



SEILBAHNEN INTERNATIONAL

LEITNER
NEUE ÄRA AUF
DER PLOSE

ÜBERBLICK
NEUE BAHNEN
IM DACH-RAUM

SEILPFLEGE
NEUE TECHNOLOGIE
UND TIPPS

MITARBEITER GEZIELT BEFRAGEN: OPTIMIERUNGSBEDARF HERAUSARBEITEN

Viele Wartungen sind behördlich vorgeschrieben. Andere Optimierungen werden oft übersehen. Mitarbeitende zu befragen fördert effizient Felder mit Handlungsbedarf zutage.

Wo gibt es im Unternehmen abseits behördlich vorgeschriebener Wartungen und Verbesserungen Handlungsbedarf? Wo ist Weiterentwicklung gefragt? Und welcher Optimierungsbedarf wurde bisher übersehen? Drei von zahlreichen Fragen, die sich jedes Unternehmen regelmäßig stellen sollte. Oder noch besser, die es insbesondere auch den Mitarbeitenden stellen sollte, um möglichst frühzeitig Bereiche, in denen Weiterentwicklung ratsam ist, aufzudecken.

Effizient, einfach und motivierend

Das eigene Team zu befragen — anonym, gezielt und mit konkreten, aktuellen Fragestellungen — fördert zukunftsgerichtetes Denken und legt offen, wo Mitarbeitende welchen Verbesserungsbedarf sehen.

Das betrifft das Marketing ebenso wie alle anderen Unternehmensbereiche. Zentral von Bedeutung ist, dass auf Grundlage der Befragungsergebnisse konkrete Maßnahmen gesetzt werden. Je nach Unternehmensgröße kann die Befragung selbst gestaltet oder gemeinsam mit MarktforschungsspezialistInnen umgesetzt werden. Kleinere Unternehmen kommen mit auszufüllenden Fragebögen, die in Printform anonym abgegeben werden, gut zurecht. Für größere Unternehmen sind Lösungen, die digitale Auswertungsmöglichkeiten bieten, ratsam.

Jede Art von Befragung soll anonym erfolgen, um sicherzustellen, dass auch kritische/negative Aspekte angesprochen werden. Alle Mitarbeitenden sollten die Möglichkeit haben, sich zu äußern, dürfen aber keinen „Zwang“ zur Teilnahme verspüren. Die Menge der Fragen sowie die erforderliche Bearbeitungszeit je antwortender Person ist so gering wie möglich zu halten. Wichtig ist Transparenz bei den Ergebnissen und das bereits angesprochene Setzen konkreter Maßnahmen auf Basis der Ergebnisse. Sinnvoll ist es, entsprechende Befragungen regelmäßig, etwa einmal jährlich, durchzuführen.



Das eigene Team zu befragen fördert zukunftsgerichtetes Denken und legt offen, wo Mitarbeiter Verbesserungsbedarf sehen. Foto: Unsplash

Wie reagieren die Befragten?

Für drei Viertel der Mitarbeitenden sind Befragungen ein sehr gut geeignetes Instrument, um Schwachstellen, Felder mit Handlungsbedarf und Probleme im Unternehmen aufzudecken. Das zeigt eine aktuelle Studie zur Sicht der Befragten auf Mitarbeiterbefragungen, die vom österreichischen Marktforscher Marketagent erstellt wurde.

„Der Wunsch gefragt zu werden, ist groß“, fasst Marketagent die Ergebnisse zusammen. Die Teilnahmebereitschaft sei mit 94 Prozent sehr hoch, ebenso wie die Erwartungshaltung, ausgelöst durch Befragungen. Insgesamt kommen Mitarbeiterbefragungen bei jüngeren Generationen (GenZ und Millennials, den bis zu 40-/45-Jährigen) besser an, als bei den Älteren (GenX und Babyboomer, den über 45-Jährigen). Neun von zehn Befragten erwarten sich echtes Interesse an ihrer

Meinung und dass die Ergebnisse ernstgenommen würden, so die Studie. Auch sehr wichtig sind die „unkomplizierte Teilnahmemöglichkeit“ (86,1 Prozent) und die Anonymität (80,1 Prozent).

Überdies rät Marketagent dazu, den Zweck der Befragung klarzulegen, die Ergebnisse zu kommunizieren und daraus zeitnah Maßnahmen abzuleiten. Denn gerade mit besagter Kommunikation der Ergebnisse ist nur die Hälfte der Befragten zufrieden. Und nur 4 von 10 haben das Einleiten von Veränderungen anhand der Ergebnisse wahrgenommen. Richtig eingesetzt haben Befragungen positive Auswirkungen auf das Arbeitsklima und die Motivation im Team. *Quelle: Wenn der Arbeitgeber fragt; Marketagent & Brandmeisterei, 30.5.23*

Oliver Pichler