

Protokoll 14. Neon-Plenum

**10. März 2006 in Düsseldorf
bei Innofact AG
Neuer Zollhof 3
40221 Düsseldorf**

1. Tagesordnungspunkt:

Panel-Overlap / Laetitia Sassinot-Uny, Dialego AG

In dem Vortrag des letzten NEON-Plenums wurden von Frau Sassinot-Uny Lösungsansätze zur Transparenz und zu Qualitätsmaßstäben bei Online-Panels vorgestellt. In der anschließenden Diskussion wurde die Messung des Panel-Overlaps – d.h. wie hoch ist der Anteil an Panelisten, die in mehreren Panels registriert sind – diskutiert. Ziel dieses Forschungsprojekts ist es, zu erfahren, wie hoch die effektive Größe der Mehrfachregistrierung in verschiedenen Panels ausfällt und ob die Mehrfachteilnahme an Umfragen beim Multi-Sample-Einkauf eine Gefahr für qualitative Marktforschung darstellt.

Im Vortrag des 14. NEON-Plenums stellte Frau Sassinot-Uny die Ergebnisse des durch Herrn Niebrügge / Innofact AG initiierten Forschungsprojekts vor:

Design des Forschungsprojekts:

Zur Teilnahme an dem Projekt haben sich 12 Panel-Anbieter (Sozioland, Speedfacts, Earsandeyes, Mediatransfer, Promionet, Trend-Research, Skopos, Ecircle, Respondi, Innofact, Webfrager, Dialego) bereit erklärt. Aus den existierenden Stammdaten wurde ein Identcode, bestehend aus Angaben zu Geburtsdatum, Name und PLZ, generiert. Jeder Teilnehmer stellte 5.000 zufällig ausgewählte Identcodes zur Verfügung. Diese wurden mit den Ident-Codes der anderen Panel-Anbieter verglichen, um daraus den Overlap zu ermitteln.

Ergebnisse:

Ermittelt wurde die Anzahl der eigenen Panelteilnehmer, die in den anderen Panels registriert sind. Der Panel-Overlap zwischen den Panel-Betreibern fällt dabei recht gering aus; er liegt bei max. 6,8%, durchschnittlich bei 1,5%. Es kann daher von keiner wesentlichen Beeinflussung ausgegangen werden. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass an dem Forschungsprojekt die größten Panelbetreiber nicht teilgenommen haben.

Dieser Punkt wurde in der anschließenden Diskussion aufgegriffen. Bei den großen Panelbetreibern könnte der Overlap höher ausfallen. Daneben wurde die Integration von Altersangaben in den Identcode kritisch beleuchtet. Da ältere Personen in den Panels seltener vertreten sind, könnte der Effekt in diese Zielgruppe stärker ausfallen. Um dies genau zu überprüfen sei der gewählte Stichprobenumfang jedoch zu klein. Ebenso könne das Alter je nach Rekrutierungsmethode bei den Panelbetreibern unterschiedlich erhoben sein, ein etwaiger Effekt wird jedoch als gering eingeschätzt.

Zum Schluß wurde diskutiert, den Identcode als Standard beim Samplekauf mitzuliefern und für die Panel-Richtlinien von ESOMAR vorzuschlagen. Dies wurde an sich begrüßt, jedoch Zweifel an der praktischen Umsetzung geäußert („letztlich zählt der Preis“). In jedem Fall sollte der Identcode deutlicher vorgestellt werden (z.B. p&a, inbrief, Download auf BVM-Website).

Weitere Informationen siehe Pdf-Download

Kontakt: laetitia.sassinot-uny@dialogo.de

2. Tagesordnungspunkt:

Online Feedbackbefragungen in Unternehmen: Erfahrungen und Trends / Karsten Grüner, Globalpark GmbH

Mitarbeiterbefragungen entwickeln sich mehr und mehr von einer bloßen Meinungsumfrage zu einem Instrument der strategischen Unternehmensführung. Dabei sind verschiedene Entwicklungen bzw. Herausforderungen zu beobachten:

Systematisierung:

Die Mitarbeiterbefragung verliert zunehmend den projektbezogenen Charakter und entwickelt sich zu einem kontinuierlichen Feedbackprozess. Nach jeder Datenerhebung folgt eine Ableitung bzw. Umsetzung von Maßnahmen, an die sich einem Regelkreis folgend eine erneute Befragung anschließt. In diesen Prozess können auch weitere, ergänzende Elemente einfließen z.B. Pulsbefragungen zur Entwicklungskontrolle, Linkage Research (z.B. Fehlzeiten, Kundenzufriedenheit) oder BSC oder EFQM-Modelle.

