

Fremsynede danske virksomheder investerer i strategisk fastholdelse

**Har din virksomhed en fastholdelsesstrategi  
og et fastholdelsesbudget?**

# Cultural Family Network



*Det koster en halv million kroner at ansætte en udenlandsk medarbejder. Men det koster mellem 1,5 - 4 millioner kroner at miste vedkommende igen før tid. (Kilde: Jack Andersen, Ernst & Young)*

# 10 virksomheder har bidraget til udvikling af et effektivt redskab til fastholdelse af udenlandske medarbejdere

I samarbejde med More than Relocation har de etableret Cultural Family Network, et venskabsfamilienetværk, hvor danske medarbejdere introducerer deres udenlandske kollegaer til livet i Danmark.



I 2009 foregik aktiviteterne på tværs af nedenstående virksomheder, fordelt på 3 regioner:

## Region Hovedstaden

H. Lundbeck A/S      A P Møller Mærsk      Danisco A/S  
Copenhagen Business School      Københavns Kommune

## Region Midtjylland

Grundfos      Siemens Wind Power      Danisco A/S

## Region Syddanmark

Danfoss A/S      Siemens Flow Instruments      Syddansk Universitet

70 medarbejdere - 34 udenlandske og 36 danske - deltog i initiativet; heriblandt var både familier, singler og par uden børn.

Projektet blev støttet af Integrationsministeriet

MINISTRY OF REFUGEE, IMMIGRATION  
AND INTEGRATION AFFAIRS



## Hvad er Cultural Family Network?

---

Cultural Family Network er et netværk, hvor virksomhedens danske medarbejdere introducerer deres udenlandske kollegaer til livet i Danmark. Målgruppen var i første omgang nyankomne udenlandske medarbejdere, men det viste sig at mange udlændinge, der havde været i Danmark i længere tid, fortsat havde behov for at etablere eller udbygge deres danske netværk. Initiativet bestod i 2009 af følgende aktiviteter:

**Invitationer** der engagerede både de danske og udenlandske medarbejdere og kort beskrev netværkets formål.

**Matchning af venskabsfamilier; de danske og udenlandske kollegaer** matches med udgangspunkt i hensigtsmæssige kriterier.

**Workshop** hvor de danske og udenlandske medarbejdere blev introduceret til netværkets formål og muligheder, planlagde de kommende måneders forløb, og talte om, hvordan de kunne bruge hinanden og hvad de kunne forvente af hinanden.

**Individuelle møder** - deltagerne mødtes i gennemsnit 4 gange i løbet af 7 måneder; de tog på tur, talte og spiste sammen. Mange mødtes desuden i arbejdstiden, f.eks. til frokost.

**Sociale events** – deltagerne har været samlet til flere fælles arrangementer, hvor de hyggede sig med fx madlavning, skattejagt og juleklip, mens de udvidede deres netværk.

**Kulturelle seminarer** – deltagerne deltog i et seminar, hvor de blev udfordret på deres kulturelle viden og kompetence.

**Website** - udlændingene kunne finde svar på spørgsmål om livet i Danmark, dele viden, søge inspiration, og se billeder fra de fælles arrangementer.

**Det handler om at skabe genveje til et effektivt socialt og professionelt netværk; og hvis virkningen viser vejen, løfter medarbejderne gerne opgaven.**

### FAKTA:

- 94 pct. af virksomhedernes medarbejdere mener, at Cultural Family Network og lignende aktiviteter er en god idé, og at indsatsen fremover bør være en fast del af deres virksomheds modtagelsesprocedure ved ansættelse af udenlandske medarbejdere.
- Medarbejderne mener, at indsatsen er en forudsætning for, at de opnår en social og professionel dialog med deres nye kolleger. Kun 10 pct. af projektets deltagere vurderer, at de ville have taget kontakt til deres "nye" kollega, hvis de ikke havde været en del af Cultural Family Network.
- 92 pct. af deltagerne forventer at holde kontakten med deres venskabsfamilier efter forløbets afslutning.
- 58 pct. af deltagerne har mødtes privat mere end 3 gange under forløbet.
- Desuden har 86 pct. haft glæde af deres "nye" kollegaer i arbejdstiden.

