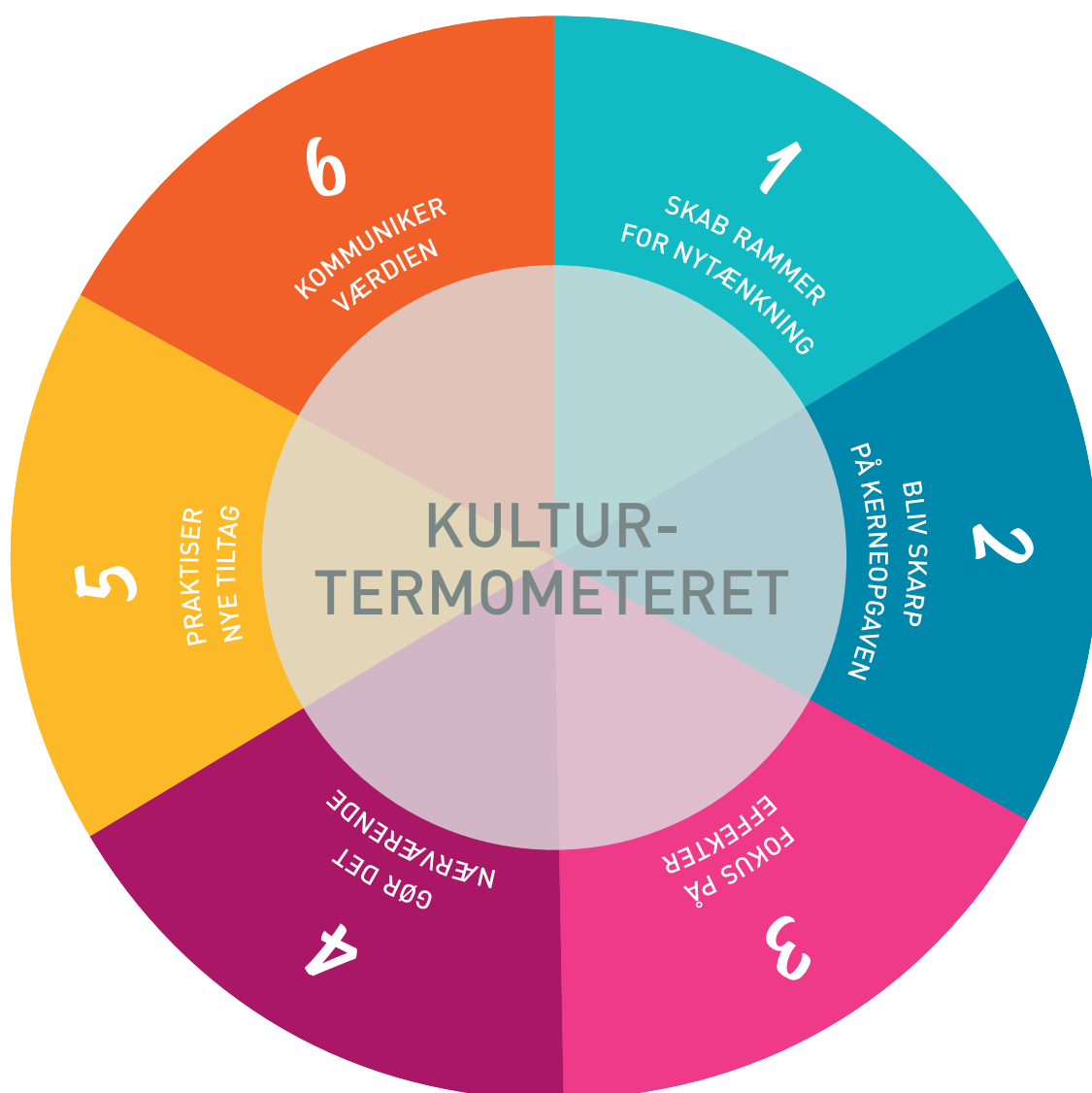




FORNYELSE I FÆLLESSKAB

-genvej til innovation på arbejdspladsen





FORNYELSE I FÆLLESSKAB – OVERBLIK OVER TRIN OG VÆRKTØJER

TRIN	FORMÅL	VÆRKTØJER
Kulturtermometer	Finde frem til hvilken del af innovationskulturen som med størst effekt kan styrkes	<ul style="list-style-type: none">• Vejledning• Køreplan for kulturmøde• Kulturtermometerskemaer• Scooringsark• Resultattavler
1 Skab rammer for nytænkning	Vælg indsatsesom udvikler innovationskompetence og forbedrer rammerne for nytænkning	<ul style="list-style-type: none">• Vejledning• Rammeskema A• Rammeskema B• Handlingskema• Eksempel på Handlingskema
2 Bliv skarp på kerneopgaven	Definere kerneopgaven og inspirere til fornyelse af kerneydelser	<ul style="list-style-type: none">• Vejledning• Kerneopgaveskema
3 Fokus på effekter	Sikre at der er opsat mål og effekter for innovationsindsatser	<ul style="list-style-type: none">• Vejledning• Effektskema• Eksempel på Effektskema
4 Gør det nærværende	Kommunikere og involvere så der bliver skabt forståelse og ejerskab til nye tiltag	<ul style="list-style-type: none">• Vejledning• Indvolveringsskema• Eksempel Indvolveringsskema
5 Praktiser nye tiltag	Sikre at arbejdet med den enkelte borger tager udgangspunkt i kerneopgaven	<ul style="list-style-type: none">• Vejledning• Praktiser-skema• Eksempel 1 – Praktiser-skema• Eksempel 2 – Praktiser-skema
6 Kommuniker værdien	Formidle resultater og effekter af igangværende og gennemførte nyskabende tiltag	<ul style="list-style-type: none">• Vejledning• Kommunikerskema• Eksempel på Kommunikerskema



KULTURTERMOMETER

VEJLEDNING

MED KULTUR-TERMOMETERET KAN I:

- 1) Finde styrkerne og udviklingsområder i jeres innovationskultur
- 2) Vælge de rigtige værktøjer til at få succes med de nye tiltag
- 3) Se hvor langt I er kommet med at opbygge en innovationskultur

SÅDAN GØR I:

1. Vælg hvilken del af arbejdspladsen, I vil undersøge
2. Lad alle relevante medarbejdere udfylde Kulturtermometeret
3. Tal om resultaterne, og bliv enige om, hvilken del af innovationskulturen I vil udvikle
4. Kig i værktøjskassen og find forslag til, hvordan I kommer videre med jeres udfordring

▀▀ KulturTermometeret giver et fælles afsæt for at diskutere, hvordan vi arbejder med innovation. Den giver et fælles sprog til at snakke innovationskultur. Derfor er der nu mere opbakning og ejerskab hos mine kolleger til at skabe fornyelse og afprøve ideer, som gør vores borgere endnu mere tilfredse ▀▀

Leder, hjemmeplejen



SÅDAN BRUGER I KULTURTERMOMETERET

VEJLEDNING

For at få et fælles afsæt for en konstruktiv dialog om arbejdspladsens innovationskultur, kan I bruge Kultur-termometeret som måleinstrument.

Efter I har taget jeres egen kulturtemperatur, kan I tage en fælles diskussion og finde ud af, om der er et eller flere områder, hvor I mener, at der skal sættes ind.

