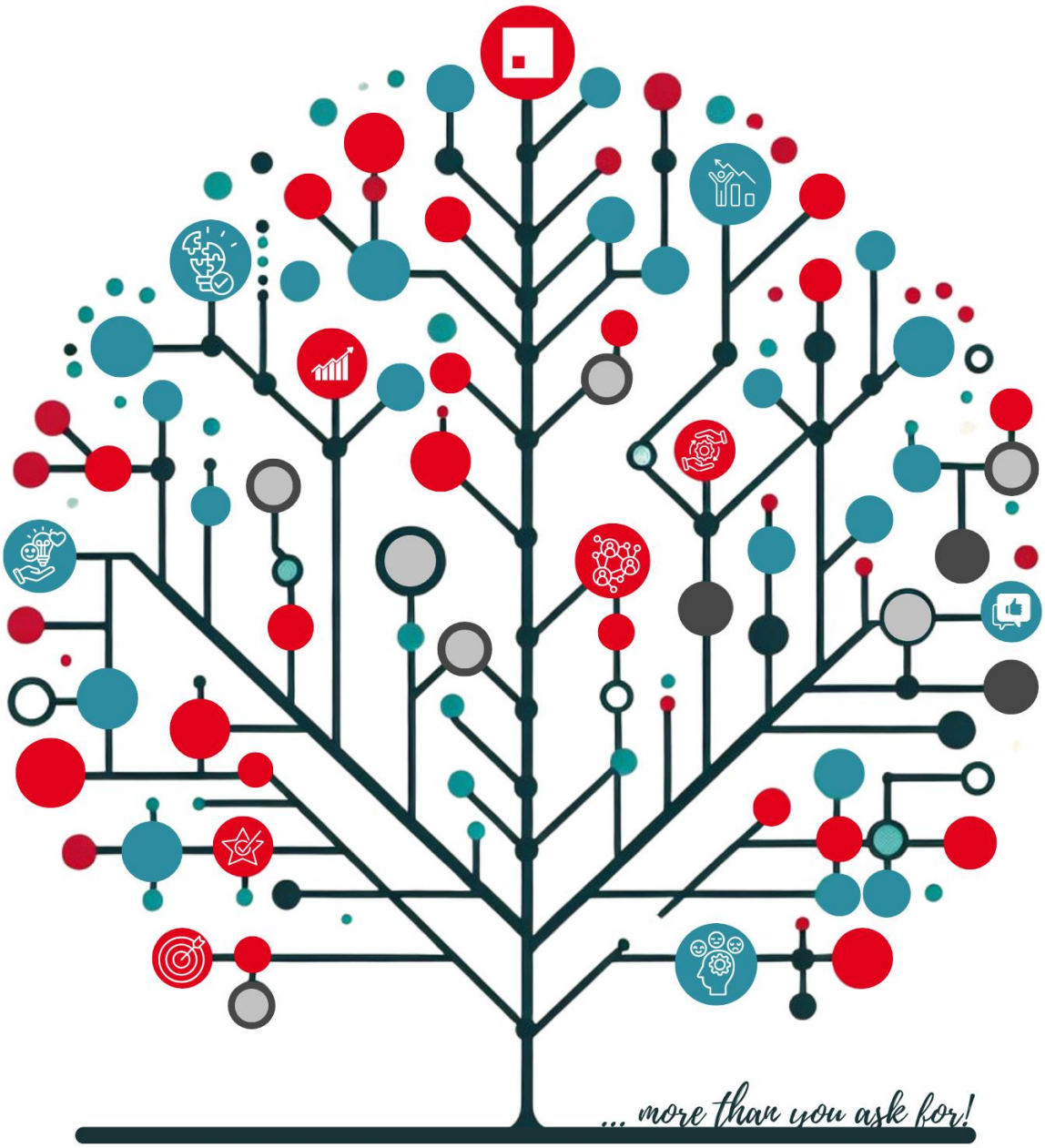
ROGATOR
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE



Ein globaler Industriekonzern verlagert einen seiner Standorte

+49 911 8100 500 info@rogator.de www.rogator.de

Key Findings

- Standortverlagerungen von Unternehmen betreffen die Belegschaft in vielfacher Art und Weise. Den damit verbundenen Auswirkungen kann durch die Erfassung der Meinung der Mitarbeitenden begegnet werden.

- Es empfehlen sich zwei Befragungen, vor und nach dem Umzug. Die erste Welle ist besonders wichtig, da sie die Bedenken der Mitarbeitenden aufnimmt.