*Et forskningsprojekt fra London School of Economics viser at evnen til at samarbejde øges og produktiviteten stiger, hvis dine kollegaer også er dine gode venner.*

(Ugebrevet Mandag Morgen)

## Fastholder udenlandske medarbejdere

---

Hver tredje udenlandske medarbejder forventer at blive længere end hidtil planlagt på deres danske arbejdsplads, og hver anden udenlandske medarbejder vil anbefale andre udlændinge at arbejde i Danmark efter deltagelse i Cultural Family Network.

*Det koster en halv million kroner at ansætte en udenlandsk medarbejder. Men det koster mellem 1,5 -4 millioner kroner at miste vedkommende igen før tid (Ernst & Young)*

### FAKTA:

- Tre af fire ansatte svarer, at de har udvidet deres sociale og/eller professionelle netværk i forløbet.
- 35 pct. procent udenlandske medarbejdere svarer, at forløbet har øget sandsynligheden for, at de bliver længere i deres danske virksomhed.
- 46 pct. svarer, at deltagelse i Cultural Family Network har givet dem lyst til at anbefale Danmark, som et godt sted at arbejde og bo, til andre udlændinge.
- Omkring halvdelen af de udenlandske medarbejdere, som meldte sig til netværket havde været i Danmark i mere end 2 år - nogle helt op til 9 år. Alligevel havde de behov for at etablere eller udbygge deres danske netværk; og de havde rigt udbytte af at deltage.

### Det fik udenlandske medarbejdere/familier ud af at deltage i Cultural Family Network:

- 88 pct. lærte om dansk kultur
- 62 pct. udvidede deres sociale netværk
- 42 pct. styrkede deres tilknytning til Danmark
- 54 pct. opnåede nye venskaber
- 46 pct. oplevede noget nyt
- 35 pct. udvidede deres professionelle netværk
- 54 pct. fik hjælp til praktiske og sociale ting

# Styrker kulturelle kompetencer

---

Overraskende mange danske medarbejdere meldte sig til Cultural Family Network. Hos Siemens Wind Power modtog vi 35 tilmeldinger på 14 dage.

Deltagerne ville lære om andre kulturer og stifte nye venskaber, og mange ville gerne dele oplevelsen med deres familie.

Således brugte virksomhederne deres eksisterende ressourcer, nemlig de danske medarbejdere, til at tage imod og integrere de udenlandske kollegaer. Det interkulturelle arbejdsmiljø blev styrket, samtidig med at både danske og udenlandske kollegaer fik en positiv oplevelse.

## **Forløbets danske medarbejdere/familier svarer, at de fik følgende ud af at deltage i Cultural Family Network:**

- 63 pct. lærte om andre kulturer
- 58 pct. oplevede noget nyt
- 50 pct. opnåede nye venskaber
- 33 pct. udvidede deres sociale netværk
- 33 pct. gjorde en positiv forskel for en anden familie
- 29 pct. udvidede deres professionelle netværk

## **Online netværk er ikke den foretrukne kommunikationsform**

Hjemmesiden, som skulle fungere som supplement til de øvrige aktiviteter blev ikke den store succes; deltagerne brugte i stedet deres private møde og de fælles arrangementer til at netværke og dele viden.

- 14 pct. af de udenlandske medarbejdere brugte vores "Expatriate Wiki"
- 24 pct. brugte hjemmesiden til at se billeder fra fælles arrangementerne
- 14 pct. sagde at de hellere ville mødes ansigt til ansigt
- 43 pct. oplevede ikke at de havde behov for hjemmesiden som supplement til de øvrige aktiviteter

# Kom godt fra start

## Workshops og Culture Seminars inspirerer og sætter gang i konkrete aktiviteter



### FAKTA:

#### Formål med workshoppen og kulturseminarer er:

- at introducere medarbejderne til forløbet
- at sætte fokus på sociale og kulturelle udfordringer
- at give inspiration med forslag til samtaleemner og aktiviteter
- at medarbejdere opstiller handleplaner og afstemmer forventninger
- at grundlægge netværk på tværs af medarbejdere og virksomheder

100 pct. af deltagerne mener, at workshoppen er en god måde at starte Cultural Family Network.

38 pct. af alle deltagere mener, at workshoppen skal vare 3-4 timer, og 28 pct. mener, at workshoppen skal vare én dag eller mere. 40 pct. af de udenlandske medarbejdere mener, at workshoppen skal vare én eller flere dage.

