



Was ist Benchmarking ?

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- Bench (engl.) Bank / Werkbank
- Mark (engl.) Markierung / ein Zeichen sein für...bewerten (Sport)
- Benchmark Vermessungsmarkierung.....
von vorher festgelegter
Position...
benutzt als Bezugspunkt...
Standard an dem etwas gemessen
oder beurteilt werden kann

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Ein Benchmark ist ein
Referenzpunkt einer
gemessenen Bestleistung.

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Benchmarking =

methodischer Vergleich von
Prozessen und Produkten mittels
Benchmarks von als besser
identifizierten Vergleichspartnern.

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- **Ziel des Benchmarking:**

Die eigenen Prozesse und Produkte durch das Vorbild des Vergleichspartners entscheidend zu verbessern.

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- **Entwicklung des Benchmarking:**

- 1979 Rank Xerox Benchmarking als Managementkonzept

- vorher Anfang 20. Jahrhundert

- Ford Fließband

- Du Pont Kennzahlensystem

1850 – 1870 Otino Toyota (JIT)

Datenverarbeitung (Vergleich von Rechenleistungen)

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Benchmarking

bedeutet lernen voneinander
und erfordert den Mut, über
den eigenen Tellerrand zu
schauen.

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



• Was bringt Benchmarking ?

Direkt:

- analysiert Unternehmen
- vergleicht Unternehmensbereiche und Unternehmen
- definiert Bestleistung
- identifiziert Leistungsdefizite
- bewegt Lösungsalternativen

Indirekt:

- erzeugt Verständnis für die eigenen Geschäftsabläufe
- legt die Unternehmensziele
- überprüft die Unternehmensstrategie
- stärkt die Wettbewerbsfähigkeit
- initiiert einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



• **Was bringt Benchmarking?**

- Erhöhung der Kundenzufriedenheit
- Erhöhung des Ertrages (Kostenreduzierung, Optimierung der Abläufe)
- Generierung und Überprüfung neuer Ideen / Innovationen

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Von den Besten lernen !!!

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- Vorteile und Nutzen des Benchmarking:
 - Treffen der Kundenanforderungen
 - Planmäßige Beseitigung der Unterschiede zum Klassenbesten
 - Bestimmung objektiver Produktivitätsmaße
 - Übernahme von „ Best Practices“
 - Erlangung einer führenden Wettbewerbsposition
 - Erkennen technologischer Durchbrüche
 - Motivation der Mitarbeiter

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- Nachteile und Schwierigkeiten des Benchmarking:
 - relativ wenig Fachleute
 - Zugriff zu relevanten Informationen noch nicht ausgereift
 - relativ langsame Verbreitung in Deutschland
 - sensibler Datenaustausch
 - Auswahl von Benchmarking – Partnern (Know – How)
 - Vergleichbarkeit von Prozessen

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



• Welche Arten von Benchmarking gibt es?

- Internes Benchmarking

...der Vergleich innerhalb des Unternehmens ähnlicher Tätigkeiten oder Funktionen zur Ermittlung des Leistungsniveaus

- Externes Benchmarking

- Konkurrenzbezogenes Benchmarking
(Marktanalyse)
- Branchenbezogenes Benchmarking
(Trend)
- Branchenunabhängiges Benchmarking
(Geschäftsprozessorientierung)

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- **Zielsetzungsphase**

Grundlagen für die Rahmenbedingungen und die Ziele für das weitere Benchmarking – Projekt.

- Standortbestimmung
- Positionierung
- Führung

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- **Interne Analyse**

- Sammeln und Jagen!
- Abläufe – Ist – Situation
- Fragebogen

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- **Vergleichsphase**

- Benchmarking – Partner (Professionalität)
- wirtschaftliche Parameter
- Image des Unternehmens
- Datenbeschaffbarkeit beim Benchmarkpartner
- Aufwand und Nutzen der Datenbeschaffung

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- **Maßnahmen**

- Entwicklung von Maßnahmen
- Bewertung von Maßnahmen
- Ablaufpläne (Team, Ressourcen, Budget, Zeitplan)
- kurzfristig / langfristig umsetzbarer Maßnahmenplan
- Kommunikationsstrategien

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Umsetzung

- Detailplanung
- Maßnahmen zur Umsetzung im Unternehmen
- Überprüfung des Grades der Zielerreichung
- Dokumentation

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



- **Code of Conduct**

- effiziente und ethische Prinzipien
- Offenheit und Vertrauen der
Benchmarkpartner

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Kein Wettbewerbsvorteil für
einen
sondern erreichen, dass alle sich
gemeinsam
verbessern können und Vorteile
erzielen.

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe