (Effektmål)

4. Att utveckla metoder och innehåll där digitala och fysiska moment mixas. (Projekt mål)
5. Att utveckla arenor/plattformar där deltagare/handledare från Västernorrland kan samlas och utvecklas. (Projekt mål)
6. Att upprätta en extern finansieringsmodell för drift av entreprenörsprogrammet efter projekt tidens slut. (Projekt mål)
7. En gemensam organisation med ett regionalt förankrat erbjudande skulle kunna resurseffektivisera, tillgängliggöra samt stärka det interna samarbetet inom regionen. (Effekt mål)

1.3. PROBLEMFÖRMULERING

Under förstudien 2020 framkom bland annat att det hos kommunerna finns målsättningar att arbeta med ungt entreprenörskap, och att frågan är högt prioriterad. Det var dock enbart ett fåtal kommuner som arbetade med entreprenörsprogram under sommartid, eftersom detta prioriterades bort. Man ansåg att det kan vara kostsamt att bedriva program lokalt i stället för att ha en centraliserad organisation specifikt dedikerad till detta. De som drabbas av problemet direkt är regionen och kommunerna. Indirekt drabbas de ungdomar som inte får möjligheten att prova på att starta egna företag och att utveckla sina entreprenöriella förmågor. Potentiellt kan regionen gå miste om värdefull kompetensförsörjning om möjligheten för unga att utveckla sin entreprenöriella förmåga saknas. Projektet förväntas kunna bidra till att skapa attraktivitet för länet genom att tillsammans med andra aktörer stärka ungt entreprenörskap.

1.3.1. Indikatorer

Att ta fram ett kunskapsunderlag (en rapport) för en gemensam strategi för hur unga entreprenörer i Region Västernorrland ska få likvärdiga förutsättningar oavsett vilken kommun de bor i.

2. Metod

I detta projekt kombinerades både kvalitativa och kvantitativa metoder för att säkerställa en omfattande analys av de uppställda forskningsfrågorna. De metodiska angreppen innefattade litteraturstudier, granskning av vetenskapliga artiklar, samt utförande av enkäter och intervjuer med handledare och deltagare. För att nå projektets mål och

resultat utformades och genomfördes ett flertal strategiska aktiviteter. Nedan redogörs det mer i detalj för de metoder som tillämpades vid genomförandet av dessa aktiviteter, samt hur de bidrog till projektets framgång.

2.1. UTVECKLINGSARBETE UTBILDNING

2.1.1. Analoga och digitala inslag i Sommarlovsentreprenör

I förstudien framkom att projektet skulle ta fram en digital plattform som förutom webbsida fungerar som forum och läroplattform med kurser och nedladdningsbara resurser för deltagande parter i entreprenörsprogrammet. Man önskade även ett mer utvecklat kursmaterial samt en samlad resursbank för ungdomar, handledare och mentorer.

Vi samlade in information om styrkor och svagheter i analoga och digitala metoder, baserat på aktuell forskning, inför utformningen av en digital plattform och ett utvecklat utbildningsinnehåll. [Data erhölls genom litteraturstudier och vetenskapliga artiklar](#) samt baserades på tidigare gjorda enkäter och djupintervjuer med handledare som har erfarenhet av metoderna i Sommarlovsentreprenör™.

2.1.2. Framtagande av uppdaterad utbildning

Önskemål framkom om att anpassa innehållet i utbildningen med hjälp av projektets styrgrupp. Det gällde till exempel att integrera Entreprenörsarena-konceptet ¹ (EA) i entreprenörsutbildningen. Tanken var att EA eller liknande varianter även skulle kunna testas i andra kommuner i Västernorrland. Vi tog därför kontakt med Dennis Thydell och Mikael Vestman från Örnsköldsviks kommun, som står bakom EA-idén, för att ta reda på vilka moment som skulle behöva ingå i Sommarlovsentreprenör™. Liksom hos Sommarlovsentreprenör™ fanns en önskan om en digital plattform där man kan få tillgång till olika resurser samt support.

Det framkom också önskemål om att ge mentorer en mer omfattande förberedelse inför programmet i form av en kortare mentorsutbildning. Den insamlade informationen analyserades av projektgruppen för att omsättas i en uppdaterad mentors-, handledar- och entreprenörsutbildning. Vidare samlade vi in data för att tillhandahålla en kravspecifikation för innehåll och funktioner för digital kursplattform, anpassade efter

¹ Entreprenörsarena är ett koncept som initierats av Örnsköldsviks kommun, och bygger på att ungdomar i stället för att starta vilket företag som helst, blir tilldelade en plats (arena) t. ex. en kiosk som kommunen önskar bemanna. Ungdomarna driver då denna verksamhet som ett eget företag under sommaren.

olika målgruppers (ungdomar, handledare, kommunikatörer, media, beslutsfattare och politiker, samarbetspartners) behov.

2.1.3. Framtagande av en kursplattform

Under hösten 2021 undersöktes behovet av funktioner och tjänster för en digital plattform i det regionala entreprenörsprogrammet.

2.1.3.1. KRAVSPECIFIKATION

Bygger på önskemål vi fått från tidigare och nuvarande handledare, feedback från deltagande ungdomar, råd från expertis i branschen samt från projektgrupp på Technichus.

INNEHÅLL:

- **Faktadelar** kan finnas som självstudiematerial utformat bland annat som videobaserade lektioner följt av tester i form av quiz. Detta kan gälla marknadsföring och ekonomi, men också som en resursbank där vi samlar olika entreprenöriella tips och inspiration för personlig utveckling. För handledarutbildningen önskades även filmversioner av de analoga övningarna som ingår i Sommarlovsentreprenör samt resursbank med fler övningar för idégenerering, kreativitetsövningar, motivationsövningar, självledarskap samt en utbildning för mentorer.
- **Diskussions- och supportforum:** Flera olika forum önskas - för handledare, för deltagande ungdomar, supportforum från Technichus. Detta för att kunna dela viktiga erfarenheter med varandra på ett smidigt sätt i både små och stora grupper.
- **Tillgång till entreprenöriella nätverk och medlemskap i plattformen**
Tillsammans med samarbetspartners som Ung Företagsamhet Västernorrland, BizMaker, Nyföretagarcentrum, ALMI, Coompanion m. fl. där plattformen även fungerar som en lots till vidare entreprenörskap efter Sommarlovsentreprenör.

FUNKTIONER:

- Inloggning, lösenordsskyddad
- Community/forum
- Livesändningsmöjligheter
- Kursskapande verktyg
- "Pagebuilderfunktion" som går att anpassa till Technichus varumärke

- Stöd för olika media; video, ljud, pdf-filer
- Betalnings- och marknadsföringsverktyg
- Integrerade funktioner e-post
- Ska finnas som gratis mobilapp för IOS och Android
- Säkerhetskopior och säkerhet, GDPR enligt EU
- Hållbarhetsaspekter, skalbart för hela verksamheten på Technichus samt bör kunna administreras av internt team, rimlig årskostnad
- Bra support/kundtjänst

2.1.3.2. VAL AV PLATTFORM

Steg 1: Omvärldsanalysen utgick dels ifrån att titta på hur några olika plattformar kan se ut som arbetar i liknande bransch och målgrupp

SÖKORD:

Utbildning, entreprenörskap, ungdomar, digital marknadsföring

Exempelvis tittade vi på Ung Företagsamhet, Nyföretagarcentrum, Ung Drive, Företagarna, Hillman Academy och Berghs School of Communication.

Några av dessa uppfyller inte definitionen för digital plattform som affärsmodell, men det är ändå intressant att studera innehållet och de olika funktionerna på webbplatserna.

Steg 2: Analys av färdiga strukturer för plattformar där vi själva kan skapa vårt innehåll:

Vi har studerat 15 st av de största läroplattformarna online:

Udemy, Skillshare, LinkedIn Learning, New Zenler, Coursera, EDX, Udacity, Docebo, New Zenler, Podia, Thinkific, Podia, Kajabi, Teachable och Thinkific.

Steg 3: Hjälpt av expertis

För att bedöma vad som var bäst för utom våra egna specifika behov tog vi hjälp av expertis på området för att hitta vissa utsorteringskriterier. De flesta experter och tidningsartiklar online räknar upp följande områden angående vad som gör en läroplattform bra:

- En publik att ge kursen till, en målgrupp
- Bra intjäningspotential
- Programvara för att kunna skapa kurser

- Sätt att engagera kunden/eleven genom t ex frågesport
- Stöd för olika media; video, ljud, pdf
- Säkerhetskopior och säkerhet
- Gott om sätt att interagera
- Betalnings och marknadsverktyg
- Varumärkespotential

Steg 4: Dessa kriterier smalnade av sökområdet till att handla om två plattformar; New Zenler och Kajabi. Se bilaga 3 för jämförelseunderlag.

New Zenler och Kajabi är likvärdiga i mycket enligt kravspecifikationen, men efter prisjämförelsen så kan konstateras att New Zenler är det mer prisvärda alternativet bl. a. pga. följande:

- Precis som Kajabi går det att varumärkesanpassa och har bra pagebuilder funktion. Dvs. båda går att använda som webbsida och utbildningsplattform. Även om New Zenler inte har lika många teman, så finns templates/teman online att köpa in till rimliga kostnader.
- Även New Zenler erbjuder finesser som affiliate-funktion och säljtunnlar med automatiserad e-marketing och tillåter mer än tiotusen mejl per månad vilket är mer än nog för våra behov.
- Andra fördelar med New Zenler är dock att den tillåter 3 custom-domäner till skillnad från Kajabi som bara tillåter en, samt att man kan ha ett obegränsat antal studenter, och flera admin

Vid en närmare titt på New Zenler visade det sig att det finns ett svenskt utbildningsföretag som erbjuder kurser i verktyget; Hillman Academy.

Steg 5: Utbildning hos onlinekurs-akademien

För att kunna bygga en kursplattform utbildade sig projektledaren (som även byggt Sommarlovsentreprenörs™ webbsida) vid Hillman Academy. Hos dessa fanns även en svensk support samt är det enda svenska företag som utbildar i verktyget New Zenler.

2.2. GENOMFÖRANDE AV ENTREPRENÖRSPROGRAM

Projektet genomförde och utvärderade Sommarlovsentreprenörsprogrammet under somrarna 2022, 2023 och 2024. Nedanstående rubriker beskriver de olika momenten i entreprenörsprogrammet.

2.2.1. Rekrytering av handledare

För att säkerställa en effektiv och inkluderande bemanning av de sju handledartjänster som projektet krävde för somrarna 2023 och 2024 anlätades totalt elva handledare, inklusive tre redan utbildade från Technichus. Varje kommun i Västernorrland fick en dedikerad handledare. Rekryteringen genomfördes både genom utnyttjande av befintliga nätverk och genom annonsering, med målet att nå ut till en bred kandidatbas.

Vid urvalet prioriterades kandidater med erfarenhet av att arbeta med ungdomar, fördelaktigt med kontakter inom skolvärlden och gärna med egen erfarenhet av entreprenörskap. Vi strävade efter att få en mångfaldig grupp av handledare, vilket omfattade olika könsidentiteter, bakgrunder och perspektiv, för att främja jämställdhet och inkluderande arbetsmiljöer samt att säkerställa en bred representation som kan bidra till hållbara och innovativa lösningar inom projektet.

2.2.2. Rekrytering av mentorer

För att ge ungdomarna ett omfattande stöd, rekryterar handledarna på respektive ort frivilliga mentorer som assisterar i projektet. Rekryteringsprocessen genomförs lokalt, där handledare utnyttjade sina egna kontaktnät för att identifiera potentiella mentorer.

Vi eftersträvar att rekrytera mentorer med erfarenhet och kunskap inom olika områden av entreprenörskap, inte nödvändigtvis matchade efter bransch för att ge ungdomarna ett heltäckande och inspirerande stöd. Särskild vikt läggs vid att uppnå jämställdhet och mångfald bland mentorerna, vilket skulle bidra till en mer dynamisk lärmiljö och främja kreativ problemlösning och hållbara initiativ. Genom denna process siktar man emot att säkerställa att ungdomarna kunde dra nytta av ett brett spektrum av insikter och rådgivning.

2.2.3. Rekrytering av deltagare

Marknadsföring för att nå potentiella deltagare utformades och distribuerades i erforderliga kanaler av Technichus. Technichus lade även upp alla marknadsföringsresurser för nedladdning på sin webbplats technichus-business.se. Technichus höll kontakt och stämde av med kommunernas kommunikatörer, annan ansvarig kommunpersonal som till exempel näringslivspersonal, grundskolor, gymnasieskolor, samarbetspartners etcetera.

Till de 105 platserna i länet rekryterades deltagare via affischering, besök på mässor, via annonser i form av filmer och inlägg i sociala medier samt via vår anmälningssida på <https://technichus-business.se>. Andra kanaler kunde vara personal på gymnasieskolor som hjälpte till att sprida information till sina elever, medfinansierande kommuners webbsida för feriejobb, inte minst Ung Företagsamhet Västernorrland, som till sina UF-

deltagare direkt uppmanade att söka till Sommarlovsentreprenör. Även BizMaker bidrog genom att skicka ut information om programmet i sina kanaler.

För att få söka till Sommarlovsentreprenör™, skall deltagarna vara i gymnasieålder, och gärna ha en affärsidé, men det går också bra att söka till programmet utan en färdigutttänkt idé. Urvalsprocessen utfördes av handledaren på respektive ort som intervjuade ungdomarna. Liksom vid rekrytering av handledare och mentorer, har jämställdhet och mångfald varit värden som vägts in. Detta är också något som återspeglats i bildmaterial och filmer.

2.2.4. Utbildning av handledare

Utbildningen av handledare [baseras på det ursprungliga konceptet](#). Den har inkluderat praktiska moment för att säkerställa att handledarna själva fick erfarenhet av de olika övningarna. Därför har denna utbildning genomförts fysiskt. Endast de teoretiska delarna som rör livsmedelshantering, beskattning och digital marknadsföring har hållits online.

- 1. Utbildningsmål:** Att självständigt kunna bygga en kickoffutbildning, och därigenom handleda deltagare under kickoffveckan, samt kunna hantera den digitala kursplattformen.
- 2. Bedömning och återkoppling:** Godkänd utbildning innebär att handledaren genomgått samtliga moment; dvs. deltagit i alla fysiska övningar i utbildningen med engagemang. Handledaren skall också medverka i ett seminarium online för att gå igenom innehållet i den digitala kursplattformen med projektledaren. Efter varje fysiskt moment kan handledarna få individuell feedback från kursledaren eller sina kollegor. Det kan handla om styrkor och områden för förbättring, vilket hjälper dem att reflektera över sin prestation och engagemang.
- 3. Implementeringsstrategi:** Att successivt fasa över till det uppdaterade konceptet med en testplattform år 1 med påföljande utvärdering, den riktiga plattformen år 2 med påföljande utvärdering för att ha utrymme för förbättringar.
- 4. Utvärdering:** Utvärderingen sker i form av ett seminarium efter sommarens entreprenörsprogram, och inför detta via ett återkommande frågebatteri där deltagarna svarar anonymt. Det som mäts är

handledarnas egen upplevelse och värdering av programmet ur olika aspekter.

2.2.5. Utbildning av mentorer

Mentorer rekryterades av handledare på respektive ort, och hänvisades vidare till projektledare som höll en förberedande onlineutbildning. Detta har varit en frivillig utbildning som erbjudits de mentorer som önskat förkovra sig inom området och känna sig mer förberedda inför uppdraget.

1. **Utbildningsmål.** Att ha kännedom om konceptet Sommarlovsentreprenör, om mentorns roll och ansvar, teoretisk bakgrund samt fått ta del av praktiska exempel av mentorskap (fallstudier).
2. **Bedömning och återkoppling:** I den digitala kursplattformen finns quiz efter varje avsnitt. Möjlighet att kunna skriva ut diplom på avklarad kurs. I det avslutande lärarledda seminariet finns möjlighet till feedback från kursledare och andra mentorer i projektet.
3. **Implementeringsstrategi:** Att successivt erbjuda detta till de mentorer som ansluter sig till projektet och allteftersom utbildningen utvecklas låta mentorerna testa den för utvärdering.
4. **Utvärdering** sker i form av anonym enkätundersökning med påföljande seminarium tillsammans med mentorer och projektledare.

2.2.6. Utbildning av deltagare

Enligt [grundkonceptet](#) (Se BILAGOR) med under projekttiden utvecklades inslag såsom digitala resurser och lektioner via en digital kursplattform. De nya kurserna som erbjudits har varit "Marknadsföring för 2020-talet", "Ekonomi för unga entreprenörer", "Livsmedelshygien och egenkontroll" (med bidrag från Örnsköldsviks kommuns miljökontor), "Självledarskap" ([extra litteraturstudier gjordes i ämnet, se referenser](#)), men också extra resurser i form av kurser som "Samarbetspartners och nätverk", "Från idé till verklighet", "Fotokurs för kreativa kompositioner", "Hitta din företagsidé och skapa en vinnande affärsplan". Deltagarna erbjöds mentor om så önskades, bankkonto och Swish via Swedbank samt grupp försäkring från Technichus.

1. **Utbildningsmål:** [Enligt grundkonceptet](#) (BILAGOR) men med kännedom om fler verktyg och tillgång till en plattform där ungdomarna känner till hur de kan ta sig

vidare i den entreprenöriella resan med hjälp av andra aktörer som till exempel Nyföretagarcentrum, BizMaker, UF Västernorrland, ALMI, Coompanion m fl i Västernorrland. Flera av dessa aktörer fick ungdomarna även träffa under kickoffveckan och vid kickoff.

2. **Bedömning och återkoppling:** Efter avklarad kickoffvecka blir deltagaren certifierad Sommarlovsentreprenör. Feedback från handledare och mentor, och diplom vid kickoff. Firandeinslaget är en viktig del i själva konceptet Sommarlovsentreprenör. Priser till de deltagare som utmärkt sig extra. Exempelvis kan priser delas ut till Årets företag, Årets ekonomipris, Årets marknadsföringspris. (Handledarna är jury)
3. **Implementeringsstrategi:** Detta sker successivt allteftersom handledarna blir utbildade i det uppdaterade konceptet. Ungdomarna får tillgång till och egen inloggning i den nya kursplattformen via dator och mobilapplikation.
4. **Utvärdering:** Sker efter kickoff, i slutet av sommaren via enkätundersökning och sammanställs av projektledare.

2.2.7.Handledning av deltagare och support under sommaren

Efter den inledande kickoffutbildningen sker handledning av ambulerande handledare med stöd av projektledare, och i de fall där mentorer finns även stöttning av dessa under den tid som ungdomarna driver sina företag. Frekvens och omfattning på handledning skedde efter behov.

Deltagarna kunde även få stöd på distans via den digitala plattformen och feedback via uppgifter som de utförde under sommaren. Support kunde fås även via projektledaren på Technichus.

2.2.8. Kickout – avslutning med diplomutdelning

Handledaren har i samråd med projektledaren planerat en avslutning/kickout. Detta har som tidigare varit ett obligatoriskt moment, och har kunnat ske både lokalt och på länsnivå om man så önskat. Till denna kickoff bjöds samarbetspartners och viktiga nätverk som till exempel mentorer, andra företag, media samt organisationer som arbetar med entreprenörskap på olika sätt in. Detta har också varit ett tillfälle för deltagare från hela länet att ses, om man valde att arrangera en gemensam kickoff.

2.2.7. Utvärdering

Utvärderingar arrangerades av Technichus och under projektiden utvärderades handledarutbildning (handledare), entreprenörsutbildning (handledare och deltagare). Förutom utvärdering av utbildningarna i sin helhet och själva entreprenörskapsupplevelsen så utvärderades även den digitala kursplattformen årligen.

Datainsamlingen inkluderar enkäter och djupintervjuer med handledare samt enkäter med deltagare.

