

Vollerhebung oder Stichprobe im Betrieb?

In der Marktforschung berechnet man eine Fallzahl. Im Unternehmen stellt sich die Frage anders: nicht wie gross die Stichprobe, sondern ob Sie ueberhaupt eine ziehen. Diese Hilfe fuehrt Sie zur Antwort.

So nutzen Sie diese Entscheidungshilfe

Zweck. Die Stichprobengroesse ist die Zahl der Antworten, die in die Auswertung einfliesst. Weil die Belegschaft ueberschaubar ist, muessen Sie nicht schuetzen, wie ein Land denkt, indem Sie tausend Personen befragen. Sie koennen alle fragen. Genau das verschiebt die Frage: nicht Fallzahl berechnen, sondern Beteiligung sichern und die Anonymitaet kleiner Teams schuetzen.

1 · Die Entscheidung in drei Fragen

Ist die Belegschaft ueberschaubar (nicht zehntausende)?

Ja → Vollerhebung, alle befragen. Das ist der Regelfall im Betrieb.

Sollen Sie auf Team- oder Abteilungsebene auswerten?

Ja → Vollerhebung. Fuer eine Auswertung pro Team brauchen Sie die Antworten dieses Teams, keine ueber die Firma gezogene Stichprobe.

Ist die Belegschaft sehr gross und Sie wollen nur ein grobes Gesamtbild?

Dann kann eine sauber, zufaellig gezogene Stichprobe sinnvoll sein, aber nur fuer das Gesamtbild, nicht fuer Team-Massnahmen.

Faustregel. Im Unternehmen ist die **Vollerhebung fast immer die bessere Wahl**. Eine Stichprobe ist die Ausnahme, nicht die Norm.

2 · Warum Vollerhebung im Betrieb gewinnt

KRITERIUM	VOLLERHEBUNG
Auswahlfehler	entfaellt: keine Auswahl, die das Ganze verzerren koennte
Kleine Einheiten	auswertbar: Massnahmen entstehen auf Team-Ebene, dafuer braucht es die Team-Antworten
Signalwirkung	jede Stimme zaehlt, niemand wird von vornherein ausgeschlossen

3 · Die eigentliche Kennzahl: Mindestgruppengroesse

Nicht die Gesamtzahl entscheidet ueber die Qualitaet, sondern ob je Auswertungseinheit genug Antworten zusammenkommen, damit die Anonymitaet haelt.

- ☐ Eine Gruppe erst ab einer Mindestgruppengroesse einzeln auswerten. Faustregel: mindestens drei bis fuenf Antworten.
- ☐ Kleinere Einheiten mit einer benachbarten zusammenlegen, statt sie einzeln zu zeigen.
- ☐ Auf gute Beteiligung hinarbeiten (klare Kommunikation, Zeit im Arbeitsalltag, echte Anonymitaet), statt auf eine magische Prozentzahl.

Es gibt **keine allgemeinguelte Mindestzahl**. Wie viele Antworten es braucht, haengt von Groesse, Auswertungstiefe und Anonymitaetsschutz ab. Wer eine feste Prozentschwelle behauptet, misst am eigenen Kontext vorbei.

4 · Von der richtigen Datenbasis zur Massnahme

1. **Alle befragen** und je Team auf die Mindestgruppengrösse achten.
2. **Nach dem Warum fragen:** jede Skalenfrage mit einer offenen Nachfrage koppeln.
3. **Offene Antworten verdichten** zu wenigen wiederkehrenden Mustern.
4. **Zwei bis drei Massnahmen ableiten**, mit Verantwortlichkeit und Termin.

Mit Moodtalk ist die Datenbasis von Anfang an sauber. Moodtalk ist auf die Vollerhebung im Team ausgelegt, schützt kleine Einheiten mit Mindestgruppengrössen und koppelt jede Bewertung mit einer offenen Nachfrage nach dem Warum. Die offenen Antworten werden per KI zu Mustern verdichtet und führen zu Massnahmen. Die Daten bleiben in der Schweiz.

Befragung mit Moodtalk aufsetzen.

Wir richten die dialogische Befragung fuer Ihr Team ein, inklusive Auswertung und Massnahmen.

Termin buchen