

Präsentation für Intensivierungskurs (IK) LVA 232.101

**„Qualitative Forschungsmethoden“**

LVA-Leiter: Dr. Peter Holtz

Wintersemester 2015/2016

**Erarbeitung einer Vorgehensweise sowie eines Fragebogens zur optimierten Durchführung einer Kundenbefragung**

# Inhalt

1. Ausgangssituation
2. Ziele und Vorgehensweise
3. Kundenauswahl
4. Fragenkatalog
5. Auswertung
6. Problemstellung
7. Fragestellung
8. Zielsetzung
9. Beispiel: Zukünftige Auswertung einer offenen Frage

# 1. Ausgangssituation

# 1. Ausgangssituation

- Unterstützung Strategischer Managementprozess (SMP) einer Geschäftseinheit (GE) Informationstechnologie (IT) einer mittelständischen, im Dienstleistungssektor im Süd-Ost-Bayerischen Raum tätigen Unternehmensgruppe. Kundenbefragung im Juni 2012 (Plan!)
- Sehr kurzfristige Entscheidung GE-Leitung
- Sehr enger/knapper Durchführungszeitraum
- Zwei Mitarbeiter\_innen der GE IT und teilweise der GE-Leiter IT (zusätzlich zum/neben dem operativen Tagesgeschäft der GE)
- Fragebogen → sowohl standardisierte als auch offene Fragestellungen
- Durchführung uneinheitlich
  - 60 bis 90 minütige Interviews
  - Versand des Fragebogens und geplantes Ausfüllen sowie Rücksendung durch den adressierten Empfänger
  - Ausfüllen des Fragebogens durch die GE-Leitung IT, anhand von bisher getroffenen Äußerungen des jeweiligen Zieladressaten im Rahmen von Besprechungen, Telefonaten oder versandten Emails

# 1. Ausgangssituation

- Ausgegliederte GE mit sehr hohem Nachfragebedarf an IT-Leistungen nicht eigenständig befragt sondern einer zentralen Unterstützungseinheit zur Befragung zugewiesen
- Bei einzelnen Kunden wurde Ausfüllen des Fragebogens während des Interviews nicht nur durch Zieladressaten (z. B. wirtschaftlich Verantwortlichen) sondern mitunter durch eine zweite Person z. B. die IT-Verantwortliche/den IT-Verantwortlichen oder eine Mitarbeiterin/einen Mitarbeiter mit IT-Kenntnissen durchgeführt.
- Rücklauf Fragebögen teilweise erst nach mehrmaliger Nachfrage/Erinnerung im August 2012
- Antwortquote der externen Kunden unter 50 %
- Geplanter Zeitrahmen der Kundenbefragung nicht einhaltbar

## **Fazit:**

Enormer Zeitdruck für Auswertung der Befragung und die daraus abgeleiteten Erkenntnisse, zur Einarbeitung in den SMP.

## 2. Ziele und Vorgehensweise

## 2. Ziele und Vorgehensweise

<b>Anlass</b>	Strategische Ausrichtung der GE IT für die nächsten 5 Jahre (SMP 2012)
<b>Ziele</b>	Berücksichtigung der Kundenbedürfnisse im Produktportfolio der GE IT  Wettbewerber eruieren
<b>Vorgehensweise</b>	Ermittlung der Kundenbedürfnisse und mögliche Wettbewerber mit Hilfe einer Kundenbefragung
<b>Kundenauswahl</b>	Unternehmensgruppe intern, Standort-Kunden und externe Kunden (TOP 10) sowie Potentialkunden
<b>Zeitraum</b>	Juni 2012

Legende:

GE ..... Geschäftseinheit, Profit Center

# 3. Kundenauswahl

### 3. Kundenauswahl

Ansprechpartner der Unternehmensgruppe intern	Kunde	Ansprechpartner
	Geschäftsleitung	Kaufmännischer Geschäftsführer
	GE Engineering	Leiter GE
	GE Ver- / Entsorgung	Leiter GE
	GE Standort- / Umwelt	Leiter GE
	GE Logistik	Leiter GE
	GE IT	Leiter GE
	ZB Kaufmännische Dienste	Kaufmännischer Geschäftsführer
	GE Technik	Leiter GE

