



Online-Mitarbeiterbefragung

Fallstudie eines Herstellers für Outdoor-Artikel



Key Learnings

1. Produktionsbereiche sind für Online-Mitarbeiterbefragungen schwieriges Terrain. Mit den richtigen Maßnahmen steht einer erfolgreichen Durchführung allerdings nichts im Wege.
2. Für eine hohe Teilnahmequote ist das Commitment der Führungskräfte essentiell. Ihre Werbung für die Mitarbeiterbefragung hat einen großen Einfluss auf die Teilnahmebereitschaft.
3. Bei der Daten-Auswertung ist es wichtig, verschiedene Bereiche / Abteilungen / Teams separat auszuwerten. Nur dadurch wird ersichtlich, an welchen Stellen Maßnahmen sinnvoll sind.
4. Ampelsysteme oder andere Interpretationsrichtlinien erleichtern den Zugang und die Arbeit mit den Ergebnissen.

1. Das Ziel

Zufriedenheit der Mitarbeiter mit unterschiedlichen Unternehmensaspekten ermitteln

Ein mittelständische Unternehmen mit ca. 200 Mitarbeitern hatte Rogator damit beauftragt, die Zufriedenheit der Mitarbeiter anhand verschiedener Aspekte des Unternehmens zu messen. Elemente einer Gefährdungsbeurteilung sollten ebenfalls Bestandteil der Messung sein.

Die Rogator AG entwickelte in Abstimmung mit dem Kunden einen Fragebogen, der folgende Themen behandelte:

- Motivation
- Engagement
- Information / Kommunikation
- Zusammenarbeit / Kollegen
- Aufgaben / Tätigkeiten
- Arbeitsbedingungen
- Arbeitsplatzausstattung
- Persönliche Entwicklung / Vergütung
- Direkter Vorgesetzter
- Kontinuierliche Verbesserung
- Unternehmensstrategie / Geschäftsführung

Um konkrete Handlungsempfehlungen ableiten zu können, wurden die Befragungsergebnisse im Anschluss nach Unternehmensbereichen getrennt ausgewertet.

2. Der Weg

Digital trotz hoher Anzahl an Produktionsmitarbeitern

Die Befragung sollte aus Effizienzgründen in jedem Fall online durchgeführt werden. Eine große Herausforderung war dabei allerdings die hohe Anzahl an Mitarbeitern in der Produktion, die keinen PC am Arbeitsplatz zur Verfügung haben.





Jeder Mitarbeiter erhielt über die Lohnabrechnung eine Papier-Einladung zur Mitarbeiterbefragung. Auf dem Anschreiben war ein Link bzw. ein QR-Code zur Online-Umfrage sowie ein Zugangscode für den Login abgedruckt. Durch den Code wurde sichergestellt, dass jeder Mitarbeiter nur einmal an der Befragung teilnehmen konnte.

Gleichzeitig waren die Codes mit dem Unternehmensbereich des Mitarbeiters verknüpft, sodass eine Zuordnung der Ergebnisse zu Abteilungen und Bereichen im Nachgang problemlos möglich war. Die Mitarbeiter eines Bereichs konnten jedoch ihre Zugangscodes auch untereinander tauschen. Dadurch wurde die Anonymität der Umfrage glaubhaft vermittelt und es war sichergestellt, dass die Angaben nicht auf Einzelpersonen zurückzuführen waren.

Der entwickelte Fragebogen wurde in eine Online-Umfrage überführt und in einem Responsive Design erstellt. Da bei machen Mitarbeitern auch eine gewisse Sprachbarriere vermutet wurde, entschied man sich für die Verwendung von Smileys bei den Antwortkategorien, um die Beantwortung zu erleichtern. Abbildung 1 zeigt auf der folgenden Seite einen Screenshot aus der Online-Umfrage.

Motivation / Engagement

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie folgenden Aussagen zustimmen:

	stimme absolut zu 	stimme eher zu 	teils-teils 	stimme eher nicht zu 	stimme absolut nicht zu 	keine Angabe
Ich habe meine Arbeit in den letzten 12 Monaten mit Freude erledigt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin motiviert, jeden Tag bei der Arbeit mein Bestes zu geben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich bin motiviert, mehr zu tun als eigentlich von mir verlangt oder erwartet wird.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich würde als Arbeitgeber im Freundes- und Familienkreis weiterempfehlen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn ich im Freundes- und Familienkreis zu gefragt werde, dann habe ich nur Gutes zu erzählen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wenn ich heute noch einmal zu entscheiden hätte, würde ich mich wahrscheinlich wieder für als Arbeitgeber entscheiden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich denke selten daran, zu verlassen und woanders zu arbeiten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zurück <<

>> Weiter

Abb. 1: Screenshot Online-Umfrage

Mitarbeitern ohne PC wurde die Wahl gelassen, ob Sie die Umfrage zu Hause, auf ihrem Smartphone oder auf einem zur Verfügung gestellten PC auf der Arbeit ausfüllen möchten.

