

# MIN EGEN GUIDE



Inspirationsmetoder til  
inddragelse af brugere i  
udviklings- og  
innovationsarbejde

# Indhold

---

## **LÆR**

- #1 Brugerens rejse
- #2 Landkort over opgaven og partnere

## **SE**

- #3 En dag i en andens sko
- #4 Feltarbejde Light
- #5 Foto interview
- #6 Lommefilm

## **SPØRG**

- #7 Brugerdialoger
- #8 Deltagende mapping
- #9 Idé speeddating

## **PRØV**

- #10 Brugerinddragelse
- #11 Camps
  
- #12 Min metode



# LÆR



# #1 Brugerens rejse

Se problemer og løsninger ved at dykke ned i en brugers rejse gennem systemet

**LÆR**

## Brugerens rejse

### Hvorfor

"Brugerens rejse" er en mulighed for at identificere forskellige aspekter af brugerens møder med sundhedssystemet. Du kan på baggrund af "rejsen" diskutere individuelle behov, udforske potentialer og nye løsninger med din bruger eller andre fagkolleger

### Hvordan

- På en tidslinje - en dag, en uge, et år - noteres en brugers møde med en given række services i sundhedssystemet (brug fx post-its). Det kan være den ældre, medicinske patient, den akutte blodprop i hjernen eller blot et besøg i ambulatoriet.
- Som del af et løst struktureret interview med borgeren dykker man ned i rejsen - fra hjemmet, ældreboligen eller ulykkesstedet og videre til et efterforløb (hvis relevant).
- Undervejs eller efter "rejsebeskrivelsen" drøftes hvad der har fungeret godt og hvor og hvordan det kunne have været bedre.



## #2 Landkort over opgaven og partnere

En analyse af, hvor det giver mest  
mening at sætte ind

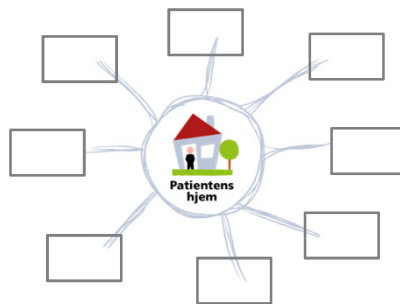
**LÆR**

## Landkort over opgaven og partnere

### Hvorfor

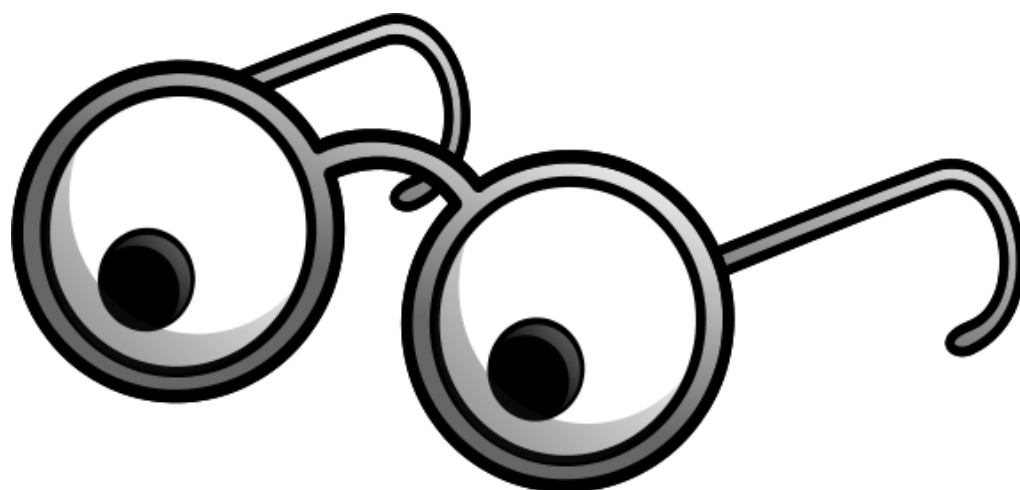
At udarbejde et landkort over mulige samarbejds-partnere og se hvor der især er sammenhængs-udfordringer i patient/borgerforløbet, kan skabe overblik over, hvem det giver mest mening at mødes med. Et møde hvor man i fællesskab identificerer de fælles udfordringer og efterfølgende aftaler plan for at løse dem.

