



Zertifizierte Mitarbeiterzufriedenheit

Kriterienkatalog

1. Einleitung

2. Kriterien

3. Ansprechpartner

1. Einleitung

1.1 Sinn einer Zertifizierung

Warum sich eine Zertifizierung der Mitarbeiterzufriedenheit für Ihr Unternehmen lohnen kann?

Der demografische Wandel und fehlende Absolventen – insbesondere in technischen und naturwissenschaftlichen Berufsfeldern, aber auch im sozialen Bereich – führen vermehrt zu einem Fachkräftemangel, den auch deutsche Unternehmen zunehmend zu spüren bekommen.

Der daraus resultierende, verstärkte Wettbewerb zwischen den Organisationen um Talente macht eine gute Positionierung auf dem Arbeitsmarkt immer wichtiger. Der Bedeutungsgewinn einer sichtbaren Darstellung eines positiven und attraktiven Arbeitsumfeldes geht damit zwangsläufig einher. Im direkten Vergleich ist damit folglich das Unternehmen im Vorteil, welches z.B. auf der eigenen Karriereseite besser vermitteln kann, dass es sich um einen guten Arbeitgeber handelt.

Die Expansion diverser Online-Rating-Systeme für Arbeitgeber verdeutlicht diese Entwicklung. Jedoch verlieren diese Systeme durch die anhaltenden Diskussionen über gefälschte Bewertungen kontinuierlich an Bedeutung. Zudem haben, bei den meist geringen Bewertungszahlen, die Meinungen einzelner frustrierter Bewerberinnen und Bewerber oder Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine viel zu hohe Gewichtung, um ein belastbares Bild von einem Unternehmen zu vermitteln.

Die Zertifizierung der Mitarbeiterzufriedenheit durch ein unabhängiges Institut, welche auf klaren und nachvollziehbaren Kriterien sowie einer repräsentativen und belastbaren Datenbasis beruht, kann hierbei ein deutlich besseres Bild der Arbeitgeberattraktivität vermitteln.

Nutzen daher auch Sie die Chance, Ihre Arbeitgeberattraktivität durch ein Zufriedenheitszertifikat gegenüber dem Wettbewerb in den Vordergrund zu rücken.

1. Einleitung

1.2 Consulimus AG als Zertifizierungspartner

Warum ist die Consulimus AG hierbei der richtige Partner?

Die Consulimus AG führt seit 2006 jährlich zahlreiche Mitarbeiterbefragungen im Kundenauftrag durch und ist für viele Unternehmen zu einem zuverlässigen Partner in diesem Themengebiet geworden.

Durch die kontinuierliche Verbesserung der Methode und die Entwicklung von konkreten Qualitätskriterien können wir sicherstellen, dass die Mitarbeiterbefragungen bei unseren Kunden zu repräsentativen und hochwertigen Ergebnissen mit konkreten Folgeprozessen und Verbesserungen führen.

Bei der Durchführung liegt unser Fokus hierbei auf einer vollkommen anonymen Erhebungsform auf freiwilliger Basis, einem umfassenden Befragungsmarketing und einer handlungsorientierten Auswertung und Aufbereitung der Daten. Bei der anschließenden Beratung profitieren unsere Kunden von umfassenden Erfahrungen in der Ausgestaltung erfolgreicher Folgeprozesse unter Einbindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie konkreter Maßnahmenvorschläge zur Verbesserung der wahrgenommenen Arbeitsbedingungen.

Mit den Ergebnissen der durchgeführten Befragungen sowie auf Grundlage der erworbenen Expertise im Bereich der Mitarbeiterzufriedenheit wurde zudem über die Jahre ein zuverlässiges Benchmark-System aufgebaut, welches belastbare Aussagen über die Attraktivität eines Unternehmens als Arbeitgeber ermöglicht.

Zusätzlich haben wir definiert, ab wann die Ergebnisse einer Mitarbeiterbefragung auf eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit hindeuten und hierfür einen entsprechenden Kriterienkatalog entwickelt. Dieser Katalog wird auf den folgenden Seiten detailliert dargestellt und bietet die Grundlage für unser Zufriedenheitszertifikat. Berücksichtigt werden hierbei sowohl die Aussagekraft der Ergebnisse als auch die inhaltliche Ausgestaltung der Befragungsmethode.

1. Einleitung

2. Kriterien

3. Ansprechpartner

2. Kriterien

2.1 Übersicht zu den Kriterien

Bereich I

Kriterienkonforme Durchführung:
Bei der Durchführung sowie bei der Auswertung und Aufbereitung muss die Anonymität und Freiwilligkeit für den Teilnehmenden gewährleistet sein.

