



S

DET SOCIALE INDEKS

# Tovholders vejledning til Det Sociale Indeks

# Tovholders vejledning til Det Sociale Indeks

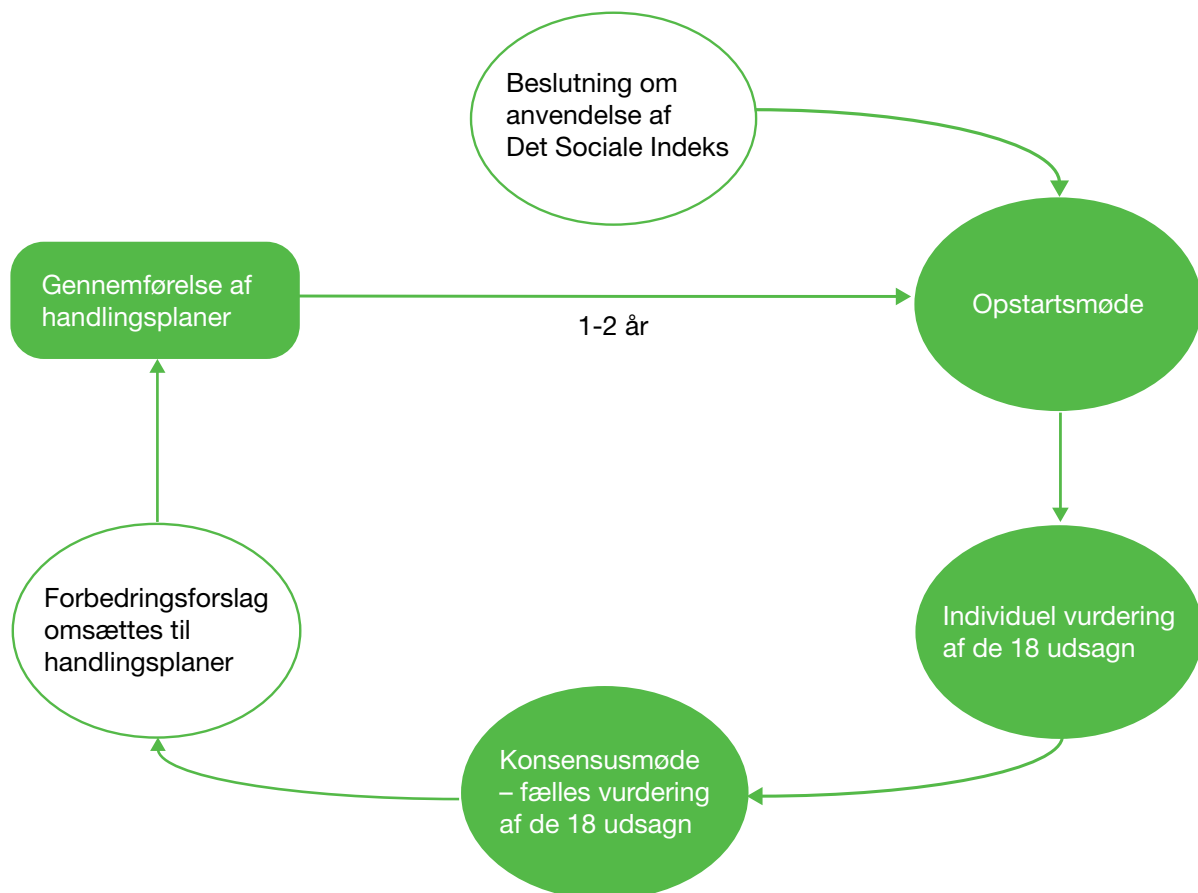
Når din arbejdsplads har besluttet at arbejde med Det Sociale Indeks, skal der udpeges en arbejdsgruppe og en tovholder, som alle medarbejdere i gruppen har tillid til. Tilliden er afgørende for, at tovholderen kan sikre en god dialog. Tovholderens rolle er at styre selve arbejdsprocessen og sørge for, at alt går ordentligt for sig.

