

DDS Bestyrelsesseminar TUX 05-20 2011



**DEN DANSKE
SKISKOLE**

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	3
Step 1 Succeskriterier.....	3
Step 2 Værdianalyse.....	4
Step 3 Situationsanalyse af udviklingsområder.....	6
Opsummering DDS indsatsområder fremadrettet	9
Tillæg til indsatsområder.....	10
Operationalisering DDS strategi (kontoret).....	10
Step 4 Målbeskrivelsen.....	10
Step 5 Handlingsplaner.....	10
Step 6 Her og nu.....	11

Indledning

Når en udfordring melder sig, kan man vælge at agere på forskellig vis:

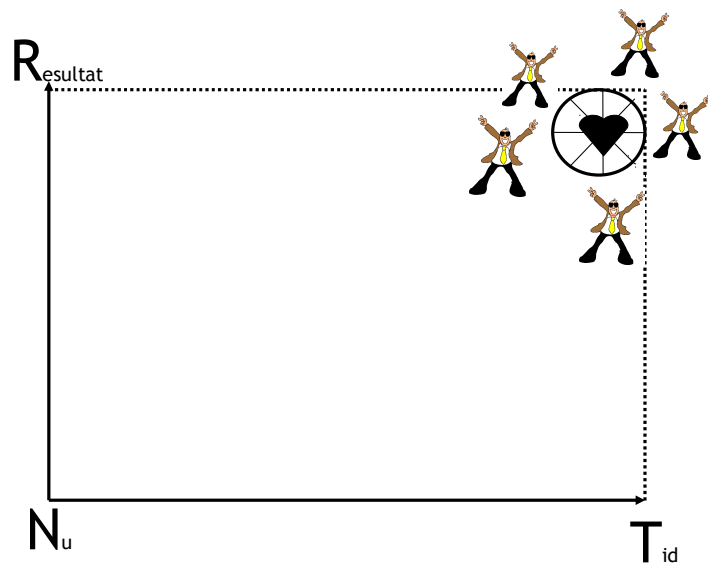
Dynamisk	Reaktivt Reagere på begivenhederne, når de opstår. Gør det så godt man kan fra dag til dag.	Proaktivt Et klart mål. Lader målet man vil opnå, være styrende for de handlinger man foretager.
Statisk	Inaktivt Hvis man ingenting gør, skaber man også en fremtid; men er den attraktiv? Man gør som man plejer.	Præaktivt Handle nøjagtig efter den fastlagte plan. Bruger ensidigt fortiden til at planlægge fremtiden.
	Kort sigt	Langt sigt

Strategiske planer skal udarbejdes proaktivt - med udgangspunkt i et attraktivt klart beskrevet mål, skabt gennem visionært arbejde ud fra en fælles fremtidig adfærd samt succeskriterier fra nøglepersoner (interessenter). I fremtiden ønsker vi at inddrage de succeser, som helt eller delvist allerede findes i kredsen.

Step 1 Succeskriterier

Identifikation af interessenter som vi ønsker skal være bestemmende for vores succes. Forventninger fra disse interessenter er med til at definere niveauet for vore ambitioner i DDS. Ud fra en lang bruttoliste valgte vi at fokusere på følgende interessenter fremadrettet:

- **Medlemmerne**
- **Uddannerne**
- **Bestyrelsen**
- **Kontoret**
- **Danske skiverden**



Et godt råd fra disse interessenter mener vi kunne være (bruttoliste):

- Sæt fokus på opfølgning og brug af feedback
- Intern kalibrering af uddannere
- Brug styringsredskaber
- Hvordan ville DDS se ud uden ildsjælene – Sårbarheden
- Unik produkt. Brug det, men pas på det.
- Få styr på kernetingene, før vi tænker større
- Sæt fokus på anderkendelse.
- Tænk udvikling, men tænk også i praktik.
- Tænk forretning, det skal blive ved med at være en forretning
- Fasthold næste generation. Fasthold gode medarbejdere.
- Intern uddannelse – mere end egenfærdighed på ski.
- Glem ikke markedsføring.