Anonymität und Freiwilligkeit

Bereich II

Repräsentative Datenbasis:
Es muss für die Gesamtorganisation eine Rücklaufquote von über 50 Prozent (bedingt repräsentativ) erreicht werden.

Rücklaufquote > 50 Prozent

Bereich III

Inhaltliche Ausgestaltung:
Es müssen mindestens 15 der 20 Benchmark-Items abgefragt werden, um eine inhaltliche Vergleichbarkeit zu gewährleisten.

15 von 20 Benchmark-Items

Bereich IV

Gesamtzufriedenheit und CSI:
Die Gesamtzufriedenheit und der CSI-Wert müssen auf einer 5-Punkte-Skala im Unternehmensdurchschnitt besser als 2,5 sein.

Ø - Zufriedenheit < 2,5

Bereich V

Abweichung vom Benchmark:
Die einzelnen Durchschnittswerte dürfen nicht mehr als 0,5 Punkte (5-Punkte-Skala) in negativer Richtung vom jeweiligen Benchmark abweichen.

Abweichung < 0,5

Bereich VI

Weiterempfehlung:
Der Anteil der Kritiker an der Belegschaft darf basierend auf einer eNPS-Skala 30 Prozent nicht übersteigen.

Kritiker < 30 Prozent

2. Kriterien

2.2 Kriterienkonforme Durchführung

Durchführungsbedingungen

Die Grundbedingung für die erfolgreiche Durchführung einer Mitarbeiterbefragung ist eine anonyme und freiwillige Erhebungsform. Nur wenn die Freiwilligkeit und Anonymität der Teilnahme gewährleistet sind, kann davon ausgegangen werden, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wahrheitsgemäß und ehrlichen antworten.

Die Möglichkeit einer freiwilligen Entscheidung für oder gegen eine Teilnahme ist demnach die erste erforderliche Bedingung für einen Zertifikatserhalt. Hierbei muss im kompletten Projektverlauf sichergestellt werden, dass weder auf Seiten des Dienstleisters noch durch das durchführende Unternehmen selbst eine persönliche Teilnahmekontrolle stattfindet. Dies wird im Idealfall durch eine strikte Trennung von persönlichen Daten und Befragungsergebnissen sichergestellt.

Die zweite zertifizierungsrelevante Bedingung in diesem Zusammenhang bezieht sich auf die Auswertungstiefe: Daten einer bestimmten Mitarbeitergruppe dürfen nur ausgewertet werden, wenn mindestens fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der entsprechenden Merkmalskombination an der Befragung teilgenommen haben.

Des Weiteren dürfen innerhalb des Kundenunternehmens auf Grundlage der Ergebnisse keine Rückschlüsse auf Einzelpersonen möglich sein. Daher ist es – als weitere Grundbedingung für die Zertifizierung – zwingend erforderlich, dass die Erhebung durch ein externes Unternehmen vorgenommen wird und die Rohdaten dem Kundenunternehmen nicht zur Verfügung gestellt werden.

Damit kann sichergestellt werden, dass auch im Nachhinein keine erfolgreichen Versuche zur Nachverfolgung von Aussagen einzelner Personen vorgenommen werden können.

2. Kriterien

2.3 Repräsentative Datenbasis

Rücklaufquoten

Eine hohe Rücklaufquote ist wichtig, um die Repräsentativität der Ergebnisse zu gewährleisten. Spiegelt die Befragung nicht die Meinung eines Großteils der Belegschaft wieder, so können die Ergebnisse nur schwer verallgemeinert werden. Es handelt sich dann eher um das Ergebnis einer ungeplanten Stichprobenerhebung, was die Gefahr von Fehlinterpretationen und der Ableitung falscher Maßnahmen deutlich vergrößert.

In der Fachliteratur wird von repräsentativen Ergebnissen gesprochen, sobald mindestens die Hälfte der Gesamtbelegschaft eines Unternehmens an der Befragung teilgenommen hat (z.B. Walter Bungard in „Mitarbeiterbefragungen als Instrument modernen Innovations- und Qualitätsmanagements“). Bei einer Rücklaufquote von knapp über 50 Prozent sprechen wir bei der Consulimus AG von einer bedingten Repräsentativität. Es handelt sich dabei um die absolute Untergrenze für den Erhalt eines Zufriedenheitszertifikats.

