

Wie geht es eigentlich Ihren Mitarbeitern? In vielen Unternehmen wurde im März dieses Jahres mit allen Traditionen gebrochen. Ein Teil der Belegschaft ist im Homeoffice, andere Unternehmensteile sind in Kurzarbeit. Meetings finden in vielen Fällen, wenn überhaupt, virtuell statt. Die Koordination wird schwieriger, die Kooperation diffiziler. Dennoch gilt es, gerade in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten, das Werk am Laufen zu halten – und gleichzeitig unter erschwerten Bedingungen Bestleistungen zu erbringen.

Einfach und aufwandfrei

„Der Erfolg jedes Unternehmens steht und fällt mit der Leistung und damit mit der Zufriedenheit seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, sagt Julia Hauska, Geschäftsführerin des career Institut & Verlag, eines der drei Unternehmen im Verbund der GPK (s. Facts). Und hier kommt „robin mood“ ins Spiel: robin mood ist ein Stimmungsbarometer des career Institut & Verlag, das in Kooperation mit Arbeitspsychologen der Sigmund-Freud-Universität entwickelt wurde.

Aufbauend auf der Expertise der Best Recruiters-Studie des career Instituts – jährlich werden über 1.300 Arbeitgeber im deutschsprachigen Raum unter die Lupe genommen – wurde die Qualitätsmessung auf die Mitarbeiterzufriedenheit ausgeweitet.

Die robin mood-App ist ein Umfragetool für alle Organisationen mit Mitarbeitern. „Mobil, wendig, multidimensional, vollkommen simpel in der Anwendung und auf sehr niederschwelliger Ebene einsetzbar“,

beschreibt Hauska das neue Tool. „Ich kenne keine Firma, die derzeit nicht in irgendeiner Form überfordert ist“, so die HR-Expertin. „Führungskräfte sind mit Kündigungen konfrontiert, mit Mitarbeitern in Quarantäne, im Homeoffice. Andere sind nach wie vor im Büro ... Manch einer fragt sich, wie soll ich das alles managen. Es ist eine Doppelbelastung. Wie geht es denen, die vor Ort sind, wie kommen jene zurecht, die von zu Hause arbeiten? Fehlt ihnen etwas? Fühlen sie sich vernachlässigt, schlecht informiert? Das alles können wir mit robin mood beantworten.“

Wissenschaftlich begleitet

Durch standardisierte, arbeitspsychologisch und wissenschaftlich begleitete Befragungen bildet die Umfrage-App die Stimmung unter den Teilnehmern ab. Dafür finden regelmäßige Aussendungen mit vier, höchstens zwölf Fragen statt, um möglichst wenig Aufwand zu verursachen.

Es stehen sowohl vordefinierte Fragen zur Verfügung als auch die Möglichkeit zur eigenen Fragenstellung, womit sich das Instrument auch für andere Anwendungsmöglichkeiten wie etwa Kundenbefragungen einsetzen lässt.



Wissen, was los ist robin mood ist ein Umfragetool für Organisationen mit Mitarbeitern: mobil, multidimensional, einfach in der Bedienung.

© career Institut & Verlag (2)

„Absolut anonym“

Hauska: „Die Beantwortung und die Datenübermittlung erfolgt dabei immer absolut anonym, über Desktop oder App; für nicht so Technikaffine sogar per SMS.“ Die Anonymität der Befragung ließ man sich eigens zertifizieren: „Nicht einmal unsere eigene IT kann die Antworten einzelnen Mitarbeitern zuordnen.“

Facts

GPK

Die GPK-Gruppe ist ein integriertes Kommunikationsnetzwerk unter der Flaggschiff-Marke und Dachgesellschaft GPK. Die Kompetenzbereiche gliedern sich in drei eigenständige Tochtergesellschaften: GPK public, GPK live und career Institut & Verlag.

GPK public ist die Kommunikationsagentur für Menschen, Marken und Organisationen; ihre Stärke liegt in der institutionellen Kommunikation.

career Institut & Verlag vereint wissenschaftliche HR-Expertise mit intelligenten Netzwerken im deutschsprachigen Raum. Angebote aus dem Portfolio des career Institut & Verlag sind u.a. die Jobplattform best career, der MaturantInnen- und der AkademikerInnen-Guide sowie die Best Recruiters-Studie. Dritter Bereich ist die Eventagentur **GPK live**, die Events, Kongresse und Roadshows in Szene setzt.

Das Ergebnis sind Reportings, für das ganze Unternehmen – oder für einzelne Abteilungen, die gegenübergestellt und verglichen werden können. Die Entscheidungsträger im Unternehmen wissen zeitnah und kontinuierlich, was in der Organisation gerade los ist, was gut läuft – und wo es kriselt.

Das intuitive Menü des Stimmungsbarometers mache die Anwendung und Auswertung „kinderleicht“. Was man sich im Vorfeld überlegen muss, ist: Welche Abteilungen sollen eingebunden werden? Wie viele Personen nehmen teil? Wie oft soll die Befragung durchgeführt werden? Einmal im Monat gilt als optimale Frequenz in „normalen“ Zeiten, wöchentlich bzw. alle zwei Wochen in Krisenzeiten. Geschäftsführer oder Abteilungsleiter bekommen die Auswertung elektronisch zur Verfügung gestellt.

„Krisenherde“ entdecken

„Damit kann man nicht nur ‚Krisenherde‘ im Unternehmen schnell entdecken“, so Hauska, „sondern auch die Performance von Führungskräften überprüfen. Hauska: „Viele Kündigungen werden durch die Führungskräfte verursacht. Da geht es oft nur um banale Dinge, um Kleinigkeiten, um unabsichtliche Versäumnisse, die ansonsten lange unentdeckt bleiben – mangelnde Wertschätzung etwa. Im Mitarbeitergespräch mit der Chefin oder dem Chef scheuen die Mitarbeiter oft vor Kritik zurück. Bei einer anonymen Befragung bekommt man ehrliche Antworten.“ Hauska: „Ein schlechter Chef will da gar nicht hinschauen, aber ein guter will das wissen.“ (cr/sb)

www.robinmood.eu