#### Deltagerne mener, at de vigtigste input fra workshoppen er:

- at de fik konkret viden om initiativet
- at de mødte deres netværkskolleger
- at de mødte folk fra andre virksomheder
- og at de fik inspiration til det videre forløb

## Events skaber netværk

---

Sociale arrangementer med fælles madlavning, skattejagter eller juleklip er populære aktiviteter blandt medarbejdere og deres familier. Arrangementerne baner vejen for netværk på tværs af medarbejdere og deres familier. Hertil kommer, at flere virksomheder brugte de fælles events til at styrke relationer til andre virksomheder.



### FAKTA:

74 pct. af deltagerne mener, at det er vigtigt, at hele gruppen af familier i netværket samles ind imellem.

80 pct. af deltagerne mener, at de vil have glæde af at deltage i flere end de 3 events, som de blev inviteret til i forbindelse med Cultural Family Network.

Deltagernes primære udbytte var ifølge dem selv, at de fik mulighed for at tilbringe tid sammen med deres netværksfamilie, OG at de fik mulighed for at udvide deres netværk yderligere, når de mødtes med de andre familier i netværket.

## Succesen i Brande

---

**Medarbejdere af 59 forskellige nationaliteter er beskæftiget i Siemens Wind Power, og 53 nationer er repræsenteret i Brande. 36 danske medarbejdere bød ind, da HR inviterede til at deltage i vores velkomst- og værtsfamilieprogram. 14 danske og udenlandske medarbejdere og deres familier har netværket – både fagligt og socialt - og det vil de blive ved med!**

”Det har haft stor betydning for vore danske såvel som udenlandske medarbejdere at deltage i Culture Family Network. De har fået redskaber til at nærme sig hinanden på den private front og har derigennem opnået en større forståelse for hinandens baggrund, traditioner og kultur.

Denne forståelse migreres til arbejdspladsen, og der skabes større accept af kollegers forretningsmæssige opførsel på tværs af nationaliteterne, fordi man har mødt hinanden i det private og kender til hinandens bevæggrunde baseret på netop baggrund, traditioner og kultur.

Vore danske medarbejdere har taget imod tilbuddet med stor begejstring og åbenhed, ud fra en generel vilje til hjælpsomhed og mulighed for at skabe nye relationer, men også ud fra en naturlig nysgerrighed. På sigt giver dette en bedre inklusion af vore udenlandske medarbejdere i afdelingerne, fordi engagementet for at integrere dem er større.”



*Søren og Gille, har mødt hinanden gennem Cultural Family Network. Gille og hans familie har boet i Danmark i 10 år, men det har ikke været let at skabe et dansk netværk - før nu.*

**“Med løsninger som denne er prisen for fastholdelse kun en brøkdel af, hvad det koster at genbesætte en stilling, og så gør medarbejderne i øvrigt en stor del af arbejdet selv.”**

Helle Fjord  
Siemens Wind Power A/S  
HR Delegation & Expatriation Team

## Medarbejderne siger

---

### **Det siger de udenlandske medarbejdere om deres deltagelse i netværket:**

- “International networks in Denmark are a great idea. But if there are no Danes in the network, it makes me feel more isolated in the Danish society and farther behind in my progress to integrate.”
- “I would like to meet new friends, gain cultural knowledge and learn to appreciate Danish culture through the Danes. Moreover, I feel that it is important to get exposed to the language, while learning.”
- “I wish to create better network opportunities for my spouse, through the Danes.”
- “To avoid receiving misleading information from other foreigners who are not well integrated, we need Danish families in our social network.”

### **Det motiverer de danske medarbejdere til at tage godt imod deres udenlandske kollegaer:**

- “Having worked abroad myself, I know how much it means to meet local people and build a network where you live.”
- “We enjoy making new friends from other countries and learn about their cultures. We would also like to share what it is like to live in a Danish family.”
- “Even though our kids may be world travellers, we wish to open their eyes even further, by exposing them to other cultures. We wish to make new friends and show them the tolerant side of Denmark.”
- “A foreigner is a friend you haven’t met yet! We wish to develop our cultural knowledge and understanding and we hope to meet new friends. We also hope that we can help a foreign family to a better understanding of the Danish culture and society.”

Kontakt os for mere information