Hierbei ist eine Repräsentativitätskontrolle anhand der abgefragten soziodemografischen Merkmale und der Organisationseinheiten sinnvoll und wichtig, um die Gefahr einer systematischen Verzerrung einzudämmen.

Von einer wirklich repräsentativen Erhebung sprechen wir, wenn eine Rücklaufquote von mindestens 60 Prozent erreicht wurde. Der Anteil der Teilnehmer übersteigt in diesem Fall deutlich den Anteil der Nicht-Teilnehmer und die Ergebnisse basieren damit auf einer aussagekräftigen Datenbasis.

Erfahrungsgemäß ist dies problemlos und unabhängig von der Unternehmensgröße möglich, wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch ein gutes Befragungsmarketing sowie gut geplante und kommunizierte Folgeprozesse von der Sinnhaftigkeit einer Teilnahme überzeugt werden konnten.

2. Kriterien

2.4 Inhaltliche Ausgestaltung

Befragungsinhalte

Insgesamt bietet die Consulimus AG einen Satz von 20 Benchmark-Items an, welche sich über die Jahre hinweg als besonders wichtig für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erwiesen haben. Diese sollten im Idealfall im exakten Wortlaut einer zertifizierungsrelevanten Mitarbeiterbefragung abgefragt werden. Die weiteren 40 bis 60 Fragestellungen einer allgemeinen Zufriedenheitsbefragung werden bei einer Durchführung durch die Consulimus AG individuell an die spezifischen Bedingungen des Unternehmens angepasst.

Die Grundvoraussetzung für die Zertifizierung ist es, dass mindestens 15 der 20 Aspekte durch inhaltlich vergleichbare Items abgefragt werden. Aus den Benchmark-Items ergeben sich die unten stehenden elf Zufriedenheitsdimensionen, wobei jeweils zwei Aspekte abgefragt werden. Lediglich die Dimensionen „Gehalt“ und „Identifikation“ werden durch ein Einzelitem repräsentiert.

Arbeitsumfeld/Ausstattung

Zusammenarbeit

Direkte Führungskraft

Gehalt*

Arbeitsinhalte

Perspektiven

Arbeitsbelastung

Identifikation*

Informationen

Gestaltungsmöglichkeiten

Gesundheit

*Diese Dimensionen werden jeweils nur durch ein Item abgebildet.

Neben den inhaltlichen Benchmark-Items ist die Abfrage der Gesamtzufriedenheit und die Abfrage der Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit auf einer NPS-Skala (siehe Seite 12) relevant für die Zertifizierung.

Alle Aspekte werden als positiv formulierte Aussagen zur Verfügung gestellt. Diese sollten dann bevorzugt auf einer 5-stufigen-Zufriedenheitsskala (z.B. Stimme voll zu (1) – Stimme gar nicht zu (5)) abgefragt werden. Alternativ ist auch die Abfrage auf einer 4-stufigen-Skala möglich.

2. Kriterien

2.5 Gesamtzufriedenheit und CSI

Mitarbeiterzufriedenheit (Gesamt)

Die Mitarbeiterzufriedenheit der Belegschaft eines Unternehmens wird bei der Consulimus AG über zwei zentrale Werte abgebildet, welche auch für den Erhalt des Zufriedenheitszertifikats relevant sind:

- I) Gesamtzufriedenheit
- II) Consulimus Satisfaction Index

Der erste Wert wird über die einfache Abfrage der Gesamtzufriedenheit am Ende einer Mitarbeiterbefragung ermittelt. Die Skalierung entspricht dabei der des gesamten Fragebogens. Eine typische Formulierung wäre: „Ich bin insgesamt zufrieden mit meiner Anstellung bei meinem Unternehmen.“ Als zertifikatsrelevanter Wert wird anschließend der Durchschnitt über alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter herangezogen.

Der Consulimus Satisfaction Index – kurz CSI – basiert dagegen auf den Durchschnittswerten der oben beschriebenen 20 Benchmark-Items (CSI-Items) auf Unternehmensebene. Aus diesen wird der Index durch die Bildung eines Mittelwerts generiert. Sollten einige der Items in der Befragung nicht abgefragt worden sein, so werden diese durch die Benchmark-Werte für die entsprechende Unternehmensgröße ersetzt. Dies darf maximal fünf der relevanten CSI-Items betreffen, da sonst eine Vergleichbarkeit der CSI-Werte nicht gegeben ist.

Beide Werte zur Bestimmung der Mitarbeiterzufriedenheit dürfen, um das Zertifikat erhalten zu können, auf der oben beschriebenen 5-stufigen-Standardkala (Seite 9) nicht schlechter als 2,5 sein. Auch bei der Abfrage auf einer 4-stufigen-Skala ist eine Zertifizierung problemlos möglich. Die entsprechenden Grenzwerte erhalten Sie gerne auf Anfrage.