Erfahrungsgemäß erfolgt die Teilnahme bei einer Papier-Einladung eher schleppend. Dank wiederholter Erinnerung der Mitarbeiter durch die Geschäftsführung und die Führungskräfte konnte am Ende eine Rücklaufquote von 68% erreicht werden.

Mitarbeiter mit einem PC am Arbeitsplatz konnten die Umfrage dort ausfüllen.

3. Das Reporting

Einfach verständlich und gleichzeitig detailliert

Die Ergebnisse wurden in einem Gesamtbericht für das Unternehmen sowie in Ergebnisberichten für die einzelnen Bereiche zusammengefasst. Der Berichtsaufbau und die Gestaltung wurden in Abstimmung mit dem Kunden erstellt. Dabei wurde ein Aufbau gewählt, der die Ergebnisse vom Allgemeinen bis ins Detail analysiert.

Für eine einfachere Interpretation der Ergebnisse wurden die Werte in ein Ampel-System transferiert, wodurch gute, mittlere und kritische Ergebnisse schnell erkannt werden konnten.

Die Ergebnisberichte waren folgendermaßen aufgebaut:

- 1) Analyse der Gesamtzufriedenheit der Mitarbeiter
- 2) Durchschnittliche Bewertung unterschiedlicher Themenfelder:
Für die abgefragten Themenfelder wurden Indices abgeleitet, um einen Überblick zu ermöglichen, welche Aspekte des Unternehmens gut oder eher kritisch beurteilt wurden (s. Abbildung 2).

Hier sehen Sie eine Ergebnisübersicht je Abteilung.




Themenbereich	Bereich 1	Bereich 2	Bereich 3	Bereich 4	Bereich 5	Bereich 6	Bereich 7	Bereich 8
Rücklaufquote	75% (n=8)	79% (n=20)	81% (n=10)	88% (n=18)	57% (n=80)	73% (n=21)	83% (n=22)	92% (n=9)
Gesamtzufriedenheit	●	●	●	●	●	●	●	●
 SAY	●	●	●	●	●	●	●	●
 STAY	●	●	●	●	●	●	●	●
 STRIVE	●	●	●	●	●	●	●	●
A Motivation / Engagement	●	●	●	●	●	●	●	●
B Information / Kommunikation	●	●	●	●	●	●	●	●
C Zusammenarbeit / Kollegen	●	●	●	●	●	●	●	●
D Aufgaben / Tätigkeiten	●	●	●	●	●	●	●	●
E Arbeitsbedingungen	●	●	●	●	●	●	●	●
F Arbeitsplatzausstattung	●	●	●	●	●	●	●	●
G Persönliche Entwicklung / Vergütung	●	●	●	●	●	●	●	●
H Direkter Vorgesetzter	●	●	●	●	●	●	●	●
I Kontinuierliche Verbesserung	●	●	●	●	●	●	●	●
J Unternehmensstrategie / Geschäftsführung	●	●	●	●	●	●	●	●

Abb. 2: Screenshot Auswertung

3) Mitarbeiter-Engagement:

Das Mitarbeiter-Engagement wurde analog zum SAY-STAY-STRIVE Modell von Aon Hewitt abgefragt und ausgewertet (s. Abbildung 3).

Hier sehen Sie das Engagement-Level Ihrer Mitarbeiter, unterteilt nach den SAY, STAY und STRIVE Komponenten:

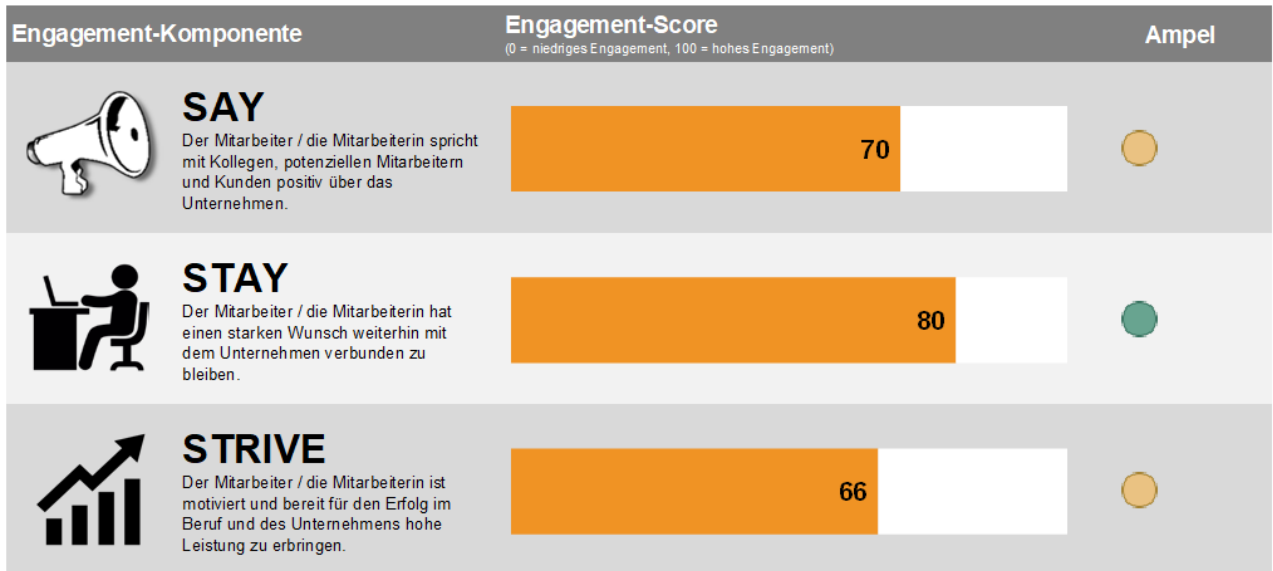


Abb. 3: Screenshot Auswertung Mitarbeiter-Engagement

4) Ergebnisübersicht nach Personengruppe:

Um Bedürfnisse bestimmter Personengruppen zu identifizieren, wurden die Ergebnisse auch nach Alter, Betriebszugehörigkeit und Geschlecht ausgewertet.

5) Analyse der am besten und am kritischsten bewerteten Fragen:

Damit die wichtigsten Pain-Points schnell ersichtlich sind, wurden die Fragen nach Ihrem Ergebnis sortiert und die Top und Bottom Items isoliert.

6) Auswertung der einzelnen Themenbereiche:

Hier wurden die Ergebnisse zu jedem der 10 Themenfelder im Detail dargestellt.

7) Reflexion, Ziele und Maßnahmen:

Für den Berichtsempfänger wurden noch Leitfragen zur Ergebnisreflexion angefügt.

4. Die Erkenntnisse

Besondere Herausforderungen bei Online-Umfragen im Produktionsbereich

Produktionsbereiche stellen bei Online-Mitarbeiterbefragung oftmals ein schwieriges Terrain dar, da die Mitarbeiter in der Regel nicht über einen Arbeits-PC oder geschäftliche Email Adressen verfügen. Will man die Befragung dennoch ausschließlich online durchführen, müssen insbesondere folgende Punkte beachtet werden:

- 1) Es werden mehr Personen über mobile Devices teilnehmen. Das Umfrage-Design muss somit in jedem Fall responsive sein.
- 2) Die Möglichkeit von Remindern ist eingeschränkt. Deshalb ist es wichtig, dass Team-/ Schichtleiter regelmäßig an die Befragung erinnern.
- 3) Für alle Fälle sollte ein PC bereitgestellt werden, denn nicht alle Mitarbeiter verfügen über ein Smartphone oder einen PC zu Hause.

Interpretationshilfen und Ampelsystem

Für viele Berichtsempfänger ist es schwierig, quantitative Daten qualitativ einzuordnen, was die Arbeit mit den Ergebnissen erschwert. Richtlinien und ein Ampelsystem erlauben einen einfachen Zugang zu den vorliegenden Daten und lenken den Fokus auf die signifikantesten Ergebnisse.

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 „Market Research“ sowie „Employee Research“ aufgebaut.

Das Employee Research-Expertenteam von Rogator bietet „Combined Competence“ für Ihre Befragungsprojekte und greift dabei auf weitreichende methodische Kenntnisse in der Konzeption, Erstellung und Auswertung von Mitarbeiterfeedbacks 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 20 Jahren Mitarbeiterforschung.

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: team-er@rogator.de