- Die zweite Welle dient der Messung, welche Auswirkungen sich schlussendlich tatsächlich ergeben haben.

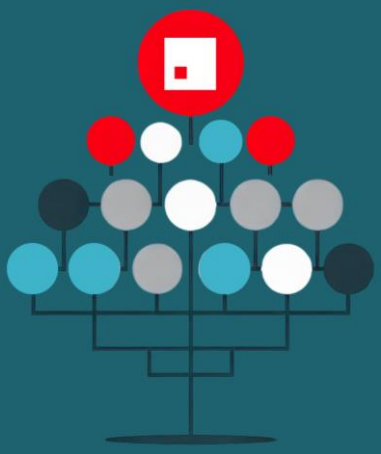
- Für beide Wellen ist eine Maßnahme Planung auf Basis der Ergebnisse essenziell. Auf diese Weise kann das Unternehmen mehr Akzeptanz und Verständnis für die Verlagerung erreichen, auch wenn damit persönliche Einschränkungen oder Nachteile für die Mitarbeitenden verbunden sind.

Inhaltsverzeichnis:

1. Das Ziel – Stimmungsbild erfassen

2. Vorgehensweise - Vor und nach Standortswechsel

3. Die Erkenntnisse – Umfragen liefern Einblicke



1. Das Ziel

Stimmungsbild der Belegschaft erfahren

Ein internationales Industrieunternehmen plante eine Standorterweiterung innerhalb Deutschlands, in deren Rahmen zwei Standorte zu einem zusammengeschlossen werden sollten. Um empirisch fundierte Erkenntnisse darüber zu erhalten, inwieweit die Verlagerung von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aufgenommen und mitgetragen wird, wurde die Rogator AG mit der Durchführung einer Mitarbeitendenbefragung in zwei Wellen beauftragt, eine ca. 6 Monate vor und eine ca. 12 Monate nach dem Standortwechsel. Durch die beiden Messungen konnte der direkte Einfluss des Umzugs auf die Mitarbeitenden abgebildet werden. Folgende Themen standen bei der Befragung im Vordergrund:

- Meinung zur Standortverlagerung
- Pendelverhalten / Zweitwohnsitz
- Privater Umzug
- Integration am neuen Standort
- Entwicklung des Standorts
- Soziale Aspekte (Kultur, Vereinbarkeit Familie und Beruf etc.)

2. Vorgehensweise

Zwei Wellen: vor und nach der Standortverlagerung

Nach intensiven Abstimmungen mit dem Kunden konzipierte die Rogator AG eine maßgeschneiderte Methodik, mit deren Hilfe die Stimmung der Mitarbeitenden, das Image des Arbeitgebers sowie die Mitarbeitendenbindung abgebildet werden konnten.

Die erste Welle, die vor der Standortverlagerung stattfand, umfasste Themen wie bspw. die Planungen zum Neustart am neuen Standort, das Pendelverhalten, einen möglichen privaten Umzug sowie die Bedeutung flexibler Arbeitszeitmodelle. Ziel dieser Befragung war es auch, das generelle Stimmungsbild der Mitarbeitenden zur geplanten Standort-verlagerung einzufangen.

Die zweite Welle wurde nach der Standortverlagerung durchgeführt. Die zentralen Themen waren die Bewertung von integrationsunterstützenden Maßnahmen, das Pendlerverhalten, der neue Hauptwohnsitz bzw. Zweitwohnsitz sowie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Diese Befragung sollte die Meinung der Mitarbeitenden nach der Standortverlagerung erheben, mit deren Hilfe Verbesserungspotenziale für das Unternehmen aufgezeigt werden sollten.

In den beiden Wellen wurden die Mitarbeitenden in folgende Gruppen eingeteilt:

- Welle 1: Mitarbeitende am alten Standort, Mitarbeitende am neuen Standort und Mitarbeitende, die zwischen beiden Arbeitsstätten pendeln.
- Welle 2: Hier wurde die Dauer der Beschäftigung am neuen Standort abgefragt und anschließend nach folgenden zwei Gruppen unterschieden:

  Mitarbeitende, die schon seit mehr als fünf Jahren an diesem Standort arbeiten und Mitarbeitende, die seit weniger als fünf Jahren an diesem Standort beschäftigt sind.

Die Wahl des Umfrageinstruments fiel auf eine onlinebasierte Umfrage. Es waren jedoch nicht alle Mitarbeitende online zu erreichen, weshalb diese mit Hilfe einer Papier-Version an der Umfrage teilnehmen konnten.