2.3. UPPRÄTTANDE AV EN EXTERN FINANSIERINGSMODELL

För att utveckla projektet har vi arbetat fram förslag i nära samarbete med styrgruppen, där vi tagit inspiration från den genomförda förstudien. Ett av de första stegen har varit att noggrant beräkna kostnaden för Sommarlovsentreprenörsprogrammet. Detta innebär att vi har behövt identifiera hur vi kan balansera absolut resurseffektivitet för att säkerställa att programmet både håller hög kvalitet som utbildning och att det samtidigt har en hållbar struktur för hela Västernorrland.

Vi måste även ta ställning till om Technichus ska fortsätta fungera som den samordnande aktören, eller "spindeln i nätet", och vilken roll olika parter ska spela framöver. När vi hade provat entreprenörsprogrammet i praktiken och nått enighet om en lämplig struktur, kunde vi göra en tydlig uppskattning av den exakta kostnaden per kommun.

När dessa kostnadsberäkningar var gjorda kunde vi att ta fram förslag på hur finansieringen ska fördelas. Här blev det viktigt att fastställa hur stor del av kostnaderna som skulle täckas av de enskilda kommunerna och vilken andel som kunde finansieras av externa aktörer eller finansiärer. Dessa förslag kom att ligga till grund för de slutgiltiga besluten om projektets finansiering och genomförande.

2.4. SAMVERKAN MED ANDRA ENTREPRENÖRIELLA AKTÖRER

Vi genomförde en grundlig inventering av de olika entreprenöriella aktörer som verkar i Västernorrland, för att kartlägga vilka resurser och samarbeten som kan bidra till att stärka projektet Sommarlovsentreprenör 2.0. Målet har varit att identifiera och engagera

relevanta partners som kan stödja våra insatser för att främja entreprenörskap bland länets invånare och därmed bidra till den regionala utvecklingsstrategin.

Som en del av detta arbete bokade vi aktivt möten med flera nyckelaktörer, bland annat BizMaker, som är en viktig innovationshub i regionen, Ung Företagsamhet i Västernorrland AB, som har lång erfarenhet av att arbeta med unga entreprenörer, samt Nyföretagarcentrum, som erbjuder stöd och rådgivning till nya företag. Vi kom också att samverka med ALMI under kickoffveckorna, som har en central roll i att främja tillväxtföretag, liksom Coompanion, som fokuserar på kooperativt företagande och sociala entreprenörskap.

Vi har också lagt in en extra kurs i vår digitala kursplattform som riktar sig till våra unga entreprenörer under rubriken ”Nätverk och samarbetspartners” för att öka deras kännedom om andra entreprenörsbyggande instanser i Västernorrland.

Utöver dessa väletablerade organisationer, har vi även sett till att inkludera andra projekt, föreningar och initiativ som arbetar med liknande mål – nämligen att skapa fler företagsamma och engagerade invånare i länet. Genom att bygga relationer och samverka med dessa aktörer, har vi kunnat dra nytta av deras expertis och nätverk, och tillsammans arbeta mot det gemensamma målet att stärka entreprenörskapskulturen i regionen. Detta samarbete har inte bara gynnat Sommarlovsentreprenör 2.0 utan förhoppningsvis även bidragit till en långsiktig och hållbar regional utveckling.

3. Resultat

3.1. ÖVERSIKT AV RESULTAT

Sommarlovsentreprenör har under projektiden genomfört ett betydelsefullt utvecklingsarbete inom utbildningssektorn för att stödja unga entreprenörer och deras handledare. Detta arbete har resulterat i tre uppdaterade utbildningar: Handledarutbildning, Mentorsutbildning och Entreprenörsutbildning. Den digitala kursplattformen fungerar som en central struktur. Projektledaren och innehållsskaparen har aktivt administrerat plattformen, som inkluderar resurser såsom filmer, presentationer och nedladdningsbart material, vilket möjliggör en integrerad och omfattande lärandeupplevelse för handledare, mentorer och unga entreprenörer.

I fortsättningen redogörs för de specifika kurser och delmoment som ingår i utbildningsprogrammet, med fokus på centrala teman såsom marknadsföring, ekonomi

och självledarskap. Dessutom presenteras statistisk information om deltagande och ansökningar, samt de ekonomiska effekterna av programmets genomförande.

Ett centralt inslag i utvecklingsarbetet har också varit finansieringsmodellen, där utmaningar och möjligheter för att säkra långsiktig finansiering har diskuterats. Styrgruppen har identifierat potentiella samarbeten, externa finansiärer och offentligt stöd som viktiga strategier för att framtidssäkra verksamheten.

Avslutningsvis kommer resultaten och effekterna kopplade till entreprenörsprogrammet att sammanfattas för att visa hur Sommarlovsentreprenör 2.0 påverkat den lokala entreprenörskulturen.

3.1.1. Utvecklingsarbete utbildning

Utvecklingsarbetet av utbildningen har resulterat i tre uppdaterade utbildningar: Handledarutbildning, Mentorsutbildning och Entreprenörsutbildning. För att visualisera den övergripande strukturen kan vi föreställa oss att Sommarlovsentreprenör representeras som ett hus, där ett rum innehåller tre stora smörgåsbord, vardera dignande av olika rätter. I denna metafor utgör rummets väggar och golv den digitala kursplattformen, medan borden motsvarar respektive utbildning och kurserna representerar rätterna på borden.

Projektledaren, som också är innehållsskapare och plattformsbbyggare, agerar som administratör och har en inloggning med fullständig tillgång till all information. Projektledaren Annika och processledaren David Gisselman, som ansvarar för utbildningen av handledarna, har strukturerat plattformen på ett sätt som stödjer uppläggningsmomenten i handledarutbildningen. Inom plattformen finns alla nödvändiga resurser, inklusive filmer, PowerPoint-presentationer och nedladdningsbara material.

Genom särskilda inloggningsfår handledarna tillgång till "alla bord i rummet," vilket innebär att de kan navigera fritt mellan sitt eget utbildningsbord och de andra utbildningarna. Denna struktur möjliggör en omfattande och integrerad lärandeupplevelse, där handledarna har tillgång till samtliga kurser och resurser som har utvecklats. Den digitala kursplattformen fungerar därmed inte bara som ett verktyg, utan också som en struktur som kopplar samman och stödjer utbildningsaktiviteterna på ett effektivt sätt.

3.1.1.1 KURSER

Under projektet Sommarlovsentreprenör har en digital kursplattform utvecklats med målet att utbilda och inspirera unga entreprenörer samt stödja handledare och mentorer. Det första året i testplattformen ingick två områden; ekonomi och

marknadsföring. Efter utvärdering kom detta att utökas med fler kurser och med mer videobaserat innehåll. Kursutbudet omfattar flera centrala områden som är viktiga för att stödja deltagarnas utveckling, både praktiskt och teoretiskt.

Marknadsföring för 2020-talet Kursen erbjuder en rad resurser inom grafisk design, foto och webb, där deltagarna lär sig att skapa logotyper, använda olika online-verktyg och förstå lagar kring foto och film. Vidare fokuserar kursen på hur man effektivt pitchar sin affärsidé och ger insikter i både traditionell ”analog” marknadsföring som till exempel guerillamarknadsföring, och digital marknadsföring som sociala medier och SEO².

Ekonomi för unga entreprenörer Det ekonomiska segmentet av utbildningen omfattar allt från uppstart och förvaltning av övningsföretag till rätt hantering av fakturor och kassajournaler. Deltagarna får också information om betalningslösningar och vad som krävs för att starta ett företag på riktigt, anpassat för både yngre och äldre deltagare.

Självledarskap och motivation En viktig aspekt av kursen är fokus på självledarskap och motivation. Deltagarna får insikter i hur man leder sig själv, samt praktiska metoder för att öka sin motivation och produktivitet, inklusive olika ”lifehacks” och verktyg som SWOT-analys och SMART-metoden.

Refillutbildning för handledare Handledarna får en omfattande guide till kursplattformens funktioner, arbetsbeskrivningar och utbildningsmaterial. Utbildningen omfattar även praktiska övningar och lektionsplaner för kickoff och uppföljning.

Mentorsutbildning Mentorerna erbjuds utbildning för att förstå teorin bakom mentorskap och få praktiska verktyg för att stödja sina adepter effektivt. Utbildningen inkluderar fallstudier och litteraturtips för vidare lärande.

Nätverk och samarbetspartners Sommarlovsentreprenörerna får en guide till andra organisationer i Västernorrland, om olika vägar att gå vidare i sitt entreprenörskap efter sommaren.

Sammanfattningsvis har utvecklingen av den digitala kursplattformen fokuserat på att skapa en robust utbildningsmiljö som stödjer unga entreprenörer i att utveckla sina färdigheter, stärka sin motivation och få praktisk kunskap inom både marknadsföring och ekonomi, samtidigt som handledare och mentorer får stöd i sina roller.

För att effektivt presentera resultaten av det utvecklade kursinnehållet och samtidigt illustrera den digitala kursplattformen, har vi här presenterat fem stycken kurser och dess delmoment under [BILAGOR](#)

² SEO= Search Engine Optimizing står för "sökmotoroptimering" och avser processen att förbättra en webbplats synlighet i sökmotorers organiska (icke-betalda) resultat.

Användning av kurser i digital kursplattform

Under det första teståret (2022) var handledarna generellt sett nöjda med innehållet i programmet, även om de efterfrågade fler och mer varierade kurser. Den största utmaningen låg dock i testplattformen, som upplevdes som svår att navigera och inte särskilt användarvänlig. Under 2022 och 2023 omarbetades plattformen i ett mer lämpligt verktyg, och den digitala kursplattformen började användas mer aktivt. År 2023 använde cirka 70 % av ungdomarna plattformen, men endast 83 % av handledarna nyttjade den, trots målet att alla skulle vara engagerade. En av handledarna var ovillig att använda plattformen, vilket ledde till en viss avvikelse från målet.

Inför 2024 skedde ett handledarbyte, och med de nya handledarna uppnåddes 100 % användning av plattformen. För första gången integrerades plattformen redan under handledarutbildningen, vilket visade sig vara ett lyckat drag. Handledarna fick under utbildningen en tidig inblick i hur de kunde använda verktyget för sina deltagare, särskilt under kickoffutbildningen. Denna tidiga introduktion gjorde att handledarna kände sig betydligt mer förberedda och trygga i sina roller än tidigare år. Plattformens användning ökade även bland mentorer, där hela 90 % använde den under 2024, vilket bidrog till en mer enhetlig och effektiv utbildningsupplevelse.

Den kurs som var populärast hos deltagarna var "Självledarskap" som egentligen inte var ett obligatoriskt element, och näst populärast var "Marknadsföring för 2020-talet", och därefter "Ekonomi".

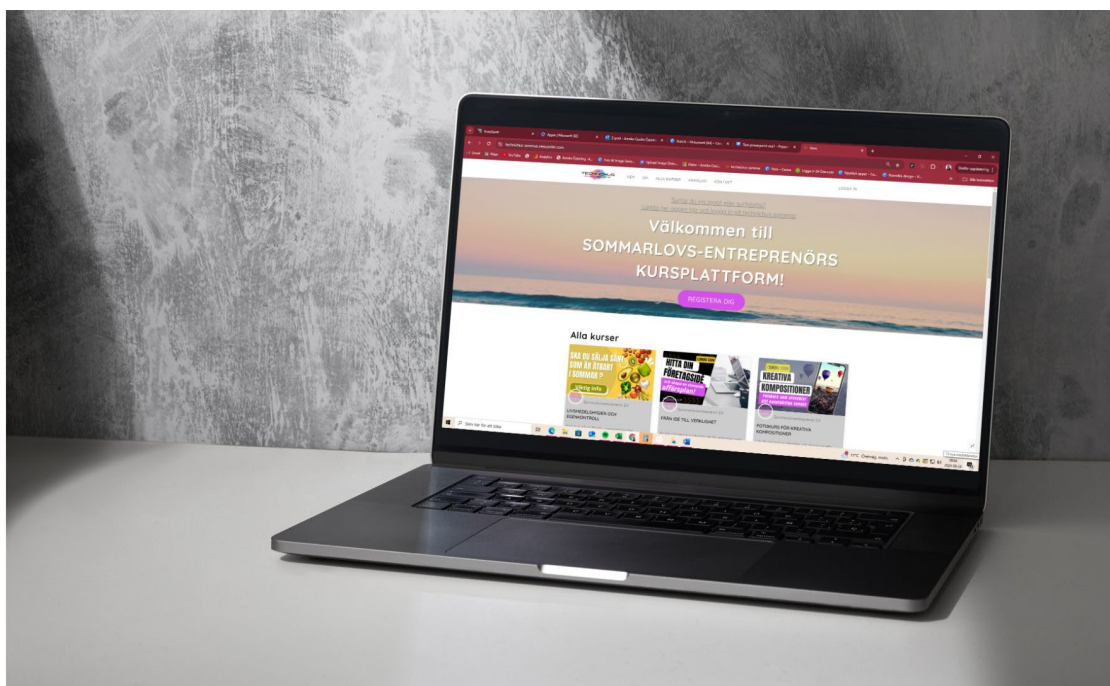
Diskussionsforumet var tänkt att fungera som den huvudsakliga kommunikationskanalen för projektet, och det användes framför allt av projektledaren för att samordna och dela information. En stor fördel med forumet var att om deltagarna hade installerat New Zenler-applikationen på sina telefoner, kunde de få push-notiser och delta i olika grupper som skapades för olika ändamål. Grupper kunde exempelvis delas in efter ort, länsnivå, eller mellan deltagare och handledare. Detta erbjöd ett smidigt sätt att dela information och skapa en lärande gemenskap över hela länet.

Tyvärr verkar informationen om hur forumet fungerade inte ha nått ut till alla deltagare, vilket gjorde att användningen blev begränsad. Detta ledde till att kommunikation i större utsträckning i stället skedde via e-post. Som ett resultat använde relativt få deltagare forumet, trots dess potential som ett effektivt kommunikationsverktyg. För att förbättra detta till framtida omgångar av verksamheten, skulle vi behöva vara ännu tydligare i kommunikationen kring forumet och dess fördelar, då vi tror att det finns mycket att vinna på ett mer aktivt användande av denna plattform.

En aspekt som däremot fungerade mycket bra var de automatiserade mejlen som plattformen skickade ut för varje kurs. Dessa mejl uppskattades av deltagarna och verkar ha varit en bidragande faktor till det höga användandet av plattformen (ca 70 %).

De ger dessutom en möjlighet att fortsätta att hålla kontakt med alla de ungdomar som en gång varit knutna till plattformen, för att t ex tipsa om nyheter och olika event från oss eller våra samarbetspartners. Detta för att bibehålla ungdomarnas intresse för entreprenörskap genom att inspirera dem.

Att ansvaret för denna funktion ligger hos Technichus har också varit positivt, eftersom de då kan ha en övergripande koll på deltagandet i hela länet. Detta centraliserade ansvar hjälper till att säkerställa att kommunikationen och användandet av plattformen fungerar smidigt för alla inblandade.



Figur 1 Sommarlovsentreprenörs digitala kursplattform. Foto:: Annika-Cecilia Österling

Komplement till Mentorsutbildning

Byggandet av en digital mentorsutbildningen utmynnade också i en bok på 128 sidor om mentorskap, med teoretisk bakgrund, fallbeskrivningar, inspiration och konkreta verktyg och mallar.

Upptäck mentorskapets djup

“I Handbok för Mentorer” tas vi med på en resa som sträcker sig från de grundläggande principerna i mentorskap till avancerade strategier för mål och planering. Genom teoretiska perspektiv, verkliga berättelser och konkreta verktyg ger boken en heltäckande syn på mentorskapets värld.

Mål och planering för framgång

Utforska konsten att sätta mål och skapa en vision för att guida din mentorskapsresa. Få insikt i affärsplanering och strategier för att effektivt stödja dina adepter och hjälpa dem att förverkliga sina drömmar.

Framsteg, utvärdering och hållbarhet

Lär dig att mäta och utvärdera framgång, och upptäck vikten av reflektion och anpassning. Utforska det omätbara och icke-kvantifierbara i kommunikation, lyssnande och digitalt mentorskap.

Personlig utveckling och framtida samarbete

Fokusera på adeptens individuella tillväxt och stöd, bygg professionella nätverk och hantera resurser och utmaningar. Avsluta med insikter om hållbarhet, framtidssamarbete och verktyg för framstegsmätning.



Vad innebär det att vara en mentor och hur kan du skapa meningsfulla och givande mentorskapsrelationer? Upptäck nycklarna till framgångsrikt mentorskap med denna omfattande guide. Oavsett om du är nybörjare eller erfaren mentor, kommer denna bok att fördjupa din förståelse och stärka ditt mentorskap.

Framsteg, utvärdering och hållbarhet

Lär dig att mäta och utvärdera framgång, och upptäck vikten av reflektion och anpassning. Utforska det omätbara och icke-kvantifierbara i kommunikation, lyssnande och digitalt mentorskap.

Personlig utveckling och framtida samarbete

Fokusera på adeptens individuella tillväxt och stöd, bygg professionella nätverk och hantera resurser och utmaningar. Avsluta med insikter om hållbarhet, framtidssamarbete och verktyg för framstegsmätning.

<p>1: INTRODUKTION TILL MENTORSKAP</p> <p>FÖRFATTARENS FÖRORD 6</p> <p>1. INLEDNING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Säfte och mål med boken.....10 o Vad är mentorskap?.....11 o Förväntningar på mentorskap.....12 o Förväntningar på mentorskaps.....13 o Historik.....15 o Att vägleda genomfrågor - ett vanligt förhållningssätt.....16 o Några exempel på win-win mellan mentor och adept.....18 <p>2. TEORETISKA PERSPEKTIV</p> <ul style="list-style-type: none"> o Teoretiska perspektiv.....22 o Översikt.....23 o Social mångvetenskap.....24 o Utvecklingspsykologi.....26 o Kognitiv utvecklingspsykologi.....29 o Sociokulturell teori.....30 o Kompetensutvecklingsmodell.....31 o Relationell teori.....43 o Organisationspsykologi och ledarskapsteori.....46 <p>3. ROLLER OCH FÖRVÄNTNINGAR</p> <ul style="list-style-type: none"> o Vem ansvarar för vad?.....48 o Förväntningar på mentorskaps.....48 o Etik och professionalm.....49 <p>2: MÅL OCH PLANERING</p> <p>1. SÄTT MÅL OCH VISION</p> <ul style="list-style-type: none"> o Att definiera mål för mentorskaps.....52 o Skapa en vision för framgång.....52 <p>2. AFFÄRSPLANERING OCH STRATEGI</p> <ul style="list-style-type: none"> o Upprätta en affärsplan.....55 o Utveckla en strategi för att nå målen.....56 <p>3. BERÄTTELSER FRÅN VERKLIGEN</p> <ul style="list-style-type: none"> o Att förverkliga drömmen om ett konstgjort.....57 o Från öm till möjliggörande.....59 o Lenas resa från möjliggörande till framgång.....60 o Lärdomar från berättelserna.....61 <p style="text-align: center;">2</p>	<p>3: FRAMSTEG OCH UTVÄRDERING</p> <p>1. MÄTBARA FRAMGÅNGAR</p> <ul style="list-style-type: none"> o Identifiera mätbara framgångsindikatorer.....63 o Fyra exempel.....65 o Det omöjliga, det icke kvantifierbara.....66 <p>2. REFLEKTION OCH ANPASSNING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Självreflektering och reflektion.....66 o Anpassa planen efter behov.....67 o Några exempel.....68 o Varför misslyckas vissa företag att anpassa sig?.....69 <p>4: KOMMUNIKATION OCH MÖTEN</p> <p>1. KOMMUNIKATION OCH MÖTSCHEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> o Skapa en kommunikationsplan.....72 o Sätt upp ett mötesschema och agenda.....73 o Förslag på aktiviteter vid träffarna.....74 <p>2. AKTIVT LYSSNANDE OCH FEEDBACK</p> <ul style="list-style-type: none"> o En riktig övil lyssnare - min egen historia.....76 o Tips för aktivt lyssnande.....78 - Övningar.....81 o Feedback och coaching.....82 - Övningar.....83 <p>3. DIGITALT MENTORSKAP</p> <ul style="list-style-type: none"> o Kommunikations teknik.....85 o Virtuella möten.....85 o Digitalt ledarskaps.....85 o Delning av digitalt innehåll.....85 o Hantering av digitala utmaningar.....86 o Etik och integritet online.....86 <p>5: UTVECKLING OCH TILLVÄXT</p> <p>1. PERSONLIG UTVECKLING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Introduktion.....88 o En individuell utvecklingsplan.....90 <p>2. NÄTVERKSBYGGANDE OCH RESURSHANTERING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Skapa professionella nätverk.....92 o Hantera resurser och utmaningar.....93 <p style="text-align: center;">3</p>	<p>6: AVSLUTNING OCH FRAMTID</p> <p>1. HÅLLBARHET OCH AVSLUTNING</p> <ul style="list-style-type: none"> o En sista utvärdering och en tavla framåt.....95 o Planering för mentorskaps avslutande.....96 o Reflektion och avslutning.....97 <p>2. FRAMTIDA SAMARBETE</p> <ul style="list-style-type: none"> o Diskussion om möjlighet till fortsatt samarbete.....98 o Några kända exempel.....98 <p>7: VERKTYG OCH RESURSER</p> <p>1. VERKTYG FÖR FRAMSTEGSMÄTNING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Översikt av metoder och verktyg för att mäta framsteg.....101 <p>2. REFERENSMATERIAL OCH LITTERATURTIPS</p> <ul style="list-style-type: none"> o Böcker för personlig utveckling.....103 o Böcker för affärsutveckling.....103 o YouTube-kanaler och poddar.....104 o Övrigt.....104 <p>3. KONFLIKTHANTERING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Några riktlinjer.....105 <p>8: SLUTSATSER OCH AVSLUTNING</p> <p>1. SUMMERING OCH SLUTSATSER</p> <ul style="list-style-type: none"> o Tillämpning av kunskaperna.....107 o Avslutande tankar.....108 <p>2. Q & A</p> <p style="text-align: right;">109-111</p> <p>9. BILAGOR</p> <ul style="list-style-type: none"> o Referenslitteratur.....114 o CHECKLISTA strategi för sommaren.....115 o CHECKLISTA SMARTA mål.....117 o CHECKLISTA framsteg personlig utveckling.....118 o CHECKLISTA framsteg inom affärsutveckling.....119 <p style="text-align: center;">4</p>
--	---	---

3.1.2. Genomförande av entreprenörsprogram

Projektet Sommarlovsentreprenör har mellan 2022 och 2024 genomfört en omfattande utbildning för unga entreprenörer, vilket resulterat i ett växande deltagande och en positiv utveckling inom flera branscher. Nedan presenteras en sammanfattning av deltagarstatistik och resultat under programmets tre år, inklusive branschspecifika data.

Deltagare och ansökningar

Totalt har 202 deltagare registrerats under perioden, med en ökning från 59 2022 till 78 2023, följt av en lätt nedgång till 65 år 2024. (Dock fanns färre platser att söka; 10 per kommun i stället för 15). Ansökningarna har också ökat från 96 till 135 under samma period, vilket kan visa på ett växande intresse för programmet.

Deltagandeprocent utifrån antal erbjudna platser totalt per år

2022: 56%

2023: 74%

2024: 87%

Det totala deltagandet över åren har alltså ökat vilket indikerar ett starkt engagemang i programmet.

Deltagande per bransch

Nedan visas fördelningen av deltagare per bransch under perioden:

Bransch	Antal deltagare			TOTALT
	2022	2023	2024	
Besöksnäring	3	7	0	10
Bilvård/bilar	4	2	6	12
E-handel	0	0	5	5
Evenemang & nöje	2	3	0	5
Hobby och Lek	0	1	0	1
Hushållsnära tjänster	10	15	9	34
Innovation	0	1	2	3
Kreativa näringar	13	25	14	52
Mat & dryck	12	19	13	44
Recycling/återbruk	8	2	5	15
Reklam & PR	1	1	4	6
Skogsbruk	4	1	0	5
Skönhetsvård	0	0	4	4
Socialt företagande	2	0	2	4
Teknologi	0	1	1	2
SUMMA	59	78	65	202

Företagsstart och nettoomsättning

Under perioden har totalt 113 sommarlovsföretag startats, varav 6 registrerats som verkliga företag. Deltagare som fortsätter med sina verksamheter uppgår till 46 (23%).

Nettoomsättningen bland de registrerade verksamheterna har uppgått till 1 039 000 kr. (Denna uppgift bygger på uppskattningar utifrån deltagarnas kassajournaler)

Resultat och effekter

Andel som startat riktiga företag (under projekttiden): 3%

Sollefteå och Örnsköldsvik har haft högst antal deltagare totalt sett under samtliga år.

I programmet ingick även insatser för att stödja handledare och mentorer, där 13 handledare och 18 frivilliga mentorer bidrog till utbildningen.

Statistik antal sysselsättningar i Västernorrland

Under projekttiden har totalt **292 sysselsättningar** registrerats i Västernorrland. Detta inkluderar:

- **Deltagare:** 202
- **Handledare:** 13
- **Filmare:** 1
- **Stygruppsmedlemmar:** 9

Frivilliga personer:

- **Föreläsare vid kickoff:** 51
- **Mentorer:** 18

Vidare har **51 företag och organisationer** bidragit som föreläsare, varav **44** är företag och **7** är övriga organisationer och föreningar.

Sammanlagt har projektet skapat en betydande plattform för sysselsättning och engagemang i regionen

Statistik över deltagare som fortsatt sin verksamhet

Under projekttiden har flera deltagare valt att fortsätta med sina verksamheter i olika branscher. Här är en sammanfattning av dessa initiativ:

- **Marknadsföring och webb:** En hobbyverksamhet som planeras att övergå till ett registrerat företag under 2024.
- **IT-tjänster och event:** Två deltagare har startat aktiebolag och erbjuder IT-lösningar.
- **Caféverksamhet:** Ett café som startades 2022 har varit operativt och genererar en sexsiffrig omsättning, även om verksamheten nu är pausad för studier.
- **Innovation och inomhusplantering:** En nyföretagare utvecklar en innovativ lösning för inomhusplantering och är intresserad av inkubatorprogram.

- **Import och försäljning av kläder:** En ny verksamhet som också noterar en sexsiffrig omsättning.
- **Hobbyföretag:** Flera deltagare har startat hobbyföretag inom olika områden, inklusive frisersalong och nagelsalong, och fortsätter driva dessa parallellt med sina studier.
- **Upcycling:** Deltagare arbetar med att designa och tillverka produkter av begagnade material och planerar att registrera sina företag.
- **Reklam-app:** Ett UF-företag har inrättats efter Sommarlovsentreprenörsprogrammet för att fortsätta att arbeta med en mobilapplikation innehållandes specialerbjudanden från olika lokala företag, vilket är pågående under kommande år för ytterligare utveckling.
- **Trädgårdstjänster:** 2 deltagare som erbjuder trädgårdsarbete planerar att under hösten 2024 starta enskilda firmor.

Sammanfattningsvis visar dessa initiativ på deltagarnas engagemang och fortsatta framsteg inom sina respektive områden, vilket reflekterar programmets positiva påverkan på deras entreprenöriella resor. Se detaljerad sammanställning [i DATA](#)

Sammanfattning

Sammanfattningsvis har projektet Sommarlovsentreprenör 2.0 genomfört en betydande utbildning för unga entreprenörer mellan 2022 och 2024, samt under denna tid haft en stor ökning av både deltagande och intresse för programmet. Med totalt 202 registrerade deltagare, varav antalet ansökningar ökade från 96 st till 135 st/år, har programmet visat starkt engagemang. Deltagandet har varit särskilt framträdande inom branscher som kreativa näringar och mat & dryck, och hos det totala antalet 113 startade sommarlovsföretag har nettoomsättningen uppgått till 1 039 000 kr. (Denna uppgift bygger på uppskattningar utifrån deltagarnas kassajournaler)

Programmet har också främjat sysselsättning i regionen, med 292 registrerade sysselsättningar – dvs. deltagande ungdomar inklusive handledare, mentorer och föreläsare från lokala företag. Deltagarnas fortsatta engagemang i sina verksamheter, som spänner över flera branscher, vittnar om programmets effektiva stöd. Denna positiva utveckling återspeglar programmets betydelse för att stödja unga entreprenörer och främja lokalt entreprenörskap. Se mer projektdata under avsnittet [3.3. DATA](#)

3.1.3. Finansieringsmodell

Denna fråga uppkom sent i projektprocessen. Vi gjorde ett medvetet val under det första året av projektet (2021–2022) att fokusera på att "bygga paketet", vilket inkluderade att utveckla utbildningen och plattformen, testa dessa och etablera en fungerande regional struktur för att genomföra entreprenörsprogrammet. Syftet med detta var att få en tydlig bild av våra resurser och möjligheter för att senare kunna attrahera externa finansiärer. Tyvärr hann vi inte med detta, delvis på grund av att projektledaren var sjukskriven under första halvåret, vilket innebar att ingen kunde arbeta med fråga just under denna period. Fokus låg i stället på att upprätthålla verksamheten, inklusive entreprenörsprogrammet och handledarutbildningen samt rekrytering av ungdomar.

När projektledaren återvände efter sommaren lades stor vikt vid att färdigställa plattformen baserat på den feedback som inkommit, samt att komplettera det som inte hade hunnits med under det första halvåret. Under hösten 2023 höll vi flera stygruppsmöten för att diskutera frågan kring en potentiell lösning.

Tyvärr har styrgruppen inte lyckats enas om ett gemensamt förslag i detta avseende. Målsättningen har varit att identifiera ett alternativ eller en paketslösning som kan implementeras i hela Västernorrland efter projektets avslut. Utan extern finansiering är dock kostnaderna, även i sin mest begränsade form, för höga för att denna implementering ska vara genomförbar för närvarande. Styrgruppen bedömer att det inte är meningsfullt att överväga något annat än "Full-support"-paketet, eftersom detta representerar den struktur vi har utvecklat och önskar gå vidare med.



ca 13 000 kr/deltagare

Årskostnader Västernorrland SLE 2.0 Medium	2024	2025	2026	2027
Lönekostnader handledare (1 handledare 150 h)	39 426,00 kr	40 214,52 kr	41 018,81 kr	
Koordinering Technichus, marknadsföring, plattform, trycksaker, support, utveckling av utbildning	630 000,00 kr	642 600,00 kr	655 424,00 kr	
Kickoffkostnad (kommunens lokaler in kind)	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr	
Kickoutkostnad (vill man ha en kickout? - I s f l kommunens lokal samt fika från sponsorer)	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr	
Startstipendier (räknat på 3000 :- /person, 10 deltagare/kommun)	210 000,00 kr	210 000,00 kr	210 000,00 kr	
Lokalkostnader	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr	
Annonskostnader sociala medier	10 000,00 kr	10 200,00 kr	10 400,00 kr	
Licenskostnad Plattform	10 000,00 kr	10 200,00 kr	10 400,00 kr	
Totala kostnader	899 426,00 kr	913 214,52 kr	927 242,81 kr	

Figur 2 Paketförslag "Medium" som presenterades för styrgruppen oktober 2023.

SLUTRAPPORT, SOMMARLOVSENTREPRENÖR 2.0



Ca 16 300 kr/deltagare

Skillnad: 1 fysisk handledare i varje kommun
Arbetsinsats: 87% Technichus 13% Kommun

Årskostnader Västernorrland SLE 2.0 Full support	2024	2025	2026	2027
Lönekostnader handledare (7 handledare)	280 000,00 kr	285 600,00 kr	291 312,00 kr	
Koordinering Technichus, marknadsföring, plattform, trycksaker, support, utveckling av utbildning	630 000,00 kr	642 600,00 kr	655 424,00 kr	
Kickoffkostnad (kommunens lokaler in kind)	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr	
Kickoutkostnad (vill man ha en kickout? - I s f i kommunens lokal samt fika från sponsorer)	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr	
Startstipendier (räknat på 3000 :- /person, 10 deltagare/kommun)	210 000,00 kr	210 000,00 kr	210 000,00 kr	
Lokalkostnader	0,00 kr	0,00 kr	0,00 kr	
Annonsering online	10 000,00 kr	10 200,00 kr	10 400,00 kr	
Licenskostnad plattform	10 000,00 kr	10 200,00 kr	10 400,00 kr	
Totala kostnader	1 140 000,00 kr	1 158 600,00 kr	1 177 536,00 kr	

Figur 3 Paketförslag "Full support" som presenterades för styrgruppen oktober 2023.

TECHNICHUS
Sommarlovsentreprenör 2.0

OBS! Kostnad per kommun INNAN extern finansiering

Finansieringsförslag 2 Sommarlovsentreprenör 2.0 Full support



Intäkter från kunder eller finansiärer	2024	2025	2026	2027
Kramfors Kommun	162 857,00 kr	166 114,14 kr	169 436,42 kr	
Härnösands Kommun	162 857,00 kr	166 114,14 kr	169 436,42 kr	
Ånge Kommun	162 857,00 kr	166 114,14 kr	169 436,42 kr	
Sundsvalls Kommun	162 857,00 kr	166 114,14 kr	169 436,42 kr	
Örnsköldsviks Kommun	162 857,00 kr	166 114,14 kr	169 436,42 kr	
Timrå Kommun	162 857,00 kr	166 114,14 kr	169 436,42 kr	
Sollefteå Kommun	162 857,00 kr	166 114,14 kr	169 436,42 kr	
Extern finansiär Sparbanksstiftelsen?		0,00 kr	0,00 kr	
Region Västernorrland startstipendier?		0,00 kr	0,00 kr	
SUMMA	1 139 999,00 kr	1 162 798,98 kr	1 186 054,96 kr	0,00 kr

Figur 4 Finansieringsförslag

Eftersom det fanns kvarstående medel inom projektet beslutade styrgruppen att ansöka om en förlängning av projektets tidsram, som ursprungligen skulle avslutas den 28 februari 2024. Under december 2023 och januari 2024 lades betydande tid och resurser på denna ansökan, och i slutet av februari 2024 kom beskedet att projektet godkännts för förlängning fram till den 30 september 2024.

För året 2024 har vi övervägt en rad förstudier som kan säkerställa verksamhetens långsiktiga hållbarhet genom projektmedel. Vi förblir engagerade i dessa frågor på Technichus även efter projektets officiella slut, och styrgruppen planerar att fortsätta sina regelbundna möten för att arbeta med dessa utmaningar.

Det finns flera strategier för att säkerställa att verksamheten kan fortsätta och finansieras efter projektets avslutning:

1. Samarbete med Region Västernorrland: Regionen har visat stark vilja att stödja projektet, vilket gör det möjligt att fortsätta samarbetet och förhandla om fortsatt ekonomiskt stöd. Det är viktigt att klargöra hur verksamheten bidrar till att uppnå Regionens mål och strategier för att öka chanserna för fortsatt finansiering.

2. Kompletterande extern finansiering: För att trygga långsiktig finansiering kan projektet söka ytterligare ekonomiskt stöd från fonder, stiftelser och nationella eller internationella organisationer som främjar entreprenörskap och ungdomsverksamhet. Att presentera projektets framgångar och resultat kan öka chanserna att få extern finansiering.

3. Samarbeten och partnerskap: Genom att samverka med andra organisationer, företag eller institutioner inom samma bransch kan man erhålla ekonomiskt stöd och resurser. Partnerskap och synergier kan leda till gemensamma projekt, arrangemang eller erbjudanden som attraherar finansiärer och deltagare.

4. Offentligt finansierade projekt: Det kan även vara möjligt att ansöka om finansiering genom offentligt finansierade projekt eller program som syftar till att främja entreprenörskap och ungdomsverksamhet.

Styrgruppen är angelägen om att fortsätta träffas för att diskutera dessa frågor och arbeta fram lösningar som säkerställer verksamhetens fortlevnad.

3.1.4. Samverkan med andra aktörer

Under projekttiden har Sommarlovsentreprenör etablerat nära samarbeten med flera viktiga aktörer för att främja entreprenörskap bland unga. Samarbetet med medfinansiärerna Ung företagsamhet Västernorrland och BizMaker har varit särskilt värdefullt. Ung företagsamhet har bidragit till rekrytering av ungdomar genom information till sina elever, hjälp vid rekrytering av handledare och inbjudan till deltagande i den årliga UF-mässan.

I samarbete med BizMaker har ett avtal upprättats för utbyte av resurser och expertis. Detta inkluderar att Sommarlovsentreprenör erbjuder potentiella entreprenörer för BizMakers program, medan BizMaker delar med sig av sin kunskap under föreläsningar och aktiviteter. Vi ingick också i juryn vid tävlingen "Jag har en idé".

Samarbete har även etablerats med Nyföretagarcentrum, som erbjudit kostnadsfria starta-egget-kurser till sommarentreprenörer i Kramfors och Örnsköldsvik. Dessutom har Swedbank erbjudit ungdomar tillgång till swish och ungdomskonton, vilket kan utvecklas ytterligare för att öka medvetenheten om dessa möjligheter.

Sommarlovsentreprenör har också bidragit till det regionala projektet Nya Vägar i Västernorrland, där vår expertis har hjälpt till att etablera en samsyn kring entreprenörskap. Genom att låta deras processpedagoger delta i vår handledarutbildning, har vi stärkt samarbetet, vilket även resulterade i att en av deltagarna blev handledare inom Sommarlovsentreprenör.

Genom deltagande vid mässor har vi nätverkat med aktörer från Region Västernorrland, kommunernas näringslivskontor samt gymnasieskolorna, vilket fortsatt att skapa synergier. Handelskammaren bjöds in till Technichus för att lära sig mer om varandras verksamheter och för möjliga samarbeten inom skolinformation.

Den årliga kickouten, som bland annat 2022 hölls hos landshövdingen, har blivit en viktig plattform för att samla alla intressenter, inklusive styrgruppsmedlemmar, Nyföretagarcentrum, och media, vilket har stärkt samarbetet i regionen.

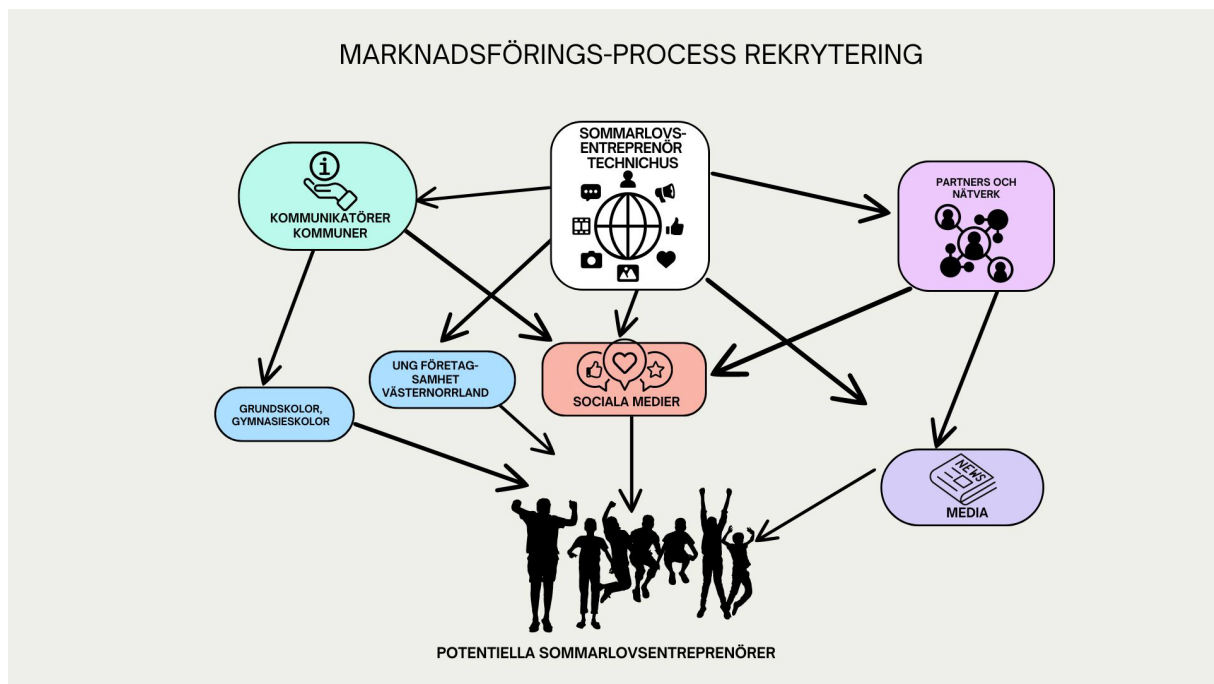
Sammanfattningsvis har Sommarlovsentreprenör inte bara lyckats utveckla en robust utbildningsinfrastruktur utan också skapat en god början till plattform för entreprenörskap i Västernorrland. Denna positiva utveckling återspeglas i deltagarnas engagemang och fortsatta framsteg, vilket visar på projektets betydelse och potential för framtida initiativ inom området.

3.1.5. Marknadsföring

Under projektets gång har Technichus spelat en central roll som nod för produktion och distribution av marknadsföringsmaterial. Genom att noggrant skapa och hantera bildmaterial, filmer och texter för vår webbplats inklusive ansökningsformulär, har Technichus effektivt nått ut till vår målgrupp via flera kanaler. Den omfattande marknadsföringen har främst fokuserat på att rekrytera deltagare till Sommarlovsentreprenör-programmet, men har även syftat till att öka allmänhetens och intressenters medvetenhet om värdet av ungt entreprenörskap för Västernorrland.

Materialet har distribuerats genom olika adekvata kanaler såsom sociala medier, pressmeddelanden till media, och via kommunala kommunikatörer samt till våra samarbetspartners och nätverk. Genom dessa insatser har vi inte bara lyckats engagera ungdomar till deltagande, utan också inspirerat allmänheten och företag till att stödja initiativet. Fokus har legat på att rekrytera deltagare till sommarkurserna men också att framhäva betydelsen av att stödja nästa generation av entreprenörer, vilket bidrar till en

hållbar ekonomisk utveckling för regionen. Dessa strategiska marknadsföringsinsatser har spelat en avgörande roll för att skapa ett starkt och positivt varumärke kring Sommarlovsentreprenör 2.0 och dess påverkan i Västernorrland.



Figur 5 Illustration av marknadsföringsprocess, med Technichus som central utförare. Grafisk design: Annika-Cecilia Österling.

3.2. MÅLUPPFYLLELSE

3.2.1. Ett hållbart entreprenörsprogram

”Att skapa ett hållbart entreprenörsprogram för Västernorrland som genomförs i samtliga kommuner årligen där Technichus erbjuder kommunerna att utföra planering, genomförande och utvärdering av entreprenörsprogram.”

Projektet Sommarlovsentreprenör 2.0 har tydligt arbetat mot effektmålet att skapa ett hållbart entreprenörsprogram för Västernorrland, som genomförs årligen i samtliga kommuner. Technichus fungerar som "spindeln i nätet" och har ett centralt ansvar för programmet. Detta inkluderar utbildning och certifiering av handledare, anställningsansvar för dessa samt övergripande länkar i verksamheten. Technichus ansvarar också för rekrytering av deltagare, skötsel av marknadsföringen och produktion av allt material som behövs för att stödja denna process.

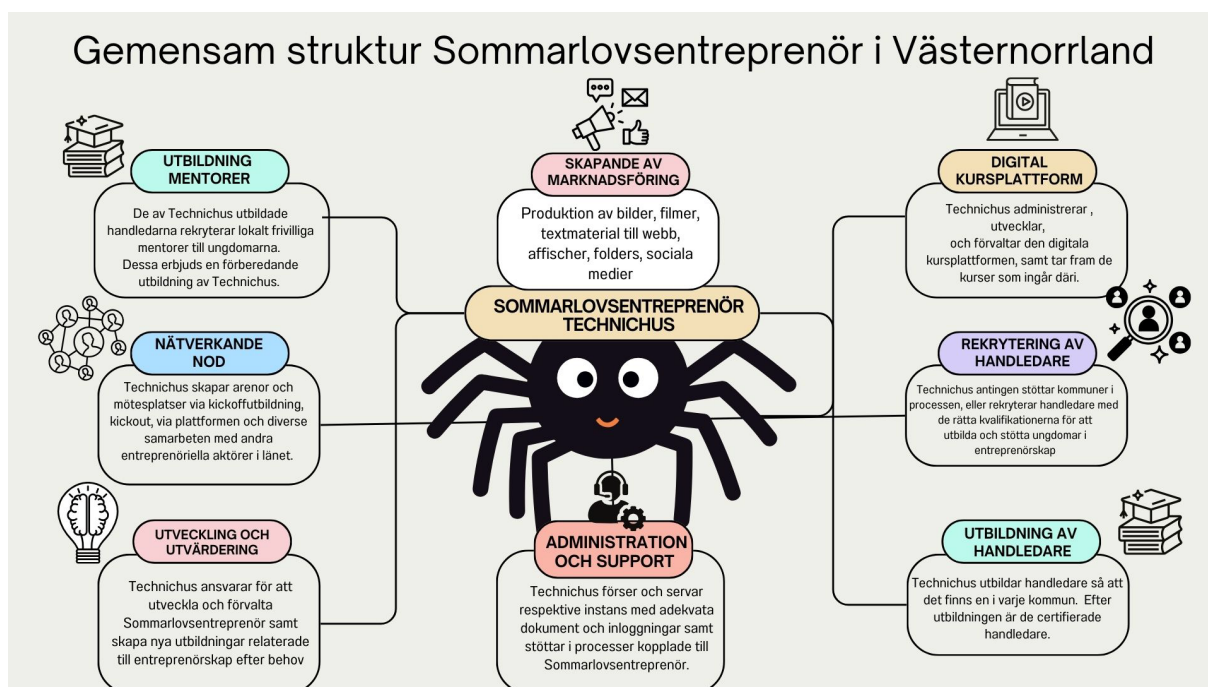
Den digitala kursplattformen har möjliggjort en integrerad och flexibel lärandeupplevelse. Technichus har säkerställt att plattformen innehåller all nödvändig information och resurser, inklusive blanketter för handledare och utbildningar i

handledarutbildning, entreprenörsutbildning och mentorsutbildning. Detta gör det enklare för kommunerna att administrera och koordinera sina program.

Genom samarbeten med aktörer som Ung företagsamhet, BizMaker och Nyföretagarcentrum har programmet också fått en starkare grund, vilket gör det möjligt för Technichus att effektivt koordinera rekryteringen av deltagare och involvera lokala experter. Dessa partnerskap har bidragit till att öka programmets attraktionskraft och effektivitet.

Technichus ansvarar även för planering och genomförande av årliga kickouter och utvärderingar, vilket bidrar till kontinuerlig förbättring och anpassning av programmet. För att säkerställa programmets långsiktiga hållbarhet har styrgruppen försökt identifiera strategier för finansiering och ekonomiskt stöd, inklusive potentiella samarbeten och externa finansiärer.

Sammanfattningsvis har utvecklingen av ett hållbart entreprenörsprogram i Västernorrland åtminstone närmast sig ett realiserande genom skapandet av en digital plattform, strukturerade utbildningar och effektiva samarbeten. Technichus har varit en nyckelaktör i att säkerställa att programmet fungerar smidigt och att det kan fortsätta att stödja unga entreprenörer samt bidra till den lokala ekonomiska utvecklingen i regionen.



Figur 6 Illustration av 2024 års struktur för Sommarlovsentreprenör i Västernorrland. Grafisk design: Annika-Cecilia Österling.

3.2.2. Strukturer för samverkan

”Att bidra till att skapa strukturer för samverkan med andra aktörer avseende hur blivande entreprenörer i regionen stimuleras och coachas.”

Sommarlovsentreprenör har aktivt arbetat mot målet att skapa strukturer för samverkan med olika aktörer för att stimulera och coacha blivande entreprenörer i regionen. Detta har uppnåtts genom flera konkreta insatser och samarbeten:

- 1. Etablering av partnerskap:** Genom att samarbeta med etablerade aktörer som Ung företagsamhet Västernorrland, BizMaker och Nyföretagarcentrum har programmet skapat en stark nätverksstruktur. Dessa partnerskap fungerar som en plattform för gemensamma insatser, vilket möjliggör delning av resurser och expertis för att bättre stödja unga entreprenörer.
- 2. Koordinering och rekrytering:** Technichus, som "spindeln i nätet," ansvarar för att rekrytera deltagare och anställa handledare, vilket centraliserar processen och säkerställer att alla involverade aktörer arbetar mot gemensamma mål. Genom att producera marknadsföringsmaterial och stödja kommunen i rekryteringen av deltagare skapas en enhetlig och professionell ansats till entreprenörskapet i regionen.
- 3. Digital kursplattform:** Den digitala kursplattformen underlättar samverkan genom att samla alla utbildningsresurser på ett och samma ställe. Genom att tillhandahålla utbildningar inom handledarutbildning, entreprenörsutbildning och mentorsutbildning förenklas informationstillgången och kunskapsutbytet mellan aktörer. Handledare och mentorer kan enkelt navigera mellan kurser, vilket främjar en holistisk syn på utbildningen av blivande entreprenörer.
- 4. Regelbundna möten och utvärderingar:** Styrgruppen träffas regelbundet för att diskutera strategier och utvärdera programmet. Dessa möten fungerar som en plattform för att identifiera gemensamma utmaningar och lösningar, vilket ytterligare förstärker samarbetet mellan aktörerna och säkerställer att programmet fortsätter att utvecklas utifrån behoven i regionen.
- 5. Kickouter och mässor:** Genom att arrangera årliga kickouter och delta i mässor skapas ytterligare möjligheter för nätverkande och samverkan. Dessa evenemang bjuder in alla involverade aktörer och erbjuder en plattform för informationsutbyte och diskussioner kring entreprenörskap, vilket stärker relationerna mellan de olika parterna i regionen.

Sammanfattningsvis har Sommarlovsentreprenör 2.0 genom strukturerade samarbeten, centralisering av rekryteringsprocessen, en digital plattform för utbildning och regelbundna utvärderingar lyckats skapa strukturer för samverkan. Detta bidrar inte bara till att stödja blivande entreprenörer utan stärker förhoppningsvis även hela entreprenörskapet i Västernorrland.

3.2.3. Varumärket

”Att skapa ett varumärke som samlar och stärker Västernorrland med visionen att Västernorrland är bäst i Sverige på ungt entreprenörskap. ”

Projektet har med stor omsorg och engagemang tillsammans med andra arbetat mot målet att skapa ett starkt varumärke som samlar och stärker Västernorrland med visionen att positionera regionen som den bästa i Sverige för ungt entreprenörskap. Genom olika strategiska åtgärder och marknadsinsatser har vi tagit viktiga steg mot detta mål, men vi är medvetna om att det alltid finns rum för förbättringar.

1. Mediebevakning och synlighet: Genom att aktivt delta i TV, radio och tidningar har programmet ökat sin synlighet och skapat en plattform för att lyfta fram framgångshistorier om ungdomar som har startat företag. Dessa positiva berättelser belyser de konkreta resultaten av programmet och bidrar till att förstärka varumärkets rykte. Vi inser dock att det fortfarande finns många fler berättelser att upptäcka och dela.

2. Aktiv närvaro i sociala medier: Sommarlovsentreprenör har proaktivt använt sociala medier för att kommunicera våra aktiviteter, utbildningar och framgångar. Denna digitala närvaro har engagerat lokalbefolkningen och lockat intressenter utanför länet, vilket visar varumärkets växande räckvidd. Vi strävar efter att ytterligare stärka vår kommunikation och nå ut till fler målgrupper för att maximera vårt genomslag.

3. Ett enhetligt och tydligt budskap: Genom att kommunicera våra värderingar och syften klart och konsekvent har vi lyckats förmedla en vision kring ungt entreprenörskap i Västernorrland. Detta har hjälpt till att skapa identitet och gemenskap i regionen. Vi är medvetna om att vi kan bli ännu bättre på att förmedla denna gemenskap och inkludera fler röster i berättelsen.

4. Nätverk och samarbeten: Genom att bygga relationer med olika aktörer och organisationer har varumärket erhållit legitimitet och förtroende. Deltagande i nätverk och evenemang har stärkt vår position och ökat medvetenheten om vårt värde. Bland annat vårt samarbete med Ung Företagsamhet Västernorrland har utvecklats, och vi för dialoger om hur vi kan lyfta entreprenörskap ännu tydligare på den regionala agendan. Samtidigt är vi öppna för att utforska nya partnerskap och utvidga vårt nätverk ytterligare för att öka effektiviteten i våra insatser.

5. Uppmärksamhet på regionala framgångar: Genom att fira framgångarna hos våra deltagare har vi skapat en positiv spiral av inspiration och motivation, vilket förstärker varumärket. Varje framgångssaga bidrar till en gemensam stolthet över entreprenörskap i Västernorrland. Vi ser dock behovet av att lyfta fram ännu fler framgångar och unika berättelser som kan inspirera andra.

Varumärkesröst

Följande togs fram av projektgrupp på Technichus och bollades för feedback från styrgruppen:

Inspirerande och motiverande: Sommarlovsentreprenör 2.0 är en plats där inspiration och motivation är nyckeln till framgång. Vår varumärkesröst är positiv, uppmuntrande och inspirerande för att uppmuntra deltagare att våga drömma stort och förverkliga sina visioner.

Professionell och pålitlig: Med ett starkt fokus på att stödja entreprenörer i deras resa, är vår varumärkesröst professionell, pålitlig och trovärdig. Vi strävar efter att ge högkvalitativa tjänster och resurser som stödjer deltagarna i deras entreprenöriella resa.

Vår marknadsföring speglar också vårt engagemang för mångfald och inkludering genom att medvetet använda ett bildspråk och filmer som representerar en bred och varierad grupp av människor. Vi strävar efter att alla ska känna sig sedda och delaktiga, oavsett bakgrund, vilket vi tror berikar och stärker vår gemenskap och vårt varumärke.

Varumärkesestetik

Ett viktigt element i skapandet av ett starkt varumärke har varit den estetiska utformningen, vilken har spelat en central roll under projektets gång. Inom ramen för detta utvecklades en projektlogotyp som inte bara är ett starkt varumärke för nuvarande initiativ, utan också har potential att effektivt representera framtida aktiviteter.

Logotypen är inspirerad av Technichus nya varumärke och använder färger som känns ungdomliga och moderna. Typsnittet Quicksand har konsekvent applicerats på vår webbplats, den digitala kursplattformen, samt i Powerpoints, broschyrer och annat tryckmaterial för att säkerställa en enhetlig och professionell presentation.

Vid produktionen av filmer valde vi att fokusera på att skapa en autentisk känsla för vad det innebär att vara en Sommarlovsentreprenör. Filmerna, vilka producerades av en professionell filmare, är av lämplig längd för att engagera tittare på sociala medier, och de har bidragit till att förmedla den dynamiska och inspirerande känslan av projektet. Under 2024 mottog vi feedback som beskrev Sommarlovsentreprenör 2.0 som "flashigt" och coolt, vilket speglar vår ambition att nå ut och attrahera unga entreprenörer.

SOMMARLOVS- ENTREPRENÖR

Magazine

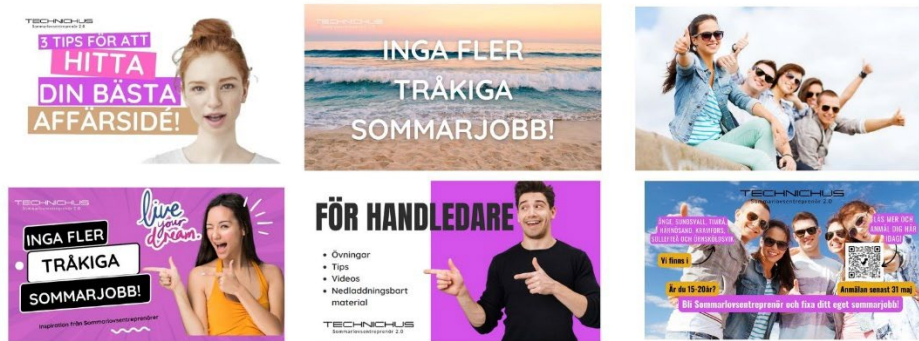
Reportage om våra
entreprenörer 2024:

“-JAG BLIR MOTIVERAD AV BRA
IDÉER OCH ENGAGERADE
MÄNNISKOR”

Figur 7 Bild från NYHETSMAGASIN på webbsidan [technichus-business.se](https://www.technichus-business.se) Grafisk design: Annika-Cecilia Österling.



Exempel grafik och färger



Figur 8 Illustration grafik och färger - varumärke. Grafisk design: Annika-Cecilia Österling.

För att underlätta för våra samarbetspartners och handledare finns ett komplett varumärkes-kit, som inkluderar logotyp, färgschema och riktlinjer för design, tillgängligt för nedladdning på vår webbplats och digitala kursplattform. Detta kit är ett viktigt verktyg för att bibehålla en konsekvent och igenkännbar varumärkesidentitet. [För att se fler exempel på varumärkesestetik SE BILAGOR.](#)

Sammanfattningsvis har Sommarlovsentreprenör 2.0, genom engagemang och strategiska insatser inom mediebevakning, sociala medier och kommunikativ enhetlighet, lagt grunden till ett varumärke. Vi är medvetna om att vi alltid kan förbättra och utveckla våra insatser, och vi ser fram emot att fortsätta växa och attrahera nya initiativ och intressenter, med målet att göra Västernorrland till en ledande region för ungt entreprenörskap i Sverige.

3.2.4. Att utveckla metoder och innehåll där digitala och fysiska moment mixas.

Projektet har aktivt arbetat mot projektmålet att utveckla metoder och innehåll som resurseffektivt kombinerar digitala och fysiska moment. Denna målsättning har varit central för att erbjuda en flexibel och engagerande lärandeupplevelse för unga entreprenörer och deras handledare. Här är några sätt på vilka vi har uppfyllt detta mål:

1. Hybridutbildningar: Utbildningarna som erbjuds inom ramen för Sommarlovsentreprenör innehåller både digitala och fysiska moment. Genom vår digitala kursplattform kan deltagarna få tillgång till utbildningsmaterial, filmer och

online-kurser när som helst och var som helst. Samtidigt kompletteras dessa digitala inslag med fysiska träffar och workshops, där deltagarna får möjlighet att nätverka, ställa frågor och delta i praktiska övningar.

2. Fysiska kickouter och nätverksevenemang: Genom att organisera årliga kickouter och andra fysiska evenemang har vi skapat plattformar för möten mellan deltagare, handledare och andra aktörer. Dessa event stärker relationerna och ger en konkret möjlighet att tillämpa de kunskaper som förvärvats under de digitala moment som genomförts online.

3. Integrerade lärandeupplevelser: Metoder som ”blended learning” har använts för att integrera digitala och fysiska moment. Deltagarna har fått tillgång till digitala resurser för att förbereda sig inför fysiska möten, och fysiska sessioner har anpassats för att bygga vidare på den kunskap som förmedlas via den digitala plattformen. Hänsyn har också tagits till relevanta forskningsresultat inom detta område.

4. Anpassade verktyg och resurser: Vi har utvecklat kursmaterial och utbildningsverktyg som bygger på både digitala och fysiska pedagogiska metoder. Detta inkluderar interaktiva övningar online som stöder den praktiska inlärningen under fysiska träffar, och möjligheten för handledare att använda samma plattform för att planera och genomföra både digitala och fysiska sessioner.