Legende:

ZB..... Zentralbereich, Unterstützungsorganisation

### 3. Kundenauswahl

Standort-Kunden und externe Kunden	Kunde	Ansprechpartner
	PVC-Produktion	GF oder IT-Leiter
	Chemie-Produktion C.	GF oder IT-Leiter
	Chemie-Produktion D.	GF oder IT-Leiter
	Kunststofffolien-Produktion	GF oder IT-Leiter
	Kautschuk- /TPE-Produktion	GF oder IT-Leiter
	Fachverlagsgruppe	GF oder IT-Leiter
	Stahl-Metallurgie-Produktion	GF oder IT-Leiter
	Hochfrequenz- / Faseroptik-Produktion	GF oder IT-Leiter
	Maschinenbau B.	GF oder IT-Leiter
	Business- / IT-Lösungsanbieter	GF oder IT-Leiter
	Chemie-Produktion O.	GF oder IT-Leiter

# 4. Fragenkatalog

## 4. Fragen an alle Kunden

Wie sieht die Rolle der IT in Ihrem Unternehmen jetzt und in den nächsten 3-5 Jahren aus?		jetzt	In 3-5 Jahren
<p>Folgende vier Cluster stehen zur Auswahl:</p> <p>(Mehrfachnennungen möglich)</p>	<p><b><u>Rationalisierung und Effektivitätssteigerung (Leverage)</u></b></p> <p>Unternehmen dieses Clusters sehen die IT als Anbieter grundlegender Technologie-Services. Sie erwarten von ihren CIOs, die IT zur Optimierung der Unternehmensabläufe einzusetzen, um die Effektivität zu steigern.</p>		
	<p><b><u>IT-Durchdringung und Optimierung (Expand)</u></b></p> <p>Dieser Auftrag impliziert, dass CIOs über ihre klassischen Zuständigkeiten hinaus agieren, indem sie visionär denken und handeln. CIOs dieser Unternehmen entwickeln die IT stetig weiter, um wichtige Geschäftsprozesse zu optimieren und die unternehmensweite Zusammenarbeit zu verbessern.</p>		
	<p><b><u>Transformation und Ausrichtung nach außen (Transform)</u></b></p> <p>Unternehmen, in denen dieser Schwerpunkt vorherrscht, sehen den IT-Bereich hauptsächlich als Anbieter von meist branchenspezifischen Lösungen, mit denen sich das Unternehmen verändern lässt. Diese CIOs sind aufgefordert, ihren Beitrag zur Wertschöpfungskette des Unternehmens zu leisten, indem sie helfen, die Beziehungen zu Kunden, Bürgern und Geschäftspartnern zu verbessern.</p>		
	<p><b><u>Einschlagen neuer Wege, um Zukunft zu gestalten (Pioneer)</u></b></p> <p>Unternehmen, die dem Cluster „Pioneer“ angehören, sehen die IT vorrangig als Mittel zur Umsetzung unternehmerischer Visionen. Diese Gruppe von CIOs soll das Unternehmen bei der Entwicklung bahnbrechender neuer Produkte, Märkte, Geschäftsmodelle oder in der radikalen Umgestaltung bestehender Strukturen unterstützen.</p>		

## 4. Fragen an alle Kunden

Wie wichtig sind Ihnen folgende IT-Themen/IT-Trends:	Sehr wichtig	Wichtig	Unwichtig	Zu einem späteren Zeitpunkt Interessant	Bisher nicht damit befasst
Business Intelligence					
Mobility-Lösungen					
Virtualisierung					
Cloud Computing					
Business Process Management					
Risikomanagement und Compliance					
Digitale Zusammenarbeit und soziale Vernetzung					
Sicherheitstechnik					

## 4. Fragen an alle Kunden

Welchen Unterstützungsbedarf sehen Sie in der Unternehmensgruppe?  
Welche Leistungen vermissen Sie, die von der GE IT angeboten werden sollten?

Gibt es Nischen, die von der IT unterstützt werden können?  
(z. B. Sicherheit und IT etc.)

Welche Leistungen sind nicht mehr zeitgemäß, wo ist eine Technologieupdate notwendig?

Wo liegen Verbesserungspotentiale der GE IT?

