

Befragungs-Selbstcheck: Leiden wir an Befragungsflut?

Mit diesem Selbstcheck finden Sie heraus, ob Ihre Organisation zu viele, überlappende Umfragen fährt, statt es zu vermuten. Sie tragen alle laufenden Befragungen an einem Ort zusammen, erkennen Überschneidungen und sehen, wo Sie streichen, zusammenlegen oder takten können. Unter zwanzig Minuten zum Ausfüllen.

So nutzen Sie diese Vorlage

Gehen Sie zuerst den 10-Punkte-Selbstcheck aus Teil 1 durch, ehrlich, aus Sicht der Belegschaft, nicht aus Sicht der einzelnen Abteilung. Tragen Sie danach in Teil 2 jede laufende Befragung mit Zweck, Frequenz und Owner ein, auch die Pflicht-Erhebungen. Erst wenn diese Liste vollständig ist, werden die Überschneidungen sichtbar. Entscheiden Sie dann je Befragung mit Teil 3, ob sie bleibt, gestrichen, zusammengelegt oder neu getaktet wird.

Teil 1 • Der 10-Punkte-Selbstcheck

Je mehr Aussagen zutreffen, desto wahrscheinlicher ist Befragungsflut bereits da. Es gibt keine gemessene Schwelle, ab der es „offiziell“ zu viel ist; die Häufung ist das Signal, nicht eine bestimmte Zahl.

- ☐ 1. Niemand kann aus dem Stand sagen, welche Befragungen dieses Jahr laufen und wer sie verantwortet.
- ☐ 2. Die Rücklaufquote sinkt über die Zeit, obwohl die Befragungen technisch sauberer werden.
- ☐ 3. Die offenen Antworten werden kürzer: Stichworte statt Sätze, oder gar nichts.
- ☐ 4. „Schon wieder eine Umfrage“ ist eine hörbare Standardreaktion in Teams und im Flurgespräch.
- ☐ 5. Mehrere Befragungen messen dasselbe (Zufriedenheit, Führung, Belastung) aus verschiedenen Abteilungen.
- ☐ 6. Mehrere Werkzeuge verschicken parallel Umfragen, und die Daten lassen sich nicht miteinander verknüpfen.

- ☐ 7. In einzelnen Monaten häufen sich mehrere Befragungen, weil niemand die Taktung abstimmt.
- ☐ 8. Ergebnisberichte werden erstellt und abgelegt, aber die Belegschaft erlebt keine sichtbare Veränderung.
- ☐ 9. Auf Unsicherheit wird mit einer weiteren Messung geantwortet, statt zuerst zu handeln.
- ☐ 10. Es gibt keine Stelle, die für den Gesamtplan aller Befragungen zuständig ist.

Lesehilfe (Entscheidungshilfe, keine Norm): Treffen nur einzelne Punkte zu, genügt oft Nachjustieren. Trifft rund die Hälfte oder mehr zu, lohnt sich ein vollständiges Survey-Audit mit Teil 2 und 3. Der teuerste Punkt ist Nummer 8: folgenlose Ergebnisse untergraben das Vertrauen in jede weitere Befragung.

Teil 2 · Die Inventar-Vorlage: alle laufenden Befragungen an einem Ort

Tragen Sie jede Befragung ein, die im Jahr läuft, freiwillige wie verpflichtende. Erst die vollständige Liste macht die Überschneidungen sichtbar. Ergänzen Sie bei Bedarf Zeilen.

Befragung	Zweck / Thema	Zielgruppe	Frequenz	Owner	Werkzeug

Zwei Prüffragen an die fertige Liste: Erstens, wo messen zwei Zeilen dasselbe Thema bei derselben Zielgruppe? Das sind Kandidaten fürs Zusammenlegen. Zweitens, häufen sich mehrere Befragungen im selben Monat? Das sind Kandidaten fürs Takten. Markieren Sie Pflicht-Erhebungen (Konzernvorgabe, gesetzlich); sie bleiben, der freiwillige Teil richtet sich danach aus.

Teil 3 · Die drei Sofort-Hebel mit Entscheidungshilfe

Gehen Sie Ihr Inventar Zeile für Zeile durch und ordnen Sie jeder Befragung genau einen Hebel zu. Die Leitfragen rechts helfen bei der Entscheidung.

Hebel	Wann er passt	Leitfrage je Befragung
Streichen	Die Ergebnisse nutzt ohnehin niemand, oder das Thema ist an anderer Stelle abgedeckt.	Was ginge verloren, wenn diese Befragung nächstes Jahr nicht stattfände? Wenn die Antwort „nichts Konkretes“ ist: streichen.
Zusammenlegen	Zwei oder mehr Erhebungen messen dasselbe bei derselben Zielgruppe.	Können diese Fragen in eine Erhebung mit einem Owner und einer Zielgruppe? Wenn ja: zusammenlegen statt zweimal fragen.
Takten	Die Befragung ist sinnvoll, kollidiert aber zeitlich mit anderen.	In welchen Monat lässt sie sich verschieben, damit nicht mehrere Erhebungen gebündelt einschlagen? Kurze, regelmässige Pulse können mehrere schwere Jahresumfragen ersetzen.

Der Hebel, der über allen steht: Aus jeder verbleibenden Befragung müssen sichtbar Massnahmen folgen und zurückgespiegelt werden. Umfragemüdigkeit entsteht weniger durch die Zahl der Umfragen als durch das Gefühl, dass Antworten folgenlos versickern. Wer weniger, aber wirksam fragt und das Ergebnis zeigt, darf auch wieder fragen.

Ihre Befragungslandschaft entrümpeln?

Moodtalk führt mehrere Erhebungen in einer Plattform zusammen: weniger, koordinierte Befragungen, aus denen wieder Massnahmen entstehen.

Termin buchen