Mitarbeiterbefragung - Konzeptbeschreibung

factx

„Im Großen und Ganzen sind unsere Mitarbeiter recht zufrieden“

- Beginnen wir mit einer Binsenweisheit: „Eine der wichtigsten Grundlagen für den Unternehmenserfolg sind motivierte und leistungsbereite Mitarbeiter.“
- Aber: Während eine zunehmende Anzahl von Unternehmen Kundenzufriedenheitsanalysen systematisch durchführt, werden Untersuchungen der Mitarbeiterzufriedenheit eher noch vernachlässigt.
- Denn: In vielen Unternehmen ist man der Ansicht, die Zufriedenheit und Loyalität der Mitarbeiter bereits aus der Zusammenarbeit und Gesprächen hinreichend zu kennen.
- Wichtige Ansatzpunkte, die sich aus einer Mitarbeiterbefragung für eine Weiterentwicklung von Personal und Organisation ergeben, werden deshalb häufig nicht erkannt.

„Macht eine Befragung der Mitarbeiter überhaupt Sinn?“

Die Messung der Mitarbeiterzufriedenheit ist kein Selbstzweck, sondern erst die genaue Analyse ihrer Ergebnisse, die Ableitung von Maßnahmen und deren Umsetzung lassen die Mitarbeiterbefragung zu einem erfolgreichen Instrument der Unternehmensführung werden. Als konkrete Ziele lassen sich benennen:

- Erhebung eines langfristigen Stimmungsbarometers durch kontinuierliche Befragungen.
- Identifizierung von Ansatzpunkten zur Personal- und Organisationsentwicklung.
- Erhöhung der Mitarbeiterzufriedenheit.
- Nachhaltige Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen.
- Steigerung der Kundenzufriedenheit durch engagierte Mitarbeiter.

„Bestehen Sie auf den feinen Unterschied!“

Unternehmen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Geschäftsfelder, Größe, Organisationsstruktur und vielem mehr. Bei der Konzeption der Untersuchung sollten deshalb die spezifischen Anforderungen und Belange des Unternehmens berücksichtigt werden. Dies erfolgt in drei Schritten:

- Schritt 1: Analyse der Unternehmensstruktur und -bereiche.
- Schritt 2: Definition der individuellen Zielsetzungen, Anforderungen und Erwartungen.
- Schritt 3: Entwicklung des Fragebogens und Festlegung des methodischen Vorgehens.

„Machen Sie Nägel mit Köpfen!“

Sinnvolle Themen- und Fragestellungen innerhalb einer Mitarbeiterbefragung können sein:

- Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz, der Ausstattung und den Arbeitsmitteln.
- Zufriedenheit mit Arbeitsabläufen, Organisation und Prozessen.
- Zufriedenheit und Zusammenarbeit mit Kollegen und Vorgesetzten.
- Beurteilung der persönlichen Weiterentwicklung und Aufstiegschancen.
- Vergütung.
- Work-Life-Balance.
- Bewertung der Unternehmensstrategie bzw. des Geschäftsmodells.
- Identifikation mit dem Unternehmen.

„Keine Zauberei, sondern solides Handwerkszeug.“

Zwei methodische Vorgehensweisen stehen bei einer Mitarbeiterbefragung zur Auswahl, wobei die Online-Befragung gegenüber dem klassischen Papierfragebogen klare Vorteile bietet:

- Online-Befragung:
  Diese Methode empfiehlt sich, wenn Mitarbeiter der Zugang zum Fragebogen über den PC am Arbeitsplatz möglich ist. Vorteile der Online-Befragung sind die unkomplizierte Bereitstellung des Fragebogens, die sofortige Erfassung der Daten, eine klare Führung durch den Fragebogen (z.B. durch Filterführung), freie Sprachwahl bei mehrsprachigen Befragungen, freie Zeiteinteilung für die Beantwortung und strikte Anonymität der Befragung.
- Paper&Pencil Befragung:
  Diese Methode empfiehlt sich nur dann, wenn die Befragung über den PC am Arbeitsplatz nicht möglich ist, denn der organisatorische Aufwand ist deutlich höher.