Erfolg- und Maßnahmenorientierung:

Die Mitarbeiterbefragung wird zunehmend von Maßnahmen begleitet, die eine erfolgreiche Durchführung versprechen. Neben einer Aufklärung im Vorfeld wird die Befragung auch inhaltlich besser aufbereitet (so wird z.B. eher nur das abgefragt, was auch beeinflussbar ist). Eine hohe Bedeutung kommt den Maßnahmen zu: Mittels Follow-up-Prozessen (Untersuchungsanalyse, Workshops etc.) wird der Nutzen der MAB deutlich. Die Rücklaufquote kann dabei nicht unbedingt ein Indikator für den Erfolg einer einzelnen Mitarbeiterbefragung sein, stellt jedoch über mehrere Wellen betrachtet einen Indikator für die Akzeptanz des MAB-Prozesses dar.

Entwicklung zum Self-guided Feedback:

Je höher die aktive Mitwirkung der Mitarbeiter desto größer der Erfolg des MAB-Prozesses. Der Trend geht daher zum Self-guided-Feedback, d.h. Führungskräfte müssen selbst den Feedbackprozess mitgestalten. Dazu gehören auch Modelle der 360°-Befragung. Globalpark bietet auch hierfür verschiedene Tools an.

Globalisierung und Individualisierung:

Unternehmensweite, einheitliche Befragungen ersetzen zunehmend dezentrale Befragungen. Gleichzeitig ergibt sich ein Trend zu modularen Befragungsinstrumenten, mit denen bereichs- oder zielgruppenspezifische Fragen abgedeckt werden. Dabei steigt auch die Bedeutung bzw. der Einsatz von Hybridbefragungen bzw. internen wie externen (landes- oder branchenspezifisch) Benchmarks.

Weitere Informationen siehe Pdf-Download

Kontakt: gruener@globalpark.de

3. Tagesordnungspunkt:

Mitarbeiterbefragungen mit Datenhosting in Unternehmen: Technische Umsetzung von Datenschutzanforderungen bei 360°-Feedbacks und Rekrutierung in Intranets / Christian Dicke, Interrogare GmbH

Erster Teil des Vortrags:

Innerhalb eines 360°-Online-Feedbacks wird die Selbsteinschätzung des Feedbacknehmers der Fremdeinschätzung der Feedbackgeber gegenübergestellt. Interrogare als Anbieter von Software und technischen Dienstleistungen für die Markt-, Meinungs-, und Sozialforschung hat ein System entwickelt, das diese Prozesse vollautomatisch abwickelt: Ein Administrator kann den Feedbacknehmer im System anlegen. Dieser wiederum lädt die Feedbackgeber ein. Nach Abgabe der Selbst- und Fremdeinschätzung wird der Ergebnisbericht automatisch generiert und als pdf verschickt. Der E-Mail-Versand erfolgt dabei PGG-verschlüsselt, der personalisierte Berichtsband ist ausschließlich durch den private key der Zielperson zu entschlüsseln. Der Berichtsband wird nach dem Versand automatisch gelöscht, so dass die Daten nur noch in dem Schlüssel enthalten sind.

Zweiter Teil des Vortrags:

Bei einer Mitarbeiterbefragung muss sowohl bei Rekrutierung im Intranet als auch Datenhosting im Unternehmen die Anonymität der Mitarbeiter sichergestellt werden. Interrogare hat dazu ein PIN-Verfahren entwickelt, das die Nachvollziehbarkeit der Angaben verhindert. Die 13-stellige Mitarbeiter-Umfrage-Identifikationsnummer setzt sich dabei aus den Elementen Jahr / Monat / laufende Nummer der Umfrage / Transaktionsnummer zusammen. Je nach Prozess der Mitarbeiterbefragung (Rekrutierung / Umfragesystem / Auswertungssystem) ist nur ein Zugriff auf bestimmte Elemente des Codes möglich. Eine Zuordnung auf die Angaben einzelner Personen ist damit nicht möglich, die Anonymität zu jedem Zeitpunkt im Prozess gewährleistet.

Weitere Informationen siehe Pdf-Download

Kontakt: christian.dicke@interrogare.de