



EUCUSA

EUCUSA Future Survey

Grundbericht

EUCUSA Gesellschaft für Mitarbeiter- und Kundenorientierung m.b.H.

Waidhausenstrasse 19 ♦ A-1140 Wien ♦ Tel: +43-1-817 40 20 0 ♦ Fax: +43-1-817 40 20 20 ♦ e-mail: office@eucusa.com
FN 174750 k Handelsgericht Wien ♦ Geschäftsführer: Harald R. Preyer

Report-ID 52586

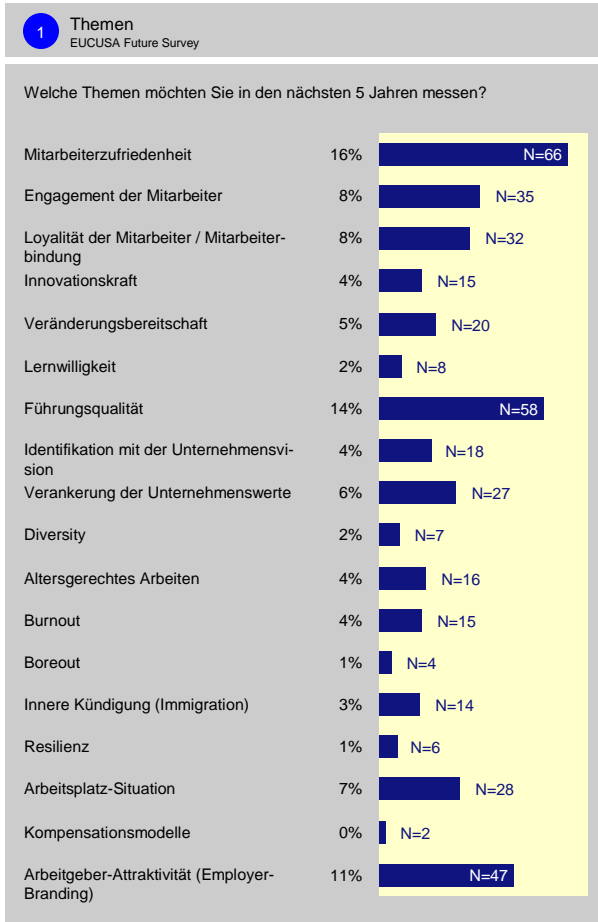
Inhaltsverzeichnis

1	DAS PROJEKT IM ÜBERBLICK	3
2	FRAGEN	4
2.1	Statistik.....	7

1 Das Projekt im Überblick

	EUCUSA Future Survey
Anzahl Aussendungen	150
Anzahl Rücksendungen	75
Rücklaufquote	50%

2 Fragen



Weitere Nennungen

Wertschöpfung pro Mitarbeiter

Unternehmenskultur

Arbeitsfähigkeit

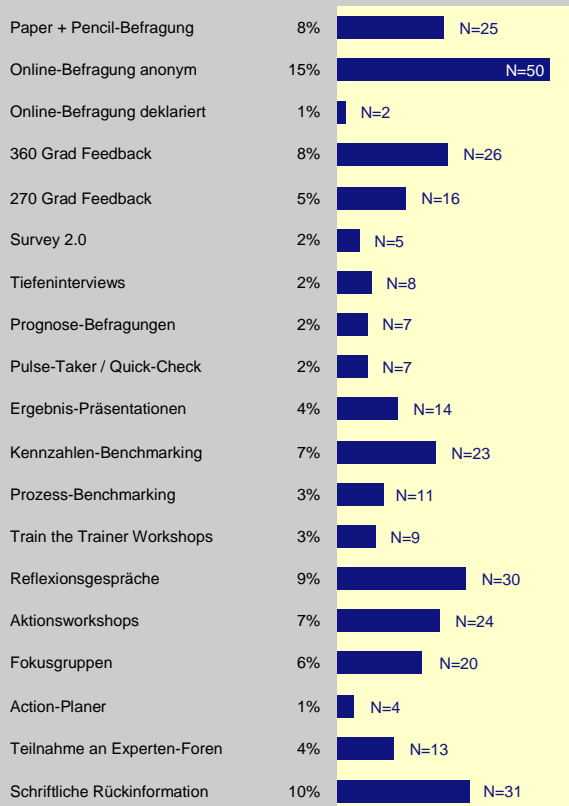


Weitere Nennungen

Verstehen, welchen Mehrwert die eigene Leistung/das eigene Produkt für den Kunden hat

3 Methoden
EUCUSA Future Survey

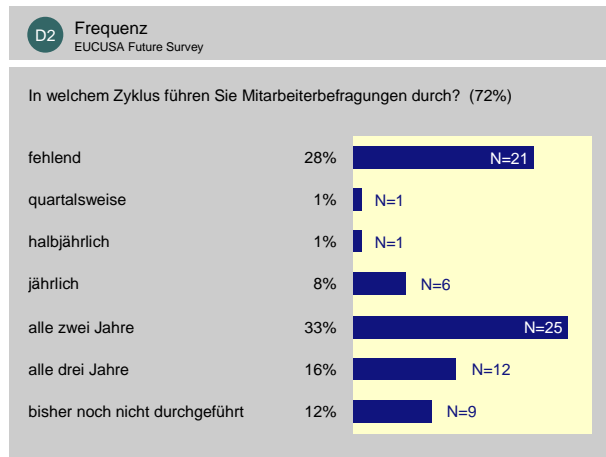
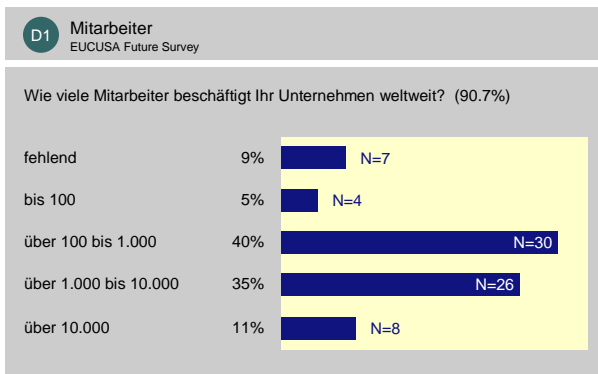
Welche Methoden werden Sie innerhalb der nächsten fünf Jahre einsetzen?