Læg mærke til, at udsagnene er udformet, så man både svarer på, hvordan forholdene på arbejdspladsen er generelt (☺☺), og på hvordan I hver især synes, I selv gør det (☹). Denne teknik er med til give mere retvisende svar. Resultaterne hjælper jer til at udpege netop den del af jeres innovationskultur, som det vil give størst effekt at styrke.

- 1) Print Kulturtermometeret på næste side og udlever et eksemplar til de relevante medarbejdere enten på et møde eller som forberedelse til mødet. Læg mærke til at der både er en medarbejder- og en lederversion. Se efterfølgende ark for beskrivelser af, hvordan mødet kan afvikles, selve kulturtermometret, et scoringsark samt en resultattavle, der kan synliggøre jeres samlede score.
- 2) Tag en fælles drøftelse af jeres resultater og find frem til, hvilket eller hvilke af de seks områder, I vil arbejde videre med. Generelt vil det give størst effekt at udvikle det område, hvor I samlet set ligger lavest.
- 3) Kig videre i værktøjskassen, som dækker de seks områder af innovationskultur og find ud af, hvordan I kan bruge værktøjerne til at styrke den eller de dele af innovationskulturen, I gerne vil fokusere på.
- 4) Termometeret kan med fordel tages frem løbende, hvor udsagnene genvurderes, for at finde ud af hvor langt I er nået, og om der er nye områder, I skal fokusere på.



KØREPLAN FOR ET "KULTURMØDE"













TID OG TEMA	INDHOLD
0-10 min: Velkomst, formål og indledning	Mødeleder introducerer "kulturmødet", gennemgår dagsordenen, og fortæller om processen. Hvis der er tid og mulighed, kan I se den korte film på personaleweb.dk, som introducerer "Fornyelse i fællesskab"
10-20 min: Kulturtermometer: Udfylde	Hvis deltagerne på forhånd har udfyldt "Kulturtermometeret" kan I gå direkte i gang med at kigge på resultaterne. Er det ikke tilfældet, uddeles "Kulturtermometeret" og deltagerne udfylder det individuelt. Der er også en særlig opgave til ledere, så I kan sammenligne resultater for medarbejdere og ledere.
20-40 min: Kulturtermometer: Beregning af resultater	<p>For at finde resultatet, skal I udregne gennemsnittet for de to vurderinger, som der er på hver af de seks områder. Hver deltager skal altså udregne seks gennemsnit. Skalaen omsættes til tal 1-5, hvor 1 svarer til Aldrig og 5 til Altid. Så har man fx scoret Aldrig og Altid er resultatet $(1+5)/2 = 3$. I tæller sammen for alle besvarelserne ved at gå de seks områder igennem ét for ét, og får gennemsnitsværdien fra hver deltager. Hvis I er mange deltagere, kan en lommeregner være nyttig, når det samlede gennemsnit for hvert område skal beregnes.</p> <p>Hvis I synes, det skal være anonymt, kan I bede deltagerne skrive deres seks gennemsnits resultater på en lap papir og samle dem sammen. Brug scoringsarket til at føre medarbejdernes gennemsnitsscorer ind i, så bliver det lettere at beregne de samlede gennemsnit for hele teamet. Når I har udregnet den samlede gennemsnitsscore for de seks områder, kan I føre de seks tal over i Resultattavlen, som giver et visuelt overblik. Nu er I klar til at kigge på resultatet. Den højeste gennemsnitlige score angiver jeres største styrke, og den laveste udpeger, hvor I kan opnå den største forandring og effekt i forhold til at jeres innovationskultur.</p>
40-65 min: Indsats-områder	Tal om hvad resultatet betyder for jer. Hvad genkender I, og hvad overrasker? Generelt kan man sige, at innovationskulturen er stærk på de områder, hvor gennemsnitscoren er over Oftest(4). Det giver typisk mest effekt at arbejde med den laveste score. Ligger alle gennemsnitsscorer over "Oftest", er det ikke så afgørende, hvor I sætter ind – det kan være der, hvor I synes, det er mest relevant.
65-75 min: Aftaler om næste skridt	Når I har fundet frem til det eller de områder, I vil arbejde videre med, aftaler I hvem der har ansvaret for at lave et forslag og en plan, som beskriver indsatsen. Denne arbejdsgruppe (4-5 personer) kan sætte sig mere ind i de værktøjer og beskrivelser, som ligger i "Fornyelse i fællesskab", og navnlig kigge på det værktøj, som er specielt rettet mod det valgte område. Når planen foreligger og er godkendt af ledelsen, kan I mødes igen og aftale, hvordan I vil fordele roller og opgaver for at få succes med at udvikle jeres innovationskultur.



KULTURTERMOMETERET

Måling af arbejdspladsens innovationskultur blandt medarbejdere

Nedenfor er 12 udsagn, som handler om, hvordan vi arbejder med innovation. Du bruger termometeret ved at tage stilling til hvert udsagn. Du angiver dit svar ved at skraverer så langt ud på skalaen fra "ALDRIG til ALTID", som du mener svarer til situationen lige nu.


		AF OG				
		ALDRIG (1)	SJÆLDENT (2)	TIL (3)	OFTEST (4)	ALTID (5)
1	Skab rammer for nytænkning  Vi bliver støttet i at gøre tingene på nye måder  Jeg tager initiativ til at skabe forbedringer					
2	Bliv skarp på kerneopgaven  Vi arbejder systematisk med at udvikle vores kerydelser med udgangspunkt i borgerens behov  Jeg forsøger at tilpasse min service til den enkelte borger for at skabe mest mulig værdi					
3	Fokus på effekter  Vi sætter klare mål og målepunkter, følger op på de tiltag, vi iværksætter for at skabe fornyelse  Jeg har fokus på at koble de daglige aktiviteter med de mål vi sætter for nye tiltag					
4	Gør det nærværende  Vi har en god dialog om nye tiltag, inden de bliver iværksat  Jeg bidrager konstruktivt til, at nye tiltag bliver udformet så godt som muligt					
5	Praktiser nye tiltag  Vi bliver støttet i at omsætte nye tiltag til konkrete handlinger, som borgeren værdsætter  Jeg arbejder målrettet med at få nye tiltag til at fungere optimalt i forhold til borgeren					
6	Kommunikér værdien  Vi evaluerer resultaterne, som de nye tiltag skaber  Jeg formidler resultaterne af nye tiltag til borgerne					