5. Feedback och utvärdering: Genom att kontinuerligt samla in feedback från deltagare och handledare kan vi justera och förbättra våra metoder och innehåll. Utvärderingarna av hybridmodellen har visat på en hög grad av engagemang och tillfredsställelse, vilket ytterligare motiverar oss att fortsätta utveckla detta integrerade tillvägagångssätt.

Sammanfattningsvis har vi aktivt utvecklat och implementerat metoder och innehåll som effektivt samverkar mellan digitala och fysiska moment. Genom att skapa en hybridutbildning som fungerar sömlöst mellan online-lärande och praktiska, fysiska aktiviteter, har vi möjliggjort en djupare och mer dynamisk lärandeupplevelse för unga entreprenörer och deras handledare. Denna strategi bidrar till att nå målet om att förbereda deltagarna för att navigera i en alltmer digital och interaktiv affärsvärld.

3.2.5. Att utveckla arenor/plattformar där deltagare/handledare från Västernorrland kan samlas och utvecklas.

Sommarlovsentreprenör har arbetat aktivt med att skapa arenor och plattformar där både deltagare och handledare från Västernorrland kan samlas, utbyta idéer och erfarenheter samt utvecklas tillsammans. Detta mål har delvis uppnåtts genom flera strategiska insatser:

1. Fysiska evenemang och kickouter: Genom att organisera årliga kickouter, som bjuder in deltagare, handledare, mentorer och andra intressenter, har programmet

skapat en plattform för nätverkande och personlig utveckling. Dessa evenemang möjliggör inte bara att deltagarna kan dela sina erfarenheter och framgångar, utan de fungerar även som en inspirationskälla där nya idéer och samarbeten kan födas. Däremot var deltagandet inte jättehögt från deltagare när det var på länsnivå. Det var svårt att hitta en dag som passade, och vi provade att ha evenemanget på kvällstid, dagtid eller på helgen. Många ungdomar hade svårt att få skjuts till Härnösand, och kommunerna hade inte möjlighet att hyra in bussar. Något som fungerade bättre (sett till antal deltagare) var att hålla en kickoff lokalt. Dock missades då möjligheten att träffa andra ungdomar från resten av länet och andra entreprenöriella intressenter.

2. Digital kursplattform: Den digitala kursplattformen har agerat som en central arena för lärande och samarbete. Här kan handledare och deltagare interagera, dela material och ställa frågor. Plattformen gör att medlemmar i programmet enkelt kan samarbeta oavsett geografisk plats, vilket ökar möjligheterna för nätverkande och gemensam utveckling.

3. Mentorskap och handledarutbildning: Genom utbildning och certifiering av handledare och mentorer har programmet skapat en stark grund för stöd och vägledning. Handledarna samlas för utbildningsinsatser och diskussioner där de kan dela erfarenheter och bästa metoder, vilket både stärker deras egna färdigheter och ger dem möjlighet att coacha deltagarna på bästa sätt.

4. Nätverksbyggande aktiviteter: Deltagande i mässor, seminarier och lokala evenemang har gett ytterligare möjligheter för deltagare och handledare att träffas och bygga relationer. Dessa aktiviteter främjar samarbete över kommungränser och stärker gemenskapen kring entreprenörskap i Västernorrland.

5. Feedback och gemensam utvärdering: Regelbundna utvärderingar och feedbacksessioner inom programmet har skapat en kultur av kontinuerligt lärande och utveckling. Genom att samla in åsikter och insikter från deltagare och handledare har programmet kunnat anpassas och förbättras för att bättre möta deras behov och önskemål.

3.2.6. Finansieringsmodell

”Att upprätta en extern finansieringsmodell för drift av entreprenörsprogrammet efter projektens slut.”

Sommarlovsentreprenör har arbetat mot målet att upprätta en extern finansieringsmodell för att säkerställa fortsatt drift av entreprenörsprogrammet efter projektets slut. Även om vi ännu inte har lyckats hitta en hållbar finansieringslösning, har

vi tagit viktiga steg i denna process, och vi fortsätter att arbeta aktivt för att uppnå detta mål.

1. Identifiering av finansiärer: Under projektets gång har vi analyserat och identifierat potentiella externa finansiärer, såsom fonder, stiftelser och offentliga myndigheter som fokuserar på entreprenörskap och ungdomsinitiativ. Vi har också börjat utforska och titta på möjligheter till samarbeten med företag som kan ha intresse av att investera i ungt entreprenörskap.

2. Samarbete med Region Västernorrland: Vi har engagerat Region Västernorrland i diskussioner för att utforska deras fortsatta stöd och identifiera hur vårt program kan bidra till regionens strategiska mål. Regionens vilja att stödja programmet är uppmuntrande, och vi jobbar aktivt för att se hur vi kan formalisera detta stöd. Samtalen med kommunerna pekar dessutom på ett behov av att Regionen bör ta majoritetsansvar av konceptets framdrift.

3. Utveckling av en diversifierad finansieringsstrategi: Vi har insett vikten av att skapa en mångsidig finansieringsmodell som åtminstone delvis kan trygga framtiden för programmet. Arbetet med att attrahera både offentlig och privat finansiering är redo att påbörjas, och vi är öppna för nya idéer och lösningar.

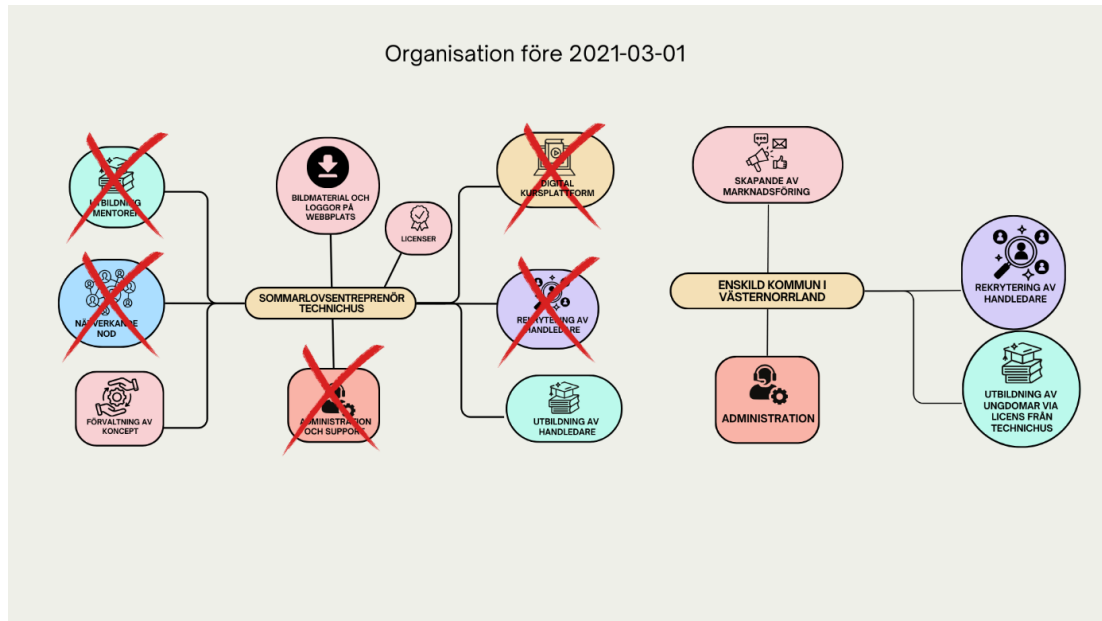
4. Förberedelse av ansökningar: Vi har förberett ansökningar till olika finansiärer för att demonstrera programmets värde och resultat. Även om vi inte ännu har erhållit finansiering, har vi fokus på att tydligt kommunicera våra resultat och behov för att öka våra möjligheter i framtiden.

5. Fortlöpande medvetenhet och kommunikation: Vi arbetar kontinuerligt för att öka medvetenheten om programmet genom media och sociala plattformar. Genom att kommunicera våra insatser och framsteg har vi hoppats att kunna väcka intresse och stöd från externa aktörer.

Sammanfattningsvis har projektet gjort ansträngningar för att upprätta en extern finansieringsmodell för att säkerställa fortsatt drift av entreprenörsprogrammet efter projektets slut. Även om vi ännu inte har lyckats hitta den lösning vi söker, pågår arbetet aktivt. Vi är medvetna om de utmaningar som finns framför oss, men vi fortsätter att söka vägar för att säkra långsiktig hållbarhet och fortsatta framgångar för programmet.

3.2.7. Gemensam organisation

”En gemensam organisation med ett regionalt förankrat erbjudande skulle kunna resurseffektivisera, tillgängliggöra samt stärka det interna samarbetet inom regionen.”

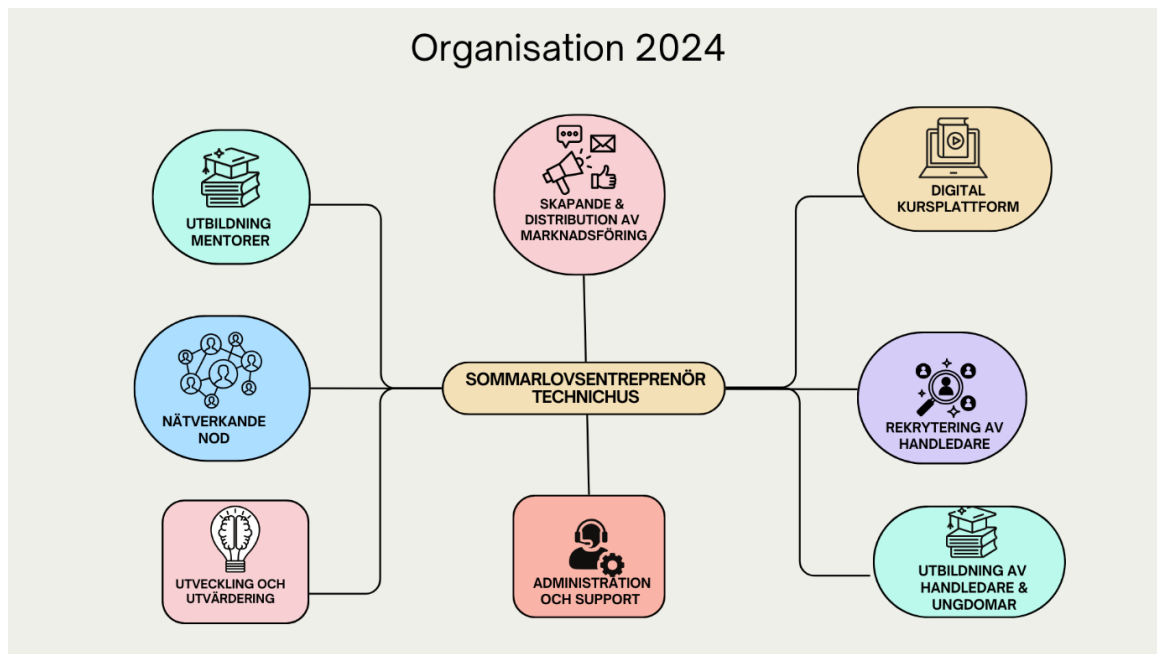


Figur 9 Illustration över organisation före projektet

Även om vi fortfarande är i processen att fullt implementera detta mål, har vi gjort framsteg på flera fronter:

1. **Etablering av samarbeten:** Vi har utvecklat pågående samarbeten med centrala aktörer i regionen, inklusive Ung företagsamhet i Västernorrland, BizMaker, Swedbank och Nyföretagarcentrum. Dessa samarbeten syftar till att skapa en enhetlig organisation som samlar resurser och expertis, vilket kan leda till en mer effektiv användning av resurser och en gemensam plattform för entreprenörskap.
2. **Delning av resurser och bästa praxis:** Genom att uppmuntra och implementera delning av resurser mellan aktörerna i regionen har vi börjat stärka det interna samarbetet. Vi arbetar för att skapa en kultur där erfarenheter och kunskap utbyts fritt, vilket bidrar till att effektivisera arbetsprocesser och utveckla attraktiva program för unga entreprenörer.
3. **Regionalt erbjudande:** Vi har fokuserat på att utveckla ett erbjudande som är anpassat till vår region och som möter de specifika behoven hos ungdomar och aktörer i Västernorrland. Genom att samla utbildningar, utbildningsverktyg och stödtjänster inom samma struktur blir det enklare för både deltagare och handledare att nå ut till det stöd och de resurser som finns tillgängliga.
4. **Koordination och kommunikation:** Genom att centralisera kommunikationsinsatserna och koordinera gemensamma aktiviteter, såsom nätverksevenemang och utbildningar, har vi lagt grunden för ett mer effektivt samarbete. Det har inneburit att vi kan fokusera våra resurser bättre och minimera överlappande insatser.

5. Kontinuerlig utvärdering: Vi är medvetna om att det finns utrymme för förbättringar. Genom att kontinuerligt utvärdera våra insatser och samla feedback från deltagare och samarbetspartners arbetar vi för att anpassa vårt erbjudande och våra processer för att bättre möta behoven i regionen. bättre möta behoven i regionen.



Figur 10 Illustration över organisation 2024

Vi har alltså tagit viktiga steg mot detta delmål. Genom samarbeten, delning av resurser och en tydlig koordination av aktiviteter har vi påbörjat en effektivisering av insatserna och stärkt samarbetet inom regionen. Vi ser fram emot att fortsätta utveckla dessa strukturer och erbjuda en ännu mer enhetlig och tillgänglig plattform för ungt entreprenörskap i Västernorrland.

3.3. DATA

3.3.1. Statistik deltagare 2022–2024

2022

Kommun	Deltagare	Antagna	Ansökningar	Platser totalt	Pojkar	Flickor
Ånge	5	5	10	15	2	3
Sundsvall	9	10	16	15	5	4
Timrå	10	10	10	15	5	5
Härnösand	9	13	13	15	5	4
Kramfors	12	15	16	15	6	6
Sollefteå	1	7	9	15	1	0

SLUTRAPPORT, SOMMARLOVSENTREPRENÖR 2.0

Örnsköldsvik	13	15	22	15	6	7
Totalt	59	75	96	105	30	29
Procent deltagande	56%				51%	49%
Procent deltagande/antagna	77%					
Ansökningskvot	91%					

Antal

företag	Antal deltagare som fortsätter	Nettoomsättning
4	0	
4	1	
5	3	
3	4	
6	0	
1	1	
6	0	
29	9*	200 000,00 kr**

*Fortsätter sin verksamhet som hobbyföretag eller går UF/Kurs hos Nyföretagarcentrum efter entreprenörsprogrammet enligt uppgift av handledare

** Enligt uppskattning av handledares rapporter baserat på deltagarnas kassaböcker.

2023

Antal/kommun	Deltagare	Antagna	Ansökningar	Platser totalt	Pojkar	Flickor
Ånge	3	8	8	15	0	3
Sundsvall	13	15	15	15	7	6
Timrå	8	10	10	15	5	3
Härnösand	11	15	45	15	7	4
Kramfors	8	15	15	15	3	5
Sollefteå	17	17	20	15	8	9
Örnsköldsvik	18	18	22	15	9	9
Totalt	78	98	135	105	39	39
Procent deltagande	74%				50%	50%
Procent deltagande/antagna	80%					
Ansökningskvot	129%					

Antal

företag	Antal deltagare som fortsätter*	Nettoomsättning
1	0	
10	3	
4	5	
8	4	

SLUTRAPPORT, SOMMARLOVSENTREPRENÖR 2.0

7	2	
8	6	
9	6	
47	26	450 000,00 kr**

*Fortsätter sin verksamhet som hobbyföretag eller går UF/Kurs hos Nyföretagarcentrum efter entreprenörsprogrammet enligt uppgift av handledare

** Enligt uppskattning av handledares rapporter baserat på deltagarnas kassaböcker.

2024

Antal/kommun	Deltagare	Antagna	Ansökningar	Platser totalt	Pojkar	Flickor
Ånge	6	7	7	10	4	2
Sundsvall	9	10	10	10	6	3
Timrå	9	10	16	10	5	5
Härnösand	10	10	14	10	5	5
Kramfors	6	9	9	10	2	2
Sollefteå	15	15	17	15	5	11
Örnsköldsvik	10	10	10	10	7	3
Totalt	65	71	83	75	34	31
Deltagande	87%				52%	48%
Deltagande/antagna	92%					
Ansökningskvot	111%					

Antal företag	Startat riktigt företag	Antal deltagare som fortsätter*	Netto-omsättning
4	0	1	13 000,00
5	2	4	130 000,00
10	0	0	40 000,00
6	0	0	18 000,00
2	0	1	20 000,00
4	0	4	68 000,00
6	0	1	100 000,00
37	2	11	389 000,00

TOTALT 2022-2024	Deltagare	Antagna	Ansökningar	Platser totalt	Pojkar	Flickor
	202	244	314	285	103	99
Deltagande/platser	71%				51%	49%
Deltagande/antagna	83%					

Ansökningskvot	110%
Andel som fortsätter med företaget*	23%
Andel som startat riktiga företag	3%

Antal företag	Startat riktigt företag	Antal deltagare som fortsätter *	Nettoomsättning**
113	6	46	1 039 000,00 kr

*Fortsätter sin verksamhet som hobbyföretag eller går UF/Kurs hos Nyföretagarcentrum efter entreprenörsprogrammet enligt uppgift av handledare

** Enligt uppskattning av handledares rapporter baserat på deltagarnas kassaböcker.

3.3.2 Några deltagare som fortsatt sin verksamhet

	Namn	Företag	År	Verksamhet/övrigt
1	Alexandru Petre	BoostedBiZ Advertising	2023	Marknadsföring och webb. Hobbyföretag. Gick även starta-eget-kurs på Nyföretagarcentrum 2023. Planerar starta företag i år 2024. Kommun: Örnsköldsvik Handledare Ulla Leijonmarck.
2	Anton Lundin	ExtenseIT AB	2022	IT-tjänster och event. Startat aktiebolag. Kommun: Härnösand. Handledare Annelie Lindeberg.
3	Linus Johansson	ExtenseIT AB	2022	IT-tjänster och event. Startat aktiebolag. Kommun: Härnösand. Handledare Annelie Lindeberg.
4	Thyra Andersson	Café Lyckan, Söråker	2022-2023	Startade ett café i Söråker sommaren 2022 som de även drev 2023 Har startat företag. Omsätter sexsiffriga belopp. Har just nu tagit en paus i verksamheten pga. studier. Kommun: Timrå. Handledare: Andreas Norrbin

SLUTRAPPORT, SOMMARLOVSENTREPRENÖR 2.0

5	Filippa Farell	Café Lyckan, Söråker	2022-2023	Startade ett café i Söråker sommaren 2022 som de även drev 2023 Har startat företag. Omsätter sexsiffriga belopp. Har just nu tagit en paus i verksamheten pga. studier. Kommun: Timrå. Handledare: Andreas Norrbin.
6	Johannes Jämthag	Plantboard	2024	Innovation som förenklar inomhusplantering Har startat företag. BizMaker intresserade, eventuellt Inkubatorföretag . Kommun: Sundsvall. Handledare: Mona Wärdell
7	Bahlbi Teasfaldet	Y2KEurope	2024	Import och försäljning av kläder Har startat företag. Omsätter sexsiffriga belopp. Kommun: Sundsvall. Handledare: Mona Wärdell.
8	Nitin Khatri	Hobbyföretag	2024	Frisersalong Hobbyföretag. Omsätter ca 2000 kr i veckan trots skolgång på heltid. Kommun: Sundsvall. Handledare: Mona Wärdell.
9	Sara Gilbert	Hobbyföretag	2024	Nagelsalong Fortsätter med sin verksamhet som hobbyverksamhet parallellt med studier. Kommun: Sundsvall. Handledare: Mona Wärdell
10	Hanna Hägglund	Stellic Design	2024	Upcycling av begagnade handväskor Hobbyföretag. Är på gång att starta upp företag enligt handledare Viktor Larsson. Kommun: Sollefteå
11	Tess Söderqvist	Stellic Design	2024	Upcycling av begagnade handväskor Hobbyföretag. Är på gång att starta upp företag enligt handledare Viktor Larsson. Kommun: Sollefteå
12	Elvira Utterström	UF-företag	2024	Reklam-app med specialerbjudanden från Härnösands-företag. Annonsförsäljning. Fortsätter vidare med företaget som UF-företag under kommande år, för att hinna utveckla appen ytterligare. Kommun: Härnösand. Handledare Rickard Lindeberg.
13	Emma Arenlid	UF-företag	2024	Reklam-app med specialerbjudanden från Härnösands-företag. Annonsförsäljning. Fortsätter vidare med företaget som UF-företag under kommande år, för att hinna utveckla appen ytterligare. Kommun: Härnösand. Handledare Rickard Lindeberg.