2. Kriterien

2.6 Abweichung vom Benchmark

Mitarbeiterzufriedenheit (Einzelaspekte)

Um auch ein hohes Zufriedenheitsniveau bezogen auf die einzelnen Themengebiete sicherzustellen, werden zur Beurteilung der Zufriedenheitssituation zudem die Abweichungen der Unternehmensergebnisse von den jeweiligen Benchmark-Werten herangezogen.

Bei der Auswahl der berücksichtigten Vergleichsunternehmen für die Benchmark-Werte ist die Unternehmensgröße ein zentraler Faktor. Erfahrungsgemäß gibt es, bezogen auf einzelne Aspekte der Mitarbeiterzufriedenheit, deutliche Unterschiede zwischen Unternehmen mit 500 oder weniger Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und größeren Organisationen.

Zudem werden für die Vergleiche ausschließlich Befragungen berücksichtigt, welche innerhalb der letzten zwei Jahre durchgeführt wurden. Dadurch wird gegenüber einer starren Festlegung von Zielwerten sichergestellt, dass langfristige Trends wie die gesamtwirtschaftliche Entwicklung oder gesetzliche Anpassungen z.B. im betrieblichen Gesundheitsmanagement berücksichtigt werden.

Um ein Zufriedenheitszertifikat zu erhalten, darf keines der mindestens 15 abgefragten CSI-Items um mehr als 0,5-Punkte auf einer 5-stufigen-Zufriedenheitsskala in negativer Richtung von den jeweiligen Benchmark-Werten der Vergleichsgruppe abweichen.

Liegt der Benchmark-Wert der Vergleichsgruppe für ein bestimmtes CSI-Item bei (1,75), so muss demnach der Durchschnittswert des Gesamtunternehmens besser als (2,25) sein, um ein Zertifikat erhalten zu können.

Auch hier gibt es die Möglichkeit, die Vergleiche auf einer 4-stufigen-Zufriedenheitsskala vorzunehmen. Die Grenzwerte können gerne ebenfalls auf Anfrage zur Verfügung gestellt werden.

2. Kriterien

2.7 Weiterempfehlung

Net Promoter Score

Beim Employee Net Promoter Score (eNPS®) handelt es sich um ein – aus dem Bereich der Kundenzufriedenheit entlehntes – Modell zur einfachen Messung der Loyalität und Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Es entspricht bezogen auf die Idee und Anwendung exakt dem klassischen Net Promoter Score (NPS®) von Fred Reichheld, Bain & Co und Satmetrix zur Messung von Kundenloyalität.

Beim eNPS® wird aufbauend auf einer einzelnen Frage die Wahrscheinlichkeit gemessen, mit der eine Person ihr Unternehmen als Arbeitgeber weiterempfehlen würde: „Ich würde mein Unternehmen als Arbeitgeber weiterempfehlen.“

Sehr unwahrscheinlich (0)

0



1



2



3



4



5



6



7



Sehr wahrscheinlich (10)

8



9



10



Die Antworten werden anschließend in drei Kategorien eingeteilt: 0-6 = „Kritiker“, 7-8 = „Passive“, 9-10 = „Promotoren“. Bei der Berechnung des eNPS-Werts wird der Anteil der Kritiker vom Anteil der Promotoren abgezogen.

Das Modell stammt aus den USA und stößt in Europa teilweise an seine Grenzen, da die Neigung zur Auswahl von extrem positiven Werten weniger stark ausgeprägt ist. Dadurch sind negative eNPS Werte in Europa keine Seltenheit: Internationale Vergleiche sind daher nur bedingt zielführend.

Bei der Consulimus AG betrachten wir – aufgrund dieses einschränkenden Faktors – nur den Anteil der Kritiker, um die Mitarbeiterloyalität einzustufen. Dieser darf, um das Zertifikat erhalten zu können, auf Unternehmensebene 30 Prozent nicht übersteigen.

1. Einleitung

2. Kriterien

3. Ansprechpartner



Zertifizierte Mitarbeiterzufriedenheit - Consulimus AG

Consulimus AG

Gottfried-Hagen-Str. 20
51105 Köln

Ansprechpartner:

Achim Freyer,
Bereichsleitung Mitarbeiterbefragungen
Tel.: (0221) 788 745-19
E-Mail: freyer@consulimus.de
Web: www.consulimus.de