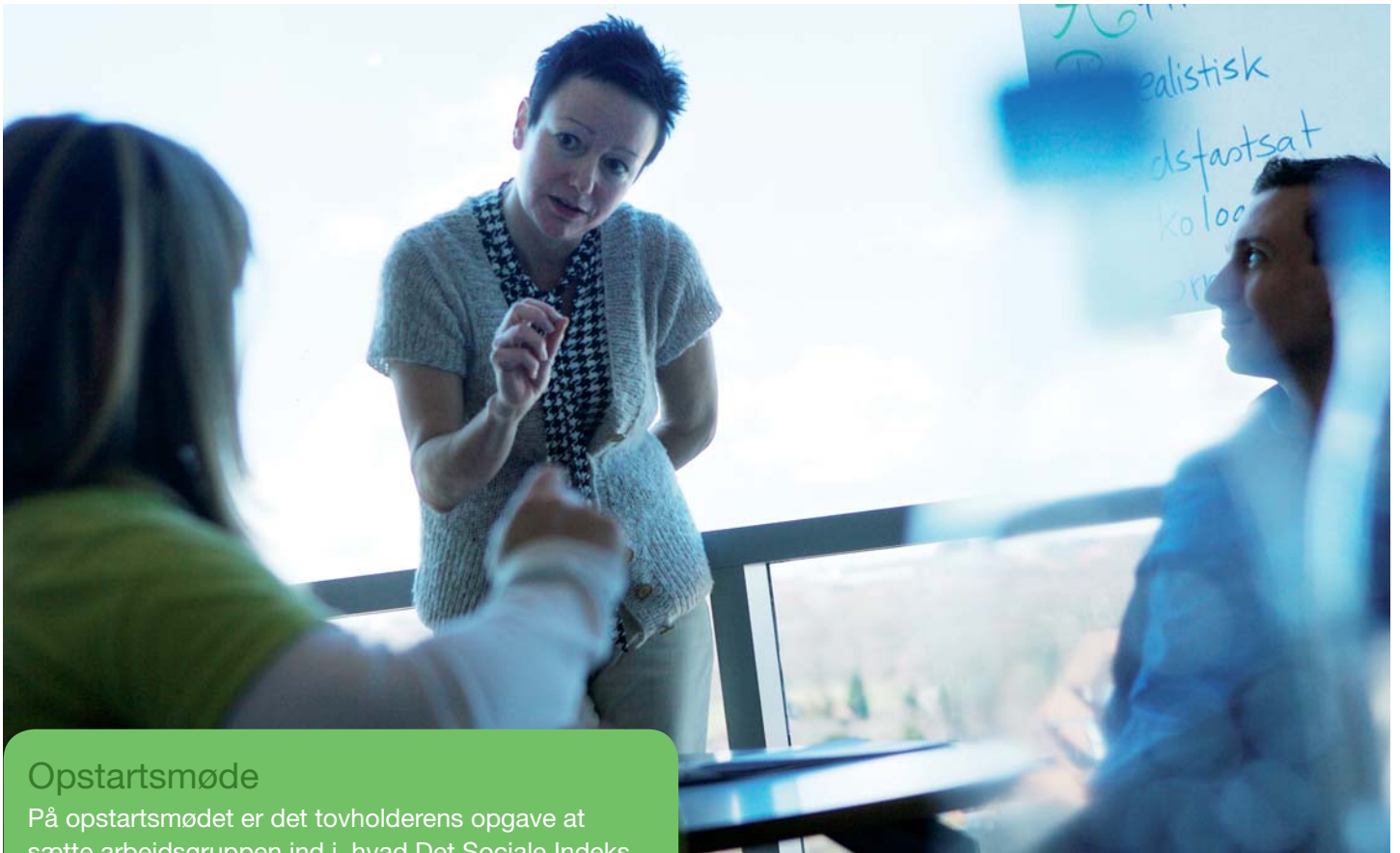
## Hvem kan være tovholder?