14	Linnéa Sundin	UF-företag	2024	Reklam-app med specialerbjudanden från Härnösands-företag. Annonssförsäljning. Fortsätter vidare med företaget som UF-företag under kommande år, för att hinna utveckla appen ytterligare. Kommun: Härnösand. Handledare Rickard Lindeberg.
15	Ella Esselström	Viola Design	2024	Designar och syr kläder i miljövänliga material. Hobbyföretag. Fortsätter under hösten. Kommun: Härnösand. Handledare: Rickard Lindeberg.
16	Axel Thunberg	Remsle Alltjänst	2023-2024	Trädgårdsarbeten mm. Hobbyföretag. Fortsätter under hösten och planerar starta enskild firma. Kommun: Sollefteå. Handledare: Viktor Larsson.
17	Fred Nilsson	Remsle Alltjänst	2023-2024	Trädgårdsarbeten mm. Hobbyföretag. Fortsätter under hösten och planerar starta enskild firma. Kommun: Sollefteå. Handledare: Viktor Larsson.
18	Arve Hedtjärn Heiskanen	Arves Knivsliperi	2024	Slipning av knivar Hobbyföretag. Fortsätter under hösten parallellt med studier. Kommun: Ånge. Handledare: Sofie Heimer.

3.3.3. Statistik antal deltagare/bransch

Bransch	Antal deltagare			
	2022	2023	2024	TOTALT
Besöksnäring	3	7	0	10
Bilvård/bilar	4	2	6	12
E-handel	0	0	4	5
Evenemang & nöje	2	3	0	5
Hobby och Lek	0	1	0	1
Hushållsnära tjänster	10	15	9	35
Innovation	0	1	2	3
Kreativa näringar	13	25	14	52
Mat & dryck	12	19	13	44
Recycling/återbruk	8	2	5	15
Reklam & PR	1	1	4	6
Skogsbruk	4	1	0	5
Skönhetsvård	0	0	4	4

Socialt företagande	2	0	1	3
Teknologi	0	1	1	2
SUMMA	59	78	63	202

3.3.4. Statistik antal sysselsättningar i Västernorrland

Antal sysselsatta personer i projektet	
Deltagare	202
Handledare	13
Filmare	1
Styrgruppsmedlemmar	9
SUMMA	225

Frivilliga personer	
Föreläsare vid kickoff (enskilda personer)	51
Mentorer	18
	69
SUMMA	294

Varav antal företag och organisationer som föreläst	
Företag	44
Övriga organisationer, föreningar	7
SUMMA	51

3.4. EFFEKTER AV METODER OCH VERKTYG

I projektet Sommarlovsentreprenör 2.0 har vi använt en kombination av kvalitativa och kvantitativa metoder. Genom att implementera en medveten metodologi har vi uppnått flera positiva effekter, både inom utbildningen och samverkan med handledare och deltagare, men vi är också medvetna om att det alltid finns utrymme för förbättring.

3.4.1. Applicering av hybridmetoder

Genom att kombinera analoga och digitala inslag har vi skapat en inkluderande inlärningsmiljö. Den digitala plattformen fungerar som en resursbank och har gett deltagarna tillgång till självstudier, videolektioner och tester. Samtidigt har fysiska träffar och workshops främjat direkt interaktion och nätverksbyggande. Vi ser dock att vissa deltagare kan ha haft utmaningar med den digitala delen och skulle kunna dra nytta av ytterligare support för att helt integrera dessa verktyg i sin inläring.

3.4.2. Uppdaterad utbildning

Genom framtagning av en anpassad utbildning för handledare och ungdomar har vi integrerat Entreprenörsarena-konceptet, vilket har visat sig vara effektivt för att öka deltagarnas engagemang. Vi är dock medvetna om att vi fortfarande kan förbättra hur vi kommunicerar och förbereder deltagarna för att fullt ut utnyttja de resurser som finns tillgängliga, särskilt för dem som kan vara mindre erfarna med digitala plattformar.

3.4.3. Stöd för mentorer och handledare

Utvecklingen av en omfattande utbildning för mentorer och handledare har stärkts genom insikter från djupintervjuer med handledare. Vi har också sett vikten av att fortsätta ge stöd och resurser till mentorer även efter utbildningen, för att de ska kunna växa i sina roller. Mer uppföljning och löpande stöd under programmets gång skulle kunna möjliggöra ännu bättre förberedelser för de utmaningar som kan uppstå.

3.4.4. Kravspecifikation för digital plattform

Den noggrant utformade kravspecifikationen har resulterat i en digital kursplattform som möter behoven hos de flesta involverade parter. Vi ser dock att det kan finnas ytterligare funktioner och resurser som skulle kunna förbättra användarupplevelsen, såsom mer interaktiva verktyg eller ytterligare "content" som vänder sig till specifika målgrupper och deras behov.

3.4.5. Systematisk utvärdering

Den implementerade utvärderingsprocessen, inklusive anonymiserade enkäter och seminarier, har gett värdefull feedback från både handledare och deltagare. Även om vi har samlat in och agerat på många insikter, är vi medvetna om att vi behöver bli ännu mer proaktiva i att säkerställa att alla röster hörs, inklusive de som kan vara tystare eller mindre benägna att ge feedback.

Sammanfattningsvis har de använda metoderna och verktygen lett till betydande och positiva effekter inom projektet. Kombinationen av digitala och analoga inslag har skapat en dynamisk lärandeupplevelse, men vi är ödmjuka inför att det finns områden som kan förbättras. Genom att kontinuerligt utvärdera och anpassa vår metodik arbetar vi för att säkerställa att programmet möter behoven hos alla deltagare och ger dem det stöd de behöver för att lyckas i sin entreprenöriella resa.

3.5. DELTAGARNAS ERFARENHETER OCH FEEDBACK

CITAT FRÅN UNGDOMAR

"Upptäckte att jag var social tack vare passionen för mitt företag. Nu gillar jag att prata med folk. Innan var jag nog blygare men nu vågar jag vara mer 'säljig' för jag är trygg i min produkt."

"Jag gjorde detta för att lära mig mer, inte för att tjäna pengar. Det bästa var att man fick så många verktyg och hjälp att ta sig vidare med idéerna."

"Jag har blivit bättre på att hitta deals. Jag köper billigt och säljer dyrare men inte dyrt – jag vill inte att kunden ska känna sig lurade."

"Det bästa med den här sommaren var när jag satt på marknaden och ett stort gäng 10-åriga tjejer samlades runt mig för att få köpa mina produkter. Det var roligt att se de bli glada av något som jag skapat."

"En flicka kom tillbaka tre gånger till mitt bord och fick till slut sin pappa att köpa produkten hon förälskat sig i."

"Det bästa var att upptäcka att jag kunde designa och faktiskt göra mina egna produkter. Att få självförtroendet att få utveckla min konst och sedan våga sälja."

"Tack vare den bästa handledaren så fick vi till en jättefin grupp med ungdomar där alla stöttade varandra."

"Det bästa var att lära känna andra drivna ungdomar under kickoff-veckan."

"Om inte denna satsning förlängs så protesterar vi!!!" – du kan citera mig på det, säger

Olivia Stegeby, Sundsvall

"Det var mycket svårare men också mycket roligare än jag trodde att vara

Sommarlovsentreprenör."

"Det var jättekul att få träffa BizMaker - jag fick verkligen bra råd av dem och tack

vare det kommer jag att fortsätta med mitt företag"

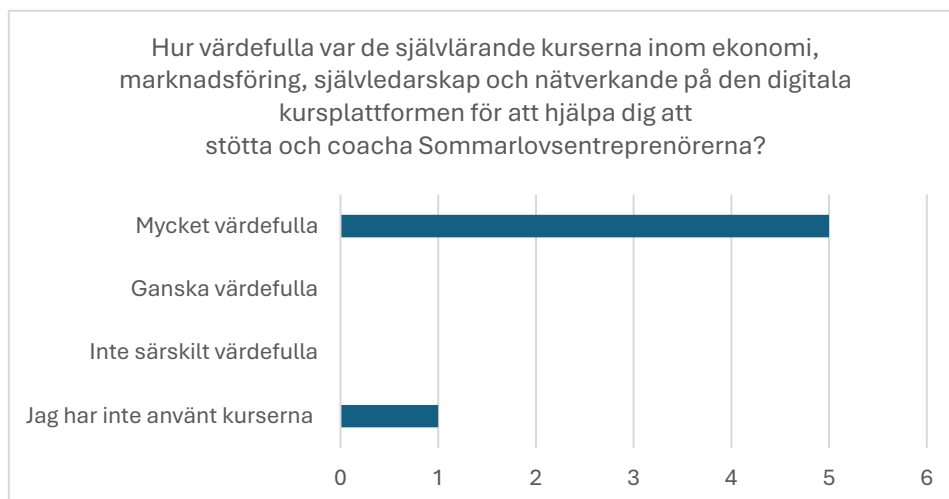
"Jag ska få gå kurs gratis hos Nyföretagarcentrum tack vare att jag varit med i

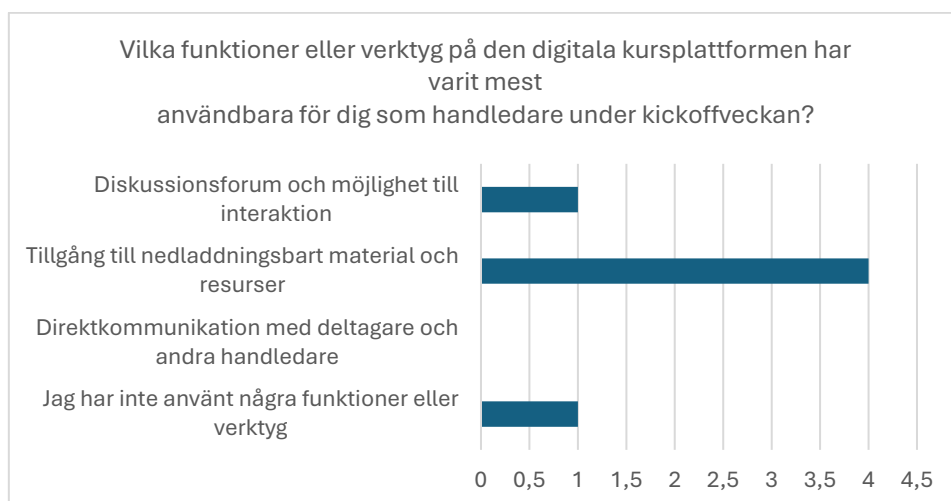
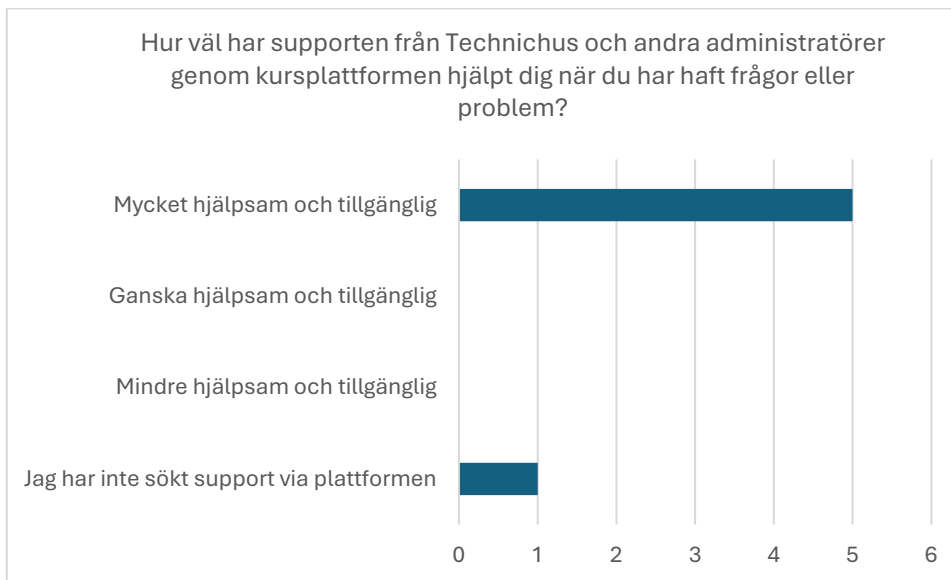
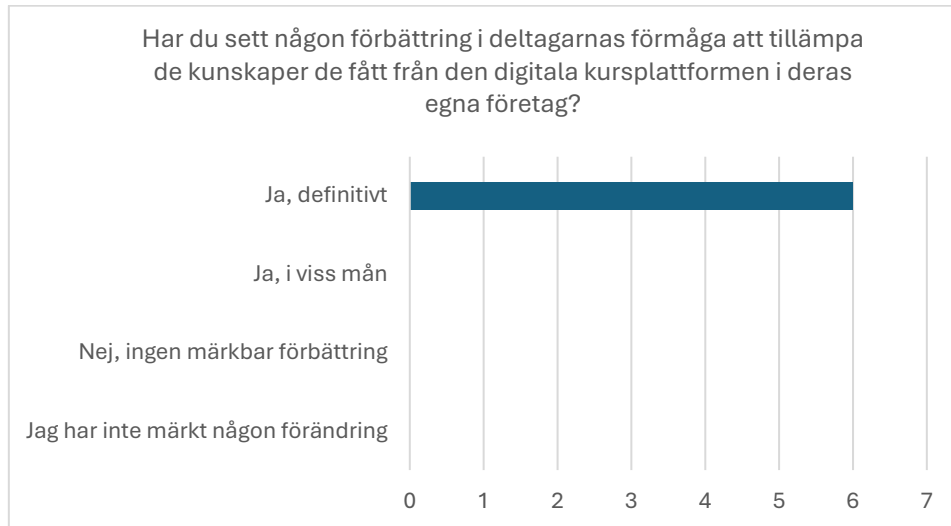
Sommarlovsentreprenör och jag ska starta eget på riktigt nu i höst"

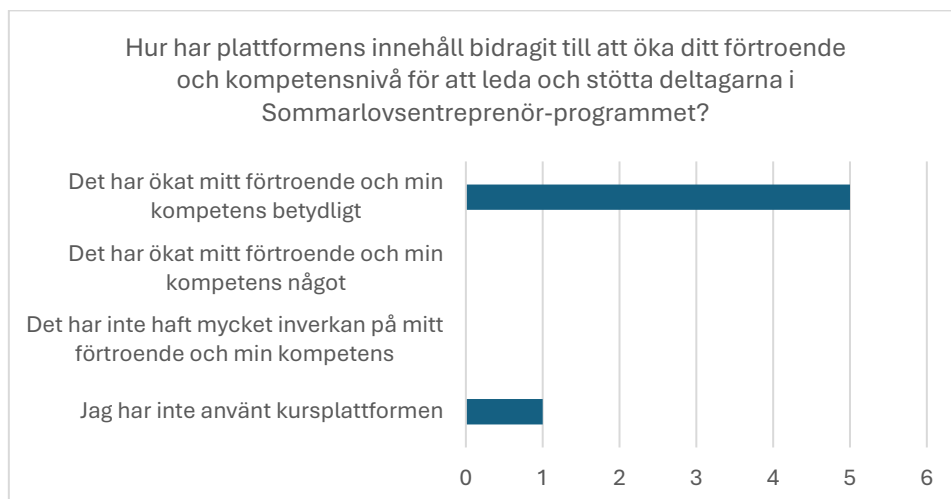
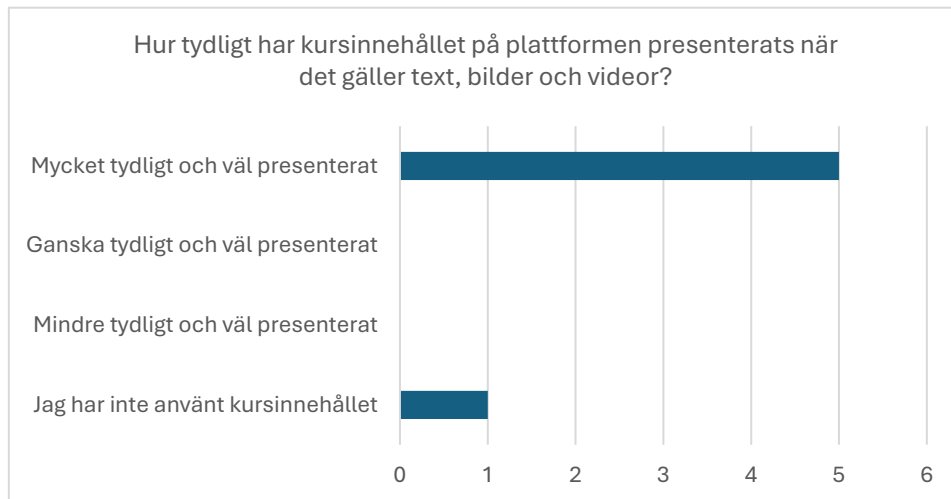
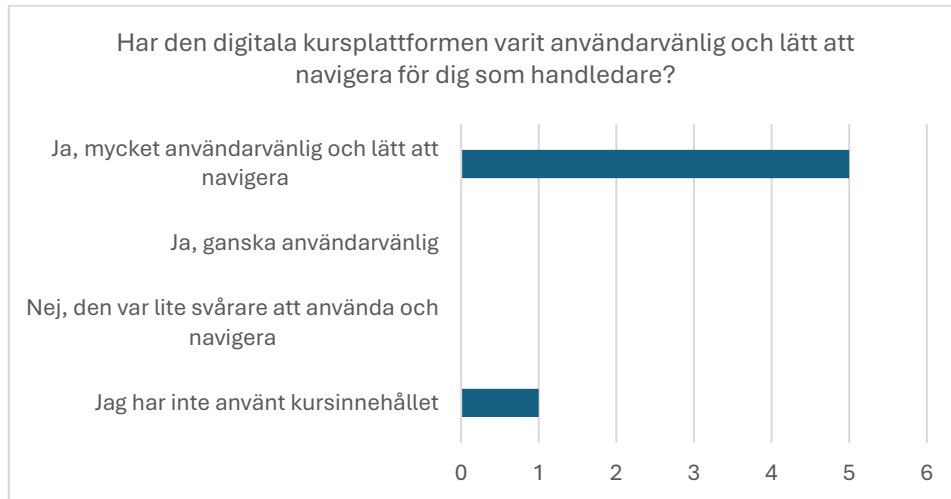
"Roligast av allt var studiebesöket på MoDo Hockey!"

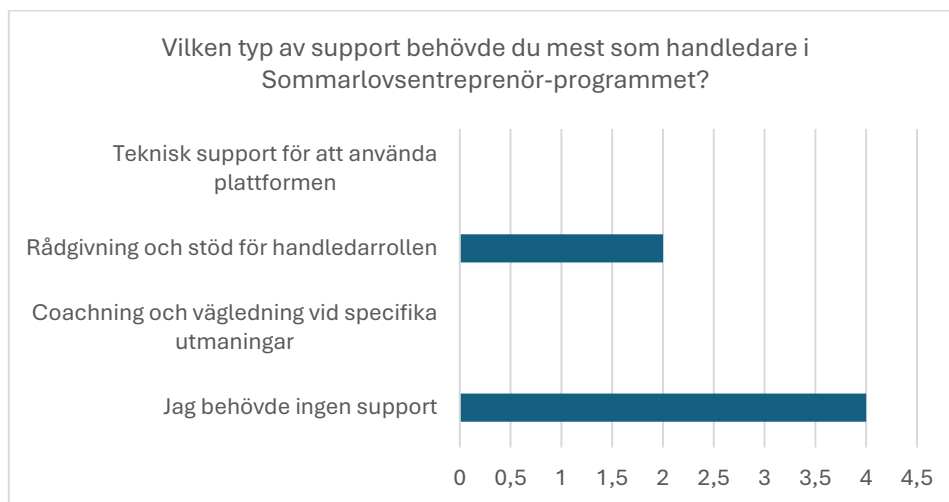
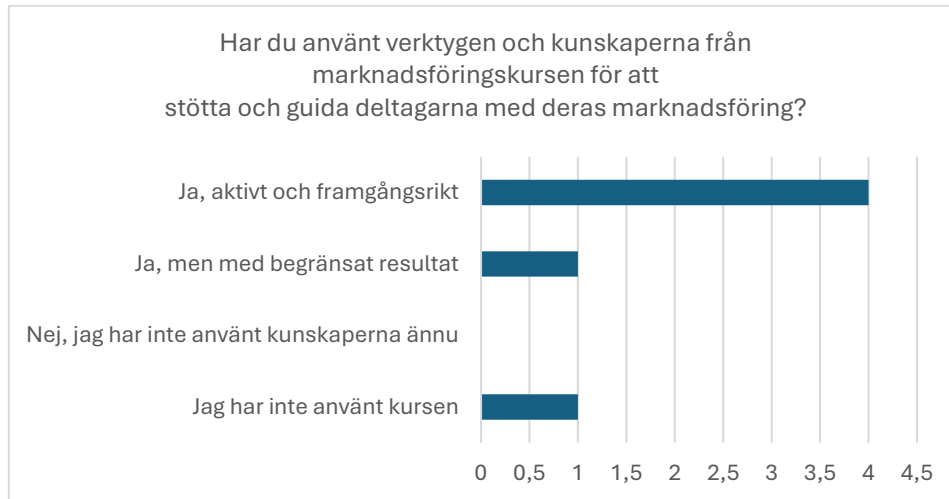
Enkätundersökning med handledare

Handledare om den digitala plattformen, sista året efter tidigare feedback om förbättringar. (September 2023):









10. Vilka förbättringar skulle du vilja se på plattformen för att göra den mer användarvänlig och tilltalande för en bredare publik? (Öppet svar)

- *Lägga till NABC-modellen som komplement till Business Model Canvas.*
- *Fler quiz, gärna till varje moment.*
- *Jag tror definitivt att fler skulle kunna ha nytta av kurserna- inte bara ungdomarna.*
- *Jag som handledare lärde mig också en del som jag kommer att använda mig av i mitt eget liv och företag.*

Enkätundersökning deltagare 2022–2024

Skala 1 -10 1=extremt negativt 10=positivt

Fråga	2022	2023	2024
1. Har kickoffveckan gett de verktyg du behöver?	7,2	8,2	8,8

2. Har du fått tillräcklig hjälp för att kunna komma igång med ditt företag?	8,5	8,5	8,7
3. Känner du att du fått tillräcklig tid att arbeta med din affärsidé?	7,5	7,9	8,2
4. Hur nöjd är du i stort med den digitala kursplattformen?	5,9	7,5	9,5
5. Hade du nytta av mallarna i avsnittet ekonomi?	8,7	8,5	9,9
6. Hade du nytta av marknadsföringsavsnittet i den digitala plattformen?	8,2	8,7	9,3
7. Är kursplattformen lätt att använda?	4,2	8,9	9,4
8. Var det tillräckligt med genomgångar på kickoffveckan?	8,2	8,3	8,2
9. Har du fått en uppfattning om vad som krävs för att start eget företag?	9,1	9,2	9
10. Har det varit roligt?	8,2	8,4	8,5
11. Kommer du att tjäna pengar?	9	9,2	9,7
Summa	84,7	93,3	99,2
Snittbetyg	7,70	8,48	9,02

5. Diskussion

5.1 MÅLENS UPPFYLLELSE OCH EFFEKT

Reflektion: En viktig lärdom är behovet av en diversifierad finansieringsstrategi och långsiktiga åtaganden från olika partners. Detta skulle ge programmet mer stabilitet och mindre beroende av tillfälliga projektmedel.

5.2 SAMVERKANSSTRUKTURER

Projektet har framgångsrikt byggt upp starka strukturer för samverkan, både lokalt och regionalt. Samarbeten med centrala aktörer och regelbundna möten mellan styrgruppen har varit viktiga för att upprätthålla en gemensam riktning och dela resurser och kunskap mellan olika kommuner och aktörer.

Utmaningar: Ett problem har varit att nå full enighet kring kickout-evenemangen. Det har varit svårt att få deltagare från alla kommuner till centrala evenemang, vilket påverkat möjligheten att knyta nätverk mellan unga entreprenörer över kommungränserna.

Reflektion: Framöver skulle ett decentraliserat system för kickouter, kombinerat med digitala mötesplattformar, kunna förbättra samverkan och möjliggöra att alla får möjlighet att delta på sina egna villkor, utan att missa regionala nätverksmöjligheter.

5.3 VARUMÄRKETS UTVECKLING

Projektet har tagit viktiga steg mot att skapa ett starkt varumärke för Västernorrland som en region för ungt entreprenörskap. Det aktiva deltagandet i media och sociala plattformar har skapat en synlighet och förstärkt regionens position. Dock finns det fortfarande möjligheter att stärka varumärket ytterligare.

Utmaningar: Trots positiva mediainsatser finns det många framgångssagor som inte har lyfts fram tillräckligt. Det saknas också en enhetlig strategi för hur man kontinuerligt ska förmedla regionens vision om att vara bäst på ungt entreprenörskap.

Reflektion: Det är viktigt att skapa en långsiktig kommunikationsplan och att arbeta systematiskt med storytelling, där fler unga entreprenörer lyfts fram som ambassadörer för varumärket.

5.4 UTVECKLING AV METODER OCH INNEHÅLL

Projektet har framgångsrikt kombinerat digitala och fysiska moment i sina utbildningar. Hybridmodellen har gett deltagarna flexibilitet och möjligheten att anpassa sitt lärande efter sina behov, vilket har höjt engagemanget och nöjdheten.

Utmaningar: Utvärderingen visar att även om hybridmodellen uppskattas, finns det fortfarande vissa tekniska och logistiska hinder som kan förbättras. Speciellt tillgången till bra internet och teknik har varit en utmaning för vissa deltagare i glesbygdsområden.

Reflektion: För att säkerställa lika tillgång till utbildningsmöjligheter behövs det ett fortsatt fokus på att förbättra de tekniska förutsättningarna, kanske i samarbete med lokala kommuner eller företag.

5.5 ORGANISATORISK SAMVERKAN OCH FINANSIERING

Ett viktigt framsteg har varit skapandet av en gemensam organisation med en tydlig samverkan mellan olika aktörer. Genom att centralisera kommunikation och dela resurser har projektet kunnat effektivisera sina insatser.

Utmaningar: Trots dessa framgångar kvarstår behovet av att stärka det regionala erbjudandet och skapa en permanent organisatorisk struktur som kan hantera

entreprenörsprogrammet på lång sikt. Det finns också en fortsatt utmaning med att formalisera en långsiktig finansieringsmodell.

Reflektion: Projektets framtid hänger på att hitta hållbara ekonomiska lösningar och en formalisering av samverkansstrukturen. Ett nästa steg skulle vara att säkra fler långsiktiga partnerskap och att fortsätta arbeta med en modell för delad finansiering mellan privata och offentliga aktörer.

5.6 SLUTSATSER OCH FRAMTIDA ARBETE

Projektet har i stora drag uppnått många av sina mål och skapat en grund för ett hållbart entreprenörsprogram i Västernorrland. Det kvarstår dock utmaningar, särskilt vad gäller finansiering och vidareutveckling av regional samverkan och varumärkesbyggande. Med fortsatt arbete på dessa områden och stärkta partnerskap finns goda förutsättningar för att programmet utvecklas till en långsiktig framgång och kan bidra till att Västernorrland blir ledande inom ungt entreprenörskap.

6. Hållbarhetsaspekter

Genom hela projektet har vi sett till att dessa aspekter inte bara varit teorier utan aktiva komponenter i vår strategi.

Till exempel har jämställdhetsperspektivet aktivt beaktats i syfte att uppnå bättre resultat genom att säkerställa en jämn könsfördelning bland föreläsare och deltagare. Detta syns tydligt i rekryteringsprocesserna där vi eftersträvat en jämn representation samt i våra kickoffutbildningar, där både män och kvinnor har bidragit med sina erfarenheter och perspektiv.

Vidare har mångfaldsperspektivet varit centralt i utformningen av deltagargrupper. Detta har integrerats i urvalsprocesserna och har aktivt påverkat projektets utförande genom att skapa en rikare inlärningsmiljö.

Miljömässiga hållbarhetsaspekter har också spelat en viktig roll, särskilt genom användningen av digitala plattformar för att minska fysiska resor och effektivisera våra processer. Vidare har vi under handledarutbildningarna betonat vikten av att tillämpa dessa principer i det dagliga arbetet, vilket har lett till att handledarna bättre kunnat guida deltagarna i riktning mot hållbara arbetsmetoder.

Sammanfattningsvis har hållbarhetsaspekterna varit fundamentala i varje del av projektet, från planering till genomförande och uppföljning, vilket har säkerställt att vår verksamhet inte bara är framgångsrik utan också ansvarstagande och långsiktigt hållbar.

7. Framtidsutsikter

Sommarlovsentreprenör har potential att bidra med långsiktiga fördelar för Västernorrland och dess invånare, även om vägen framåt kräver noggrant övervägande och strategiskt arbete. En central del av projektets vision är att stärka entreprenörskapskulturen i regionen. Genom att erbjuda utbildning och stöd till unga entreprenörer kan vi förhoppningsvis främja innovation och skapa fler företag, något som i sin tur kan leda till ökad sysselsättning.

En annan fördel med projektet är att deltagarna får värdefulla färdigheter som ökar deras anställningsbarhet, oavsett om de väljer att starta egna verksamheter eller söka anställning. Den kompetens som utvecklas är avgörande för att förbereda dem för en alltmer konkurrensutsatt arbetsmarknad.

Nätverksbyggandet som främjas i programmet bidrar till att skapa en stödjande gemenskap bland deltagare, handledare och mentorer. Det skapar möjligheter för erfarenhetsutbyte, vilket kan vara till stor nytta för alla involverade.

För att säkerställa att Sommarlovsentreprenör kan fortsätta att bedrivas, behöver vi vara realistiska i vår planering. Utökning av programmet till fler regioner är en potentiell väg för framtiden, men en sådan expansion kräver noga övervägande av resurser och finansiering. Att bygga vidare på samarbeten med både offentliga och privata aktörer är också avgörande för att skapa en starkare grund.

Kommunikationen kring programmets fördelar och behov av stöd är viktig. Vi behöver aktivt arbeta med att informera om de värden Sommarlovsentreprenör kan erbjuda för att attrahera extern finansiering och partnerskap.

I sammanfattning, även om Sommarlovsentreprenör har stor potential att bidra till en mer livskraftig entreprenörskapsmiljö i Västernorrland, är det helt avgörande att vi hittar hållbara lösningar för finansiering. Utan detta kommer det att bli en utmaning för regionen att fortsätta stödja unga entreprenörer och deras utveckling.

8. Slutsats

Projektet visar tydligt att unga människor, med rätt resurser och stöd, har potential att blomstra som innovativa entreprenörer. Under perioden 2022–2024 deltog totalt 202 unga från olika kommuner i regionen, med en genomsnittlig deltagarnivå på 71%. 3% av deltagarna startade riktiga företag, och 23% av dem fortsatte med sina verksamheter i någon form, vilket visar på ett starkt entreprenörsintresse bland de unga.

Statistiken visar även på en jämn könsfördelning, där både pojkar och flickor deltagit i ungefär lika stor utsträckning, vilket är ett viktigt tecken på att programmet når en bred grupp unga. År 2023 visade särskilt höga ansökningssiffror med en ansökningskvot på 129%, vilket kan tolkas som ett ökat intresse och engagemang för entreprenörskap bland ungdomar i regionen.

Den uppskattade nettoomsättningen för de företag som etablerats under programmet uppgick till över en miljon kronor, vilket tyder på att det kan finnas ekonomisk potential i de idéer som utvecklas genom programmet.

Social avkastning på investering (SROI)

Sommarlovsentreprenör 2.0 har inte bara haft en direkt ekonomisk påverkan genom de företag som startats, utan har även genererat ett betydande socialt värde för de ungdomar som deltagit.

Under projektperioden deltog totalt 202 ungdomar, vilket resulterade i sex etablerade företag och cirka 40 hobbyföretag. Deltagarna genererade tillsammans en omsättning på cirka 1,1 miljoner kronor i sina sommarlovsföretag. Men det är viktigt att notera att projektets långsiktiga värde sträcker sig bortom den omedelbara ekonomiska vinsten.

Följande sociala effekter har identifierats som en del av projektets totala avkastning:

1. **Entreprenörskap och arbetslivserfarenhet:** Genom att driva egna företag fick ungdomarna konkret erfarenhet av att starta och driva verksamheter. Detta har stärkt deras entreprenöriella kompetenser, såsom affärsutveckling, problemlösning och kundhantering. Denna erfarenhet ökar deras framtida anställningsbarhet och förmåga att bidra till arbetsmarknaden.
2. **Självförtroende och personlig utveckling:** Många deltagare har upplevt en ökad tro på sin egen förmåga att ta initiativ och driva projekt. Denna personliga utveckling kan inte alltid mätas i monetära termer, men den är avgörande för individernas framtida yrkes- och livsval.
3. **Långsiktiga samhällseffekter:** De sex riktiga företag som skapades under projektet har potential att generera arbetstillfällen och skapa lokal tillväxt. Även om dessa företag fortfarande är i sin linda, är det möjligt att de i framtiden bidrar med skatteintäkter och ekonomisk stabilitet till regionen. Hobbyföretagen kan också utvecklas till livskraftiga verksamheter på längre sikt.
4. **Ökad medvetenhet om entreprenörskap bland ungdomar:** Genom att delta i projektet har ungdomar i regionen fått en djupare förståelse för entreprenörskap

som karriärval. Detta kan leda till en kulturförändring där fler unga ser företagande som ett realistiskt alternativ efter skolan, vilket i förlängningen kan stärka regionens innovationskraft.

Genom att beakta både de ekonomiska och sociala effekterna av projektet visar sig Sommarlovsentreprenör vara en investering som ger tillbaka på flera plan.

Det långsiktiga värdet av att ungdomar får erfarenhet av entreprenörskap, och att nya företag etableras, är svårt att kvantifiera fullt ut i kronor, men kan förväntas ge avkastning i form av framtida sysselsättning, ekonomisk tillväxt och ökad samhällsutveckling.

Med ett fortsatt fokus på stöd och handledning kan fler unga uppmuntras att förverkliga sina entreprenördrömmar. Genom att stärka resurserna, och kanske framför allt erbjuda längre uppföljning, kan vi förvänta oss att fler deltagare kommer att ta steget mot att etablera egna företag.

Detta projekt har visat att det finns stor potential hos unga att bidra till regionens ekonomiska och innovativa framtid.

Sammanfattningsvis har projektet varit framgångsrikt i att skapa en grund för ett hållbart entreprenörsprogram, men det finns tydliga lärdomar om behovet av långsiktig finansiering, starkare samverkan, och förbättrad teknik- och varumärkesutveckling för att säkerställa att projektet kan fortsätta att växa och bli en permanent del av Västernorrlands innovationsstrategi.

9. Referenser

9.1. ANALOGA OCH DIGITALA INSLAG I SOMMARLOVSENTREPRENÖR

9.1.1. Studier och vetenskapliga artiklar

"Digital technology and student cognitive development":

<https://link.springer.com/article/10.1007/s40429-024-00545-3>

Denna artikel fokuserar på hur digital teknik påverkar kognitiv utveckling och kan ge insikt i hur digitala verktyg används för att stödja lärande.

"The Impact of Digital and Analog Approaches on Education"

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11165-023-10133-6>

Denna studie analyserar hur lärare integrerar digitala och analoga verktyg i

undervisningen och kan ge förståelse för hur dessa metoder kompletterar varandra i lärprocesser.

"The New Science of Learning: Using the Power and Potential of the Brain"

https://www.researchgate.net/publication/344015454_The_New_Science_of_Learning_Using_the_Power_and_Potential_of_the_Brain_to_Inform_Digital_Learning

Denna artikel diskuterar integrationen av utbildningsmetoder och mätning av hjärnaktivitet för att göra lärandet mer engagerande och produktivt.

9.1.2. Artiklar i media

"Switching off: Sweden says back-to-basics schooling works"

<https://www.theguardian.com/world/2023/sep/11/sweden-says-back-to-basics-schooling-works-on-paper>

Artikeln diskuterar Sveriges försök att återgå till mer traditionella analogbaserade undervisningsmetoder och innehåller en debatt om deras effektivitet jämfört med digitala verktyg.

9.1.3. Litteratur

"Brain-Based Learning" av Eric P. Jensen: Här diskuteras hur neurovetenskaplig forskning kan tillämpas praktiskt i klassrummet för att förbättra studerandes inläring och engagerande. ISBN 9781544364544

"Den analoga hjärnan i den digitala tillvaron" av Anna Tebelius Bodin. Detta är en bok om hjärnan och samtiden, men också vad som ger oss framgång och välbefinnande. ISBN 9789163959295

"Lyckas med digitala verktyg i skolan" av John Steinberg. I boken visar John Steinberg hur man kan arbeta framgångsrikt med datorer, surfplattor och mobiler samt hur man undviker en del av de fallgropar som finns. ISBN 9789172059399

9.2. FRAMTAGANDE AV UPPDATERAD UTBILDNING SAMT UTBILDNINGSPLOTTFORM

9.2.1. Litteratur

"Drivkraft: Den överraskande sanningen om vad som motiverar oss" av Daniel H. Pink: Denna bok utforskar vetenskapen bakom motivation och presenterar en ny modell

för hur vi kan motivera oss själva och andra. ISBN 9789189388819

"The Power of Habit: Why We Do What We Do in Life and Business" av Charles Duhigg: Boken undersöker hur vanor fungerar, hur de påverkar motivation och prestation, och hur vi kan omstrukturera våra vanor för att förbättra vår produktivitet och ledarskap över oss själva. ISBN 9780812981605

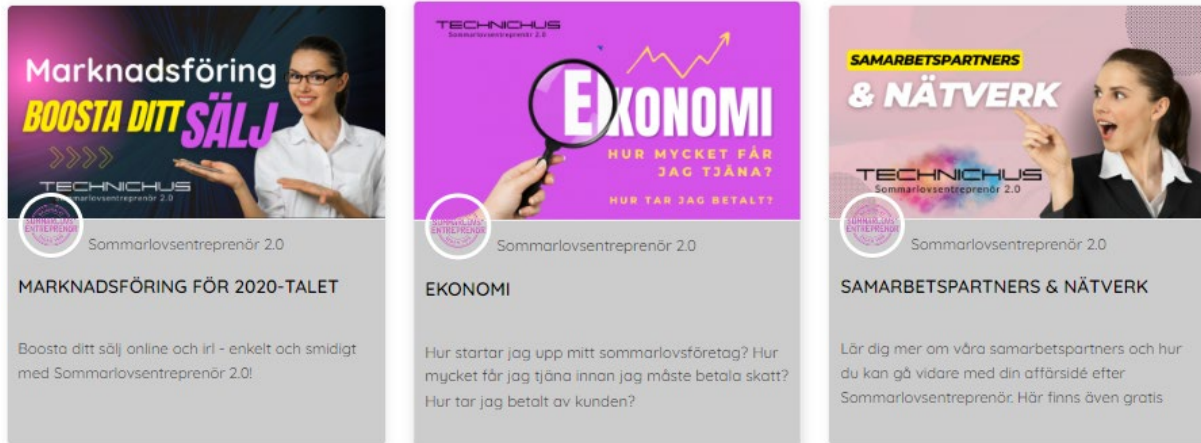
9.2.2. Online-utbildning

Onlinekurs-akademin hos Hillman Academy

<https://app.hillmanacademy.se/courses/onlinekursakademin>

10. BILAGOR

DIGITAL KURSPLATTFORM



Figur 11 Från den digitala kursplattformen <https://technichus-sommar.newzenler.com/>

Marknadsföring för 2020-talet

1. GRAFISK DESIGN, FOTO OCH WEBB

- FILM: Skapa en logotype själv med gratis onlineverktyg
- QUIZ om logotyper
- FILM: Skapa en MOCKUP i Canva!
- FILM: Att skapa professionella trycksaker utan förkunskap
- 10 tips för att förbättra dina mobilfoton
- Mer grafisk design och gratis online-resurser
- Fota och filma var som helst?
- QUIZ om lagstiftning kring foto och film

2. ATT PITCHA SIN AFFÄRSIDÉ

- Pitch-videos exempel (inspiration)
- EXTRA VIDEO-Business Model Canvas
- Skapa din pitch (text-exempel och mall)
- QUIZ

3. MARKNADSFÖRING OFFLINE

- GUERILLAMARKNADSFÖRING - strategi för en begränsad budget
- QUIZ Guerillamarknadsföring

4. MARKNADSFÖRING ONLINE

- Facebook - drivmotorn i social media
- FILM: Instagram för företag

- FILM:HASHTAGS & GEOTAGS - ett viktigt säljverktyg!
- Bygga webbsida utan förkunskaper
- FILM: Meta Business - så här gör du!
- FILM: Skapa ett Facebook Cover -ditt digitala skyltfönster
- FILM: Skapa bra content och få fler följare
- FILM:6 TIPS som sätter fart på din social media-strategi
- Försvinn inte i mängden online (SEO)
- Tips från experterna!

