

Benchmarking:

Ein Königsweg zur technischen Lösung

Eine Studie des Benchmarking Center Europe weist auf den Trend hin, dass Benchmarking im Rahmen von Reverse Engineering verstärkt zum Vergleich mit Konkurrenzprodukten eingesetzt wird.

Ein Benchmark einfachster Art hatte sich auf YouTube zu einem Renner entwickelt (fast 400.000 Klicks). VW-Chef Martin Winterkorn besteigt höchstpersönlich auf der Frankfurter IAA einen Hyundai i30 und probiert die Lenkradverstellung aus: „Warum kann’s der?“ fragt er seinen Mitarbeiter: „Da schepert nix. BMW kann’s nicht, wir können’s nicht.“

Strategisches Benchmarking beginnt beim Reverse Engineering. Dabei werden eigene und Wettbewerbsprodukte auseinander gebaut, die Bauteile auf Material, Produktionsverfahren und Fertigungsqualität und viele andere Details hin untersucht. Das Benchmar-

king Center Europe, ein Institut an der Universität Köln, berichtet, dass immer mehr Unternehmen einen Schritt weiter gehen und aus den so ermittelten Vergleichsdaten weiterführende Schlüsse ziehen. Mit Hilfe intelligenter Benchmarking-Systeme – z.B. GOBENCH IQ – werden Erkenntnisse über Patentverletzungen, Entwicklungszyklen, Materiallogistik oder Produktionsstandorte gewonnen. Das Benchmarking Center schätzt, dass in deutschen Unternehmen rund 100 Mrd. Euro vergeudet werden, weil Lösungen nicht mittels Benchmarking gefunden und weiterentwickelt, sondern von Grund auf neu gestaltet werden.

Professor Dr. Matthias Schmieder hat eine Studie mit 20 Unternehmen gemacht, die Benchmarking aktiv einsetzen. Dabei hat sich herauskristallisiert, dass Benchmarking und Reverse Engineering als neue Denk- und Arbeitsdisziplin verstanden werden. Als Ziele des Produkt-Benchmarking nannten drei Viertel der Befragten die „Raffinesse der Konkurrenzprodukte“, 60 % Materialien, Fertigungsverfahren und Technologie, 50 % die Kosten der Konkurrenzprodukte sowie 14 % Patentrecherche, Fehlervermeidung und Qualitätsverbesserung. Während zwei Drittel der befragten Unternehmen für das Benchmarking eine eigene Abteilung eingerichtet hat, führt ein Drittel die Untersuchungen mit einer Projektgruppe durch. Nur ein Viertel der Unternehmen zieht externe Berater hinzu. Der Grund: Fast kein Beratungsunternehmen hat das Know-how dafür. jw