KULTURMOMETERET – LEDERVERSION

Sammenlign lederens svar med medarbejdernes vurdering

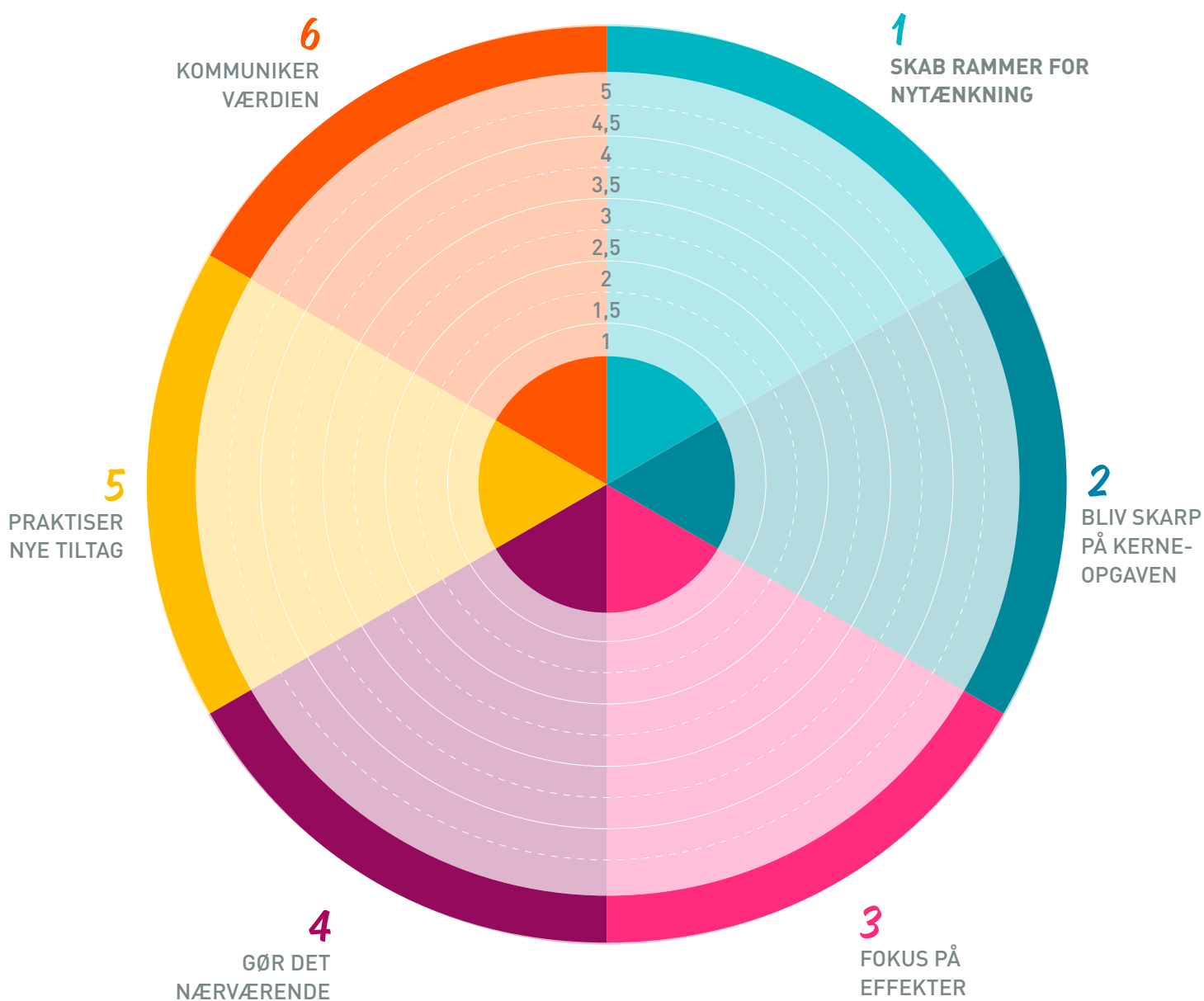
Her er de 12 udsagn fra Kulturtermometeret, som medarbejderne tager stilling til, blot omformuleret til lederens synsvinkel. Hvis I leder lederen udfylde denne udgave af "kulturtermometeret" inden resultatet af medarbejdernes besvarelser er kendt, kan det give en indikation af, hvor leder og medarbejdere måske ser ens og forskelligt på tingene.

		ALDRIG (1)	SJÆLDENT (2)	AF OG TIL (3)	OFTEST (4)	ALTID (5)
1	Skab rammer for nytænkning  Jeg støtter medarbejderne i at gøre tingene på nye måder  Medarbejderne tager initiativ til at skabe forbedringer					
2	Bliv skarp på kerneopgaven  Jeg sikrer at vi arbejder systematisk med at udvikle vores kerneydelser med udgangspunkt i borgerens behov  Medarbejderne forsøger at tilpasse deres service til den enkelte borger for at skabe mest mulig værdi					
3	Fokus på effekter  Jeg sikrer at vi sætter mål og målepunkter, og følger op på de tiltag, vi iværksætter for at skabe fornyelse  Medarbejderne har fokus på at koble deres daglige aktiviteter med de mål, vi sætter for nye tiltag					
4	Gør det nærværende  Jeg sikrer, at vi har en god dialog om nye tiltag inden de bliver iværksat  Medarbejderne bidrager konstruktivt til, at nye tiltag bliver udformet så godt som muligt					
5	Praktiser nye tiltag  Jeg støtter medarbejderne i at omsætte nye tiltag til konkrete handlinger, som borgeren værdsætter  Medarbejderne arbejder målrettet med at få nye tiltag til at fungere optimalt i forhold til borgeren					
6	Kommuniker værdien  Jeg sikrer, at vi evaluerer de resultater vi skaber med nye tiltag  Medarbejderne formidler resultaterne af nye tiltag til borgerne					



RESULTATTAVLE KULTURTERMOMETERET

Før gennemsnitscorerne for hver af de seks områder fra spørgeskemaet ind i figuren ved at skrivere op til scoren, og få samlet overblik over, hvor I ligger højt og lavt. Feltet med den laveste score vil typisk være det område, hvor effekten af at udvikle jeres innovationskultur vil være størst. Find inspiration i værktøjskassen til at fokusere på det område, I vælger at arbejde videre med.





SAMMENLIGNING AF MEDARBEJDER- OG LEDERSCORING

Brug figuren nedenfor til at føre medarbejdernes og lederens egen score ind i for at kunne sammenligne vurderingerne.

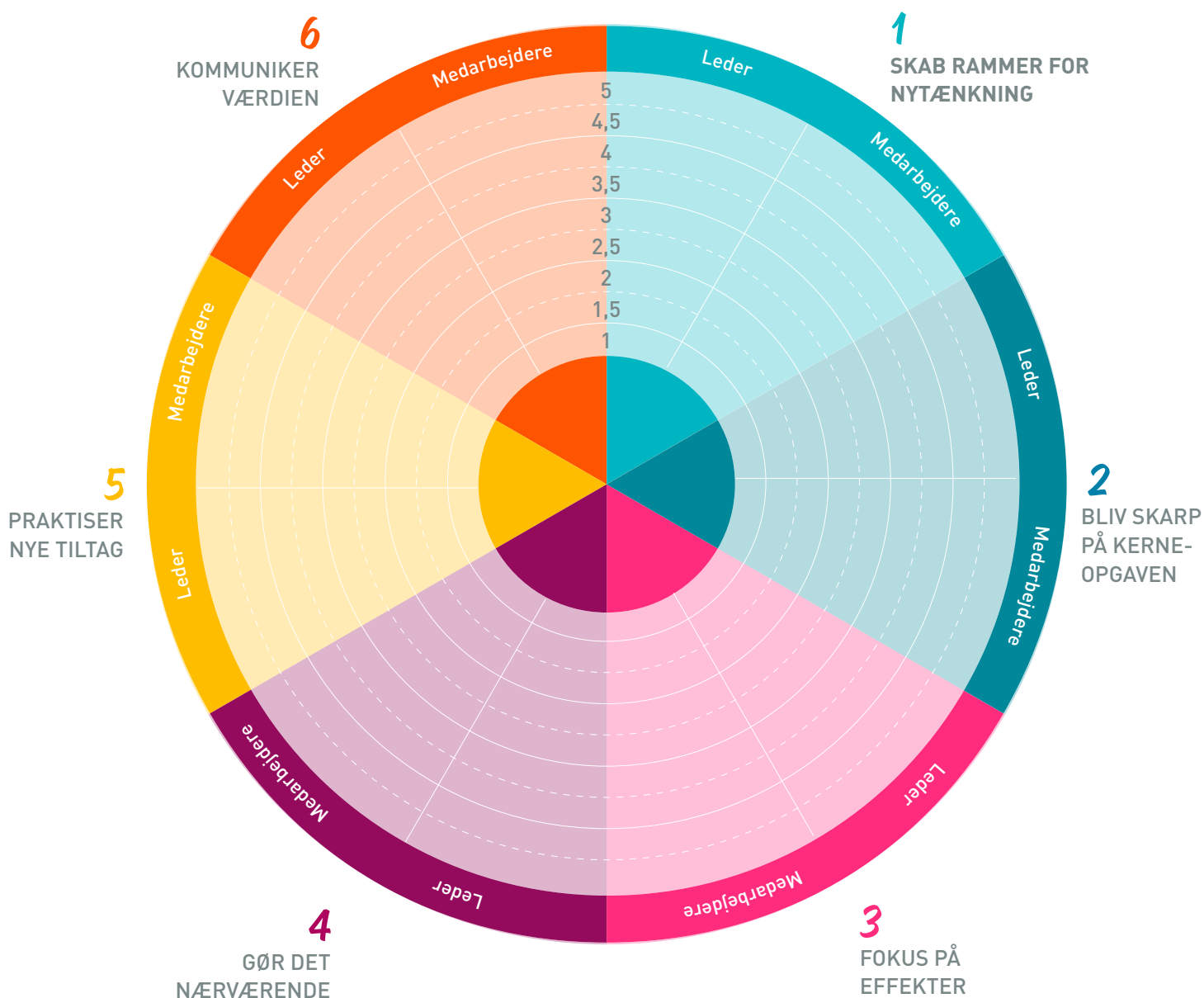
Refleksionsspørgsmål:

