

EIGENE DATENERHEBUNG FÖRDERT BUSINESS UND BETRIEBSKLIMA:

Selbst gefragt ist halb gewonnen

Nur eine ausgeglichene Belegschaft arbeitet effizient. Ein Drittel der deutschen Unternehmen verzichtet auf Zufriedenheitsevaluation ihrer Angestellten und verpaßt den ersten Schritt zur Leistungssteigerung¹. Erhebungen zu Marktdaten bringen Transparenz und fördern durchdachte Geschäftsentscheidungen. Umfangreiche Marktanalysen bedeuten allerdings Aufwand und Kosten. Dr. Eckhardt und Partner versprechen für Wißbegierige Marktforschungen sowie komplexe Datenerhebungen eigenständig in Echtzeit und eigener Datenhoheit. ... | VON LUTZ WOLF

Wer nicht fragt, bleibt stumm

Um Erkenntnisse über Meinungen der Beleg- oder Kundschaft zu gewinnen, greifen innovative Unternehmer zu aufschlußreichen Instrumenten. Mit standardisierten Befragungen erkennen sie Trends, minimieren das Risiko von Fehlentscheidungen und erhalten ein aktuelles Stimmungsbild des Kollegiums. Informationen über Produkt- oder Leistungstauglichkeit dienen als wertvolle Grundlage für den Unternehmenserfolg: Befragte geben kritisches Feedback zu Funktion, Verpackung und Design; berichten von begeisterten Anwendungen, aber auch Barrieren. Anhand von Marktberichten und internen Absatzstatistiken entstehen so marktrelevante Daten, zu Analyse Zwecken grafisch aufbereitet.

Viele Meinungen würzen den Brei

Zur Steigerung des Mitarbeiterengagements lohnt ein Blick hinter die Kulissen. Interne Interviews bringen Licht ins Dunkel und reflektieren die Wirkung von Personalmaßnahmen. Eine aktuelle Befragung ergab: 33 % der deutschen Angestellten fühlen sich in der Corona-Situation vom Vorgesetzten emotional alleingelassen². Spezielle Analysetools messen umgehend Leistungskennzahlen, welche Aufschluß über die Produktrentabilität geben. Strukturiert abgefragt und analysiert, erhöhen Umfragen auch außerhalb des Geschäftsbereichs Klarheit. Die nächste Sitzung steht vor der Tür und die Terminfindung gestaltet sich als frustrierendes Durcheinander? Umfragetools verschaffen einen Überblick und erleichtern die Auswahl.

Gut gefragt, besser geantwortet

Fragen kostet nichts? Fast. Auskunftgebende wollen belohnt werden! Qualitativ wertige Daten basieren auf intrinsisch motivierter Teilnahme. Die Fragenden erhalten Einblicke, Antwortende die Chance, sich mitzuteilen. Doch einige Fallstricke lauern. Verschachtelte Formulierungen überfordern, eintöniger Satzbau langweilt. Umfangreiche Fragebögen bringen großen Erkenntnisgewinn, senken aber mit steigender Fragenanzahl die Teilnahmebereitschaft. Die empfohlene Ausfüllzeit einer

Online-Umfrage beträgt höchstens 15 Minuten. Die Bearbeitungszeit hängt vom Fragetyp ab: Ja/Nein-Fragen verlangen dem Ausfüllenden weniger Zeit ab, als Ranking-Skalen oder offene Antwortmöglichkeiten. Durchführende vollführen eine Gratwanderung: Abwechslung der Fragetypen erfrischt, häufige Wechsel aber strengen an. Regelmäßigkeit verleiht Sicherheit, doch Monotonie ermüdet. Durchdachter Aufbau, passendes Layout und stimulierende Elemente sprechen an. Bei zu üppigen Auswahloptionen ziehen Befragte gern die obenstehende Antwort vor und verfälschen das Ergebnis; weniger motivierte Teilnehmer verfallen in Ankreuzmuster und tendieren zur Mitte.

