

Mitarbeiterbefragung

Zufriedenheit, Motivation

Kurzbeschreibungen-Inhaltsangaben
zu Publikation

Autor: Jörg Becker

(erschieden im BoD Verlag)

Ein Unternehmen hat nicht nur externe Kunden, sondern auch interne Kunden, nämlich in diesem Fall seine Mitarbeiter. Diese internen Kunden haben ähnliche Eigenschaften und Bedürfnisse wie die externen Kunden. Mitarbeiter sind mit ihren Fähigkeiten einer der teuersten Produktionsfaktoren, auf die sich letztlich die Produktivität aller anderen Faktoren zurückführen lässt. Die Humanfaktoren sind zudem der einzige Produktionsfaktor, der aus sich selbst heraus wachsen kann: alle anderen unterliegen einem ständigen, abzuschreibenden Werteverzehr. Die Investitionen in eine Mitarbeiterbefragung müssen ebenso strategisch wie im Bereich des Anlage- und Umlagevermögens geplant und vorbereitet werden.

Ein gutes Betriebsklima gehört zum wichtigen Kapital eines Unternehmens, das allerdings in keiner Bilanz aufgeführt wird. Die Selbsteinschätzung von Vorgesetzten und ihre Bewertung durch deren Mitarbeiter driften oft auseinander. Der Diskrepanz zwischen Selbstbild und Fremdbild liegt ein Kommunikationsdefizit zugrunde, das mit Hilfe von Mitarbeiterbefragungen abgebaut werden kann. Dieses Personalführungsinstrument kommt nicht nur für Großbetriebe in Betracht, sondern eignet sich ebenso und vielleicht sogar besonders auch für Klein- und Mittelbetriebe (KMU).

- Dem Betriebsklima auf die Spur kommen
- Andocken am Gerüst der Wissensbilanz
- Ausgangslage: Bewertung Wissensfaktoren
- Ausgangslage: Wissensbilanz-Ampeldiagramme
- Ausgangslage: Wissensbilanz-Portfolios
- Marktforschung beim Kunden „Mitarbeiter“
- Information und Anleitung
- 66 wichtige Fragen an die Mitarbeiter
- Anschließende Umsetzungsphase
- Rasterfahndung nach Leistungsbremsen

- Mitarbeiterbefragung im Potenzial-Portfolio
- Verknüpfung Mitarbeiterbefragung-Wissensbilanz



Für den Geschäftserfolg sind Mitarbeiter zu wichtig, um bezüglich deren Motivation und Zufriedenheit einfach zur Tagesordnung übergehen zu können. Die hierzu verfügbaren Informationsquellen müssen daher nicht nur sorgsam gewählt, sondern ebenso sorgsam ein- und umgesetzt werden. Eine Möglichkeit bestünde vielleicht im umfassenden Denkansatz einer Wissensbilanz, gepaart mit diversen hieraus ableitbaren Maßnahmen und Handlungsempfehlungen wie den beispielsweise hier herausgesuchten Werkzeugen der Mitarbeiterbefragung.

Zwar hat man es in der Wissensbilanz vorwiegend mit qualitativen, manchmal als „weich“ abqualifizierten Faktoren zu tun. Denn größere Akzeptanz wird vielfach nur solchen Faktoren beigemessen, die Cent-genau (z.B. Umsatz, Gewinn) darstellbar sind. Mit diesem Buch wurde angestrebt, diese beiden Werthaltungen miteinander zu auszu-söhnen, indem auch für Faktoren wie „Zufriedenheit“ und „Motivati-on“ Darstellungsformen gewählt wurden, wie sie in Planungs- und Managementsystemen üblich sind. Die Wissensbilanz unternimmt deshalb Anstrengungen, um sich in das Management-Berichtswesen zu integrieren und bietet hierfür u.a. auch Portfolioinstrumente an. Die Mitarbeiterbefragung ist nicht zuletzt ein Marktforschungsinstrument für den Kunden „Mitarbeiter“, um auch subjektive Stim-mungen in der Belegschaft aufspüren zu können.