Hvis lederens scorer generelt ligger højere end medarbejdernes:

- Har lederen kommunikeret tydeligt nok omkring indsatser og resultater?
- Føler medarbejderne ejerskab til tiltagene?
- Er lederens dialog med medarbejderne tilstrækkelig tæt?

Hvis lederens vurdering ligger lavere end medarbejdernes:

- Har lederen kendskab til (svage) resultater, som medarbejderne ikke har?
- Er lederen generelt (selv-)kritisk ift. hvad indsatser kan bringe af resultater?
- Er lederen tæt nok på arbejdet med indsatserne til at fornemme fremdrift og motivation?





Skab rammer for nytænkning

VEJLEDNING
TRIN 1

Brug værktøjet til at skabe rammer for nytænkning. Innovation opstår, når vi kombinerer alle de gode ideer til, hvordan vi bedst muligt løser arbejdspladsens kerneopgave.

Kom godt fra start ved i fællesskab at vælge de elementer, I vil arbejde med. Nytænkning har de bedste vilkår, når alle kan bidrage med idéer og kompetencer. Gør status, når de aftalte handlinger er gennemført – f.eks. med Kulturtermometeret – og se om innovationskulturen har udviklet sig.

RAMMER

Brug [Rammeskemaet](#) til at skabe dialog om jeres muligheder for at udvikle kompetencer og forbedre rammerne for nytænkning. Brug værktøjet i ledergruppen, i SU/MED, eller i et team /en afdeling. Brug skemaet til at drøfte ideer, og beslut hvilke tiltag, der kan styrke grundlaget for nytænkning hos jer. Skemaets inspirationspunkter kommer fra arbejdspladser, som har gode resultater med at styrke innovationskompetencer og skabe rammer for nytænkning.

HANDLINGER

Når I har valgt et eller flere tiltag, der skal iværksættes, så før dem over på [Handlingsskemaet](#). Fordel opgaver og følg op på jeres aftaler. Overvej at bruge en tavle for at få bedre overblik. Indled med at definere indsatser og mål og fordel ansvar og roller. Aftalte handlinger fastlægges med de ansvarlige, og der aftales deadline for opfølgning. Ved deadline gøres der status for handlingerne. Hvis målet ikke er nået, aftales nye handlinger og deadlines.

SÅDAN GØR I

1. Tag stilling til hvordan I vil styrke kompetencer og skabe bedre rammer for innovation
2. Involver ansvarlige, som får roller og opgaver
3. Omsæt de valgte indsatser til konkrete handlinger med tidsfrister
4. Følg op på de aftalte handlinger, indtil alle indsatser er gennemført



Skab rammer for nytænkning

RAMMESKEMA, A
TRIN 1

STYRKE INNOVATIONSKOMPETENCER

INSPIRATION FRA HVAD
"DE BEDSTE GØR GODT"

IDÉER TIL HVAD VI KAN
GØRE HOS OS

BESLUTNINGER OG TILTAG,
DER SKAL IVÆRKSÆTTES

1. Træning og uddannelse i innovation
2. Medarbejderne opsøger udviklingsmuligheder i hverdagen
3. Bytte jobs og opgaver
4. Understøtte forandringsparathed med tæt og tidlig dialog
5. Ledelsen forventer alle medarbejdere bidrager med nyt
6. Udfordre hinanden på hvordan opgaverne kan løses
7. Udbrede teknikker til kreativ tænkning og opgaveløsning
8. Lade kerneopgaven være styrende for alle aktiviteter
9. Sætte klare mål for indsatsen inden opstart
10. Lade medarbejdere afprøve deres ideer og forslag



Skab rammer for nytænkning

RAMMESKEMA, B
TRIN 1

SKABE RAMMER FOR NYTÆKNING

INSPIRATION FRA HVAD
"DE BEDSTE GØR GODT"

IDÉER TIL HVAD VI KAN
GØRE HOS OS

BESLUTNINGER OG TILTAG,
DER SKAL IVÆRKSÆTTES

1. Inddrage SU/MED tidligt i nye tiltag og forandringer
2. Udpege "ressourcepersoner" med ansvar for nytækning
3. Lave mødefora på tværs af afdelinger og fagligheder
4. Tæt og tidlig dialog med borgerne om nye tiltag
5. Styrke den tværfaglige dialog om nye udviklingstiltag
6. Indsamle input hos borgere til nytækning
7. Systematisk effektmåling som input til forbedringer
8. Afprøve innovative metoder fra andre arbejdspladser
9. Tilbyde medarbejdere "inspirationspraktik" andre steder
10. Rekruttere medarbejdere med "utraditionelle" profiler



Skab rammer for nytænkning

HANDLINGSSKEMA
TRIN 1

INDSATSER & MÅL

INDSATTS

MÅL

ANSVAR & ROLLER

NAVN

BIDRAG

NAVN

BIDRAG

NAVN

BIDRAG

NAVN

BIDRAG

AFTALTE HANDLINGER

STATUS

1.

2.

3.

4.

DEADLINE

NYE HANDLINGER

STATUS

1.

2.

3.

4.