### Hvordan



Tegn et mindmap over hvordan "patientens vej" ser ud hos jer? – og analyser bagefter hvor sammenhængs-udfordringen er størst? Brug fx. nedenstående spørgsmål :

- Hvordan hænger vores arbejde sammen med andres?
- Hvad har vi af erfaringer fra hverdagen?
- Hvad hører vi fra patienter og pårørende?
- Hvad hører vi især fra vores samarbejdspartnere?
- Hvor er opgaven med at skabe sammenhængende patientforløb mest udfordrende for os?
- Hvilken population af patienter er det vigtigst, at vi sætter fokus på først?
- Har vi data fra fx vores patienttilfredsheds-undersøgelser, UTH'er mv. der kan hjælpe med at identificere udfordringer og muligheder?
- Hvilke ledelsesniveauer i organisationen skal inviteres ind?



**SE**





## #3 En dag i en andens sko

Gå i en andens fodspor og bliv inspireret  
til nye løsninger

**SE**

## En dag i en andens sko

### Hvorfor

Der er stor inspiration at hente i at dykke ned i en anden persons daglige rutine. Det kan f.eks. være en kollega i en anden afdeling eller sektor, en kollega eller leder med et andet fagligt perspektiv eller måske en borger. At gå i en andens sko giver mulighed for at indsamle idéer og udveksle erfaringer og oplevelser. Metoden vil udfordre dine eksisterende forventninger, give nye perspektiver og udvide din horisont i forhold til dit emne.

### Hvordan

- Find ud af, hvad du vil vide noget om i den andens hverdag
- Læg en plan for, hvordan du kan komme så tæt på som muligt: Du kan "skygge" en/være en flue på væggen for en dag, du kan selv være indlagt, være frivillig eller noget andet
- Lav aftaler
- Skriv ned og tag evt. billeder undervejs (obs. at du har tilladelse)
- Hvad betyder det, du oplevede og hvorfor?
- Del dine oplevelser med fagkollegerne og diskuter, hvilke handlinger I skal sætte i værk



## #4 Feltarbejde light

Begiv dig ud i felten og oplev det,  
der finder sted "mellem linjerne"

**SE**

## Feltarbejde light

### Hvorfor

Når du bevæger dig ud *i felten* og oplever, hvad folk rent faktisk gør og ikke kun spørger dem, hvad de gør, kan du skabe en anderledes og dybere indsigt i bevæggrunde og adfærd. Derved ser du ikke kun det, du går ud for at se - men også nye løsninger og udfordringer, du slet ikke havde tænkt på.

### Hvordan

- På baggrund af en konkret problemstilling planlægges en tur *i felten* - vil du fx have større indsigt i, hvordan patienter oplever ventetid, så sæt dig i et venteværelse og deltag i og observer relationer og kommunikation
- Du behøver ikke være *i felten* i flere uger - en halv dag kan også give ny indsigt
- Brug alle sanser
- Sæt altid spørgsmålstegn ved det indlysende og meningsfulde. Brug. fx hv-ord.
- Tag noter undervejs, men gem analysen til bagefter



## #5 Foto interview

Kom ind til kernen i det, der er vigtigt for dine brugere ved at interviewe dem gennem deres billeder

**SE**

## Foto interview

### Hvorfor

Vi tænker i billeder - ikke i ord. Billeder er kraftfulde og kan fastholde stemninger og følelser, og så kan de bruges til at sætte ord på det, der ikke er et sprog for.

At interviewe ud fra folks egne billeder giver en åbenhed i undersøgelsen og en mere direkte adgang til det, der er vigtigt for folk selv.

