



Information

Modulare Unterstützung von Umfrageprojekten

TSM

THOMAS SEITZ MARKTFORSCHUNG
UMFRAGEN + ANALYSEN

AN ALLE „SELBERMACHER“, DIE MIT DEM GEDANKEN SPIELEN, UMFRAGEN VOLLSTÄNDIG ODER TEILWEISE IN EIGENREGIE DURCHFÜHREN:

Wir haben verstanden, dass die Verfügbarkeit preiswerter Online-Umfrage-Tools, die direkte Kontrolle der Umfrage und eine mögliche Kostenersparnis gute Argumente für die interne Durchführung von Befragungen sein können. Aber erfahrungsgemäß ist das oft nicht ganz so trivial, wie es die Werbeversprechen der DiY-Tools suggerieren. Dementsprechend verlaufen nicht alle Umfrageprojekte gleichermaßen erfolgreich, und wir sind immer öfter gefragt als Fragebogen-Docs oder Auswertungsretter. Kein Problem, wir helfen gerne, aber nachträglich lässt sich leider oft nicht mehr alles retten.

Wir unterstützen Sie gerne auch in einzelnen Phasen Ihres Umfrageprojekts, in dem Maß, in dem Sie es benötigen. Und tatsächlich gibt es sehr gute Argumente für die Einbindung externer Dienstleister in Ihr Umfrageprojekt:

- Externe Anbieter haben **Expertise** in der Durchführung und Auswertung von Befragungen. Dies gewährleistet qualitativ hochwertige Daten und fundierte Erkenntnisse.
- Die Einbeziehung externer Dienstleister entlastet die internen Teams, spart also **Zeit und Ressourcen**.
- Externe Dienstleister stehen für **Neutralität, umfassenden Datenschutz und garantierte Anonymität der Antworten**, und das sind wichtige Grundvoraussetzungen für eine hohe Beteiligung und valide Umfrageergebnisse. Nur wenn die Befragten sicher sein können, dass ihre Antworten anonym bleiben, sind sie bereit, offen und ehrlich zu antworten. Das zu vermitteln, kann selbst bei externer Durchführung zur Herausforderung werden, bei interner ist es nahezu unmöglich! Ein Aspekt, der umso wichtiger wird, wenn es um Mitarbeiterbefragungen geht, bei denen Themen verhandelt werden, die für die Befragten höchste Relevanz und nicht selten eine gewisse Brisanz haben.
- Last but not least sind gute Planung und professionelle Durchführung einer Umfrage nicht zuletzt auch eine Frage der **Wertschätzung gegenüber der Zielgruppe!** Die Investition in eine „gute Befragung“ zeigt, inwieweit das Unternehmen bereit ist, Ressourcen in das Wohlbefinden und die Zufriedenheit von Mitarbeitenden oder Kund*innen zu investieren.

Das heißt natürlich nicht, dass interne Befragungen generell ungeeignet sind, aber sie sind vielleicht nicht für alle Themen die erste Wahl. Und selbstverständlich sollten auch interne Umfragen immer möglichst gut geplant und professionell durchgeführt werden. Das signalisiert Wertschätzung gegenüber der Zielgruppe und ist Grundvoraussetzung für valide und aussagekräftige Ergebnisse.

Damit wir wissen, wovon wir reden und Sie nicht Äpfel mit Birnen vergleichen: Lassen Sie uns einfach kurz darüber reden, welche Art Umfrage Sie planen, was Anlass & Ziele dieser Umfrage sind und was unser Beitrag zu Ihrem Umfrageprojekt sein könnte. Anruf oder E-Mail genügt.

E-Mail: info@tsm-marktforschung.de

Telefon: +49 +621 5615 555