

QM PRAXIS

Mitarbeiter- und Kundenbefragungen, Teil 1

Über das Ziel und den Nutzen von Befragungen

Strukturierte Befragungen stellen einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die Entwicklung eines Unternehmens dar. Neben den zu ermittelnden Leistungsindikatoren, wie der Mitarbeiterfluktuation, der Krankenquoten, der Verteilung von Kundengruppen oder der Verweildauer von Kunden, sind Befragungen die bevorzugte Vorgehensweise, um die subjektive Wahrnehmung der Befragten zu ermitteln.

Vor der Befragung positive Signale setzen

Hierbei sollte ein Kreis von Mitarbeitern in den gesamten Prozess eingebunden werden. Verfügt das Unternehmen über einen Betriebsrat, so ist dieser auf alle Fälle hinzuzuziehen. Denn Mitarbeiter zur Teilnahme an einer Befragungsentwicklung zu bewegen, ist besonders für das Thema Mitarbeiterbefragung schwierig. Die Kollegen, die eine Befragung entwickeln, möchten nicht für eine mögliche Unzufriedenheit nach der Befragung verantwortlich sein. Dennoch: Je mehr Mitarbeiter von der Durchführung einer Befragung überzeugt sind, umso besser wird sich die Beteiligung darstellen. Hier müssen die Führung und das Qualitätsmanagement positive Signale setzen.

„Seilschaften“, Verknüpfungen oder Verbindungen. Des Weiteren besteht durch die externe Durchführung die Möglichkeit, Kosten im Bereich der Einführung von möglichen statistischen Verfahren zu sparen.

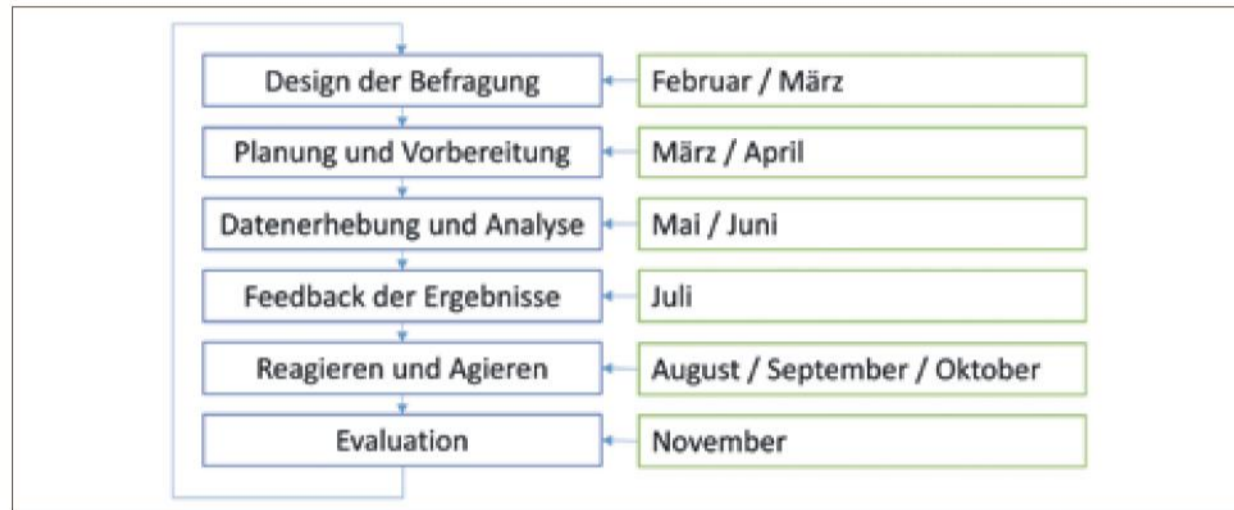
// Egal, wie ein Unternehmen entscheidet: Es ist immer besser, eine Befragung durchzuführen, als diese ganz zu unterlassen. //

FRANK VON PABLOCKI

Ein interessanter Ansatz besteht darin, ein Projektteam aus eigenen Mitarbeitern und externen Beratern zu bilden, das die beiden voranstehend beschriebenen Vorzüge vereint.

Egal, wie ein Unternehmen entscheidet: Es ist immer besser, eine Befragung durchzuführen, als diese ganz zu unterlassen.

■ Der Autor ist Diplom-Psychologe mit einer Weiterqualifikation zum Controller bei SP-Kommunikation, Beratung - Kommunikation - Coaching in Tornesch.