DEADLINE



Skab rammer for nytænkning

HANDLINGSSKEMA
EKSEMPEL
TRIN 1

INDSATSER & MÅL

INDSAT Markedsføre ide-bazaren

MÅL 2/3 af medarbejderne og mindst 5 borgere er med på ide-bazar

ANSVAR & ROLLER

NAVN TRINE

BIDRAG Markedsføring

NAVN Peter

BIDRAG Indkalde til ide-bazar

NAVN Anne

BIDRAG Tilmeldinger

NAVN

BIDRAG

AFTALTE HANDLINGER

STATUS

1. Opslag på tavle og intra (Peter)



2. Invitation gennem intra (Trine)



3. Rykke for svar (Anne)



4. Mindst 2/3 har tilmeldt (Anne)



DEADLINE 15. april



NYE HANDLINGER

STATUS

1. Tage kontakt v mgl svar (Anne)



2. Bekræfte tilmelding (Anne)



3. Udsende deltagerliste (Trine)



4. Tjek at 2/3 er tilmeldt (Anne)



DEADLINE 29. april





Få ideer til, hvordan jeres måde at løse kerneopgaven på kan nytænkes og hvordan jeres ydelser, produkter og services kan forbedres for at dække borgernes behov bedst muligt.

Kerneydelserne er de produkter eller services, som borgerne først og fremmest ville savne, hvis jeres arbejdsplads forsvandt: undervisning, vejledning, pleje og omsorg, børnepasning osv.

Kerneopgaven er derimod det dybereliggende behov, som jeres organisation er sat i verden for at dække. Det giver det god mening at kigge nærmere på kerneopgaven ift. nytænkning og innovation. Det kan nemlig give ideer til, hvordan jeres måde at løse opgaverne på kan nytænkes, og ydelserne forbedres for at dække borgernes behov bedst muligt.

Kerneopgaveskemaet kan bruges i ledergruppen, i SU/MED, eller i et team /en afdeling.

RAMMER

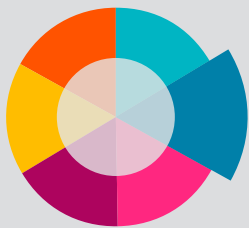
Brug Kerneopgaveskemaet skemaet til at drøfte, hvordan I kan forbedre måden, I løser kerneopgaven på. Tag jer god tid til at drøfte hvert spørgsmål. Brug evt. post-it til at gøre jer tanker individuelt, og kombiner så jeres input til fælles standpunkter og ideer. Lav evt. en plakatstor version af skemaet, eller brug en projektor.

HANDLINGER

Når I har valgt indsatser, kan disse omsættes til handlinger. Brug evt. Handlingsskemaet fra trin 1 til at planlægge og omsætte indsatserne til handling.

SÅDAN GØR I

1. Drøft, hvad det er for en opgave, I er sat til at løse
2. Diskuter, hvorfor I leverer de ydelser, som I gør
3. Overvej nye måder at levere ydelserne på
4. Beslut hvilke tiltag, I vil iværksætte for at løse kerneopgaven endnu bedre



Bliv skarp på kerneopgaven

KERNEOPGAVESKEMA
TRIN 2

1. DEFINERE KERNEOPGAVEN

Hvad er vi sat i verden for?

Hvilket behov dækker vi hos borgerne?
(Husk: ikke hvilken opgave vi løser eller service vi leverer)

Hvilken positiv forskel gør det, at det netop er os, der dækker behovet?

2. UDFORDRE KERNEYDELSENERNE

Hvordan ville borgere kunne dække behovet, hvis vi ikke var der?

Kunne borgeren i højere grad dække behovet selv?

Hvad skulle der i givet fald til?

I hvilke tilfælde ville det være muligt?

Kan nogle af de opgaver, som ikke direkte er kerneydelser, udføres på nye måder som forbedrer værdien af kerneydelserne?

Hvilke opgaver?

Hvilken forbedring?
Hvad ville det kræve af os – og borgeren?

3. VÆLGE INDSATSER

Hvilke indsatsområder kunne vi fokusere på for bedre at dække borgerens behov? (3-5 områder):

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Hvilke indsatser prioriterer og beslutter vi?
1-3 områder:

- 1.
- 2.
- 3.



Fokuser på effekter

VEJLEDNING
TRIN 3

Prioriter at gennemføre de indsatser, som skaber mest værdi. Brug Effektskemaet til at sikre effekten af et innovativt tiltag, som I står over for at gennemføre.

Når I udvikler måden, I fx løser jeres kerneopgave på, kan der komme mange gode forslag og ideer til ting, der kan gøre anderledes. Når I skal til at prioritere de indsatser, som skal gennemføres, er det vigtigt at se på, hvordan der skabes mest mulig værdi. Og hvordan I reelt kan se, om værdien bliver realiseret.

Det er en fordel, hvis I kan beskrive mulige effekter af jeres indsatser, allerede inden I sætter i gang. For så er det alt andet lige lettere at få prioriteret ressourcer samt sandsynliggøre over for fx borgere, ledelse eller andre, at tiltaget skaber værdi, og derfor kan betale sig at gennemføre. Har man ikke tænkt effekterne med fra starten, bliver det vanskeligt senere at finde ud af, om indsatsen var anstrengelserne værd.

Skemaet kan stå alene og være dokumentation for, hvordan jeres indsatser skal effektsikres, eller I kan skrive jeres løsning ind i en projektplan eller lignende.

HANDLINGER

Brug Effektskemaet til fastlægge, hvad der skal komme ud af et innovativt tiltag, og hvordan I vil måle og rapportere effekten. Brug evt. flere skemaer, hvis I står over for at vælge mellem flere ideer.

SÅDAN GØR I

1. Definer målgruppen for det innovative tiltag
2. Fastlæg hvordan det innovative tiltag skaber værdi for målgruppen
3. Beskriv hvordan værdien, der bliver skabt, bedst kan måles
4. Gennemfør det innovative tiltag, så værdien bliver målt og brugt til at sikre effekten med



Fokuser på effekter

EFFEKTSKEMA
TRIN 3

DET INNOVATIVE TILTAG – beskriv indsatsen i stikord

Formål med indsatsen

(beskriv de resultater I ønsker at skabe og for hvem – der kan godt være flere typer effekter og forskellige målgrupper, fx borgere, medarbejdere, arbejdsplads)

Målsætning

(beskriv specifikke mål for den/de forventede forbedringer ift. hvad tilstanden er nu)

Målemetode

(beskriv hvordan I vil måle de forventede resultater)

Måling

(beskriv hvornår, og hvem, der står for at indsamle den dokumentation, som skal vise effekten)

Rapportering og formidling

(beskriv formen og indholdet af den måde I vil præsentere resultaterne på, og for hvem, samt hvornår)



Fokuser på effekter

EFFEKTSKEMA
EKSEMPEL
TRIN 3

DET INNOVATIVE TILTAG – beskriv indsatsen i stikord

Vi vil afprøve idéen "Udeskole i matematik" for en bestemt klasse på skolen for at give eleverne, og navnlig eleverne med lave karakterer, nogle nye mere fysiske og tværfaglige måder at lære matematik på.

