Inhalt

1. Benchmarking - Warum ? 2
   1.1. Strategisches Denken 2
   1.2. Zeitadäquate Unternehmensstrategie 3
   1.3. Idee des Benchmarking 4

2. Benchmarking - Was ? 6
   2.1. Begriff des Benchmarking 6
   2.2. Einordnung des Benchmarking im Unternehmen 7
   2.3. Formen des Benchmarking 9

3. Benchmarking - Wie ? 12
   3.1. Vorbereitung des Benchmarking 13
      3.1.1. Gegenstand des Benchmarking 13
      3.1.2. Festlegung der Leistungsbeurteilungsgrößen 14
      3.1.3. Identifikation der Vergleichsunternehmen 14
      3.1.4. Informationsquellen 15
   3.2. Analyse 15
      3.2.1. Ermittlung der Leistungslücke 15
      3.2.2. Ursachen der Leistungslücke 16
   3.3. Umsetzung 16

4. Benchmarking - Wirklich neu ? 17

Literaturverzeichnis 19