Keine Daten ohne Schutz

Vom Frageformat unabhängig stehen zwei Fragen im Fokus: Führt die Erhebung zum Befragungsziel? Sind die Daten gemäß dem Befragungszweck verwendbar? Auskunftsfreudige verlassen sich auf sensiblen Umgang mit ihren Antworten. So macht Angestellte die Preisgabe sensibler Daten verletzlich. Anonymisierung und Unidentifizierbarkeit der teilnehmenden Personen gilt als unabdingbarer Schutz vor Diskriminierung. Die DSGVO-Verordnung aus 2018 besagt, daß Teilnahme auf Freiwilligkeit basiert und Befragten aus der Informationsfreigabe keine Nachteile entstehen dürfen. Ebenso unklar muß bei Befragungen bleiben, welche Mitglieder sich hinter Umsatzentwicklung oder Altersdurchschnitt verbergen. Wer Institute beauftragt, achtet auch

Dr. Eckhardt + Partner

Dr. Eckhardt + Partner wurde 1985 von dem Wirtschaftswissenschaftler Dr. Klaus Eckhardt in Bad Soden gegründet. Das 40-köpfige Team entwickelt Ende-zu-Ende Software-Lösungen vom Backend zum Frontend, damit Arbeitsabläufe rundlaufen, Medienbrüche entfallen und Firmendaten sicher und performant von A nach B gelangen. Das Leistungsspektrum reicht von Datenbankmanagement und Datenanalyse über Systemintegration hin zu Anwendungsentwicklungen mit Fokus auf Handel, Logistik und Finanzdienstleistungen.



Bild: Dr. Eckhardt + Partner

Datenschutzzertifikate. Wer selbst Hand anlegt, arbeitet mit einem Tool, das Datenschutz gewährt.

Selbmade-Mafo: eine Frage des Systems

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser: Statistik-Software EP Stat von Dr. Eckhardt und Partner vereint Marktforschung und Marktdatenanalyse in einer datenschutzkonformen Anwendung – so Eckhardt über Eckhardt. Diese kommt auch komplexen Informationen in Echtzeit auf die Spur. Tagesaktuelle, statistisch aufbereitete Daten liefern Prognosen zur Branchenentwicklung, geben Aufschluß über Liquidität und Auftragsvolumina, regen zu neuen Vertriebswegen an. Verbände stellen Mitgliedern damit tagesaktuelle Daten zur Verfügung, die unterschiedliche Kostenpositionen zwischen Mitgliederfirmen verdeutlichen oder Standortbedingungen in Vergleich setzen. Nutzer erschaffen mit ausgetüftelten Templates Fragebögen, die sowohl Meinungs- als auch hochkomplexe Befragungen zulassen – Beratungsoption inklusive. Die Software ermittelt nach Eingabe des Umsatzes automatisch den Nettogewinn des Betriebs und seinen Marktanteil. Anschließend leitet sie den Befragten dynamisch zur nächsten Frage weiter. Welches Produkt/Angebot bringt den meisten Umsatz? Wie hoch ist die Überstunden- und Auftragsrate? Rechnen sich alternative Personalmodelle und Investitionen in Auszubildende?

Das integrierte Datenmanagement erleichtert die Kontaktaufnahme zu Befragten und erinnert diese gleichzeitig an die Teilnahme. DSGVO-konform entscheidet eine objektive Notarfunktion über die Freigabe der Studie. Diese verhindert rechtliche Verstöße durch Nachverfolgung der Teilnehmer und gewährleistet ihre Repräsentativität. Automatisch generierte



Lutz Wolf, Geschäftsführer für Marketing & Produktmanagement bei Dr. Eckhardt und Partner
(Bild: Dr. Eckhardt + Partner)

[1] <https://www.marconomy.de/deutsche-unternehmen-wissen-nicht-was-ihre-mitarbeiter-denken-a-891177/> (19.12.2019)

[2] <https://www.cebna.biz/news/praxis/06-01-2021-jeder-dritte-arbenehmer-fuehlt-sich-mit-corona-sorgen-allein-gelassen/> (06.01.2021)

Reports verdeutlichen erhobene Fakten zur internen und externen Veröffentlichung. Informationshungrigen stehen unbegrenzt Befragungen zur Verfügung, die Antwort auf die großen Fragen des Geschäftslebens geben. <<

Noch Fragen? www.epgmbh.de

— Anzeige —

mfr-Deutschland

Deine Handwerker-Software

- ✓ Bessere Kontrolle
- ✓ Optimale Auslastung
- ✓ Schnelle Reaktion
- ✓ Hohe Termintreue und Pünktlichkeit
- ✓ Mit integriertem Rechnungswesen

Für den besten Service vor Ort.

📍 Simplias GmbH
Lütznerstrasse 11
04177 Leipzig

✉ jobs@simplias.com
☎ 0341 33 15 78 70

