

Reifegradmatrix Stand 2015 – Selbstbewertung



Unternehmen:
 Datum:2015

Allgemeine Hinweise

- Die Reifegradstufen der Matrix bauen sich von links nach rechts auf.
- Die Stufen 3 und 4 enthalten zum Teil aufeinander aufbauende und ergänzende Entwicklungsstufen.
- Der Aufwand zu einem Kriterium muss für die Bedeutung des Produktes oder der Dienstleistung angemessen sein. Sollten einzelne Kriterien aufgrund der Art des Produktes oder der Dienstleistung oder des Unternehmens nicht zutreffen, werden diese in der Bewertung nicht berücksichtigt. Das Nichtzutreffen muss plausibel begründet werden.
- Grundsätzlich gilt die Matrix für Unternehmen die Dienstleistungen, Produkte oder beides anbieten. Die Begriffe dazu sind eher allgemein gehalten und sind sinngemäß auf das konkrete Unternehmen zu übertragen.

Zu den einzelnen Kriterien werden im Rahmen der Selbstbewertung durch das Unternehmen kurz die jeweilige Vorgehensweise (wie wird das Kriterium im Unternehmen umgesetzt?) beschrieben sowie das dadurch erzielte Ergebnis bei der Selbstbewertung:

Stufe	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Stufe 4		
Kriterium	Beispiel Beispiel Beispiel	Beispiel Beispiel Beispiel	Beispiel Beispiel Beispiel	Beispiel Beispiel Beispiel	1	2
					3	4
Beispiele:						

Ausfüllhinweise:

- Die Selbstbewertung wird anhand der Kriterien in der Reifegradmatrix dort selbst vorgenommen.
- Zu jedem Thema (jeder Frage) gibt es vier Stufen der Ausprägung im Qualitätsmanagement des Unternehmens. Jede Stufe ist eine Steigerung zur vorhergehenden (von links nach rechts).
- Der Unternehmer entscheidet, wo sein Unternehmen steht und welche Stufe für ihn zutrifft. In dieses entsprechende Feld macht er einfach ein Kreuz (s.o.).
- An Beispielen wird kurz erläutert, warum die Entscheidung für die Stufen 3 oder 4 getroffen wurde (ggf. Zusatz-Seiten).

Gesamtdarstellung des erreichten Entwicklungsstandes (Reifegrad) des Unternehmens:

Reifegradmatrix Stand 2015 – Selbstbewertung

Unternehmen:
 Datum:2015



Stufe	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Stufe 4
Bezeichnung	Beginner	Unternehmen in Entwicklung	Gut geführtes Unternehmen	Exzellentes Unternehmen
Unternehmensreife-grad, Zusammenfassung	Die Arbeit erfolgt unstrukturiert und kaum geplant. Standards und Qualitätskriterien sind kaum definiert und gebräuchlich. Die Vorgehensweisen sind stark personenbezogen. Die Attraktivität und Zuverlässigkeit für die Kunden ist gering. Die Wirtschaftlichkeit ist gefährdet.	Erste Grundlagen für geplantes und strukturiertes Vorgehen sind vorhanden, aber noch nicht ausreichend ausgeformt und abgesichert. Die Attraktivität und Zuverlässigkeit für die Kunden ist unbeständig. Die Wirtschaftlichkeit ist eher gering.	Qualitätsstandards und geregelte Vorgehensweisen herrschen vor. Das Vorgehen ist von Struktur und Systematik geprägt. Leistungen sind in reproduzierbarer Qualität verfügbar. Wo mehrerer Personen tätig sind, ist Vertretbarkeit und Einhaltung des Qualitätsniveaus die Regel. Das Unternehmen ist für Kunden attraktiv und zuverlässig. Das Unternehmen ist wirtschaftlich.	Die Leistungen sind ambitioniert und meist überdurchschnittlich. Das Unternehmen setzt Impulse nach außen. Es hat Trends geprägt oder mitgeprägt. Das Unternehmen stellt für Kunden einen Partner mit besonderer Wertschätzung dar. Die Wirtschaftlichkeit ist sehr gut und sichert Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung und -entwicklung.
Bewertung	Nachdrücklicher Handlungsbedarf	Gute Ansätze mit Handlungsbedarf für die weitere Entwicklung des Unternehmens	Q-Auszeichnung kann erteilt werden. Klare Ansatzpunkte für die weitere Entwicklung und Unterstützung des Unternehmens.	Q-Auszeichnung kann erteilt werden. Besondere Würdigung des Unternehmens und Empfehlung für Umsetzung EFQM.

Reifegradmatrix Stand 2015 – Selbstbewertung

Unternehmen:
 Datum:2015



1 Kunden und Markt verstehen	Beginner	Unternehmen in Entwicklung	Gut geführtes Unternehmen	Exzellentes Unternehmen	Stufe	
1.1 Den Markt kennen	Es gibt keine Überlegungen zur Abgrenzung eines spezifischen Marktes.	Der Markt ist grob umrissen.	Der Markt des Unternehmens ist anhand geeigneter Kriterien klar umrissen. Größe und Potenzial des Marktes sind hinreichend bekannt.	Die eigene Marktsituation wird systematisch bewertet. Branchen- und Markttrends werden weiträumig analysiert, z.T. aktiv mitbeeinflusst.	1	2
Beispiele: E					3	4
1.2 Sich auf die Kunden ausrichten	Vorgehensweisen sind in erster Linie auf den Inhaber ausgerichtet.	Vorgehensweisen sind in erster Linie auf die Kunden ausgerichtet.	Unternehmens- und Kundenperspektive werden gut miteinander verbunden. Prioritäten werden unter starker Berücksichtigung der Kundeninteressen gesetzt.	Ein systematisches Kundenmanagement ist ein Erfolgstreiber für das Unternehmen. Kunden werden aktiv in die Weiterentwicklung der Leistungen und Vorgehensweisen einbezogen.	1	2
Beispiele:					3	4

Reifegradmatrix Stand 2015 – Selbstbewertung

Unternehmen:
 Datum:2015



1.3 Kunden gewinnen	Akquise findet sporadisch statt.	Neue Kunden werden regelmäßig und aktiv gesucht. Für Kunden steht Informationsmaterial zur Verfügung.	Bestehende Kunden werden regelmäßig kontaktiert. Für die Akquise neuer Kunden gibt es fixierte Vorgehensweisen, Methoden und Kommunikationswege.	Für Produkte und Zielgruppen bestehen angemessen differenzierte Akquisitionsmethoden. Kundenzufriedenheit und -bindung werden gemessen. Die Ergebnisse werden zur Verbesserung der Kundenbindung und Kundenakquise eingesetzt.	1	2
					3	4
Beispiele:						
1.4 Kundenanforderungen aufnehmen und verstehen	Die Anforderungen des Kunden werden nicht eigens erfragt. Es werden vorhandene Leistungen angeboten.	Besondere Kundenanforderungen werden erfragt.	Die ausgesprochenen Anforderungen des Kunden werden systematisch in Leistungsmerkmale umgesetzt.	Nicht ausgesprochene Kundenanforderungen, die für den beabsichtigten Gebrauch der Lösung unbedingt nötig sind, werden erkannt und umgesetzt. Auf Basis systematischer Analysen zu künftigen Kundenanforderungen entstehen einzigartige Angebote.	1	2
					3	4
Beispiele:						