### Hvordan

- Stil et arbejdsspørgsmål til dem, der skal interviewes - det skal "*åbne op*". Fx "Hvordan oplever du at være pårørende her på afdelingen?"
- Bed dem tage 10 billeder af dette - fx med mobilen - og sende dem til dig med en kort forklaring tilknyttet hvert billede
- Lad dem bestemme rækkefølgen på de billeder, I taler om ved interviewet
- Lad dig føre med på den vej, de vælger
- Husk etiske overvejelser og evt. tilladelser, da der er tale om billeder. Lav om nødvendigt aftaler om hvordan de bruges efterfølgende



## #6 Lommefilm

Små film, der med billeder og fortællinger formidler et perspektiv, skaber inspiration og medløb

**SE**

## Lommefilm

### Hvorfor

Lommefilm er små film optaget med mobiltelefon eller tablets. Det er en måde at formidle din idé/din løsning/dit budskab på en anderledes og kreativ måde. Film taler til mere end rationalitet og kan skabe gennemslagskraft og sætte nye tanker i gang hos modtagerne.

### Hvordan

- Overvej dit budskab og filmens fortælling: Hvad er det vigtigt for andre at vide? Hvem skal være med i den? Osv.
- Overvej forløbet i filmen - lav fx en såkaldt storyboard, der giver et overblik over hvilke vinkler af de givne rum det er nødvendigt at visualisere undervejs
- Optag filmen med din mobiltelefon - tænk over belysning (intet modlys), tænk over baggrundsstøj (måske kan du ikke optage udenfor) mm.
- Rediger din film med fx *iMovie* eller lignende apps - det er nemt og sjovt, og går du i stå, ligger der vejledninger på nettet, der punkt for punkt hjælper dig igennem
- Husk skriftligt ? samtykke til at dele filmen fra dem, der deltager





# SPØRG



## #7 Brugerdialoger

Inddrag brugerne og skab indsigt  
i forhold til at tilrettelægge arbejdet  
på brugernes præmisser

**SPØRG**

## Brugerdialoger

### Hvorfor

En brugerdialog er et kraftfuldt værktøj, hvis du fx skal forbedre et patientforløb, eller hvis du vil tænke nyt om kerneopgaven. Metoden giver indblik i og refleksion over brugernes oplevelser gennem direkte, ufiltreret feedback og mulighed for uddybende svar i en beskyttet ramme.

### Hvordan

- Inviter 2-4 repræsentanter fra din brugergruppe, en tværfaglig personalegruppe samt ledelse fra din afdeling
- Afsæt 2-3 timer til dialogen og forbered alle parter på deres opgave
- Selve dialogen er asymmetrisk, dvs. brugerne fortæller først deres historie og dernæst beder du personalet fortælle, hvad de har hørt og hæftet sig ved
- Løsn evt. op for strukturen til sidst og giv plads til korte afrundende spørgsmål fra personalegruppen og korte svar fra brugerne
- Hold et opfølgende møde 14 dage efter dialogen - hvad gjorde indtryk? Hvem gør hvad hvornår? Osv.

Se detaljeret forberedelse og gennemførelse af brugerdialogen:

[https://www.rm.dk/siteassets/om-os/organisation/koncern-hr/koncern-hr-udvikling/inspiration/udgivelser/w\\_1578\\_brugerdialog.pdf](https://www.rm.dk/siteassets/om-os/organisation/koncern-hr/koncern-hr-udvikling/inspiration/udgivelser/w_1578_brugerdialog.pdf)

---



## #8 Deltagende mapping

Kortlægning af historier, samtaler og levede liv

**SPØRG**

## Deltagende mapping

### Hvorfor

Mapping giver deltagerne/borgerne frihed til at forme deres egen debat om et givet tema med minimal intervention fra facilitator. Mapping giver indsigt og viden imellem mennesker og på tværs af steder og organisationer.

