

SARTORIUS

Mit Hilfe von QuestionPro führt Sartorius weltweite Mitarbeiter:innen-Befragungen entlang der Employee Journey durch, um nachhaltig das Employee Engagement zu erhöhen, durch die kontinuierliche Erhebung und Analyse von Insights.

SARTORIUS

Kontakt

Kathrin Gielsdorf

People & Organizational Development Manager
Human Resources Management

Amira Becker

People & Organizational Development Specialist
Human Resources Management



Lösung

Employee Experience
Full Service

Herausforderung 1

Auswahl und Implementierung einer
Messmetrik

Herausforderung 2

Ermittlung von Key Drivern zur
Maßnahmenableitung

Über Sartorius

International führender Partner der biopharmazeutischen Forschung und Industrie.

Weitere Informationen unter <https://www.sartorius.com/en/company/about-sartorius-ag>

Zielsetzungen

- Kontinuierliche, anonymisierte Befragung der Mitarbeiter:innen entlang der Employee Journey
- Steigerung des Mitarbeitendenengagements
- Etablierung der Befragung als Führungsinstrument

HERAUSFORDERUNGEN

- Auswahl und Implementierung eines einheitlichen Messsystems
- Optimierung der Maßnahmenableitung durch Key-Driver-Analysen
- Analyse der Antworten auf offene Fragen

Übersicht

Wir hatten die Möglichkeit mit Amira Becker, People & Organizational Development Specialist, bei der Sartorius AG, über die Partnerschaft mit QuestionPro zu sprechen. Neben ihrer Meinung zur Zusammenarbeit mit QuestionPro stand vor allem ihre Einschätzung im Vordergrund, wie unsere Befragungs-Technologie und Beratung das Unternehmen Sartorius voranbringen, die aktuellen internen und externen Herausforderungen des Employee Experience Managements aktiv zu gestalten.

Ziele

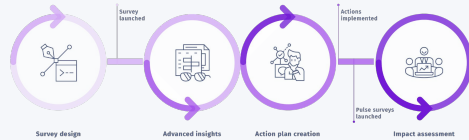
Die Zielsetzung bei der Entscheidung für QuestionPro war es, ein Employee Experience-Lösung zu finden, die die Anforderungen des Sartorius Global Human Resource Managements erfüllt, dass die Mitarbeiter:innen Erfahrungen im Allgemeinen und insbesondere mit den Bereichen Arbeitsplatz und Kultur, Führung sowie Mitarbeitenden-Erleben / Motivation weltweit erhoben werden. Die Erhebung sollte eine einheitliche Messmetrik, über alle Landesgesellschaften, Divisionen und Funktionen, sicherstellen. Darüber hinaus sollten die Ergebnisse sowohl als kommentierte PowerPoint-Berichte als auch als Dashboard-Lösung zur Verfügung gestellt werden. Im Anschluss an die Datenerhebung und -bereitstellung wurden die Ergebnisse intern analysiert und entsprechende Maßnahmen zur Weiterentwicklung abgeleitet. Hierzu sollten Key Driver-Analysen zur Verfügung gestellt werden, um aufzuzeigen, mit welchen Maßnahmen der größte Einfluss auf die zentrale KPI "Employee Net Promoter Score" (eNPS) erzielt werden kann.

Herausforderungen

Die Herausforderungen bestanden zum einen im Auffinden der Plattformtechnologie inkl. der Entscheidung für die Messmetrik. Zum anderen in der Auswahl des Analyseverfahrens zur Identifikation der Key Driver.

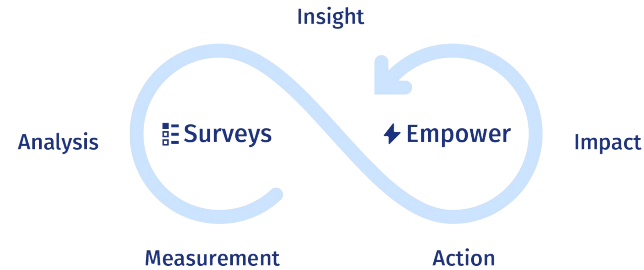


- 37** Länder
- 7.000 - 11.500** Teilnehmende
- 65-70%** Teilnahmequote
- 13** Fragen
- 28** Aspekte



Umsetzung Herausforderung “Implementierung Pulse Check”

Im Rahmen eines Kick-off-Workshops mit den relevanten Projektbeteiligten von Sartorius und QuestionPro wurden die im Briefing definierten Projektziele weiter konkretisiert und erste Ideen für die technische Umsetzung und Auswahl der Messmetrik entwickelt. Maßgeblich bei den Überlegungen war, dass ein kontinuierliche Prozess, auch “Positive People Science Methodology” genannt, bei Sartorius installiert wird. Zielsetzung war, dass zum einen neben Querschnittsanalysen, über z. B. die Divisionen, auch Längsschnittanalysen über die unterschiedlichen Erhebungswellen ermöglicht wurden. Zum anderen war es für Sartorius entscheidend, dass im Rahmen der Einführung auch gleichzeitig die Maßnahmen- und Implementierungsplanung integriert werden sollte.



