



Lea Fichtmann (til venstre) og Lisbet Steen, koncern HR i Fritz Hansen, drøfter undersøgelsens resultater.

Fritz Hansen kræver internationalt benchmark

Et designskift i medarbejderundersøgelsen

Selvom virksomheden Republic of Fritz Hansen er kendt af rigtig mange kloden rundt for deres designer møbler, hvor Arne Jacobsens stole nok er de mest kendte, har virksomheden blot 290 ansatte. Men når der skal laves medarbejderanalyser og andre HR aktiviteter, så har de samme behov som en stor global virksomhed, for med kontorer i så fjerne lande som Japan og USA har virksomheden brug for at få et internationalt benchmark og en kompetent international partner på HR-området. Det er her Ennova kommer ind i billedet.

”Vi vil gerne opfattes som en international mellemstor virksomhed, og med ansatte i Japan, Nordamerika, Tyskland, Benelux og Norden har vi behov for at få nogle til at hjælpe os, som er vant til at arbejde internationalt. En af grundene til, at vi valgte at skifte til Ennova er, at vi havde brug for at få lokale benchmark på de markeder, hvor vi har ansatte. Hos vores tidligere leverandør kunne vi godt få benchmark i Danmark, men det fastholder os meget i at tænke dansk, og det betyder, at man må tage udgangspunkt i det resultat, man kan få og lade som om, det også er fornuftigt for dem i USA og Japan. Ennova kunne både hjælpe os med at få målt vores udenlandske enheder op imod de danske enheder samtidig

med, at vi måler dem op imod et lokalt benchmark, og det er jo den rigtige måde at gøre det på,” siger Lisbet Steen, der er Human Resource Manager.

”Som virksomhed bliver vi mere og mere internationale, og vi kan ikke blive ved med at anskue os selv ud fra danske forhold. Vi kan ikke definere en attraktiv arbejdsplads ud fra danske forhold, når vi rekrutterer i udlandet. Det giver ikke mening. Det er fint, at vi har en dansk virksomhedskultur, men den skandinaviske ledelsesstil er meget krævende for en japaner. Med Ennovas internationale benchmark er det nu mere tydeligt for os, hvor forskellene er og hvad de betyder.”

Fritz Hansen har lavet medarbejderanalyser siden 1999 og altid haft eksterne leverandører. "Det bør man altid vælge, for selvom vi aldrig kunne finde på at misbruge den viden, vi får fra en sådan undersøgelse, og selvom vi har en meget åben dialog i virksomheden, så skal der ikke være nogen som helst tvivl om, at sådanne oplysninger er anonyme. Ved at vælge en ekstern leverandør undgår vi, at nogle kunne få den mindste mistanke og derfor afholde sig fra at give helt oprigtige oplysninger," siger Lisbet Steen.

"Ønsket om at skifte leverandør handlede først og fremmest om kvalitetssikring og så det tidligere nævnte internationale perspektiv. Hvis der er problemer med en undersøgelses validitet, så skaber det tvivl og frustrationer. Vi gik derfor på jagt efter en leverandør, der kunne sikre os pålidelighed både i processen og i rapporteringen. Det handler ikke så meget om hvilke spørgsmål, der bliver stillet, for der er nok mange måder at gøre det på, men om håndteringen af hele processen."

"Ennova tilbød nogle muligheder, som vores tidligere leverandør ikke kunne tilbyde os. Vi kendte lidt til Ennova gennem deres årlige HR-konference, der afholdes med Dansk Industri og gennem Insight. Her havde vi læst artikler om Ennovas måde at gøre tingene på. Vi undersøgte mulighederne og havde også andre inde i vores overvejelser, men syntes ikke, at nogen kunne tilbyde den internationale ekspertise, som Ennova kan."

"Undervejs i selve analysefasen er vi så heldigvis blevet bekræftet i, at kompetencerne er højere i Ennova, end det vi har set tidligere. Der har været meget stor kvalitet i den sparring og den hjælp vi har fået."

"Man fornemmer, at de folk der kommer, er veluddannede og har en god træning bag sig, og så føler man sig i trygge hænder. De har bestræbt sig på at give os den service, vi skulle bruge, så på den måde har det også været en god oplevelse," siger Lisbet Steen.

Dobbelt rapportering i første omgang

"Vores analyser kommer ud til alle lederne i organisationen og for at sikre en glidende overgang, valgte vi at lave en dobbelt rapportering her i første undersøgelse efter skiftet. Vi vil gerne have, at lederne føler sig trygge og kan genkende det materiale, de brugte sidste år, så derfor var det et krav fra vores side, at der også skulle afleveres frekvenstabeller til afdelingerne, som der er blevet gjort tidligere. Det kunne Ennova heldigvis tage sig af, så ud over at levere det, som er Ennovas normale rapportering fik vi så et tillæg, der var lavet, på baggrund af, hvad vi tidligere havde fået," fortsætter Lisbet Steen.

Overgangen fra tidligere leverandør

"Den største udfordring ved at skifte leverandør var at kunne måle udviklingen, fordi der var så mange spørgsmål, som ikke kunne gentages - så ville spørgeskemaet simpelthen blive

for stort. Vi kunne ikke bare gå over til Ennovas spørgebat-teri, for så ville vi miste for meget input, så vi skulle finde en balance. I den proces var Ennova sparringspartner, og de gav os retningslinjer til, hvordan vi mest fornuftigt kunne gribe processen an."

"Og så fik vi prioritetskortet og en god model til inddeling af medarbejderne. Ennovas prioritetskort har givet os et utroligt overblik og er en stor hjælp for HR og topledelsen. Det har været nemt at komme i gang med prioritetskortet, for det er et meget pædagogisk værktøj, der er let tilgængeligt."

"Vi synes, det har været et godt redskab, og det samme synes lederne. Der er lavet et for hver afdeling og jo flere forskelle, de kan få øje på, jo mere interessant er det at arbejde med, for så kan man for alvor begynde at sammenligne resultaterne mellem afdelingerne. For os i HR er dette værktøj også meget anvendeligt. Vi får nogle prioriteter at arbejde ud fra, og selvom Fritz Hansen ligger meget højt på mange parametre, er der stadig meget at arbejde med for os."

"Vi er kommet ud med et utroligt godt resultat på medarbejderanalysen når vi sammenligner os med verden udenfor. Så gode resultater, at vores arbejde kommer til at bestå i at vedligeholde. Men som HR vil vi ikke sidde tilbage med hænderne i skødet og bare nyde det gode resultat. Kravene stiger hele tiden, så vi vil være proaktive og sikre os, at lederne fortsat kan udfylde rollerne i en voksende international virksomhed," slutter Lisbet Steen.

Fritz Hansen er en international producent af designermøbler til erhvervsvirksomheder og private, der påskønner eksklusivt møbeldesign. Fritz Hansen er kendt under brandet Republic of Fritz Hansen.

Kollektionen udvikles løbende i samarbejde med nogle af verdens førende arkitekter og møbel-designere. Fritz Hansen har hovedkvarter i Allerød på Sjælland og beskæftiger 290 medarbejdere på 3 kontinenter – Europa, Asien og Nordamerika.

Virksomhedens omsætning var i 2007 omkring 80 mio. EUR. Vil du vide mere om Fritz Hansen, kan et besøg på www.fritzhansen.com anbefales.