Ekonomi för unga entreprenörer

1.FRÅN UPPSTART TILL AVSLUTANDE AV ETT ÖVNINGSFÖRETAG

- Powerpoint : Vad säger Skatteverket om Sommarlovsentreprenör?
- Quiz
- Film: Uppstart av övningsföretaget
- Film: När du säljer tjänster i övningsföretag
- Film: När du säljer digitala tjänster i övningsföretag
- Film: När du sålt varor och ska deklarerar din inkomst
- Film: När du sålt tjänster och ska deklarerar en inkomst från ditt övningsföretag
- Film: När du avslutar ditt övningsföretag

2.MALLAR FAKTURA, KVITTO MM

- Mallar faktura
- Du ska alltid erbjuda kunden ett kvitto
- Quiz
- Kassablad för bokföring- mall
- Checklista kontrolluppgift
- "Handlar SLE" Dokument för dig som säljer tjänster till andra företag

3.BETALLÖSNINGAR, KORT MM

- Information från Swedbank, Sommarlovsentreprenörs egen bank
- Quiz
- Så här tar du betalt med swish!

4.STARTA FÖRETAG PÅ RIKTIGT

- Om du är under och över 18 år

Självledarskap och motivation

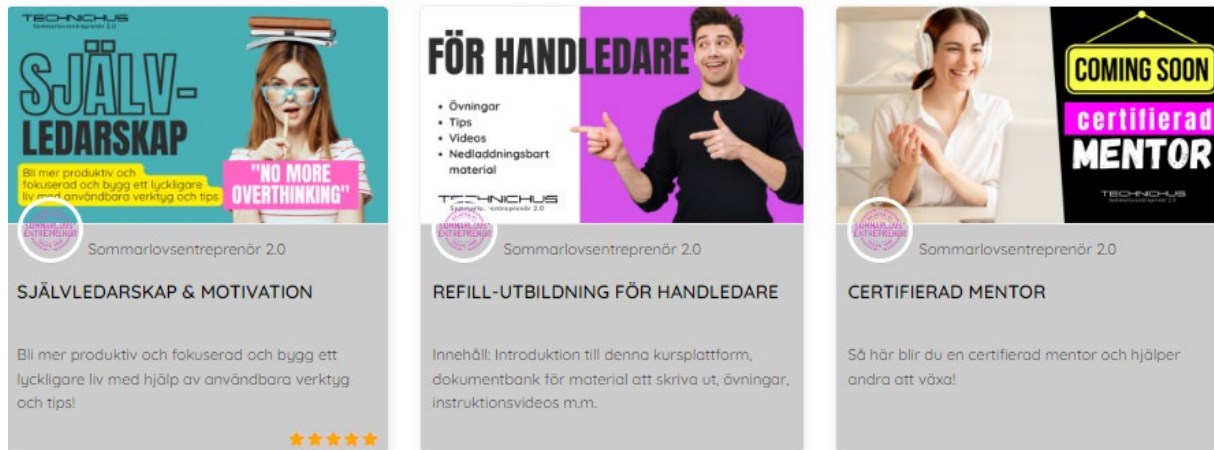
1. SJÄLVLEDARSKAP & MOTIVATION -VAD ÄR DET?

- 1 a. Introduktion
- 1 b. Självledarskap - att leda sig själv, en introduktion

- 1 c. Motivation - din bästa vän eller värsta fiende?

2. NÅGRA SNABBA LIFEHACKS

- Morgonrutiner för unga entreprenörer
- Fem sekunder som förändrar livet
- High Five - och varför det funkar!
- Kreativ visualisering - if you can dream it - you can do it!
- din dolda följeslagare som styr din vardag: så påverkar den din motivation.



Figur 12 En del av kursutbudet på den digitala plattformen.

3. SJÄLVLEDARSKAP & MOTIVATION - METODER & VERKTYG

- 1 a. Introduktion
- 1 b. Mindmapping - en kreativ metod att organisera idéer
- 2. SMART-metoden!
- 3. SWOT-analys, ett praktiskt och roligt verktyg för företag och privatliv!
- 4. Prioritera rätt med Eisenhower-matrisen
- 5. Att hitta sina mål genom att skriva dagbok
- 6. Måluppföljning

Refillutbildning för handledare

KOM I GÅNG: Guide till kursplattformen

- Välkommen!
- Om kursplattformens funktioner
- Appen New Zenler
- Mer om community /diskussionsforum

HANDELDARENS ARBETSUPPGIFTER

- Arbetsbeskrivning handledare
- OM SOMMARLOVSENTREPRENÖR
- Året i Sommarlovsentreprenör _Tidslinje

- Historik
- Filmer

UTBILDNINGSMATERIAL & DOWNLOADS

- Utbildningsmaterial att skriva ut
- ADMIN: REDOVISNING OCH DOKUMENT TILL DELTAGARE
- Redovisning tidrapport
- Dokument till deltagare

REKRYTERINGSFAS 1 MARS-31 MAJ

- Åtaganden som handledare
- Förslag på mejlutskick till deltagare

PRESENTATIONS-KIT OM SOMMARLOVSENTREPRENÖR

- Sommarlovsentreprenör 2.0 varumärke
- Mall powerpoint
- Filmer
- Loggor, bilder och trycksaker

PLANERING KICKOFF

- Tips för planering av kickoff
- Checklista planering
- Budget och rekvisering kickoff-vecka

KICKOFF: ÖVNINGAR OCH LEKTIONER

- Övning: Resursjakten/Mingelbingo
- Övning: Vykort/ presentation i ring
- Övning: Ledstjärnor
- FILM: Vad är Sommarlovsentreprenör?
- Övning: Anatomi av en entreprenör
- Övning: Hitta motivationen/ drivkraften
- Övning: Introduktion kreativitet
- Kreativitetsövning "Tepåsen"
- Idégenerering - hitta sin företagsidé!
- Reflektion
- Bollövningen
- Introduktion marknadsföring

- Övning: Marknadsföring under en timme
- Energimodell och repetition grundstenarna
- Mål och syfte, verktyg t ex Business Model Canvas
- Verktyg: TENKAMUFF
- Mer verktyg: SWOT-analys
- Verktyg: Facts & feelings

HANDLEDNING UNDER SOMMAREN

- Att tänka på under kickoffveckan
- Handledning efter kickoffen

INFÖR ÅTERTRÄFF MED DELTAGARE

- Eventuell återträff under 3-veckorsperioden

INFÖR KICKOUT

- Varför är det viktigt att fira?
- Checklista
- Diplomutdelning + download

UTVÄRDERING

- Rapport om sommarföretagen
- Rapport om kickout
- Utvärderingsfrågor handledare

Mentorsutbildning

INTRODUKTION

- Vad är Sommarlovsentreprenör?
- Vad är en mentor?

TEORETISK BAKGRUND

- 4 Lektioner
- Teoretiska perspektiv
- Översikt principer för mentorskap
- Mentorns roll och ansvar
- Mentorns strategier och tekniker

PRAKTISKA EXEMPEL

- Fallstudier
- Berättelser från verkliga livet
- Checklista & exempel på mentorsaktiviteter

LITTERATUR- OCH FILMTIPS!

- 1 Lektion
- Litteratur och filmtips - LISTA + reflektionsfrågor

KURSQUIZ

- Pre-Test Quiz
- Post-Test Quiz

LÄRARLEDD WORKSHOP ONLINE

- Översikt Sommarlovsentreprenörs-programmet
- Kommentarer och förslag från andra mentorer

Komplement till Mentorsutbildning

Byggandet av en digital mentorsutbildningen utmynnade också i en bok på 128 sidor om mentorskap, med teoretisk bakgrund, fallbeskrivningar, inspiration och konkreta verktyg och mallar.



Vad innebär det att vara en mentor och hur kan du skapa meningsfulla och givande mentorskapsrelationer? Upptäck nycklarna till framgångsrikt mentorskap med denna omfattande guide. Oavsett om du är nybörjare eller erfaren mentor, kommer denna bok att fördjupa din förståelse och stärka ditt mentorskap.

Upptäck mentorskapets djup

“I Handbok för Mentorer” tas vi med på en resa som sträcker sig från de grundläggande principerna i mentorskap till avancerade strategier för mål och planering. Genom teoretiska perspektiv, verkliga berättelser och konkreta verktyg ger boken en heltäckande syn på mentorskapets värld.

Mål och planering för framgång

Utforska konsten att sätta mål och skapa en vision för att guida din mentorskapsresa. Få insikt i affärsplanering och strategier för att effektivt stödja dina adepter och hjälpa dem att förverkliga sina drömmar.

Framsteg, utvärdering och hållbarhet

Lär dig att mäta och utvärdera framgång, och upptäck vikten av reflektion och anpassning. Utforska det omätbara och icke-kvantifierbara i kommunikation, lyssnande och digitalt mentorskap.

Personlig utveckling och framtida samarbete

Fokusera på adeptens individuella tillväxt och stöd, bygg professionella nätverk och hantera resurser och utmaningar. Avsluta med insikter om hållbarhet, framtidssamarbete och verktyg för framstegsmätning.

<p>1: INTRODUKTION TILL MENTORSKAP</p> <p>FÖRFATTARENS FÖRORD 6</p> <p>1. INLEDNING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Syfte och mål med boken 10 o Vad är mentorskap? 11 o Former av mentorskap 12 o Fördelar med mentorskap 13 o Historik 15 o Att vägleda genomfrågor - ett varligt förhållningssätt 16 o Några exempel på win-win mellan mentor och adept 18 <p>2. TEORETISKA PERSPEKTIV</p> <ul style="list-style-type: none"> o Teoretiska perspektiv 22 o Överlevnad 23 o Sociala inflytelser 24 o Utvecklingspsykologi 25 o Kognitiv utvecklingspsykologi 26 o Sociokulturell teori 26 o Kompetensutvecklingsmodell 29 o Reaktionsell teori 43 o Organisationspsykologi och ledarskapsforskning 46 <p>3. ROLLER OCH FÖRVÄNTNINGAR</p> <ul style="list-style-type: none"> o Vilken roll har du? 48 o Förväntningar på mentorskapet 48 o Etik och professionsetik 49 <p>2: MÅL OCH PLANERING</p> <p>1. SÄTT MÅL OCH VISION</p> <ul style="list-style-type: none"> o Att definiera mål för mentorskapet 52 o Skapa en vision för framtiden 52 <p>2. AFFÄRSPLANERING OCH STRATEGI</p> <ul style="list-style-type: none"> o Kvalificera en affärsplan 55 o Utveckla en strategi för att nå målen 55 <p>3. BERÄTTELSE FRÅN VERKLIGHETEN</p> <ul style="list-style-type: none"> o Att förverkliga drömmen om ett konglomerat 57 o Från och till misslyckande 59 o Att knäna knäna för en viktig sak till framtiden 60 o Lärdomar från berättelserna 61 <p>2</p>	<p>3: FRAMSTEG OCH UTVÄRDERING</p> <p>1. MÄTBARA FRAMSTEGAR</p> <ul style="list-style-type: none"> o Identifiera mätbara framgångsindikatorer 63 o Fyra exempel 63 o Det enklaste, det rika koncepterna 65 <p>2. REFLEKTION OCH ANPASSNING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Aktivitetsdag och reflektion 66 o Använda planen efter behov 67 o Några exempel 68 o Vem är möjligast vissa företag att anpassa sig? 69 <p>4: KOMMUNIKATION OCH MÖTEN</p> <p>1. KOMMUNIKATION OCH MÖTSCHEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> o Skapa en kommunikationsplan 72 o Sätt upp ett mötesschema och agendor 73 o Förslag på aktiviteter vid träffarna 74 <p>2. AKTIVT LYSSNANDE OCH FEEDBACK</p> <ul style="list-style-type: none"> o En riktigt god lyssnare - min egen historia 76 o Tips för annat lyssnande 78 o Övningar 81 o Feedback och coaching 82 o Övningar 83 <p>3. DIGITALT MENTORSKAP</p> <ul style="list-style-type: none"> o Kommunikationsetik 85 o Virtuella möten 85 o Digitala nätverksplatser 85 o Delning av digitala innehåll 85 o Behandling av digitala störningar 86 o Etik och integritet online 86 <p>5: UTVECKLING OCH TILLVÄXT</p> <p>1. PERSONLIG UTVECKLING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Introduktion 88 o En individuell utvecklingsplan 90 <p>2. NÄTVERKSBYGGANDE OCH RESURSHANTERING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Bygga professionella nätverk 92 o Hantera resurser och utmaningar 95 <p>3</p>	<p>6: AVSLUTNING OCH FRAMTID</p> <p>1. HÅLLBARHET OCH AVSLUTNING</p> <ul style="list-style-type: none"> o En viktig avslutning och en lyckad framtid 95 o Planering för mentorskapsparns avslutande 96 o Reflektion och avslutning 97 <p>2. FRAMTIDA SAMARBETE</p> <ul style="list-style-type: none"> o Diskussion om möjlighet till fortsatt samarbete 98 o Några idéer exempel 98 <p>7: VERKTYG OCH RESURSER</p> <p>1. VERKTYG FÖR FRAMSTEGSMÄTNING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Översikt av metoder och verktyg för att mäta framsteg 101 <p>2. REFERENSMATERIAL OCH LITTERATURTIPS</p> <ul style="list-style-type: none"> o Böcker för personlig utveckling 103 o Böcker för affärsutveckling 103 o YouTube-kanaler och poddar 104 o Övrigt 104 <p>3. KONFLIKTHANTERING</p> <ul style="list-style-type: none"> o Några reflektioner 105 <p>8: SLUTSATSER OCH AVSLUTNING</p> <p>1. SAMMNING OCH SLUTSATSER</p> <ul style="list-style-type: none"> o Tillämpning av kunskaperna 107 o Avslutande tankar 108 <p>2. Q & A</p> <ul style="list-style-type: none"> o 109-111 <p>9. BILAGOR</p> <ul style="list-style-type: none"> o Referenslitteratur 114 o CHECKLISTA strategi för sommaren 115 o CHECKLISTA berättelse om 117 o CHECKLISTA framsteg personlig utveckling 118 o CHECKLISTA framsteg som affärsidé 119 <p>4</p>
---	--	--

VARUMÄRKESESTETIK

Detta finns t ex nedladdningsbart för handledare som underlag för att bygga en egen powerpointpresentation. Se även technichus-business.se/press



Rubrik
Underrubrik
 Brödtext
 (Typsnitt: Quicksand)

RUBRIK
 Typsnitt Anton på t ex
 Thumbnails YouTube
 eller kursplattform

Figur 13 Illustration typsnittsanvändning (Varumärket)



Färgpalett



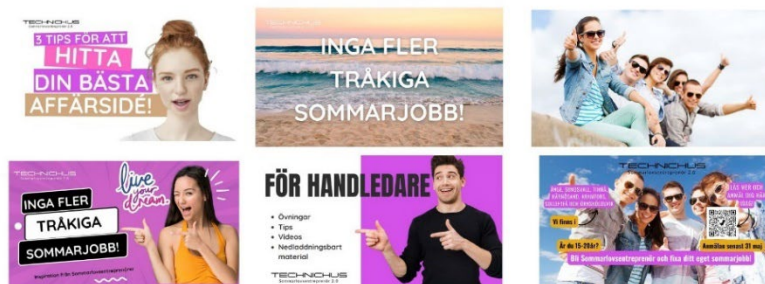
Figur 14 Illustration färgpalett (Varumärket)



Figur 15 Illustration grafik (varumärket)



Exempel grafik och färger



Figur 16 Illustration exempel grafik och färger (Varumärke)



Figur 17 Exempel bakgrund powerpoint m.m. (Varumärket)

KONCEPTET SOMMARLOVSENTREPRENÖR™(ORIGINAL)

Sommarlovsentreprenör™ är ett väl beprövat konceptverktyg som innehåller allt du behöver för att lyckas med ditt första företag.

Följande delar ingår i programmet:

- **Kickoff-vecka**

Vi startar med en veckas kickoff direkt efter skolavslutningen. Veckan är obligatorisk och varje deltagare får hjälp med att utveckla idéer och göra en enkel affärsplan. Efter veckan är du certifierad sommarlovsentreprenör!

- **Startkapital och försäkring**

Som certifierad sommarlovsentreprenör får du ett startkapital på 2.000 kronor så att du snabbt kan komma igång med ditt företag (beloppet kan variera beroende på arrangör). Självklart är du försäkrad under din tid som företagare!

- **3 veckors eget företagande**

Nu är det dags att starta upp ditt företag och börja sälja den produkt eller tjänst du har som idé. Eftersom du är din egen chef bestämmer du själv i vilken utsträckning du jobbar. De flesta brukar jobba med sitt företag i minst 3 veckor.

- **Personlig handledare, nätverk och mentorer**

Under tiden som företagare har du tillgång till en personlig handledare som följer dig på vägen. Du får kontakt med lokala nätverk och möjlighet att hitta mentorer bland företagare som verkar på din ort.

- **Kickout-träff med prisutdelning**

Vi avslutar med en träff där deltagarna berättar om sina erfarenheter. Det blir prisutdelning och alla får ett diplom, som kan bli en bra merit i ett framtida CV. Om du vill fortsätta att driva ditt företag kan vi tipsa dig om olika sätt att komma vidare.

Tidigare har Technichus sålt licenser till de kommuner som önskar bedriva Sommarlovsentreprenör™ – detta efter det att en handledare blivit utbildad och certifierad av Technichus. Ingen utbildning för mentorer har ägt rum.

Kommuner har själva marknadsfört, (skapat sin egen marknadsföring utifrån endast logotype och bildmaterial som tillhandahållits av Technichus) för programmet och själva tagit in anmälningar.