Im Anschluss an den Kick-off-Workshop wurde die finale Messmetrik inklusiver der Konzeption der Mitarbeiterbefragung “Global Pulse Check” gemeinsam finalisiert. Eine hohe Teilnahmebereitschaft sowie fundierte Ergebnisse für die übergeordneten Befragungsdimensionen eNPS, Arbeitsplatz und Kultur, Führung sowie Mitarbeitenden-Erleben / Motivation waren dabei entscheidend bei der Auswahl der insgesamt 13 Fragen und 28 Detailspekte. Parallel hierzu wurde die Berichtslegung sowie die Dashboard-Konzeption besprochen und aufgesetzt.



„Unsere Anforderungen an eine technologische Befragungsplattform, die uns befähigt, alle Mitarbeiter:innen mit unserem „Global Pulse Check“ zu erreichen wurden vollständig erfüllt. Die gewonnenen Erkenntnisse helfen uns, Maßnahmen aus Sicht der Mitarbeiter:innen zu identifizieren und das Employee Experience nachhaltig zu verbessern.“

Amira Becker,
People & Organizational Development Specialist

Umsetzung Herausforderung “Key Driver Identifizierung”



Um die Frage beantworten zu können, welche Aspekte aus der Befragung den höchsten Einfluss und den stärksten Effekt auf den eNPS haben, wurde sich in Abstimmung zwischen Sartorius und QuestionPro für ein “Schrittweises Regressionsmodell” zur Identifikation der Treiber entschieden. Hierbei wurde das Regressionsmodell nacheinander immer wieder um die unabhängige Variable (“Aspekt”) erweitert, die das Gütemaß R^2 am stärksten vergrößert, also die Varianz in der Bewertung der abhängigen Variable (“eNPS”) am stärksten erklärt. Es wurden Variablen bis zu dem Punkt in das Modell aufgenommen, so lange sie einen Erklärungsanteil an der Bewertung des eNPS lieferten. Das finale Modell enthielt letztlich nur diejenigen Aspekte, die zur Beantwortung der eNPS-Frage einen direkten Einfluss haben.

Aufgrund der Entscheidung für das “Schrittweise Regressionsmodell” war es gleichzeitig möglich, den Einfluss der einzelnen Aspekte auf den eNPS zu messen sowie auch die Effektstärke aufzuzeigen. Mit anderen Worten kann ein Aspekt zwar einen großen Einfluss haben, so dass eine positive Bewertung des Aspekts auch einen positiven Einfluss auf die Bewertung des eNPS hat. Allerdings kann ein anderer Aspekt mit einem weniger großen Einfluss eine höhere Bewertung des eNPS zur Folge haben.

Ergänzend wurde für Sartorius eine Simulation entwickelt, mit der es möglich ist zu prognostizieren, welche Anteilsverschiebung in der Antwortverteilung beim “eNPS” bei den “Detraktoren” und “Passiven” Mitarbeitergruppen erforderlich ist, um den eNPS um einen Punkt zu verbessern.

Neben der Analyse der Antworten auf skalierte Bewertungen werden mittels AI Sentimentanalyse die Freitexte auf offene Fragen nach weiteren Key Insights analysiert. Zusätzlich hat jeder Manager in seinem Dashboard eine automatische Übersetzung der Kommentare in seiner Landessprache verfügbar.

Überblick über die Lösungen von QuestionPro:

- Employee Experience Lösung
- 360° Feedback
- Pulse
- Consulting
- Full Service
- Market Research & Customer Experience Lösung

Erfahren Sie mehr

www.questionpro.de



Für das Global Human Resource Management und alle Führungskräfte von Sartorius ermöglicht der Einsatz der QuestionPro Technologie, dass

- das Employee Engagement weltweit einheitlich und vergleichbar gemessen werden kann,
- alle Verantwortlichen sich aufgrund der Dashboard-Lösung, Treiberanalysen und AI-basierten Textübersetzungen und -auswertungen einen direkten und kontinuierlichen Überblick über das Employee Experience verschaffen können und
- letztendlich genau die Maßnahmen ergriffen werden können, die aus Mitarbeiter:innen-Sicht erforderlich sind.

Es wird Sartorius hierdurch ermöglicht, auf kosteneffiziente Weise die Employee Experience zu messen, Maßnahmen zu identifizieren und zu implementieren, die Mitarbeiter:innen begeistern und Mitarbeiterfluktuation nachhaltig reduzieren.

Über QuestionPro

QuestionPro ist eine Enterprise Feedback Management Plattform, die seit nunmehr zwei Jahrzehnten kontinuierlich und eng an den Anforderungen und Wünschen unserer Kunden für die Bereiche Experience Management, Marktforschung und wissenschaftliche Forschung entwickelt wird. Mit mehr als 4 Millionen Kunden in über 100 Ländern gehört QuestionPro zu den meist verwendeten und beliebtesten Befragungs- und Analyse-Lösungen weltweit. Unsere Hauptbetätigungsfelder sind die Bereiche Market Research, Customer Experience und Employee Experience.

