

+++ PRESSEMITTEILUNG vom 31.03.2009 +++

Fachveranstaltung: „Mitarbeiterbefragungen – Trends und Entwicklungen“

Wien, 31.3.2009. Mehr als ein Viertel der Arbeitnehmer in Österreich fühlt sich durch die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung und Finanzmarktkrise verunsichert (27%) und rechnet mit Kündigungen im eigenen Unternehmen. Dennoch vertrauen fast zwei Drittel (62%) der befragten Arbeitnehmer weiterhin auf die Geschäftsführung des eigenen Unternehmens in der Krise. Dies ergab eine aktuelle repräsentative Befragung der YouGovPsychonomics AG unter 400 Berufstätigen ab 16 Jahren.

Dieses Vertrauen der Mitarbeiter in die Unternehmensführung gilt es gerade in Krisenzeiten zu stärken. Dabei ist eine erfolgreiche Kommunikation und Einbindung der Mitarbeiter entscheidend, um Vertrauen zu stiften und das Engagement der Mitarbeiter zu erhalten. In einer Fachveranstaltung der YouGovPsychonomics AG wurden die Möglichkeiten dargestellt, wie Mitarbeiterbefragungen genutzt werden können, um auch in Krisenzeiten Mitarbeiterengagement zu erhöhen.

Notwendige Personalstrategien in Krisenzeiten

Am 23.März 2009 veranstaltete die YouGovPsychonomics AG einen HR-Themennachmittag mit dem Schwerpunkt „Trends und Entwicklungen bei Mitarbeiterbefragungen“. Gerade in schwierigen Zeiten ist die gezielte Kommunikation mit den Mitarbeitern und deren Einbindung ein wichtiges Element einer umfassenden Personalstrategie. Sie helfen das Mitarbeiterengagement auch in schwierigen Zeiten zu erhalten und ungewollte Fluktuation – insbesondere von Schlüsselpersonal – in wirtschaftlich turbulenten Zeiten zu vermeiden. Zu der Frage, wie man Mitarbeiterbefragungen als Kommunikations-, Partizipations-, aber auch Steuerungsinstrument in Krisenzeiten benutzen kann, gab es Vorträge und Fachinput.

Sollten Sie die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen für Ihre Berichterstattung verwenden, bitten wir Sie um ein Belegexemplar.

„Den idealen Zeitpunkt für Mitarbeiterbefragungen gibt es in einem Unternehmen nie“, so der Niederlassungsleiter Christof Sauke in seinem Eröffnungsvortrag. „Eine Mitarbeiterbefragung kann aber zu jedem Zeitpunkt relevantes Steuerungswissen für die Unternehmensleitung liefern – man muss nur das Konzept der Befragung auf die Phase und die benötigten Informationen abstimmen.“ Er führt diesen Standpunkt weiter aus und zeigt auf, dass in der aktuellen Wirtschaftsentwicklung bspw. externes Benchmarking an Bedeutung bei Mitarbeiterbefragungen verliert, demgegenüber die Bedeutung als Kommunikationsinstrument zunimmt.

„Eine Mitarbeiterbefragung kommuniziert Themenschwerpunkte der Geschäftsführung und beweist Wertschätzung.“, erläutert Gerd Beidernikl, Leiter des Themenbereiches Organisationsforschung und Beratung, nachfolgend. Dies könnten sich Unternehmen zu Nutze machen, um durch eine Befragung „die Aufmerksamkeit der Belegschaft zu synchronisieren und gezielt für einen Aufbruch zu nutzen“. – sei es durch Qualitätsoffensiven, Kundenorientierungsschwerpunkte oder Maßnahmen zur Markterweiterung.

Unternehmenserfolg durch Mitarbeiterengagement

Neben diesem allgemeinen Einsatzzweck hat sich vor allem der Inhalt von Mitarbeiterbefragungen in den vergangenen Jahren verändert. Das vergleichsweise passive Konzept der „Mitarbeiterzufriedenheit“ musste dem des „Mitarbeiterengagements“ weichen. Identifikation und Leistungsmotivation der Mitarbeiter gelten dabei als wichtige Faktoren, die nach wissenschaftlichen Studien auch direkt mit finanziellem Unternehmenserfolg in Zusammenhang stehen. Der durch jahrelange Erfahrung mit Mitarbeiterbefragungen entwickelte „PeopleIndex“ ermöglicht als Standardfragebogen der YouGovPsychonomics AG die effektive Messung dieser wichtigen Stellschraube des Engagements der Mitarbeiter im Unternehmen.

„Bis zu zwei Drittel der Unterschiede im finanziellen Erfolg von Unternehmen lassen sich durch die Unternehmenskultur, v.a. Identifikation, Stolz und Leistungsmotivation, erklären“, erläutert Gerd Beidernikl. „Auch in Krisenzeiten schlummert hier oft ungenütztes Erfolgspotenzial, das es zu wecken gilt.“

Studienleitung:

Dr. Birgitta Wallner / Tel.: +43 1 798 59 28 – 1021 / E-Mail:
Birgitta.wallner@psychonomics.at

+++ +++ +++

Über YouGovPsychonomics:

YouGovPsychonomics ist ein Marktforschungsinstitut mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin, Wien und Klagenfurt. Als Teil der weltweiten YouGov-Gruppe mit derzeit 16 Niederlassungen in zwölf Ländern bietet YouGovPsychonomics hochqualifizierte Markt- und Organisationsforschung.

Pressekontakt:

Dr. Birgitta Wallner

Tel.: +43 1 798 59 28 – 1021

E-Mail: [Birgitta.wallner@psychonomics.at](mailto:birgitta.wallner@psychonomics.at)

YouGovPsychonomics AG

Rennweg 97-99
A-1030 Wien