„Nehmen Sie Ihre Mitarbeiter mit ins Boot.“

Mitarbeiterbefragungen werden in aller Regel eher selten oder auch erstmals durchgeführt. Zur Vermeidung von unzutreffenden Spekulationen oder Vermutungen sollten die Mitarbeiter deshalb frühzeitig über die Ziele und Rahmenbedingungen der Befragung informiert werden. Wir unterstützen Sie dabei durch:

- Transparente Information der Mitarbeiter über Ziele der Befragung.
- Frühe Einbindung des Betriebsrates.
- Beteiligung von Mitarbeitern bei der Konzeption der Befragung.
- Hinweis auf die Freiwilligkeit der Befragung.
- Gewährleistung der Anonymität der Befragung.
- Benennung eines Ansprechpartners für Rückfragen.

„Trau keiner Statistik,..

… die du nicht selbst erstellt hast.“ Die Befürchtung ist unbegründet, wenn die Ergebnisse transparent und nachvollziehbar gemacht werden.

- Bei der statistischen Auswertung der Daten werden sinnvolle Verfahren wie die Berechnungen von Korrelationen, Regressions- oder Faktoren-Analyse angewendet.
- Auf diese Weise lassen sich Unterschiede nach relevanten Teilgruppen und Zusammenhänge von Ergebnissen nachvollziehbar darstellen.
- Benchmarks helfen bei der Einordnung der Ergebnisse, ob im Teilgruppen- oder Zeitreihenvergleich oder im Vergleich zu Kennwerten aus anderen Befragungen.
- Wichtiges Gebot auch bei einer umfassenden Analyse bleibt die Wahrung der Anonymität der Befragten selbst. Diesem Gebot sowie den Richtlinien des Bundesdatenschutz-Gesetzes sind wir als Marktforscher immer verpflichtet

Last but not least

- Bei der Ableitung von Maßnahmen und deren Umsetzung unterstützen wir Sie gerne durch die Durchführung und Moderation von Führungskräfte- und Mitarbeiter-Workshops.

Institutsprofil

- Inhabergeführtes Full-Service-Institut
- Seit über 10 Jahren im Markt
- Sitz in Köln
- 9 feste Mitarbeiter
- Rund 400 freiberufliche Interviewer bundesweit
- Eigenes Call-Center mit 15 CATI-Plätzen

Produkte & Services

- Business-to-Business-Forschung
- Imageanalysen
- Konsumentenmarktforschung
- Kundenzufriedenheitsanalysen
- Markenkernanalysen
- Messeforschung
- Mitarbeiterbefragungen
- Produkttests
- Sponsoringforschung
- Werbeforschung

Methoden

- CAPI
- CASI
- CATI
- Conjoint-Verfahren
- Datenbankrecherche
- Focus-Gruppen
- Onlinebefragungen
- Qualitative Interviews
- Statistische Analysen
- TouchINT

Besondere Branchenkompetenz

- Fahrzeug- und Maschinenbau
- Finanzen und Versicherungen
- Messen und Veranstaltungen
- Nahrungs- und Genussmittel

Mitarbeiterbefragungen - Referenzen

- **AXA**
  CATI-Befragungen von 100 Vertriebspartnern
- **CEGOS**
  Online Befragung der Mitarbeiter
- **factx**
  Online Befragung von 400 freien Mitarbeitern
- **McDonald‘s Deutschland**
  Persönliche Befragung von 25 Managern und Crewmitarbeitern
- **Rheinisch-Westfälischer Genossenschaftsverband e.V.**
  Schriftliche Befragung von 300 Mitarbeitern

Kunden – Auswahl

Kontakt

Geschäftsführung: Christian Heiliger, Jürgen Löhrer

factx, Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung mbH
Sachsenring 40
50677 Köln

Telefon +49 221 222790
Fax +49 221 2227940
Mail info@factx.net
Web www.factx.de