

5D-MODELLEN

Formål

- * At udvikle noget i fællesskab, der bygger på deltagernes egne succes-historier og deres drømme om fremtiden.
- * At skabe positiv energi og engagement i et fælles projekt.

Antal deltagere

8 - 100

Materialer

Flipoverpapir, post-it labs og tuscher.

Tidsramme

I alt fra 3 timer til flere dage -for eksempel:

- * Define: 15-30 min.
- * Discover: 1 time.
- * Dream: 30 min.
- * Design: 1 time (inkl. præsentation).
- * Deliver: ½-2 timer.

Proces

5D står for de fem D'er, der definerer processens 5 faser (se figuren).

5D-modellen bruges til at arbejde med det emne, der nu er i fokus. Det kunne være "Sagsbehandling af kritiske sager", "Udvikling af ledernetværk", "Generel forbedring af organisationen" osv.

Til hver fase kan du bruge forskellige metoder til at svare på spørgsmålene. Her følger et forslag til, hvordan faserne kan køres:



Define

Beskriv og afklar det der skal udvikles, eller tales om.



Discover

Undersøg succeshistorier om emnet for faktorer der skabte successen.



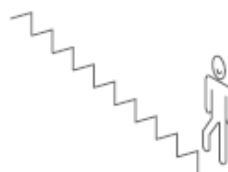
Dream

Forestil og beskriv den ideelle situation, hvor alle succesfaktorer er til stede.



Design

Beskriv et nuanceret og realistisk billede af fremtiden ud fra drømmen.



Deliver

Beskriv skridt for skridt hvordan målet nås. Hvad er det første skridt?

Define

- *Beskriv og afklar det der skal udvikles eller tales om.*

Denne fase bør gennemføres med alle deltagerne samlet, da det er vigtigt, at alle er med på, hvad der skal arbejdes med. Det kan fx ske ved, at du, lederen eller en ekspert

præsenterer en definition af emnet, fx ”*Hvad forstår man ved ”sagsbehandling” og ved ”kritiske sager?”*” Du kan få deltagerne til at drøfte definitionen, og forskellige forståelser kan vendes i plenum med henblik på at skabe en fælles forståelse af begrebet. Brug evt. ”Modellervoks øvelsen” at give deltagerne et udgangspunkt for en diskussion om forskellige forståelser.

Discover

- *Undersøg succeshistorier om emnet for faktorer der skabte succes*

Lad deltagerne interviewe hinanden om succeshistorier, de personligt har oplevet med emnet. Den, der lytter, skal lytte både til historien og til de faktorer (kompetencer hos personen, særlige forudgående hændelser, kollegaers handlinger og andre omgivelser), der gjorde succes en mulighed.

Intervieweren skriver alle succesfaktorer på gule post-it lapper og hænger dem på fortælleren undervejs.

Grupperne samles og interviewererne fortæller på skift den historie, de har hørt, og fremlægger succesfaktorerne. Når alle historier er fortalt, samles alle succesfaktorerne på en planche, og gruppen opsummerer dem på en ny planche under overskriften ”Kerne-succesfaktorer”.

Dream

- *Forestil dig og beskriv den ideelle situation, hvor alle succesfaktorer er til stede*

Bed hver gruppe lave en metaforisk tegning, der illustrerer, hvordan ”emnet” ser ud i sin ideelle form i fremtiden. Hvordan ser virkeligheden ud, hvis alle kerne-succesfaktorer er til stede? Hvad er gruppens fælles drøm om fremtiden for emnet?

Drømmen tegnes på en planche under overskriften ”Drøm”.

Design

- *Beskriv et nuanceret og realistisk billede af fremtiden ud fra drømmen*

Bed deltagerne undersøge deres drøm ved hjælp af en række spørgsmål. To i gruppen udpeges til at være interviewere. De skal forestille sig, at de er i fremtiden, fx 5 år fra nu, og skal spørge ind til elementer af Drømmen. Hvis det handler om ledernetværk, kunne det fx være ”*Hvor ofte mødes I så?*”, ”*Hvem styrer møderne?*”, ”*Hvad mødes I om?*” etc. Det er vigtigt, at interviewererne går i detaljen, er konkrete og bliver i nutidssprog, som om man faktisk var i fremtiden. Resten af gruppen gør deres bedste for at svare i fællesskab. Der skal også svares i nutid, som om fremtiden er nu og drømmen er realiseret.

Efter interviewet opsummerer gruppen deres svar på en ny planche under overskriften ”Design”. Gruppen skal så forberede og gennemføre en præsentation af deres ”Kerne-succesfaktorer”, ”Drøm” og ”Design” (produktet af de tidligere processer). De skal stadig forestille sig, at de er i fremtiden. De er inviteret til en stor konference i fremtiden, hvor de skal fortælle, hvordan de har fået succes med ”emnet der er i fokus”(fx sagsbehandling af kritiske sager ledernetværk). Hvis der er mange deltagere og grupper, kan præsentationen med fordel foregå efter metoden ”Tyrkisk gedemarked”.

Deliver:

- *Beskriv skridt for skridt hvordan målet nås. Hvad er det første skridt?*

Når præsentationerne er gennemført, går grupperne tilbage og laver en plan for, hvordan de vil realisere "Designet". Gruppen skal spørge sig selv "hvordan?" indtil de har svaret på: "Hvad er det første vi gør? Hvem gør det, hvornår, hvor og hvordan?" Det kan de bruge "resten" af undervisningen på eller du kan lade dem gøre det efterfølgende i arbejdsgrupper.

Vær opmærksom på

Hvis nogen mener, de ikke har nogen succesoplevelse med emnet, kan man opfordre til, at de genfortæller historier, de har hørt om, eller succesoplevelser med emner nært beslægtet med emnet. Hvis det fx handler om ledernetværk, kan det være, at succesoplevelsen kommer fra et projektgruppearbejde.

Alternative processer

- * Det simpleste alternativ er at dele deltagerne i mindre grupper og bede dem arbejde med hver deres spørgsmål og præsentere deres resultater til sidst.
- * Har man ikke så meget tid, kan man stoppe efter Discover-delen. Så har man allerede opnået, at deltagerne har fået energi og engagement i forhold til emnet. De kan se, at de rent faktisk har haft succesoplevelser, selv om det måske er et tungt og svært emne. De er blevet set af kollegaer eller af de andre deltagere. De har fået genfortalt deres historie, og deres handlinger er blevet analyseret ud fra et positivt perspektiv. Altså "hvad virkede?" frem for "hvad gik galt?" Det giver energi! Og de har fået en række gode råd til, hvad der skal være til stede for at (gen)skabe den gode oplevelse af emnet, fx "Sagsbehandling af kritiske sager".

- * I discoverfasen kan man evt. sidde sammen 3 og 3, så interviewerens opgaver bliver fordelt på 2, så den ene lytter efter historiens detaljer og den anden lytter efter succesfaktorer.

Eksempel på anvendelse

Er særligt velegnet til opstartsprocesser og kick-off seminarer for større projekter og organisationsudvikling.

Kilde/inspiration: Peter Lang fra KCC (www.kcc.com) samt artikel af Henrik Kongsbak, partner i Resonans (www.resonans.dk)