Step 2 Værdianalyse

Når succeser bliver skabt, ligger der handlinger bagved. Måden vi gør tingene på er igen styret af nogle grundværdier – mange ofte ubevidste. Disse grundværdier er som hjertet i en organisme.

Overført til DDS betyder det at vi må lære af denne adfærd, idet den er livsgivende for vores organisation og afgørende for vores bæredygtighed i fremtiden. Fremadrettet påvirker den, hvordan de ting vi ønsker at gøre, bliver gjort.

Værdianalysen tager udgangspunkt i følgende 2 arbejdsspørgsmål:

- Nævn 2-3 succeser som du mener DDS har succes med i dag. (Her tænkes specielt på opgaver/projekter/vanskelige sager, som involverede flere personer i organisationen)
- Hvad mener du var årsagen hertil – udtrykt med få ord?

Identifikation af succeser

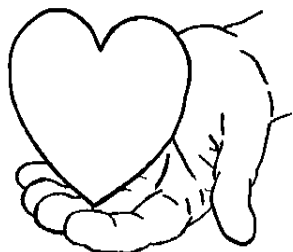
Konkret:

- Kurserne – dog specielt afholdelsen af TUX uge 20, 2011
 - o Det er det vi er bedst til og det er vores kerneaktivitet.
- Interski deltagelsen – demoløbet er succesen i år. Det bliver husket.
- Internationale vilkår for danske skiinstruktører
- Ansættelse af sekretariatsleder (Springet mere end processen)
- Planlægning af årsmødet 2011

Generelt:

- Inkludering af medlemmerne i et særlig social aspekt.
 - o Stemningen generelt på kurserne ikke selve afholdelsen.
- Medejskab – Vi er mange der er med i DDS og tager del i DDS.
 - o VIP / Elite kultur
 - o Loyale kursister. Vi ser kursister gang efter gang efter gang. Vi skaber dem.
- Delagtiggørelse i forhold til at lære den teoretiske og praktiske tilgang til skiløb – vi lærer folk at stå på ski!
 - o Rekruttering af eksperter; Vejen til den gode skiløber er meget kortere med DDS.
- Vores markedsføring med fokus på *kvalitet frem for kvantitet*

Afledt adfærd, som vi mener, skal definere måden vi gør tingene på i DDS fremadrettet:



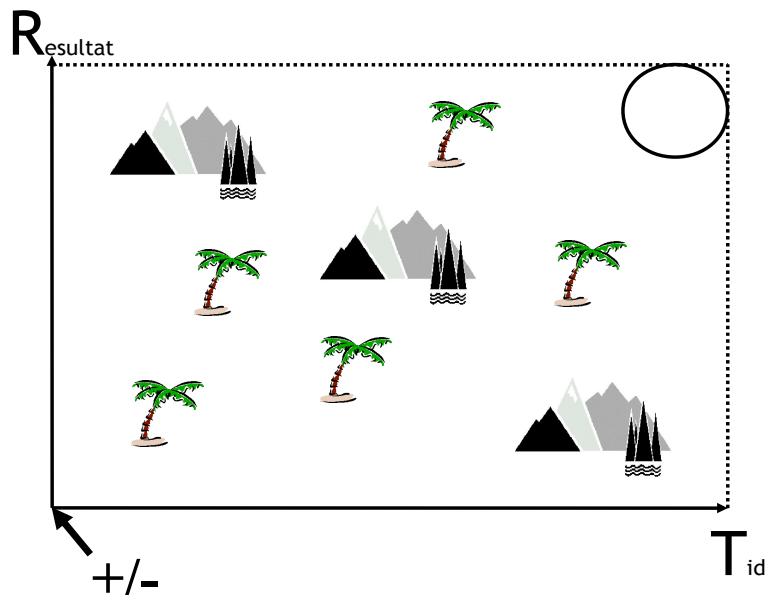
Fælles liste:

- **Entusiasme**
- **Kompetence**
- **Service minded**
- **Ildsjæle**
- **Lyst til samarbejde og involvering**
- **Prioritering – målrettet indsats**

Adfærd og holdninger vi gerne vil parkere (bruttoliste)