Welche Leistungen sind zukünftig notwendig, damit Sie Ihre Aufgaben / Ihr Kerngeschäft besser erledigen können?

## 4. Fragen nur an Standort-Kunden und externe Kunden

Wie hoch ist das IT-Budget?

Wie wird sich das IT-Budget in den nächsten 3-5 Jahren entwickeln?

Mit wem steht die GE IT im Wettbewerb?

Was sind Ihre nächsten konkret geplanten IT-Projekte? (Thema, Zeitraum)

Welche IT-Themen stehen in nächster Zeit im Fokus?

Sourcing Strategie?

*Folgende Frage wurde nur den Standort-Kunden gestellt:*

Gibt es das Bestreben einer Zentralisierung/Dezentralisierung Ihrer IT?

# 5. Auswertung

## 5. Auswertung

- Auswertung nur „aus dem Bauch heraus“ ohne Kategorisieren, Zählen, Bewerten
- Trennung in Verbesserungspotential, mögliche Ursachen und welchen Kunden betrifft es
- Schlussfolgerungen sind daher „sehr zerfleddert“, wenig strukturiert und „ohne roten Faden“ → bedeutet bei Umsetzung der „erkannten Themen“ kommt es zum Aufbau eines „Bauchladens“
- Bei Präsentation an einen Teil der Befragten gab es teilweise keinen Wiedererkennungswert bzw. Verwunderung über die erarbeiteten Schlussfolgerungen
- Aus der Kundenbefragung erfolgte nur sehr wenig Input in den SMP

# 6. Problemstellung

## 6. Problemstellung

- Kundenbefragung unter sehr hohem Zeitdruck und zudem sehr kurzfristig geplant und durchgeführt
- Sind die als Ziele festgehaltenen Bedingungen durch diese Art der Vorgehensweise der Kundenbefragung überhaupt erreichbar
- Keine/nur in sehr geringem Umfang Überlegungen
  - hinsichtlich Tatsache, inwieweit und ob Formulierungen der Fragestellungen, dem zur Befragung ausgewählten Personenkreis, verständlich sind
  - über Vergleichbarkeit der möglichen Ergebnisse, die Vergleichbarkeit der organisatorischen Stellung und der IT-Erfahrung/-Kenntnisse der Befragten
- Durch die unterschiedliche Wahl der Adressaten der Befragung (einerseits wirtschaftlich Verantwortliche, andererseits IT-Verantwortliche – beide Seiten haben bei der Beantwortung einen unterschiedlichen/unterschiedliche Fokus/Sichtweise) ist per se keine Vergleichbarkeit/Meßbarkeit der Antworten gegeben

# 7. Fragestellung

## 7. Fragestellung

- Welche Anforderungen müssen zur wissenschaftlich und erkenntnistheoretisch korrekten Durchführung einer derartigen Forschungsmethode personell und materiell erfüllt sein bzw. werden?
- Sind derartige Aktionen ohne entsprechende externe Unterstützung (siehe Zeitdruckproblem zur Vorbereitung/Durchführung/Auswertung und zusätzlichem Tagesgeschäft) überhaupt mit einem gewissen Qualitätsanspruch machbar/sinnvoll?
- Ergeben sich aus dieser Art der Kundenbefragung bzw. der, in der in der Ausgangssituation beschriebenen durchgeführten Vorgehensweise überhaupt valide bzw. belastbare Erkenntnisse/Schlussfolgerungen?
- 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 dieser Kundenbefragung geeignet?

# 8. Zielsetzung

## 8. Zielsetzung

- Erarbeitung einer wissenschaftlich fundierten und optimierten Vorgehensweise und Durchführung zukünftiger periodischer Kundenbefragungen über den IT-Bereich der GE IT der mittelständischen, im Dienstleistungsbereich tätigen Unternehmensgruppe im Süd-Ost-Bayerischen Raum durch
  - Definition der relevanten Ziele der Kundenbefragung
  - Festlegung einer einheitlichen und quantifizierbaren Vorgehensweise/Durchführung bei der Befragung
  - Durchgängiges sowie eindeutiges Auswahlkriterium bei der Festlegung der Zieladressaten des Fragebogens
  - Nachhaltigkeit bei der Einholung der Antworten der geplanten Befragten
  - Erarbeitung geeigneter Methoden/Maßnahmen zur Gewährleistung des geplanten Zeitraums der Kundenbefragung
  - Erstellung/Formulierung von zielgerichteten Fragestellungen sowie Auswertung und Schlußfolgerungen nach wissenschaftlichen Grundsätzen und Erkenntnissen.
- Jederzeitige Wiederverwendbarkeit der Vorgehensweise/Durchführung und der dafür entwickelten Werkzeuge bzw. angewandten Techniken
- Einfach anwendbare und verständliche Dokumentation zur Durchführung als auch Auswertung der Kundenbefragung

