EIN SENSIBLES THEMA: MITARBEITERBEFRAGUNGEN

Mitarbeiterbefragungen sind ein sensibles Thema. Einerseits kann man nicht auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter eingehen, ohne diese zu kennen. Andererseits dürfen die Ergebnisse nicht dazu führen, dass einzelne Mitarbeiter Nachteile befürchten müssen. Und schließlich führt eine schlechte Durchführung auch zu einem Imageverlust im Unternehmen. Deshalb haben wir viele hundert unserer Projekte analysiert und einige erfolgsrelevante Faktoren identifiziert. Herausgekommen ist ein Best Practice-Ansatz, mit dem wir Ihre Projekte sicher zum Erfolg führen.

Über den Erfolg einer Mitarbeiterbefragung (MAB) entscheidet die richtige Vorbereitung. Dazu gehören neben der Akzeptanz der Befragung auch die Gestaltung des Fragebogens, die Informationslogistik oder das Reporting. Das sind einige Kernpunkte unseres Best Practice-Ansatzes.

1. VERTRAUEN UND AKZEPTANZ

Die Akzeptanz der Umfrage bei den Mitarbeitern ist das Schlüsselkriterium schlechthin. Diese kann nur erreicht werden, wenn die Mitarbeiter darauf vertrauen, dass ihre Angaben anonym behandelt werden und die Auswertung keine Rückschlüsse auf einzelne Personen zulässt.

Bei elektronischen Befragungen können Sie die Anonymität auf unterschiedliche Weise sicherstellen. Über einen anonymen Zugang, so dass das Befragungssystem den Teilnehmer überhaupt nicht identifizieren kann, oder über spezielle Verfahren wie External ID, Unique Link, Cookies, Passwort- & TAN-Verfahren. Auch Dubletten schließen Sie mit diesen Verfahren zuverlässig aus.

Eine weitere Möglichkeit, die z.B. das von uns verwendete Befragungssystem, der Inquery® Survey Server erlaubt, ist die Einrichtung eines personalisierten Fragebogenzugangs bei gleichzeitiger Trennung von Personen- und Ergebnisdaten. Zudem lassen wir Gruppenergebnisse erst ab einer zuvor vereinbarten Mindestgröße zu.

2. FRAGEBOGENKONZEPTION UND -ERSTELLUNG

Definieren Sie zuerst Ihren Informationsbedarf. Die erste Überlegung darf nicht sein »Was könnten wir fragen?« sondern »Was wollen wir wissen?«. Und: Die Ergebnisse müssen praktisch nutzbar sein.

Um präzise Resultate zu erhalten sollten Ihre Fragen klar und eindeutig formuliert sein. Auch haben wir in unseren Projekten immer wieder gesehen, dass eine professionelle Gestaltung des Fragebogens im Corporate Design des Absenders zur Akzeptanz der Umfrage beiträgt. Von ähnlicher Bedeutung ist die Teilnehmerfreundlichkeit der Befragung. Bei Online-Befragungen sollten die Teilnehmer die Befragung jederzeit

unterbrechen und später an der betreffenden Stelle wieder aufnehmen sowie am Ende der Befragung ein Belegexemplar des ausgefüllten Fragebogens herunterladen können.

Erfolgskritisch für den Erfolg internationaler Befragungen ist ein funktionierender Fragebogen in der Landessprache, ob in Deutsch, Englisch, Kyrillisch, Chinesisch oder gar Arabisch mit Schreibrichtung von rechts nach links.

In der Theorie selbstverständlich, in der Praxis keineswegs: Ein Online-Fragebogen muss sicher funktionieren. Unabhängig vom Browser, bei deaktiviertem Java-Skript, ohne Plug-ins, durch Firewalls und mit internationalen Zeichensätzen. Mit einem Fragebogen in reinem HTML und Unicode sind Sie auf der sicheren Seite.

TIPPS FÜR DIE PRAXIS

- Informieren Sie Ihre Mitarbeiter rechtzeitig über die Befragung.
- Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass ein Gespräch zwischen uns als neutralem Partner und dem Betriebsrat entscheidend zur Akzeptanz der Projekte beitragen kann.
- Erarbeiten Sie die Themen vor der Fragebogenerstellung in Fokus-Gruppen. Dabei gilt die Regel: Keine Rundumschläge, sondern Konzentration auf das Wesentliche.
- Labeln Sie sowohl Papier - als auch Online-Fragebögen. So erhalten Sie für die Auswertung automatisch die Zuordnung zu Ihren Organisationseinheiten.

3. DURCHFÜHRUNG

Viele Befragungsprojekte setzen sich aus einer Mischung aus kostengünstigeren Online-Fragebögen und Papierfragebögen zusammen (Hybrid-Befragung). Die Logistik der Fragebogenverteilung und -erfassung ist dabei einer der zentralen Bausteine. Machen Sie Ihren Mitarbeitern die Teilnahme so leicht wie möglich: Wer sich erst eine Briefmarke organisieren muss, der wird möglicherweise von der Teilnahme absehen.

4. REPORTING

Als erfolgskritisch hat sich auch das Reporting erwiesen. Vor allem, wenn die Ergebnisse nach Ländern, Niederlassungen oder Abteilungen aufgeschlüsselt in individuellen Reports verteilt werden sollen. Und damit Sie nach der Befragung nicht alle Ihre Bereichs- und Abteilungsleiter auf eine mehrtägige Statistik-Schulung schicken müssen, sollten die Reports selbsterklärend sein.

HABEN SIE FRAGEN?

Als etablierter Dienstleister schöpfen wir aus einem Erfahrungsschatz aus über 1.200 Projekten. Und als Hersteller einer der flexibelsten und umfangreichsten Befragungslösungen, dem Inquery© Survey Server, haben wir stets direkten Zugriff auf alle technischen Ressourcen.

Ihre Fragen beantwortet Ihnen gerne Herr Tobias Wintergerst unter der Nummer +49-(0)731-93807-25 oder per E-Mail unter tobias.wintergerst@inworks.de.

Inworks GmbH, Hörvelsinger Weg 39, D-89081 Ulm,
Tel. +49 731 93807-0, E-Mail: info@inworks.de, www.inworks.de

inworks®