### Hvordan

- Mapping er ikke et fokusgruppeinterview, og der er ingen semi-struktureret spørgeguide
- Forklar baggrund for tema og fortæl, hvad du/I har brug for hjælp til: "Hvad nu hvis?" el. "Drømme nyt" m.v. Brug evt. opvarmningsspørgsmål fx. "Det første du tænker på?"
- Facilitator må kun:
  - 1) Stille spørgsmål, der gør deltagerne i stand til at stille spørgsmål - fx. hv-ord. F.eks...
  - 2) Hjælpe deltagernes gode idéer på vej - fx. spørge "fortæl hvordan det kunne se ud?"
- Brug et stort stykke papir, så deltagerne kan tegne og fortælle



## #9 Idé speeddating

Få nye perspektiver fra mange sider hurtigt

**SPØRG**

---

Koncern HR, Udvikling

## Idé speeddating

### Hvorfor

Idé speeddating kan skabe vidensudveksling mellem flere idéer eller løsninger samtidigt. Metoden giver mange perspektiver hurtigt, kan spinde tråde på tværs og kan med fordel bruges som et delement i en længere proces på tværs af borgere, faggrupper og sektorer

### Hvordan

- Hver idé/løsning (2-5) får en bemandet "station", hvor der hænges en plakat op med ideen som overskrift
- En gruppe inviterede deltagere (mindst 20) med forskellige baggrunde – borgere, klinikere, administrative, brugere, erhvervsdrivende osv. - medvirker i speeddatingen
- Deltagerne "dater" de enkelte idéer/løsninger i mindre grupper
- Hver "date" varer 8-10 minutter
- Ved hver station fortælles kort om idéen/løsningen (elevatortale)
- Deltagerne giver hurtig sparring på idéerne og fortsætter til næste station
- Efter speeddatingen samles op: Er der mønstre på tværs? Er der nye koblinger? Hvad skabte genklang hos deltagerne? Osv.



**PRØV**





## #10 Brugerinddragelse

Få inspiration til andre veje at gå og opdag nye vinkler på det kendte ved at gribe brugernes idéer

## Brugerinddragelse

### Tænk hvis

- Brugere er andre og flere end dem, du umiddelbart tænker som dine brugere
- Du altid har brugere med i alle dele af processen
- Du aldrig gik i gang uden at gøre det i samarbejde med brugere
- Brugere selv kunne drive innovationsprocesser hos dig

### Hvad kan det give

Brugerinddragelse er mere end blot at spørge brugerne: "Hvad synes I?".

På Børneafdelingen, Hospitalsenheden Vest, arbejdede man et år med projektet "Far og mor som partnere", hvor man havde fokus på dels at høre, hvad forældre og børn tænkte om afdelingen gennem antropologiske undersøgelser, og dels tog forældrene med helt ind i projektets maskinrum i styregruppen for projektet - ingen beslutninger uden brugerne var fremgangsmåden, og det var givende for alle parter.



# #11 Camps

Bliv klogere hurtigt - sammen med andre  
- og fremelsk mentale tigerspring

**PRØV**

## Camps

### Hvorfor

En camp samler brugere/borgere og ressourcepersoner, der sammen dykker fokuseret ned i en problemstilling. På den måde bliver alle klogere, og der skabes fælles fodslag for det videre arbejde. En camp er derfor et kraftfuldt element i en udviklings/innovationsproces og kan løfte indsatsen til et nyt niveau.

### Hvordan

- Afdæk problemstillingens forskellige aspekter og indkald videnspersoner til en velegnet "lejrplads" - uforstyrret og med adgang til separate arbejdsrum
- Varer mindst 24 timer og omfatter en overnatning - tid til at bearbejde komplekse problemstillinger og mulighed for uformelt samvær
- Der veksles mellem arbejds-sessioner i grupper og fælles rådslagninger i en intensiv proces
- Skal ledes af personer, som er spidskompetente på procesfacilitering og emne
- Skal munde ud i et produkt - fx løsninger, der skal afprøves



## #12 "Min metode"

Hvad kan metoden?

## ”Min metode”

**Hvorfor**

**Hvordan**

- 
- 
- 
- 
- 
- 
-

Hvis du vil vide mere eller har brug for  
facilitering af nogle af ideerne, kontakt

Koncern HR, Udvikling

[www.udvikling.rm.dk](http://www.udvikling.rm.dk)

Susanne Østergaard

Projektleder, Organisationskonsulent

Mobil +45 2129 7050

[susoes@rm.dk](mailto:susoes@rm.dk)

Louise Rosendahl Bomholt

Antropolog, Organisationskonsulent

Mobil +45 2910 6987

[louive@rm.dk](mailto:louive@rm.dk)