Formål med indsatsen

(beskriv de resultater I ønsker at skabe og for hvem – der kan godt være flere typer effekter og forskellige målgrupper, fx borgere, medarbejdere, arbejdsplads)

Vi tror at klassen og undervisningen generelt vil fungere bedre hvis specielt eleverne med lave karakterer kan løse matematikopgaver udenfor klassen og med lidt andre virkemidler. Hvis disse elever på denne måde bliver set og anerkendt for at løse opgaverne på en mere praktisk facon, så regner vi med at uroen i klassen mindskes, fremmødet bliver større og undervisningen giver bedre indlæring

Målsætning

(beskriv specifikke mål for den/de forventede forbedringer ift. hvad tilstanden er nu)

Vi mener at det er realistisk at Udeskole-forsøget i 4A klassen vil skabe følgende resultater efter næste skoleår:

Elevernes vurdering af spørgsmålet "Der er ro i klassen" forventes at stige fra 6,5 til 8,5

Fremmødeprocenten stiger fra 80 til 90 %

Gennemsnitskarakteren i matematik forventes at stige fra 4,5 til mindst 8,0 blandt de elever som har ligger lavt, og hos de øvrige elever forventes gennemsnittet at forblive det samme eller højere (8,9)

Når vi evaluerer Udeskole-forsøget skal den generelle tilfredshed ligge mindst på "Godt tilfreds" og der skal være overvejende positive kommentarer i kommentarfeltet samt på bloggen (se nedenfor ved Rapportering og formidling)

Målemetode

(beskriv hvordan I vil måle de forventede resultater)

Vi vil bruge følgende målinger til at bestemme effekten af Udeskole-forsøget i 4 A:

Målsætning 1: Trivselsmåling

Målsætning 2: Fremmødestatistik

Målsætning 3: Årskarakter

Måling

(beskriv hvornår, og hvem, der står for at indsamle den dokumentation, som skal vise effekten)

Målsætning 1: Trivselsmåling – Ole skaffer resultatet for 4A fra skolens trivselsmåling, som kører til jul og ved skoleårets udgang

Målsætning 2: Fremmødestatistik – Ole samler fremmøde tallene for 4A's matematiktimer fra klasseprotokollen uge for uge

Målsætning 3: Årskarakter – Anne-Mette samler og udregner

gennemsnitsresultaterne for halvårs- og årskaraktererne for både de umodne og resten af eleverne, når karakterlisterne kommer

Rapportering og formidling

(beskriv formen og indholdet af den måde I vil præsentere resultaterne på, og for hvem, samt hvornår)

Vi laver en kort rapport (2-3 sider) ud fra målingerne til at evaluere Udeskole-forsøget ud fra. Derudover laver vi en PowerPoint præsentation med resultater som vi fremlægger i klassen samt på et lærerrådsmøde i juni næste år.



Gør det nærværende

VEJLEDNING
TRIN 4

Brug Involveringsskemaet til at tænke de trin igennem, som gør jeres målgrupper i stand til at omsætte de nyskabende ideer til handlinger og resultater. Lav et skema for hver af de vigtigste målgrupper.

Når I som ledelse, SU/MED eller arbejdsgruppe har fundet frem til de konkrete indsatser, som bidrager at forny den måde, I løser kerneopgaven på, er det tid til at tænke i kommunikation og involvering. Det samme gælder, hvis I skal i gang med at gennemføre indsatser, som er besluttet fra centralt hold i kommunen.

De nye tiltag skal formidles, så de, der ikke har været med i idéudviklingen, men som nu får en aktiv rolle, forstår, hvad det hele handler om og oplever at få den nødvendige støtte. Budskaberne skal gerne præsenteres på en måde, der skaber interesse, og inspirerer til den type handlinger, der gør ideerne til virkelighed.

SÅDAN GØR I

1. **Identificer de centrale budskaber**
2. **Vurder målgruppernes behov, og gør budskaberne relevante og inspirerende for hver enkelt målgruppe**
3. **Præsenter budskabet og få opbakning**
4. **Etabler en måde at følge med i, budskaber og ideer bliver omsat til handlinger**



Gør det nærværende

HVAD SKAL DER SKE I MÅLGRUPPEN IFT. TILTAGET?	HVAD SKAL DER SÅ TIL I DE FORSKELLIGE TRIN AF REALISERING AF IDÉEN?	HVILKE BUDSKABER OG KOMMUNIKATIONSMETODER SKAL SÅ BRUGES?
Beskriv ideen/tiltaget kort:	1) Motivation: Hvordan gør vi initiativet vigtigt, spændende og forståeligt?	Centrale budskaber (hvad): Kommunikationsform (hvordan):
Beskriv hvad målgruppen ideelt set skal gøre anderledes, for at ideen/tiltaget bliver realiseret – og hvor langt der er derhen ift. forståelse, motivation, kompetencer og rammer:	2) Forberedelse: Hvordan gøres målgruppen klar til at handle på det nye initiativ?	Centrale budskaber (hvad): Kommunikationsform (hvordan):
	3) Opstart: Hvordan sikrer vi at målgruppen kommer godt i gang med at arbejde på det nye initiativ?	Centrale budskaber (hvad): Kommunikationsform (hvordan):
	4) Opfølgning: Hvordan får vi målgruppen til at blive ved med at arbejde på det nye initiativ?	Centrale budskaber (hvad): Kommunikationsform (hvordan):



Gør det nærværende

INVOLVERINGSSKEMA EKSEMPEL TRIN 4

HVAD SKAL DER SKE I MÅLGRUPPEN IFT. TILTAGET?

Beskriv ideen/tiltaget kort:

Vi laver et "formidlingskoncept" hvor institutioner kan rekvirere en aktivitet med en bibliotekar, som kommer hjælper med informationssøgning f.eks. til projektarbejde eller at opnå "Internet-kompetencer"

HVAD SKAL DER SÅ TIL I DE ORSKELLIGE TRIN AF REALISERING AF IDÉEN?

1) Motivation: Hvordan gør vi initiativet vigtigt, spændende og forståeligt?

- Vi gør det klart at denne formidlingsaktivitet er en del af vores vision om at være "fremtidens bibliotek for alle"
- Vi gør meget ud af at forklare, at bibliotekar-kompetencer fint kan udøves "ud af huset", selvom det ikke er set før
- Vi giver et par eksempler, men lader ellers bibliotekarerne selv vælge nogle tværgående temaer, som understøtter fagene
- Alle bibliotekarer skal melde tilbage om de er interesserede i at deltage i formidlings-aktiviteten.

HVILKE BUDSKABER OG KOMMUNIKATIONSMETODER SKAL SÅ BRUGES?

Centrale budskaber (hvad):

- Formidlingskonceptet er en del af "fremtidens bibliotek for alle" – også dem som ikke kommer på biblioteket
- Der bliver tilført ekstra ressourcer til første omgang
- Der bliver lavet en "startpakke" med forskellige aktivitetsforslag samt lister over institutioner, virksomheder mv. med kontaktpersoner.

Kommunikationsform (hvordan):

- Vi mødes med alle bibliotekarer samlet og drøfter initiativet igennem som en beslutning der er taget, men som bibliotekarerne selv kan formgive endeligt, samt tage stilling til om de ønsker at deltage i
- Vi inviterer alle personalegrupper til mødet, så de bliver involveret i planerne og evt kan være med til at finde formidlingssteder samt forberede formidlingsaktiviteterne

Beskriv hvad målgruppen ideelt set skal gøre anderledes, for at ideen/tiltaget bliver realiseret – og hvor langt der er derhen ift. forståelse, motivation, kompetencer og rammer:

Bibliotekarerne skal samarbejde om at forberede og gennemføre formidlingsaktiviteterne
Bibliotekarerne kommer nok til at bruge ekstra tid på forberedelse det første år. Nogle har måske brug for et kursus eller anden støtte ift. at påtage sig den aktive, udadrettede formidlingsrolle.

2) Forberedelse: Hvordan gøres målgruppen klar til at handle på det nye initiativ?