Weitere Nennungen

Kundenbefragung

2.1 Statistik



Weitere Nennungen

- bisher einmal - keine Regelmäßigkeit
- unregelmäßig, aber durchaus 1 bis 2 pro Jahr
- alle 1 bis 2 Jahre bzw. wechselnd
- 5 Jahre
- Themen spezifisch halbjährlich bis 3 Jahre
- erstmalig 2012 mit Great Place to work durchgeführt
- einmal im Jahr 2006 durchgeführt
- sporadisch
- Bei Bedarf
- zuletzt 2003
- 4 Jahre
- nach Bedarf
- vor 4 Jahren eine durchgeführt

Die Personalverantwortlichen in den Unternehmen haben sehr deutlich ausgeprägte Vorstellung davon im Kopf, welche Zielsetzungen für das eigene Unternehmen in den nächsten Jahren von besonderer Bedeutung sein werden:

- Sie erkennen Führungsqualität entscheidende Bedeutung zu und definieren sie als das wichtigste Ziel. Sich verändernde Arbeitswelten und die damit einhergehenden neuen Rahmenbedingungen dürften den Fokus auf dieses Thema zusätzlich unterstützen.
- Knapp gefolgt wird dieses Ziel von der Absicht, das eigene Image als attraktiver Arbeitgeber an den Kreis der potenziellen Mitarbeiter zu kommunizieren. Wir kennen Personalleiter, die zentrale Ergebnisse von EUCUSA Mitarbeiterbefragungen dazu verwenden, Bewerbern einen Eindruck von Kultur und Werten des Unternehmens zu vermitteln.
- An dritter Stelle steht der Wunsch, die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu steigern. Nur zufriedene Mitarbeiter gehen engagiert und damit effizient ihrer Aufgabe nach.
- Und dann folgt ein Thema, das man an dieser vorderen Stelle vielleicht nicht unbedingt vermuten würde: Innovationen sollen gefördert werden! Dieses Ziel drückt klar aus, was unserem Wirtschaftsstandort wohl am besten zu einer guten Zukunft verhelfen kann.

Die für die nächsten paar Jahre geplanten Messungen decken sich gut mit diesen formulierten Zielsetzungen:

- Vor allem geht es um das Messen der Mitarbeiterzufriedenheit.
- Als wesentlichem Treiber von Mitarbeiterzufriedenheit und Mitarbeiterengagement kommt dem Erfassen der Führungsqualität eine beinahe gleich hohe Bedeutung zu.
- Und man sucht Informationen über die Arbeitgeber-Attraktivität, da dieser Aspekt immer mehr zu einem bestimmenden Faktor für den Erfolg von Recruiting-Aktivitäten wird.

Die enge Nähe von Zielen und geplanten Messungen verdeutlicht die strategische Bedeutung von Mitarbeiterbefragungen: Sie sind ein wertvolles Instrument, um genau zu jenen Themen Informationen und Grundlagen zu erhalten, die entscheidend für die Zukunft der Unternehmen sein werden.

Die anonyme online-Befragung wird von vielen Verantwortlichen als jenes Instrument identifiziert, welches die Anforderungen an eine neutrale und objektive Mitarbeiterbefragung am besten erfüllt. In der Tat liegt damit eine Methode vor, die hohe Rücklaufquoten bei zugleich guter Handhabung verbindet. Die Erinnerung der eingeladenen Teilnehmer lässt sich gut steuern, permanent ist die aktuelle Teilnahmequote ablesbar. Mit einem externen Partner und geeigneter Herangehensweise stellt sich die Anonymität sehr gut dar.

Die weiteren Methoden, die in den nächsten Jahren zum Einsatz gelangen werden, verdeutlichen gut, dass in den Unternehmen klar über die reine Mitarbeiterbefragung hinausgedacht und die Umsetzungsphase als besonders entscheidender Abschnitt erkannt wird.

So sollen Reflexionsgespräche, die das Verständnis und den Umgang mit den Ergebnissen durch Führungskräfte sicherstellen, verbreitet zum Einsatz kommen.

Davor will man keinesfalls auf die schriftliche Rückmeldung der Ergebnisse an die Mitarbeiter vergessen: Ein sehr wichtiger Punkt, denn die Mitarbeiter, die den Fragebogen offen beantwortet haben, warten auf Feedback über Resultate und die nächsten Schritte.

Das 360-Grad-Feedback bewährt sich sehr gut ergänzend zu Mitarbeiterbefragungen, indem es jedem Mitarbeiter ganz individuell Feedback zu Verhalten, Stärken und Potenzialen vermittelt.

Solcherart resultiert ein kompakter Methodenmix, der geeignet ist, das zu erreichen, was auch in der EUCUSA Vision so klar verankert ist:

Die Welt ein kleines Stück besser zu machen.

Die Welt für die Mitarbeiter, für die Kunden und damit für das Unternehmen selber natürlich auch.