- "Syn på teknik som et fremmedlegeme"
- "Syn på kursister som kunder" – som en maskinelt og kommerciel distancering. Vi skal have en relation til vores kursister.
- "Syn på kontor som service organ (tjeneste pige)" – kursisterne og uddannerne skal ikke se på kontoret som et service organ
- "Det er ikke mit ansvar." Manglende pro-aktivt ansvar – uddannerne skal være parat til at løfte opgaver
- Manglende evne til at tænke abstrakt, det bliver meget konkrete, personificeret og sags afhængigt. Beslutninger skal tages på basis af principielle beslutninger og ikke aktuelle sager.
- "DDS for fem år siden." Sådan var det engang, så sådan er det.
- "Som vi plejer" - det dræber energien i enhver forening. Vi gør det aldrig fordi vi plejer. Vi gør det fordi det er afprøvet.
- "Jeg tror"- fænomenet. Man skal ikke tro, man skal vide.
- "Det er skrevet og dermed implementeret." Obs det skal anvendes!

Step 3 Situationsanalyse af udviklingsområder



Situationsanalysen skaber klarhed over, hvad fremtiden bringer af begivenheder og problemstillinger. Vi kigger på hvilke muligheder og hvilke trusler/begrænsninger som ligger i fremtiden (Palme øer og Isbjerge).

Arbejdet med at identificere palmeøerne (mulighederne) tog udgangspunkt i følgende områder med tilhørende begrundelser:

De interne arbejdsprocesser i organisationen:

- Vi skal optimere, så vi kan repræsentere en professionel tilgang.
- I forbindelse med ansættelse af Anders, er der fundet områder der skal løftes. Vi er gået frem nogle steder, men andre steder er vi gået tilbage.
- Vi har mangler, hvor er det. Vi skal ikke opleve brandslukning, men optimere, så det ikke sker. Vi har løsningerne, men vi har ikke implementeret dem.
- Kontorets arbejde skal prioriteres
- ny hjemmeside mm.

Driften:

- Gennemsigtighed af arbejdsopgaver.

Produktet:

- Vi skal tænke i at udvide vores aktiviteter, hvordan kan vi skabe en større volumen? Vi skal lave en indsats omkring uddannerne i forhold til ensretning.
- Videreudvikling. Forfine det produkt som allerede findes.
- Skabe fleksibilitet for kursisterne i form af reeksamener. Uddannelsen skal gøres smooth. Fokus på udvikling af punkter, der har stået stille den sidste tid.
- Produkterne skal køres, som kurset har kørt i denne uge (tux uge 20 2011)

Samarbejdspartnere (DK, Internationalt, politisk, mv.):

- Vigtigt i forhold til det internationale arbejde der foregår her og nu!!
- Det internationale arbejde skal vi have fokus på.
- Vi er en uddannelsesinstitution. I tillæg spreder vi glæde.

Service overfor kursisterne:

- Vi skal have "kunderne" i fokus. Vi er forpligtet som organisation til at gøre det bedste vi kan overfor kunderne, kursisterne. Vi skal fastholde glæden, entusiasmen.
- Service overfor kursisterne kan blive bedre.

Personale (uddannere, kontor, udvalg, bestyrelse):

- Nye folk på kontoret, behov for at få ryddet op og få styr på kontoret, organiseret bestyrelsesmøder, udvalg, mm. Kernen skal på plads.
- Personale, vi skal ikke underkende at vi er dybt afhængige af uddannelsens engagement. Hvordan sikre vi et bestyrelsesarbejde fremover.

Afledte fremadrettede indsatsområder (brutto)

Det drejer sig om forhold, som vi selv kan påvirke og dermed bidrage til.

Interne arbejdsprocesser:

- Retningslinjer for alt og alle – hvad er reglerne?
- Optimering af arbejdsprocesser: Hjemmeside
- Udvalg

- Optimering af information, prioritering af hvad vi kommunikerer. Alt materiale skal optimeres. Produkt ansvarlig/kommunikationsstrategi
- Økonomistyring og prioritering af dette
- Optimering af drift i forhold til hjemmeside
- Udvalg, få gang i udvalgene

- Konsensus, fx hvor mange skolesving skal der bestå?
- Ensartethed
- Teknisk praktik

Der skal helt konsekvent arbejdes efter følgende model i alle de projekter (kurser/eksamener/bogføring, osv.) vi arbejder med.