- Vi hyrer en bibliotekskonsulent til at komme nogle timer hver uge, og stiller 1 person fra administrationen til rådighed for at færdiggøre formidlingsmateriale og lave aftaler med de relevante institutioner og virksomheder

Centrale budskaber (hvad):

- Som bibliotekarer fokuserer vi fortsat på informationsindhold og kvalitet, men nu handler det om at gøre andre i stand til at lave god informationssøgning

Kommunikationsform (hvordan):

- 1 fra ledelsen mødes 1 time hver uge med bibliotekargruppen eller en repræsentant fra gruppen. Det er op til bibliotekarerne om bibliotekskonsulenten skal deltage

3) Opstart: Hvordan sikrer vi at målgruppen kommer godt i gang med at arbejde på det nye initiativ?

- Når formidlingskonceptet er færdigt fremlægger bibliotekarerne det for et panel af repræsentanter fra målgrupperne og får feedback
- De første gange inden bibliotekarerne tager ud, tilbyder vi et "klargøringsmøde" med bibliotekskonsulenten for at tjekke om alt er klart

Centrale budskaber (hvad):

- Vi følger og støtter jer hele vejen frem til start

Kommunikationsform (hvordan):

- Vi følger op på formidlingsaktiviteterne på gruppeniveau med møder. Vi følger op på hvordan bibliotekarerne "har det med initiativet" og hvordan de håndterer evt udfordringer som de møder ifbm formidlingsaktiviteterne

4) Opfølgning: Hvordan får vi målgruppen til at blive ved med at arbejde på det nye initiativ?

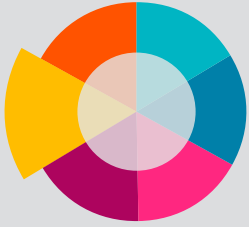
- Bibliotekskonsulenten kan inddrages på ad hoc basis det første år. Der er en månedlig samtale med hver af bibliotekarerne hele det første år. Initiativet bliver evalueret efter 6 mdr og der kan laves justeringer. Vi gør det tydeligt, at initiativet fortsætter året ud, uanset hvad første evaluering viser

Centrale budskaber (hvad):

- Støtten til jer fortsætter så længe I har brug for den

Kommunikationsform (hvordan):

- Månedlige, individuelle "fysiske" samtaler med hver bibliotekar om hvordan initiativet skrider frem, herunder samarbejdet ml lærerne
- Evalueringen bliver en spørgeskemaundersøgelse blandt "kunderne" og en rapport som udarbejdes af bibliotekskonsulenten. Er det en succes, sørger vi for lokalpresse mv for at skabe positiv omtale og yderligere interesse for formidlingsaktiviteterne



Brug Praktiser-skemaet til at registrere indsatsen med at omsætte jeres innovative tema til indsatser og resultater i arbejdet med borgerne. Værktøjet gør det let at overskue mål og indsatser for at nå målene, giver mulighed for leder- og kollegasparring og dokumenterer resultaterne.

Når nye innovative tiltag skal ud til borgerne, er det afgørende at holde fast i, hvad der var formålet med tiltaget, og at skabe de resultater for borgerne, som tiltaget bygger på. Handlinger skal tage udgangspunkt både i borgerens individuelle situation, behov og ønsker, og så det i overordnet vil med jeres nye tiltag. Den bedste måde at gøre det på er at tage udgangspunkt i formålet med jeres tiltag og så tage fat lige der, hvor borgeren er nu, og definere et realistisk mål, som kan nås med en god indsats og inden for en overskuelig tid. Hvis I gør dette for alle de borgere, I arbejder med, har I et stærkt udgangspunkt for at løse kerneopgaven.

RAMMER

Brug **Praktiser-skemaet** til at registrere indsatser for hver borger/borgergruppe, I arbejder med. Hvis flere medarbejdere arbejder med de samme borgere på samme indsats, deler I ansvaret for at koordinere.

HANDLINGER

Brug **Vejledning for teammøder** til at forberede og gennemføre møder, hvor I har fokus på opgaveløsning og faglig udvikling. Det er en fordel, at en leder/ressourceperson deltager som coach og mødeleder, når I gennemgår jeres skemaer, så der kan gives feedback og tages beslutninger om evt. at justere indsatsen.

SÅDAN GØR I

1. Tilpas mødestrukturen så det handler om opgaveløsningen
2. Få lederen til at agere coach og sparringspartner på teammøderne
3. Vælg en enkel måde at sætte mål, vælge indsatser og dokumentere resultater for hver borger



Praktiser nye tiltag

PRAKTISER-SKEMA TRIN 5

Borger (havn/sag)	Borgerens situation, behov og ønsker ift. det innovative tiltag	Målet, vi har defineret (ønsket resultat og tidsramme)	De indsatser vi har aftalt, som skal lede frem til målet	Status på arbejdet med indsatserne (opdateres løbende efter hver kontakt med borgeren, og er opdateret til hvert "Teammøde")
				Noter til Teammøde:
				Gennemførte handlinger siden sidst:
				Opnåede virkninger:
				Næste handling:
				Udfordringer/spørgsmål:
				Noter fra møde:



Praktiser nye tiltag

PRAKTISER-SKEMA EKSEMPEL 1 TRIN 5

Borger (havn/sag)	Borgerens situation, behov og ønsker ift. det innovative tiltag	Målet, vi har defineret (ønsket resultat og tidsramme)	De indsatser vi har aftalt, som skal lede frem til målet	Status på arbejdet med indsatserne (opdateres løbende efter hver kontakt med borgeren, og er opdateret til hvert "Teammøde med borgerværdi i centrum")
Edith Aaen , boende på Super-Senior Plejecenter	Edith er helt med på vores "Borger-OL" ("Operation Livsmestring") Innovationsprojekt og vil gerne være mere selvhjulpeløst med sine personlige rutiner	Mål: Edith har sat som mål for den næste måned, at hun gerne selv vil kunne tage tøjet af og på. Det eneste der mangler, er strømperne. Udgangspunkt: Hun kan fint håndtere strømperne, men er ca 20 cm fra at kunne nå sine tåspidser og dermed kunne sætte strømperne på fødderne	1. Edith gennemfører et smidighedsprogram på 2 uger i samarbejde med Ergoterapeuten på dagcenteret. 2. Når hun er smidig nok til at nå sine fødder siddende, træner vi videre med strømperne morgen og aften	Noter til ugens Teammøde: Gennemførte handlinger siden sidst: Edith havde sidste omgang med Ergoen i fredags Opnåede virkninger: Edith har demonstreret for mig, at hun nu kan nå til tåspidserne med begge hænder siddende i en stol og på sengen Næste handling: Vi starter træningen med strømperne i Ediths bolig morgen og aften i morgen. Vi regner med at nå målet inden for tidsrammen, som er fire uger Udfordringer/spørgsmål: Kan jeg trække på Ergoen, hvis det bliver svært at skabe fremskridt? Noter fra møde: Min leder gav grønt lys for at jeg trækker på Ergoen, når jeg først har talt med mine kolleger om evt. udfordringer



