

Benchmarking

(In Bezug zur Präsentation Nr. 10)

Benchmarking ist eine Methode, bei der die Prozesse, Leistungen oder Methoden eines Unternehmens mit denen der besten Unternehmen in der Branche oder mit den besten Praktiken in einem bestimmten Bereich verglichen werden. Ziel ist es, Informationen zu sammeln, die dabei helfen, die eigene Leistung zu verbessern. Hier sind einige gängige Benchmarking-Methoden:

1. Internes Benchmarking:

- Vergleich von Abteilungen, Teams oder Prozessen innerhalb desselben Unternehmens oder Konzerns.

2. Wettbewerbs-Benchmarking:

- Direkter Vergleich mit Konkurrenten innerhalb der gleichen Branche, oft fokussiert auf Produkte, Dienstleistungen und Arbeitsprozesse.

3. Funktionales Benchmarking:

- Vergleich mit Unternehmen, die in anderen Branchen tätig sind, aber ähnliche Funktionen oder Prozesse aufweisen.

4. Generisches Benchmarking:

- Vergleich von Arbeitsprozessen und -praktiken, die branchenübergreifend als beste Praktiken gelten.

5. Externes Benchmarking:

- Betrachtung von Organisationen außerhalb des eigenen Marktes oder der eigenen Branche, um Perspektiven und Praktiken zu ermitteln, die zur Leistungssteigerung führen können.

6. Strategisches Benchmarking:

- Analyse, wie Unternehmen erfolgreich in neue Märkte vordringen, ihre Marktanteile erhöhen und ihre strategische Ausrichtung gestalten.

7. Prozessbenchmarking:

- Fokussierung auf einzelne Kernprozesse, um die Methoden, Aktivitäten, Flüsse und Funktionen zu analysieren und zu vergleichen.

8. Leistungs-Benchmarking:

- Vergleich von Leistungsindikatoren wie Kosten, Zykluszeiten, Kundenzufriedenheit und Qualität.

9. Produkt-Benchmarking:

- Analyse der Produkteigenschaften, Funktionen und des Designs, um die eigene Produktentwicklung zu verbessern.

10. Kundenbenchmarking:

- Einschätzung, wie Kunden die Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung im Vergleich zum Wettbewerb bewerten.

11. Finanzielles Benchmarking:

- Vergleich finanzieller Kennzahlen wie Umsatzwachstum, Rentabilität, Kostenstrukturen und Kapitalrenditen.

Für jedes Benchmarking ist es wichtig, dass relevante Daten zuverlässig und valide erfasst werden können und dass die Vergleiche fair und im Kontext verstanden werden. Nach der Datensammlung folgt eine Analysephase, in der die Unterschiede zu den Benchmarks untersucht und Ursachen für Leistungslücken identifiziert werden. Schließlich wird ein Aktionsplan entwickelt, um die festgestellten Lücken zu schließen und die eigenen Prozesse oder Leistungen zu verbessern.