

Kurz-Exposé

für ein
Qualitatives Forschungsprojekt
zum

Intensivierungskurs (IK) LVA 232.101
„Qualitative Forschungsmethoden“
WS 2015

Titel:

„Erarbeitung einer Vorgehensweise sowie eines Fragebogens zur optimierten Durchführung einer Kundenbefragung, für die Geschäftseinheit Informationstechnologie einer mittelständischen Unternehmensgruppe, basierend auf einer bereits durchgeführten Kundenbefragung im August 2012“

LVA-Leiter: Dr. Peter Holtz

Autor: Mag. Martin Streicher – Matr. Nr.: 8318114

Pfatter, November 2015

Ausgangssituation

Zur Unterstützung des Strategischen Managementprozesses (SMP) einer Geschäftseinheit (GE) Informationstechnologie (IT) einer mittelständischen, im Dienstleistungssektor im Süd-Ost-Bayerischen Raum tätigen Unternehmensgruppe, entschied sich die GE-Leitung sehr kurzfristig zur Durchführung einer Kundenbefragung.

Die Vorbereitung/Durchführung wurde von zwei Mitarbeiter(inne)n der GE IT und teilweise dem GE-Leiter IT, zusätzlich zum/neben dem operativen Tagesgeschäft, erledigt.

Als Adressaten wurden die jeweiligen wirtschaftlich Verantwortlichen oder IT-Verantwortlichen der ausgewählten Kundenunternehmen bzw. der internen GE festgelegt.

Die Befragungen erfolgten entweder persönlich im Zuge eines ca. 60 bis 90 minütigen Interviews, durch Versand des Fragebogens und geplantem Ausfüllen sowie Rücksendung durch den adressierten Empfänger oder durch Ausfüllen des Fragebogens durch die GE-Leitung IT, anhand von bisher getroffenen Äußerungen des jeweiligen Zieladressaten im Rahmen von Besprechungen, Telefonaten oder versandter Emails.

Der geplante Zeitrahmen der Kundenbefragung wurde nicht eingehalten und die Antwortquote der externen Kunden lag bei unter 50 %.

Problemstellung

Die sehr kurzfristig geplante und durchgeführte Kundenbefragung unter sehr hohem Zeitdruck wirft viele Fragen auf und lässt etliche Ungereimtheiten erkennen.

Es wurden keine/nur in sehr geringem Umfang Überlegungen hinsichtlich der Tatsache angestellt, inwieweit und ob die Formulierungen der Fragestellungen, dem zur Befragung ausgewählten Personenkreis, verständlich sind.

Die unterschiedliche Wahl der Adressaten der Befragung (einerseits wirtschaftlich Verantwortliche, andererseits IT-Verantwortliche) erlaubt per se keine Vergleichbarkeit/Messbarkeit der Antworten.

Die Auswertung und Interpretation der Ergebnisse erfolgte, mangels entsprechendem Wissensstand nach „Bauchgefühl“ der zwei Mitarbeiter(inne)n.

Eine strukturierte und nachvollziehbar geführte Dokumentation zur Planung, Vorbereitung und Durchführung der Kundenbefragung bzw. zu deren Auswertung liegt nicht vor.

Fragestellung und Zielsetzung

- Welche Anforderungen müssen zur wissenschaftlich und erkenntnistheoretisch korrekten Durchführung einer derartigen Forschungsmethode personell und materiell erfüllt sein bzw. werden?
- Wie/mit welchen Maßnahmen ist eine vergleichbare und messbare Durchführung der Befragung zu gewährleisten?
- Welche Methoden bzw. welche Werkzeuge sind am besten für die Durchführung einer derartigen Kundenbefragung geeignet?

Die Erstellung/Formulierung von adäquaten sowie für die jeweiligen Adressaten verständlichen Fragestellungen sowie deren Auswertung und Schlussfolgerungen nach wissenschaftlichen Grundsätzen und Erkenntnissen sind die vorrangigen Ziele dieser Arbeit.

Des Weiteren steht die jederzeitige Wiederverwendbarkeit der Vorgehensweise/Durchführung und der dafür entwickelten Werkzeuge bzw. angewandten Techniken im Vordergrund.

Ebenso muss als Ergebnis eine möglichst einfach anwendbare und verständliche Dokumentation zur Durchführung als auch Auswertung der Kundenbefragung für die daran beteiligten Mitarbeiter(innen) oder potentiell beauftragte externe Kräfte erstellt werden.