Praktiser nye tiltag

PRAKTISER-SKEMA EKSEMPEL 2 TRIN 5

Borger (havn/sag)	Borgerens situation, behov og ønsker ift. det innovative tiltag	Målet, vi har defineret (ønsket resultat og tidsramme)	De indsatser vi har aftalt, som skal lede frem til målet	Status på arbejdet med indsatserne (opdateres løbende efter hver kontakt med borgeren, og er opdateret til hvert "Teammøde med borgerværdi i centrum")
Henrik Jensen Bor i lejebolig	Henrik er ADHD borger og modtager støtte og vejledning efter § 85 i lov om social service. Henrik har svært ved at holde styr på sin hverdag og de aktiviteter han skal deltage i. Glemmer dem eller tidspunkter. Henrik ønsker at få støtte og vejledning til at kunne strukturere sin hverdag og gøre mål, så han selvstændigt kan mestre sit liv.	Mål: At Henrik lærer strategier til at strukturere sin hverdag selvstændigt. Der evalueres løbende på indsatsen, og det forventes at Henrik vil kunne mestre målet efter 1/2 år	Vi vil sammen med Henrik afprøve forskellige kalendere til strukturering. Spiralkalender Digital kalender Virtuelkalender. Vi arbejder med side oplæring og learning by doing og rutine indlæring. Vi arbejder ud fra en kognitiv, anerkendende og ressource fokuseret tilgang.	Noter til ugens Teammøde: Gennemførte handlinger siden sidst: Henrik er i gang med at afprøve en spiralkalender med dato og tidpunkter. Vi har i en periode på 2 uger vist Henrik hvordan man bruger kalenderen. (indføre gøremål og efterkontrol) Sidste uge skulle han så selv indføre gøremål i kalenderen. Opnåede virkninger: Henrik udviser nervøsitet, er usikker på om han husker det hele. Men han skriver det selv, og husker efterkontrol. Næste handling: Til næste gang skal Henrik selvstændigt have udført opgaven at indføre gøre mål i sin kalender inden at Specialvejlederne kommer. Udfordringer/spørgsmål: Der skal i de næste 3 uger tages hensyn til indkøring af nyt medicin hos Henrik hvilket kan give træthedsproblematikker. Noter fra møde: Processen er positiv og vi vil efter endt medicinindkøring hos Henrik, arbejde med overføring af kalenderen til digitale medier.



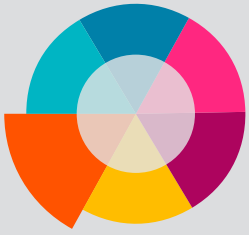
Brug Kommunikerskemaet til at beskrive, hvordan I vil formidle resultater og effekter af et jeres tiltag. Lav et skema for hvert nyskabende tiltag, hvis I har flere ting i gang. Lav eventuelt et skema for hver målgruppe, som I vil rapportere resultater til.

Målinger er nødvendige for at konstatere, om der bliver skabt resultater. Gribes effektmåling rigtig an, kan det skabe effekter i sig selv. Brug kreative metoder til at vise, hvad I har opnået, for at komme endnu videre. Det er en god idé at kommunikere de effekter, I har opnået, tidligt i forløbet. Det er i sig selv er med til, at de nye tiltag bliver en succes. Effekter er ikke kun slutresultater. Det kan også være hvordan borgerne reagerede på de nye ting, da de blev introduceret. Eller hvad der var udfaldet af et afgrænset tiltag – en prøveballon.

Kommunikerskemaet kan bruges i sammenhæng med **Effektskemaet, trin 3**, så I at formidler ud fra de mål, målepunkter og målinger, der er defineret for det nyskabende tiltag. Selvom I ikke har opstillet målbare målsætninger og laver egentlig effektsikring, kan I sagtens formidle resultater fra arbejdet med jeres tiltag. Det kan også være, at I vil gøre begge dele, så der er en teknisk af-rapportering til nogle målgrupper – f.eks. forvaltningen – og en mere oplevelsesbaseret rapportering til f.eks. borgere, pårørende osv.

SÅDAN GØR I

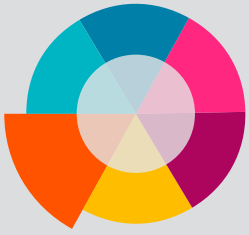
1. Bestem hvilke opgørelsesmetoder, I vil bruge til at beskrive effekten med
2. Beskriv, hvilket informationsbehov hver målgruppe har under initiativets forløb
3. Beslut, hvordan I vil dokumentere de effekter, I vil formidle
4. Bestem i hvilken form og hvornår, I vil formidle effekterne



Kommunikationens værdien

KOMMUNIKERSKEMA
TRIN 6

Tiltag: Målgruppe:	Ved introduktion af de nye tiltag/respons	Undervejs /delresultater	Ved afslutning/evaluering
Effekter Hvilke typer af resultater vil det være relevant at formidle?			
Formål Hvilket behov for viden vil vi dække med kommunikationen?			
Målgruppe Hvem vil vi formidle resultaterne til?			
Indhold og form Hvilke informationer/oplevelser vil vi give videre – og hvilken form skal de kommunikeres i?			
Sted og tid Hvor skal målgruppen kunne finde informationerne, og hvornår skal det gøres tilgængeligt?			



Kommunikation værdien

KOMMUNIKERSKEMA EKSEMPEL TRIN 6

	Ved introduktion af de nye tiltag/respons	Undervejs / delresultater	Ved afslutning/evaluering
Tiltag: Naturfag i børnehaven Målgruppe: Forældrene			
Effekter Hvilke typer af resultater vil det være relevant at formidle?	Vi vil vise hvordan børnene tager imod det nye tiltag, når de første gang deltager i aktiviteterne	Vi vil vise at børnene bliver mere og mere interesseret i de naturfaglige emner	Vi vil vise hvad børnene har lært
Formål Hvilket behov for viden vil vi dække med kommunikationen?	Vi vil vise forældrene at børnene er nysgerrige, og at aktiviteterne henvender sig lige meget til drenge og piger Vi vil også vise at sikkerheden er i top ved f.eks. fysiskforsøgene	Forældrene skal vide at børnene deltager i aktiviteterne, og får gode oplevelser med det	Vi vil vise at vi har gennemført naturfagsteamet og at børnene har "leget sig til naturfaglig viden"
Målgruppe Hvem vil vi formidle resultaterne til?	Forældrene og andre pårørende som afleverer og henter børnene	Forældrene og andre pårørende	Forældrene og andre pårørende
Indhold og form Hvilke informationer/oplevelser vil vi give videre – og hvilken form skal de kommunikeres i?	Vi vil vise børnene i gang med et lave aktiviteterne – tage billeder af dem med deres kitler, beskyttelsesbriller osv på. Vi vil spørge børnene om det var spændende og videregive deres svar sammen med et billede – sætte en taleboble på. Vi optager også video og laver en kort film	Vi laver en lille billedbog med billeder fra hver gang barnet har deltaget i aktiviteterne og skriver et par linjer om hvad barnet oplevede	Vi laver et diplom hvor vi beskriver hvad hvert barn nu har gennemført og ved om emnerne
Sted og tid Hvor skal målgruppen kunne finde informationerne, og hvornår skal det gøres tilgængeligt?	Så snart det enkelte barn har deltaget i aktiviteterne første gang. Vi taler med den forælder som henter den pågældende dag, og giver billeder med taleboller med hjem	Vi holder et 5 minutters møde med hver forælder og barn hvor vi bladrer gennem bogen og barnet kan fortælle, og vi svarer på spørgsmå	Vi samler forældrene til en eftermiddag med boller, hvor børnene udstiller de ting de har lavet, og ser filmen vi har lavet undervejs. Filmen lægges på ForælderIntra sammen med en artikel