- A. Identificering og gennemsigtighed
- B. Retningslinjerne herfor
- C. Uddelegering
- D. Implementering og kommunikation

Produktet

- Udvikling af teknikkurser
- Klæde uddannerne bedre på i forhold til evaluering, fx i forbindelse med samlinger i Danmark

- Produkter (produkt udvikling)
- Flere kurser, fx tilbud i Norden
- Mere video

Kursus udvikling:

- Reeksamen (i norden, Isaberg-løsning)
- 2. Glideredskab
- 3 dages kursus – power-kursus bliv bedre på ski, modul kurser, fx undervisning, teori, egenfærdighed, appetitvækker kursus
- Instruktør forberedende teknik kursus

Samarbejdspartnere

- EU arbejdet (Internationalt)
- Forbundet – opdatering af samarbejde nødvendig
- Proaktivitet i forhold til andre interessenter

Service overfor kursisterne

- Hjemmeside
- Mindre tilfældighed i eksamensformen
- Individuel feedback for den enkelte
- Fleksibilitet overfor kursisterne
- DDS ånd udenfor kurser, fx hjemmeside, sommerfest

Identifikation af Isbjerge (begrænsninger)

Arbejdsspørgsmål:

Hvad mener du er de største hindringer for videreudvikling og fastholdelse af det vores succes?

- Uddannerkapacitet, begrænsning i uddannerne
- Uddannerne er den knappe ressource, der gør det svært for os at udvikle os. Vi må aldrig gå på kompromis med kvaliteten og lysten.
- Vil vi mere eller vil vi det bedre? Kvalitet og lyst er centrale problemstillinger i den forbindelse.
- Kan vi videreudvikle os i forhold til vores kerneaktivitet. Vi har oplevet en panikreaktion i foråret i forhold til uge 20.
- Eksamenspres. Vi kan dæmme op for eksamensangsten, hjælpe kursisten bedst muligt, men eksamen vil altid være en individuel præstation. Vi kan ikke bestå eksamen for dem. Vi har eksempler på, at der har været eksamensangst og frygt. Værste fald; eksempel på 2 kursister som er tagets hjem før kursets slutning.
- Manglende tid fra bestyrelsen.
- Travlhed/fokus. Med travlhed kan vi miste fokus på kerneproduktet.
- Med væksten nærmer vi os en virksomhed i stedet for en forening. Det kan blive en hurtle over tid.

Opsummering DDS indsatsområder fremadrettet

(2-årig periode)

Med udgangspunkt i vores brutto liste over detaljerede DDS indsatsområder er punkterne her samlet i overskrifter i prioriteret rækkefølge:

1. Retningslinier for DDS's arbejde (interne procedure)
Arbejdsproces:
Identifikation, retningslinier, uddelegering, implementering.
2. Internt uddannelse
3. Ensrettet kommunikation, indadtil og udadtil
4. Udvidet produkt/kursus-palette
5. Proaktiv rolle ift. andre interessenter
(DDS branding, DDS kommunikationsstrategi)

Tillæg til indsatsområder

– inspireret af vore succeskriterier

Kommunikation omkring retningslinier (*her & nu*):

- Kommunikation i forhold til interne interessenter, fx kursister, uddannere, mm. Denne kommunikation skal sikre mere ensretning og handle anvisende for vore retningslinjer

Kommunikationsstrategi eksternt (*kampagne på sigt*):

- Højskoler, efterskoler, idrætslinier, universiteter skal have fokus.
- Reklamebureau: Skal vi have professionelle folk til at kigge på en eksternt kommunikationsstrategi.
- Vi må ikke få et overload i antal kursister, som vi ikke kan tilfredsstille.
- Vi skal derhen hvor skiinstruktørerne er i det danske skimiljø. De gode klubløbere, højskoleelever osv...

– inspireret af diskussion omkring DDS isbjerge:

DDS eksamensform (*her & nu arbejdsgruppe*):

Kursus a 6*8 timer med en eksamen på 30 sek. Vi vil gerne gøre op med /udfordre eksamensformen. Det besluttes, at der skal kigges på mulige alternative eksamensformer (MT/RL) frem til kommende bestyrelsesmøde.

