

## Et godt grundlag for mødekulturanalysen - arbejdsgruppe og datagrundlag

Sørg for, at dette arbejde involverer de personer, der rent faktisk kan ændre på mødestrukturen hos jer. Begynd gerne med en del af en organisation og vis vejen!

Arbejdet skal sikre, at I får fat i roden af problemet med for mange og for uproduktive møder:

1. studer ad hoc møder
2. undersøg individers mandat
3. vurder frekvens af de faste møder
4. vurder den tidsmæssige placering af de faste møder
5. faste punkter
6. etabler eller opdater årshjul
7. juster organisationsdesign og ledelsesrapportering
8. formuler mødeprincipper

Inden I går i gang, skal du have etableret den rigtige arbejdsgruppe og tilvejebragt et grundigt datagrundlag. Hvis du går i stå eller har brug for sparring, er du velkommen til at skrive til [info@bettermeetings.as](mailto:info@bettermeetings.as).

### Arbejdsgruppe

Tjekliste før du går i gang:

- Har vi afgrænset klart hvilken del af organisationen, vi kigger på?
- Har vi fået mandat til at justere på mødestrukturen i denne del?
- Har vi fået mandat til at *indstille* evt. organisationsændringer og justeringer i den løbende ledelsesrapportering til den øverst ansvarlige for området?
- Består arbejdsgruppen af de få personer, hvis tilstedeværelse er nødvendig for at lykkes?
- Hold arbejdsgruppen lille (3-5 personer), men vær sikker på, at du samlet set har:
  - Personer med organisatorisk og historisk indsigt
  - Personer, hvis opbakning er afgørende for succes
  - Personer med unikke perspektiver, som andre i rummet ikke kan bidrage med
  - Personer med skepsis eller bekymring i forhold til at ændre på mødekulturen

**Datagrundlag**

Etablér en liste over alle møder i området. Det er her ligegyldigt om møderne er asynkrone, ansigt til ansigt eller virtuelle. En måde at skaffe sig overblik på kan være at gennemføre en brainstorm gerne med personer uden for arbejdsgruppen. Lav også en manuel gennemgang af et par personers kalendere de seneste tre måneder. Lad arbejdet ende ud i en bruttoliste.

Se på listen og marker herefter alle møder, som er direkte med kunder, brugere, patienter, studerende, borgere, eller hvem I nu er sat i verden for at hjælpe.

Marker øvrige eksterne møder, f.eks. med leverandører, distributører og samarbejdspartnere.

Sortér de resterende møder (som alle er interne) i

A: dem, der er ordinære møder, dvs. i en fast struktur, som er tilbagevendende omkring samme overordnede tema i samme gruppe og

B: dem, der er ad hoc, dvs. de opstår efter behov.

<i><b>Interne møder</b></i>	<i><b>Typisk mødeleder</b></i>	<i><b>A: Ordinære møder</b></i>	<i><b>B: Ad hoc</b></i>