



IntraFIT

Ein Benchmark - Projekt für
Fitness – Freizeit und Wellnessunternehmen

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Inhalte / Aufbau des Projekts

Organisatorischer Rahmen des Projektes sind Gruppen von 8-12 Unternehmen gleicher Fachrichtung, die jeweils in einer Benchmark-Group zusammengefasst werden

Die Gruppen treffen sich zweimal pro Jahr zu jeweils 1 ½ tägigen Workshops; sie haben darüberhinaus jederzeit Zugang zu einem nur für Ihre Benchmark-Group reservierten Intranet

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 1

- In der ersten Phase des Projekts wird das aktuelle Zahlenmaterial der Unternehmen diskutiert und in Abstimmung mit den jeweiligen steuerlichen Beratern auf ein einheitliches Buchungsverhalten eingestellt
- Dieses Zahlenwerk wird in der Folgezeit per Datentransfer vom jeweiligen Steuerberater in ein geschlossenes Intranet eingestellt, auf welches die Teilnehmer online zugreifen können
- Somit ergibt sich in der ersten Stufe des Projektes ein jederzeit möglicher Ist/Ist-Vergleich

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 2

- In der zweiten Phase des Projektes wird gemeinsam mit den Teilnehmern auf Basis des Balanced-Scorecard-Modells ein Kennzahlensystem zu allen Bereichen der Unternehmen entwickelt
- Ziel des Kennzahlensystems ist es, ein umfassendes, aber nicht zu komplexes Steuerungsinstrument für die Unternehmensführung zu erhalten

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 2

- Aufgrund der Tatsache, dass die Unternehmen hierarchisch flache Gebilde sind, werden wenige Kennzahlen genügen
- Wichtig ist in dieser Phase des Projekts die Diskussion mit den Unternehmen über die Sinnhaftigkeit einzelner Kennzahlen; diese Diskussion schärft den Blick für die Zusammenhänge in den Unternehmen

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 2

- Beispiele für Kennzahlen:
 - Finanzperspektive
 - Studiogewinn
 - Cash-flow
 - Kapitalrentabilität
 - etc.

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 2

- Beispiele für Kennzahlen:
 - Kundenperspektive
 - Neuzugänge
 - Durchschnittsumsatz pro Kunde
 - Anteil bestimmter Kundengruppen
 - Kundenzufriedenheit
 - etc.

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 2

- Beispiele für Kennzahlen:
 - Prozessperspektive
 - Vertragsdauer
 - Fluktuation
 - Nebenprodukte
 - etc.

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 2

- Beispiele für Kennzahlen:
 - Mitarbeiterperspektive
 - Qualifizierungsgrad
 - Produktivität pro MitarbeiterIn
 - Mitarbeiterzufriedenheit
 - etc.

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 3

- In der dritten Phase des Projekts werden die verabredeten Kennzahlen regelmäßig erhoben und in das Datentableau im Intranet eingestellt
- In dieser Phase des Projekts ist ein umfassender Vergleich der Unternehmen bereits möglich; die jeweiligen Benchmarks und best practises können anhand der Kennzahlen aufgespürt werden

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 4

- In der vierten Phase legt jedes Unternehmen auf Basis der Kennzahlen der anderen Unternehmen sowie der Erkenntnisse aus der Diskussion dieser Kennzahlen ihre persönlichen Benchmarks fest
- Diese Benchmarks werden mit konkreten Maßnahmen unterlegt, die zur Erreichung erforderlich sind
- Die Sinnhaftigkeit dieser Maßnahmen wird mit den anderen Teilnehmern der Benchmark-Group diskutiert

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 5

- In der Folgezeit wird in den Workshops jeweils eine Auswertung der umgesetzten Maßnahmen vorgenommen sowie neue Maßnahmen aufgrund der jeweils aktuellen Benchmarks festgelegt
- Zusätzlich können in den Workshops aktuelle Themen aus der Branche – eventuell unter Hinzuziehen von Experten – diskutiert werden

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe



Phase 5

- Parallel zum Projekt kann in den einzelnen Unternehmen an einer umfassenden Einführung von Balanced Scorecards gearbeitet werden, um die in den Workshops erarbeiteten (strategischen) Maßnahmen und zugehörigen Kennzahlen auf Ebene der MitarbeiterInnen zu verankern

01.10.2005, Bodylife Messe Karlsruhe