Operationalisering DDS strategi (kontoret)

Efter seminariet er det kontorets opgave at gøre vore prioriterede indsatsområder operationelle. Hertil adviseres følgende arbejdsplan:

Step 4 Målbekrivelsen

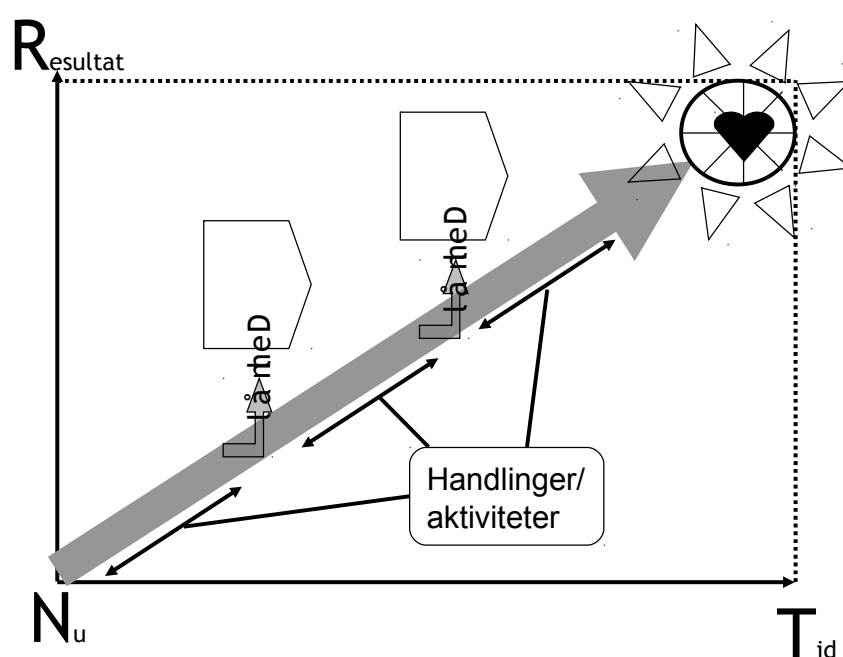
På relevante områder formuleres en eksakt beskrivelse af målet for hvert indsatsområde/målområde, så at det tilsammen danner en helhed og sammenhæng. Beskrivelsen synliggøre og konkretisere hvilke elementer vi operationelt skal styre efter for at opnå visionen.

Step 5 Handlingsplaner

Når et attraktivt, men sikkert også vanskeligt opnåeligt mål er vedtaget, skal der lægges handlingsplaner til at nå målet. Hvis handlingsplanerne lægges med udgangspunkt i nu-situationen risikerer man, at begrænsninger og hindringer fra nu-tiden, nu får en dominerende indflydelse. Derfor tager også arbejdet med at skabe handlingsplaner udgangspunkt i målet.

Først beskrives delmålet for hver periode, startende med den sidste delperiode inden målet nås. Hvad er status på dette tidspunkt. På den måde skabes der klarhed over, hvad det er nødvendigt at arbejde med på hvilke tidspunkter. På den baggrund laves ressourcefaste handlinger, der sikrer at målene nås til tiden.

Hvis man bliver ved med at gøre ting på den samme måde som hidtil, så vil man blive ved med at få de samme resultater. Hvis et stort mål skal nås, må visse ting gøres anderledes. Det attraktive i den mulige fremtid virker som en magnet, der periode for periode trækker handlingsplanen op på det rette høje niveau.



Step 6 Her og nu

Hvordan skal mål og planer kommunikeres og følges op? Hvordan skal man igangsætte processen med at tilføre nye værdier, og parkere andre? Hvordan skal succeser fejres undervejs? Hvad gør vi, hvis noget ikke går som forventet? Etc....

Det sværeste er ofte at få teamet eller personen til at tage de første skridt i en ny retning. Derfor skal de første skridt planlægges godt. Ansvars- og rollefordelinger skal være klare. Hvem gør hvad, hvornår?