# 9. Beispiel: Zukünftige Auswertung einer offenen Frage

## 9. Beispiel: Zukünftige Auswertung einer offenen Frage

- **Digitalisierung der Transkription, Abspeichern und Aufrufen der freien Antworten in entsprechender Software (z. B. ATLAS.ti)**
  - abhängig von festgelegten Transkriptionsregeln
  - abhängig von eingesetzter Software
- **Sortieren und Kategorisieren der erhaltenen Antworten**
  - Erste Durchsicht Antworten um Überblick zu erhalten
  - Sortieren Antworten und Finden bzw. Zuordnung zu Oberbegriffen  
(Problematik: Eindeutigkeit Zuordnung → Nicht zuordenbar → Überschneidungen)
- **Auszählen der Kategorien**
  - Ermittlung der Anzahl der Antworten je Kategorie
  - Sortierung (Gewichtung) der Kategorien nach absteigender Häufigkeit
- **Festhalten und Interpretieren der Ergebnisse**
  - Kurze Beschreibung welche Kategorien vorgekommen sind
  - Welche Kategorien werden sehr häufig genannt
  - Welche Schlüsse kann man daraus ziehen

## 9. Beispiel: Zukünftige Auswertung einer offenen Frage

### **Frage:**

**Welche Leistungen sind zukünftig notwendig, damit Sie Ihre Aufgaben / Ihr Kerngeschäft besser erledigen zu können?**

### **Antwort:.**

**Evt. Aufbau von Monitoring-Tools zur Real-Time-Steuerung von Logistikprozessen um auf operativer Handlungsebene zeitnah Engpässe zu erkennen und geeignete Gegenmaßnahmen ergreifen zu können.**

**Evt. Aufbau von internet-basierten Online-Bestelllösungen zum Abruf von Logistikdienstleistungen (z. B. Hängerlogistik, Bahnrangierungen etc.) durch die Bedarfsträger der Standort-Kunden.**

**Evt. elektronische Unterstützung bei der Übernahme produktionsnaher Logistik-Dienstleistungen (z. B. Abfüllung in den Betrieben, 24-h-Logistikservice).**

**Evt. Anbindung an Tracking-Systeme von Spediteuren zur Sendungsverfolgung für Frachtgeschäfte.**

## 9. Beispiel: Zukünftige Auswertung einer offenen Frage

### Frage:

Welche Leistungen sind zukünftig notwendig, damit Sie Ihre Aufgaben / Ihr Kerngeschäft besser erledigen zu können?

### Antwort:

**Evt. Aufbau** von **Monitoring-Tools** zur **Real-Time-Steuerung** von **Logistikprozessen** um auf **operativer** Handlungsebene **zeitnah Engpässe** zu erkennen und geeignete **Gegenmaßnahmen** ergreifen zu können.

**Evt. Aufbau** von **internet-basierten Online-Bestelllösungen** zum Abruf von Logistikdienstleistungen (z. B. Hängerlogistik, Bahnrangierungen etc.) durch die **Bedarfsträger** der Standort-Kunden.

**Evt. elektronische Unterstützung** bei der Übernahme **produktionsnaher Logistik-Dienstleistungen** (z. B. Abfüllung in den Betrieben, 24-h-Logistikservice).

**Evt. Anbindung** an **Tracking-Systeme** von **Spediteuren** zur **Sendungsverfolgung** für Fracht-geschäfte.

Legende:

**Evt.** ..... Interpretation derzeit fraglich?    **Aufbau** ..... Kategorien (allgemein)    **Spediteuren** ..... Kategorien (Branchenbezogen)

# Fragen



# Fragen