Hierfür wurde den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein Brief mit inkludiertem Fragebogen sowie Freiumschlag zur Rücksendung zugesandt. Die eingehenden Daten wurden zentral bei der Rogator AG gesammelt und elektronisch erfasst. Die ausgewerteten Ergebnisse wurden anschließend für den Kunden in einer detaillierten Präsentation zusammengefasst.

Zusätzlich wurde ein ausführlicher Analysebericht erstellt (Deutsch und Englisch), in dem die wichtigsten neu gewonnen Erkenntnisse zusammengefasst, analysiert und die darauf basierenden Handlungsempfehlungen vorgestellt wurden.

3. Die Erkenntnisse

Befragung liefert umfassende Einblicke

Die Rücklaufquote betrug in der ersten Welle 45% von ca. 2.500 Personen und in der zweiten Welle 64% aus ca. 5.000 Beschäftigten. Die Antworten der beiden Wellen lieferten umfassende Einblicke in die Auswirkungen der Standortverlagerung, zum allgemeinen Bild der Mitarbeitenden von diesem Prozess und über die Wahrnehmung des Unternehmens im Allgemeinen.

Sofern es aufgrund des teils differierenden Fragekatalogs möglich war, wurden die Ergebnisse aus beiden Wellen auch einander gegenübergestellt. In folgenden Themenbereichen konnten wesentliche Erkenntnisse gewonnen werden:

- Einstellung zum neuen Standort

  Hierbei zeigte sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Mitarbeitenden, die von der Verlagerung betroffen waren und denen, die bereits vor der Verlagerung am neuen Standort gearbeitet haben.

- Integration der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am neuen Standort

  Die Mitarbeitendenbefragung zeigte, dass der Bekanntheitsgrad der Integrationsmaßnahmen des Arbeitgebers unterschiedlich ausgeprägt ist. Darüber hinaus konnten Verbesserungsmöglichkeiten hinsichtlich der Integration der Mitarbeitenden am neuen Standort aufgezeigt werden (z.B. After-Work-Partys).

- Pendelverhalten

  Die Mitarbeitenden, die zuvor am alten Standort eingesetzt waren, legten nun im Durchschnitt eine weitere Wegstrecke zurück. Trotz des längeren Arbeitsweges war nur ein geringer Teil der Mitarbeitenden dazu bereit, auch den Hauptwohnsitz zu verlagern. Die Gründung eines Zweitwohnsitzes war nur für Mitarbeitende mit einem sehr weiten Arbeitsweg (150 km und mehr) eine Option.

- Bewertung der Entwicklung des neuen Standorts

  In diesem Bereich wurden Themen wie Lebensqualität und Entwicklung der Region abgefragt und wichtige Erkenntnisse gewonnen. Unter anderem konnte ermittelt werden, dass mehr als die Hälfte der Mitarbeitenden der Entwicklung positiv gegenüber stehen.

Die Rogator AG mit Sitz in Nürnberg wurde 1999 gegründet und entwickelte als eines der ersten deutschen Unternehmen eine Befragungssoftware für Marktforschungsprojekte. Seitdem hat sich das Unternehmen stetig weiterentwickelt und die beiden Geschäftsbereiche „Customer Feedback“ sowie „Employee Feedback“ aufgebaut.

Das Employee Feedback Expertenteam von Rogator bietet „Combined Competence“ für Ihre Befragungsprojekte und greift dabei auf weitreichende methodische Kenntnisse in der Konzeption, Erstellung und Auswertung von Mitarbeitendenfeedbacks jeglicher Form zurück. Darüber hinaus steht unseren Kunden ein breites Spektrum ausgereifter Dienstleistungen sowie passgenauer Software-Lösungen zur Verfügung. Dies wird ergänzt durch technisch-organisatorische Skills und Erfahrungen aus 25 Jahren Online-Forschung.

Getreu der Philosophie „More than you ask for“ denkt Rogator immer einen Schritt weiter. Durch maximale Kundenorientierung in Kombination mit innovativen und maßgeschneiderten Lösungen steht das Unternehmen für erfolgreiche Online-Forschung.

Rogator AG
Emmericher Straße 17
D-90411 Nürnberg

Tel.: + 49 911 8100 550
E-Mail: info@rogator.de

ISO 9001
Zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem
www.tuvsud.com/ms-zert

© Rogator AG