

## **Mitarbeiterbefragungen: Ohne Kommunikation, Konsequenz und Offenheit läuft gar nichts!**

com.X fragte Personal- und Kommunikationsverantwortliche zu Erfahrungen, Zielen und Problemen bei der Durchführung von Mitarbeiterbefragungen.

Bochum, 10. Februar 2002

Gezielte Schwachstellenanalysen, die Signalisierung von Offenheit und Dialogbereitschaft sowie das Einbeziehen der Mitarbeiter in aktuelle Veränderungen und Gestaltungsprozesse sind die Hauptziele, die Personal- und Kommunikationsprofis mit dem Führungsinstrument Mitarbeiterbefragung verbinden. Zwischen 56 und 60 Prozent der über 100 Befragten aus mittleren bis größten in Deutschland tätigen Unternehmen nannten in der com-X Umfrage diese Ziele in ihrer persönlichen Top 3-Liste.

„Mit der Befragung wollten wir eine andere Perspektive zum Thema Mitarbeiterbefragung liefern, als die der üblichen ‚Betroffenen‘ - nämlich der Mitarbeiter selbst,“ erklärt Thomas Quast, Geschäftsführer des Bochumer Instituts com.X, Spezialist für Mitarbeiterbefragungen und Unternehmenskulturforschung. „Diese Befragung ergänzt eine unternehmensübergreifende com.X-Umfrage unter Arbeitnehmern zum gleichen Thema, die im Jahr 2000 viel Interesse fand“, so Quast weiter. In dieser Befragung hatten sich - anders als oft von Personalverantwortlichen befürchtet - bis zu 80 Prozent der befragten Mitarbeiter positiv zu Instrumenten wie Befragungen und Leitbildern geäußert.

Mehr als 70 Prozent der Personalverantwortlichen meinen zwar ebenfalls, dass Mitarbeiter innerbetriebliche Befragungen als Mitgestaltungschance begreifen, zugleich stimmen aber auch fast 60 Prozent der Einschätzung zu, dass viele Mitarbeiter Befragungen für Geld- und Zeitverschwendung halten. Eine zu Recht widersprüchliche Einschätzung, denn wenn die im Folgenden identifizierten Probleme im Kontext von Befragungen auftreten, dann wandelt sich die grundsätzlich positive Haltung der Mitarbeiter in Ablehnung.

Über vier Fünftel der Personal- und Kommunikationsprofis denken, dass Mitarbeiter Angst vor fehlender Anonymität bei innerbetrieblichen Befragungen haben, nur rund 14 Prozent sehen ihrerseits aber in der Gewährleistung von Anonymität ein Problem. Und das sollte es ja auch tatsächlich nicht sein. Allerdings hilft es fast immer, den Befürchtungen der Mitarbeiter entgegenzuwirken, indem die Befragung nicht von Verantwortlichen des eigenen Unternehmens durchgeführt wird.

**Top-Ziele:  
Schwachstellenanalyse,  
Dialogsignale und  
Mitarbeiterereinbindung**

**Mitarbeitersicht:  
Befragungen positiv**

**Mitarbeiterbefragungen:  
Mitgestaltungschance oder Ressourcenverschwendung?**

**Fehlende Anonymität:  
ein Angstfaktor bei  
Mitarbeitern**

# Presse-Info



Zudem wird mangelhafte Kommunikation im Vorfeld und Nachgang von Befragungen als Problem gesehen. Dabei stärkt gerade Kommunikation das Vertrauen und wirkt so auch Anonymitätsbefürchtungen entgegen. Mehr als 70 Prozent der Personal- und Kommunikationsprofis denken, dass die Ergebniskommunikation gegenüber den befragten Mitarbeitern unzureichend ist. Ein großes Problem, da es direkt mit dem selbstformulierten Ziel der Signalisierung von Offenheit und Dialogbereitschaft kollidiert. Dazu passt auch, dass deutlich mehr als die Hälfte der Personal- und Kommunikationsleute einschätzen, dass in der Regel in den Unternehmensspitzen Angst vor unangenehmen Befragungsergebnissen besteht.

**Kommunikation:  
Problem und  
Problemlöser**

Wenn nach Ansicht der Befragten schon die ausreichende Kommunikation von Befragungsergebnissen ein Problem darstellt, dann ist es nur logisch, dass auch mangelnde Konsequenzen aus Befragungsergebnissen als eine der Hauptschwachstellen bei bzw. nach Mitarbeiterbefragungen gelten. Und auch dabei wird eines klar: Wenn Konsequenzen nicht unmittelbar, sondern erst mittel- bis langfristig folgen können, auch dann ist wieder Kommunikation gefragt.

**Schwachpunkt:  
Ergebnisumsetzung**

Eine ausführliche Darstellung der Studie unter dem Titel „**Mitarbeiterbefragungen aus anderer Perspektive**“ ist gegen eine Schutzgebühr von 5 € als Broschüre erhältlich bei:

com.X

Institut für Kommunikations-Analyse & Evaluation

Ehrenfeldstr. 34

44789 Bochum

Tel. 0234-3250-830, Fax 0234-3250-831

[www.communication-x.de](http://www.communication-x.de)

E-Mail: [com.X@communication-x.de](mailto:com.X@communication-x.de)

**Fragen der Redaktion, (kostenfreie) Bestellung der Komplettstudie oder Ergebnisgrafiken:**

**Journalistenexemplar  
von „Mitarbeiterbe-  
fragungen aus anderer  
Perspektive“ bestellen**

Thomas Quast

com.X Institut für Kommunikations-Analyse & Evaluation

Ehrenfeldstr. 34

44789 Bochum

Tel. 0234-3250-830, Fax 0234-3250-831

[www.communication-x.de](http://www.communication-x.de)

E-Mail: [Thomas.Quast@communication-x.de](mailto:Thomas.Quast@communication-x.de)