Der Zeitplan für die Durchführung einer Befragung sollte im Vorwege genau definiert werden. Die Grafik zeigt einen möglichen Projekttablauf, der auf ein Kalenderjahr ausgelegt ist. Grafik: von Pablocki

VON FRANK VON PABLOCKI

Tornesch // Über Befragungen sollen in der Regel die Wünsche, Bedürfnisse und die Zufriedenheit mit dem Unternehmen erhoben werden. Dieses gilt für die Kundenbefragung, die ihren Schwerpunkt auf die Zufriedenheit mit den Dienstleistungen und dem Unternehmen legt, genauso wie für die Mitarbeiterbefragung, die die Zufriedenheit mit den Strukturen und der eigenen Wahrnehmung im Hinblick auf die Arbeitsaufgabe in den Mittelpunkt stellt.

Dabei ist die Ermittlung der Wahrnehmung der Kunden bzw. Mitarbeiter aus keinen modernen Managementansatz mehr wegzudenken. Wie soll ohne die Meinung der wesentlichen Interessensgruppen eine zielgruppenorientierte Unternehmensentwicklung stattfinden?

Bevor jedoch mit einer Befragung begonnen werden kann, muss sich die Unternehmensleitung folgende Fragen stellen:

1. Stehen ausreichend Ressourcen (Mitarbeiter, Finanzen) zur Verfügung, um eine Befragung von Anfang bis zum Ende durchführen zu können? Eine Befragung muss geplant, durchgeführt und ausgewertet werden. Hierfür sind Arbeitsstunden und Finanzmittel (Druck, Porto, EDV) notwendig. Die Ergebnisse sollten in Mitarbeiterbesprechungen präsentiert werden. Workshops zur Ableitung von Maßnahmen sind ebenfalls in die Planung mit einzubeziehen.
2. Haben die Leitung und die Mitarbeiter ein wirkliches Interesse an den Ergebnissen der jeweiligen

Befragung? Menschen, die an einer Befragung teilnehmen, haben in der Regel den Wunsch, dass ihre Meinung ernst genommen wird. Das bedeutet, dass das Unternehmen bereit sein muss, mit den Kunden bzw. Mitarbeitern in den Diskurs zu treten, um mögliche Veränderungen zielführend für beide Seiten zu bewirken.

Zeitplan der Befragung genau definieren

Der Zeitplan für die Durchführung einer Befragung sollte im Vorwege genau definiert werden. Neben dem Design der Befragung ist vor allem die Kommunikation im Unternehmen zum Thema Befragungen wichtig. In diesem Zusammenhang sollte schon im Vorfeld der Befragungsdurchführung mit den Zielgruppen ins Gespräch gegangen werden, um die unternehmerische Zielsetzung der Befragung zu kommunizieren. In jenem Schritt können die ersten Regeln für die Befragung angesprochen werden. Die Teilnahme an einer Befragung ist immer freiwillig und hat keine persönliche Konsequenz für die Zukunft.

Es kommt häufig vor, dass sich Kunden davor scheuen, ehrliche Antworten zu geben. Ergebnisse aus anderen externen Befragungen zeigen, dass Kunden im direkten Gespräch nicht immer ehrlich sind. Dieses ist die größte Hürde im Zusammenhang mit Befragungen. Genauso glauben Mitarbeiter im Vorfeld häufig nicht daran, dass sich durch die Befragung etwas im Unternehmen zum Positiven verändern wird.

Befragung als „selbsterfüllende Prophezeiung“

Befragungen, die von vornherein als „selbsterfüllende Prophezeiung“ ausgelegt sind, sollten nicht durchgeführt werden. Als Beispiel hierfür sind diejenigen Kunden zu nennen, die zwar in direkten Gesprächen Veränderungswünsche äußern, durch die Befragung jedoch dazu gedrängt werden, ein positives Bild zu zeichnen. Auf der anderen Seite spiegeln die Mitarbeiter bei einer Befragung wider, dass es keinerlei Entwicklungspotenziale gibt. Wenn ein Unternehmen sich dazu entschließt Befragungen durchzuführen, dann sollte es auch den Mut dazu haben, auf gesteuerte Art und Weise den „Finger in die Wunde zu legen.“

Altenheim KONFERENZEN
Lösungen fürs Management

IHRE TOP-THEMEN:

- Vor Ort beim Preisträger: Pflegekonzept bringt treue Kunden
- So binden Sie Mitarbeiter emotional ans Unternehmen
- Betriebliches Gesundheitsmanagement als Erfolgsfaktor
- Nachwuchskräfte: Wie Sie gute Auszubildende finden

Exkursion:
Top Personal gewinnen und halten –
Erleben Sie erfolgreiche Unternehmen live!

In Kooperation mit

25. November 2015 in Berlin

Vincenz Network veranstaltungen@vincenz.net | www.altenheim-konferenzen.de
Veranstaltungsreferent Christoph Schulz | T +49 511 9910-175 | F +49 511 9910-199

DIE THEMEN DER REIHE

1. „Ziele und Nutzen von Befragungen“
2. Aufbau und Inhalte der Befragungen
3. „Durchführung und Auswertung von Befragungen“