Tovholderen kan være en person fra virksomheden, f.eks. en fra personalefunktionen eller en tillidsrepræsentant. Det kan også være en person udefra, f.eks. en virksomhedskonsulent (se liste over konsulenter på [www.detsocialeindeks.dk](http://www.detsocialeindeks.dk)).

Formålet med denne vejledning er at:

- guide tovholder igennem arbejdet med Det Sociale Indeks
- give svar på typiske spørgsmål, som tovholder kan have
- give gode råd og inspiration til, hvordan man styrer dialogen.





## Opstartsmøde

På opstartsmødet er det tovholderens opgave at sætte arbejdsgruppen ind i, hvad Det Sociale Indeks er, og hvorfor og hvordan gruppen skal arbejde med værktøjet.

Som tovholder er der nogle ting, du bør huske at fortælle deltagerne på opstartsmødet.

## De 18 udsagn

Hver enkelt deltager skal vurdere alle 18 udsagn i værktøjet. Fortæl deltagerne, at det er i orden at svare på udsagn, selvom de ikke synes, de har præcis viden.

## Eksemplerne

Eksemplerne under hvert udsagn er til inspiration – de er ikke en facitliste. Det Sociale Indeks er et fleksibelt værktøj, der kan tilpasses den enkelte virksomheds behov og situation, så det kan bruges af alle virksomheder. Derfor er de 18 udsagn formuleret bredt.

Eksemplerne under udsagnene skal give deltagerne inspiration til, hvad udsagnene konkret kan handle om, men udsagnene skal altid ses i forhold til jeres virksomhed, branche og særlige kultur.

## Alle synspunkter er lige vigtige

Det sociale engagement kan opleves forskelligt, alt efter hvilket arbejdsområde eller jobfunktion man har. Derfor skal arbejdsgruppen være bredt sammensat og afspejle de forskellige holdninger, der kan være i virksomheden. Forskelligheden kan nemlig give helt nye vinkler på emnerne.

## Hvem skal være med i gruppen?

Som udgangspunkt skal gruppen være repræsentativ for hele virksomheden. Gruppen kan f.eks. være samarbejdsudvalget (SU), SU samt et par andre medarbejdere eller en helt anden gruppe. Det er en god idé både at have deltagere, der er vant til at diskutere personaleforhold, og deltagere, der ikke er.

## Tag mange noter

Det er en god idé at sige til medlemmerne i gruppen, at de skal tage mange noter og skrive idéer til forbedringer ned – allerede mens de forbereder sig til konsensusmødet.



## Konsensusmødet

Konsensusmødet er selve kernen i arbejdet med Det Sociale Indeks. Her skabes den fælles forståelse af virksomhedens sociale engagement. Det er tovholderens ansvar at sikre en god og konstruktiv dialog på mødet.

### Husk!

- Afsæt god tid til konsensusmødet (ca. 3 timer) og sørg for, at mødet ikke forstyrres af telefoner, andre møder mv.
- Start mødet med at præsentere programmet og fortælle, hvilken rolle du selv har (deltager eller neutral)
- Mind deltagerne om, at det er i orden at svare på udsagn, selvom man ikke har præcis viden.

### Tovholderen er ordstyrer

Tovholderen er ordstyrer på konsensusmødet. Ordstyrerens rolle er at:

- sikre en god disciplin og stemning på mødet
- sørge for, at alle kommer til orde
- sørge for, at der ikke bliver brugt for lang tid på de enkelte spørgsmål
- gribe ind, hvis dialogen løber ud ad et sidespor.

### Hvordan bør dialogen forløbe?

Der er ingen facitliste for, hvordan et konsensusmøde skal forløbe, men her er to forslag. Det vigtigste er, at alle kommer til orde, og at gruppen når til enighed gennem en god dialog. Konsensusmødet kan tage kortere eller længere tid, afhængig af hvordan I gennemfører dialogen.

