

Benchmarking

Benchmarking liefert Unternehmen wichtige Informationen. Diese Informationen beziehen sich auf Strategien, Produkte oder insbesondere Prozesse, um eine Positionierung der eigenen Leistungsfähigkeit vorzunehmen. Wichtig ist die Herstellung einer „echten“ Vergleichbarkeit.



Stand 07/2004



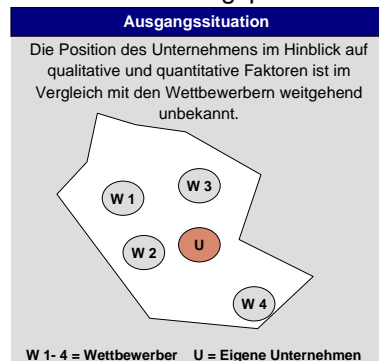
Situation

Trotz hoher Implementierungsraten von Kennzahlensystemen können Unternehmen die mit Hilfe der Systeme gewonnenen Informationen nicht effektiv nutzen

Eine Strategie der Differenzierung oder Kostenführerschaft erfordert unternehmensübergreifende Vergleiche von Geschäftsprozessen und bedingt die Orientierung an Bestlösungen sowie die Entscheidungsfindung auf Basis qualifizierter Informationen

Die Position bezüglich messbarer Faktoren für Strategien, Produkte oder Prozesse ist im Vergleich zu den Wettbewerbern weitgehend unbekannt

Angestrebt wird ein kontinuierlicher Veränderungsprozess



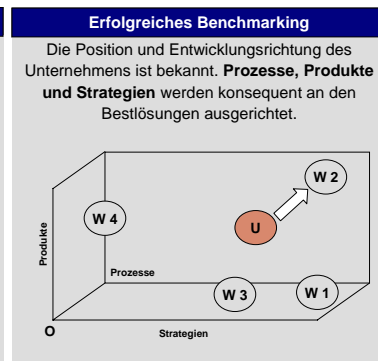
Ziel

Gewährleistung einer konsequenten Orientierung des Unternehmens an den Erfordernissen des Marktes, insbesondere Kundenbedürfnissen, Geschäftsprozessen und Wettbewerbsbedingungen

Identifizierung und Gestaltung von Einflussfaktoren zur Optimierung von Effizienz und Effektivität

Festlegung von Rationalisierungsschwerpunkten und Verbesserungsmöglichkeiten durch einen internen bzw. unternehmensübergreifenden Vergleich

Erhöhung der Flexibilität des Unternehmens bezüglich der Markterfordernisse und Technologiedynamik sowie durch Optimierung von erfolgskritischen Geschäftsprozessen



Vorgehen

Grundelement des Benchmarking ist die Festlegung der in den Vergleich einbezogenen Referenzklassen. Ihre Auswahl bestimmt das Niveau der zu ermittelnden Bestlösung

Determinierung des Bezugs des Benchmarking in Bezug auf die drei Bereiche Strategie, Produkt, und Prozesse. Dies hat einen wesentlichen Einfluss auf Inhalt und Ablauf

Das Vorgehen unterscheidet die Phasen Analyse, Planung, Konzeption und Umsetzung mit dem Ziel der kontinuierlichen Geschäftsprozessoptimierung

Sicherstellung der „echten“ Vergleichbarkeit der unternehmensinternen bzw. unternehmensexternen (auch branchenübergreifenden) ermittelten Daten

Diskussion der Ergebnisse und Ableitung der Maßnahmen



Ergebnis

Hergestellte Integrationsschnittstelle zu bereits bestehenden Management-Tools wie z.B. Balanced Scorecard Systemen

Orientierung an Best Practice Referenzbeispielen zur Bestimmung von Position und Entwicklungsrichtung von Produkten, Prozessen und Strategien des Unternehmens

Systematische Identifikation von Bestlösungen und Leistungen der wichtigsten Wettbewerber am Markt

Analyse der bedeutendsten Entwicklungstrends innerhalb der Branche und des State-of-the-Art der angewandten Technologien

Vergleich der eigenen Leistung mit entsprechenden Bestleistungen

Initiierung kontinuierlicher Lern- und Verbesserungsprozesse

Referenz

DB Reise&Touristik AG
 Robert Bosch GmbH
 Kässbohrer AG
 ZF Getriebe GmbH
 Volkswagen AG

