

Schritt für Schritt zu einer erfolgreichen Online-Mitarbeitendenbefragung

Zürich, 1. September 2014 – Richtig durchgeführt liefert eine Befragung von Mitarbeitenden wertvolle Erkenntnisse für die Unternehmensführung. Sie zeichnet nicht nur das Stimmungsbild der Belegschaft sondern zeigt auch Ansatzpunkte zur Optimierung von Unternehmensprozessen. Oftmals wird die Zeit nach den Sommerferien für ein solches Projekt genutzt, da dann die Chance am grössten ist, die Mitarbeitenden im Unternehmen möglichst zahlreich anzusprechen. [Information Factory](#), Spezialist für innovative Führungsprozesse und führender Anbieter für E-Government-Lösungen in der Schweiz, stellt nun einen kurzen Leitfaden für eine erfolgreiche Online-Mitarbeitendenbefragung vor.

1. Auf das Wesentliche konzentrieren

Bei einer Mitarbeitendenbefragung sollten grundsätzlich nur Themen ins Visier genommen werden, die für das Unternehmen hochrelevant sind und bei denen sich auch Veränderungen umsetzen lassen. Daher muss das Messinstrument – der Fragebogen – auch genau auf das Unternehmen und die Strategie zugeschnitten sein. Auf keinen Fall sollten Mitarbeitende mit ellenlangen Fragebatterien konfrontiert werden. Das steigert die Abbruchquote und/oder schafft einen „Informationsfriedhof“. Es gilt daher, vor Start der Befragung genügend Sorgfalt in den Fragebogen zu investieren. Oftmals reicht ein Umfang von 20 bis 25 Fragen, um Motivation und Aufmerksamkeit der Mitarbeitenden halten zu können und um gleichzeitig an die gewünschten Informationen zu kommen.

2. Möglichst viele ins Boot holen

Grundsätzlich empfiehlt es sich, Mitarbeitendenbefragungen als Vollerhebung durchzuführen. So erhält man aussagekräftige Ergebnisse, die durch die Erhebung von Einzelmeinungen im Arbeitsalltag nicht erreicht werden könnten. Ausserdem kommen so nahezu alle Mitarbeitenden als Experten ihrer Arbeitsumgebung zu Wort und erfahren somit auch Wertschätzung. Gute Softwarelösungen unterstützen bei der praktischen Umsetzung der Vollerhebung. Denn sie ermöglichen es, dass auch Mitarbeitende, die nicht über eine eigene E-Mail-Adresse verfügen, an der Befragung teilnehmen können. Das ist in produktionsintensiven Betrieben nicht selten. In einem solchen Fall wird der Befragungslink z.B. im Intranet eingebunden, und Mitarbeitende können über Terminals an der Befragung teilnehmen.

3. Anonymität sicherstellen

Eine der wichtigsten Voraussetzungen für ehrliche Rückmeldung der Mitarbeitenden ist es, Anonymität zu garantieren. Das stellen gute Online-Tools automatisch sicher. Dafür werden bei

der Auswertung vom System keine personen-identifizierenden Merkmale eines Teilnehmers gespeichert, sondern nur allgemeine Daten, die für die anonymisierte Auswertung wichtig sind. In der Regel ist das die Abteilungs- oder Teamzugehörigkeit. Ist der Fragebogenrücklauf für eine dieser Organisationseinheiten kleiner als eine vorher definierte Grenze, dann wird kein Bericht für diese Abteilung erstellt, die Ergebnisse fließen jedoch in die übergeordnete Einheit ein und gehen damit nicht verloren. Wichtig ist hier die Kommunikation: So sollte im Vorfeld der Befragung, spätestens jedoch bei der Einladung zur Teilnahme klar kommuniziert werden, dass die Anonymität gesichert ist.

4. Marketing nicht vergessen

Auch eine Mitarbeitendenbefragung profitiert von Marketing. Dabei lohnt es sich, über ein einfaches Begleitschreiben oder eine E-Mail, in der die Hintergründe der Befragung dargelegt werden, hinauszugehen. So sorgen Plakate mit Hinweisen zur Befragung an häufig frequentierten Orten wie Aufzügen oder Kantinen für erhöhte Aufmerksamkeit, ebenso öffentliche Ankündigungen auf Betriebsversammlungen oder Info-Veranstaltungen. Von Vorteil ist insbesondere, wenn auch die Unternehmensleitung direkt Impulse setzt und zur Teilnahme animiert. Und auch während der laufenden Befragung darf die Werbetrommel weiter gerührt werden. Im Rahmen dessen verzeichnen gute Online-Tools einen weiteren Pluspunkt: Das Echtzeit-Monitoring, über das Führungskräfte die aktuelle Rücklaufquote ihrer Abteilung sehen und ihre Teams bei Bedarf nochmals auf die Bedeutung ihrer Teilnahme hinweisen können.

5. Ergebnisse (inter-)aktiv nutzen

Sind ausgereifte Online-Befragungstools im Einsatz, können die Befragungsergebnisse grafisch dargestellt für jede vorab definierte Organisationseinheit (Team/Abteilung) per Mausklick ausgegeben werden. Das Berechtigungssystem stellt automatisch sicher, dass am Ende jeder den richtigen Bericht erhält. Jede Führungskraft kann dann die Ergebnisse ihres Teams herunterladen. Wichtig ist, dass jede(r) Mitarbeitende Feedback erhält – idealerweise anhand des Berichts seiner/ihrer Organisationseinheit. Aus den Ergebnissen sollten im nächsten Schritt konkrete Handlungsanweisungen abgeleitet werden. Denn eine Mitarbeitendenbefragung kann letztendlich nur dann Früchte tragen, wenn die Ergebnisse nicht in der Schublade landen sondern als Basis für konkrete Folgemaßnahmen dienen.

„Erfolgreiche Mitarbeiterbefragungen stehen für eine kooperative Informationskultur im Unternehmen und liefern dem Management wertvolle Informationen von der Basis. Die Messung der Mitarbeitermotivation, der Identifikation mit dem Unternehmen und der Einstellung zu zentralen Themen ermöglichen es, Prozesse zu optimieren und die Zusammenarbeit im Unternehmen über alle Abteilungen und Hierarchiestufen hinweg langfristig zu verbessern“, ergänzt Claudia Conrads, Beraterin bei Information Factory.

Weitere Informationen zu Mitarbeitendenbefragungen von Information Factory sind [hier](#) verfügbar.

Die wichtigsten Erfolgstreiber von (360-)Feedbackverfahren können [hier](#) nachgeschlagen werden.

Über Information Factory

Information Factory ist ein Beratungsunternehmen und Softwarehaus für massgeschneiderte Führungs- und Performance- Management-Lösungen. Als strategischer Partner baut das Unternehmen für seine Kunden und ihre Führungskräfte individuelle Prozesslösungen, um Wissen gezielt zu nutzen und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Zu den Kunden von Information Factory zählen namhafte Unternehmen wie Audi, Axpo, Migros, Interhyp, UBS, Zürcher Kantonalbank, Immobilienscout24, Fitness First, die Universität St. Gallen sowie Organisationen der öffentlichen Verwaltung. Information Factory wurde 1996 von Dr. Georg Geyer als Spin-off der Hochschule St. Gallen gegründet. Das Unternehmen hat Standorte in Nürnberg und Zürich.

Pressekontakt

Information Factory

Aleksander Szumilas/Claudia Conrads

+41 (0) 432683929

presse@information-factory.com

www.information-factory.com