**1** Hver deltager fremlægger sin score og fortæller, hvorfor han/hun har sat sit kryds netop der. Når alle har fremlagt deres score og begrundelse, diskuterer gruppen sig til enighed om et resultat. Denne metode giver en meget detaljeret dialog.

**2** Gruppen starter med at diskutere hovedudsagnet, før scoren nævnes. Med udgangspunkt i konkrete eksempler og begrundelser når gruppen frem til en fælles opfattelse af udsagnet. Først herefter fremlægger deltagerne deres score en efter en. Til slut taler gruppen sig frem til en endelig score.

Når gruppen er blevet enig om en score, skrives den ind i et fælles arbejdsskema. Til slut overføres scoren fra de 18 udsagn til pointskemaet bagest i værktøjet, hvor den samlede score kan beregnes.

### Vælg en referent og tag mange noter

Det er vigtigt, at der er en, der samler op på dialogen og skriver gruppens bemærkninger og forslag til forbedringer ned. Disse skal senere gives videre til ledelsen og eventuelt SU. Vælg f.eks. en sekretær eller en anden, der ikke selv skal deltage i dialogen, til at udarbejde referatet fra mødet.

### Underskriv konsensuserklæring

Konsensusmødet slutter med, at alle deltagerne underskriver konsensuserklæringen bagest i værktøjet. Deltagerne skriver under på, at de har deltaget i en dialog og er nået frem til scoren i fællesskab.



### Efter konsensusmødet

Efter konsensusmødet giver tovholderen resultatet af mødet videre til ledelsen, der diskuterer de forskellige forbedringsforslag. Ledelsen kan så lægge en handlingsplan for, hvilke forslag der skal gennemføres og hvordan. Det er en god idé at gøre handlingsplanen til et fast punkt på SU-mødernes dagsorden. På den måde sikres det, at der løbende bliver fulgt op på, om forbedringerne sker som planlagt.

### Kommunikation

Det er vigtigt, at resultatet af arbejdsprocessen bliver kommunikeret ud til alle medarbejderne. Det gælder både virksomhedens score og de forbedringsforslag, der vil blive gennemført.

### Tilslutning til Det Sociale Indeks

Efter konsensusmødet kan tovholder sende den udfyldte konsensuserklæring ind til Sekretariatet for Det Sociale Indeks. Virksomheden vil herefter blive opført på en liste på Det Sociale Indeks' hjemmeside sammen med andre virksomheder, der arbejder systematisk med det sociale engagement. Sekretariatet sender desuden en markedsføringspakke med Det Sociale Indeks' logoer til virksomheden, som kan bruges på hjemmeside, intranet, brevpapir, årsrapport og al anden kommunikation – såvel intern som eksternt.

## Spilleregler

- Alle skal have lejlighed til at begrunde deres egne vurderinger
- Man bør nå til enighed gennem åben diskussion
- Det er en fælles vurdering, der er ejet af både ledelse og medarbejdere
- Hvis der ikke kan opnås enighed, skal alle synspunkter tages med.

## Vigtige pointer

! ”Fortæl om arbejdet til jeres medarbejdere og kunder – på intranettet, hjemmesiden, i medarbejderbladet og i årsrapporten.”

! ”Alle meninger er lige vigtige.”

Udsendt af Sekretariatet for Det Sociale Indeks ved PricewaterhouseCoopers, april 2007.

Layout: PricewaterhouseCoopers M&C 032107

Det Sociale Indeks kan bestilles gratis hos sekretariatet eller hentes på [www.detsocialeindeks.dk](http://www.detsocialeindeks.dk).

### Henveldeiser om Det Sociale Indeks kan ske til:

Sekretariatet for Det Sociale Indeks,  
c/o PricewaterhouseCoopers  
Strandvejen 44, 2900 Hellerup.  
Telefon: 3945 3080.