**EFQM Assessment**

**Verpflichtung zu Excellence (C2E) 2 Stern**

**Bewerbungsformular**

Name der Organisation**Aufbau**

## Schlüsselinformationen

Die Schlüsselinformationen unterstützen die Assessoren dabei, einen Gesamtüberblick zu gewinnen und den strategischen Kontext zu erfassen. Diese Informationen vermitteln einen Überblick über die Organisation, die kritischen Erfolgsfaktoren, die Strategie, die Interessengruppen, die Wertschöpfungskette und das Marktumfeld. Die Titel dienen als Empfehlung, die nachfolgenden Themen können dem Unternehmen angepasst werden.

## Befähiger Tabelle

In der Tabelle werden die wesentlichen Aktivitäten/Ansätze der Organisation zum Erreichen der strategischen Ziele aufgeführt.

## Details der Organisation

Es wird eine Kontaktperson benötigt, welche den Vorort Besuch koordinieren wird:

|  |  |
| --- | --- |
| **Name der Organisation** |  |
| **Kontaktperson** |  |
| **Telefon** |  |
| **E-Mail** |  |

**Das Bewerbungsformular ist einzureichen an:**

**Schlüsselinformationen**

## ZAHLEN UND FAKTEN

*Dies kann beinhalten:*

* Name der Organisation
* Rechtsform
* Eigentümer - Investoren
* Mission (Kernaufgabe für die Existenz der Organisation)
* Geschäftstätigkeit
* Organigramm und Unternehmensstruktur
* Anzahl der Mitarbeitenden (Leitung, Führung, Angestellte, Standorte)
* Anzahl und Verteilung der Standorte
* Finanzielle Kennzahlen

## GESCHICHTE DER ORGANISATION UND ERREICHTE MEILENSTEINE

## HERAUSFORDERUNGEN UND STRATEGIE DER ORGANISATION

*Dies kann beinhalten:*

* Vision (Erklärungen über die Zukunft der Organisation)
* Geschäftsstrategie (Aktuelle und zukünftige Aktivitäten)
* Stärken - Schwächen - Chancen - Risiken (im Rahmen von Mission, Vision und Fähigkeit und Fertigkeiten der Organisation, die Strategie zu erreichen)
* Wettbewerbsvorteile
* Schlüssel-Ziele (welche die Mission und die Verwirklichung der Vision, der Geschäftsstrategie unterstützen)
* Kritische Erfolgsfaktoren

## MÄRKTE, ANGEBOTE UND KUNDEN

*Dies kann beinhalten:*

* Aktuelle und zukünftige Märkte: Beschreibung und Zahlen (Marktanteile und zukünftige Bedeutung)
* Aktuelle und zukünftige Kundensegmente: Beschreibung, Bedürfnisse und Zahlen (aktuelle und zukünftige Wertschöpfung)
* Auflistung der wichtigsten Mitbewerber (aktuelle und zukünftige)
* Aktuelle und zukünftige Angebote und Produktsegmente: Beschreibung, Merkmale und Kennzahlen (aktuelle und zukünftige Wertschöpfung)

## PARTNER UND LIEFERANTEN

*Dies kann beinhalten:*

* Organisationsstruktur und die wichtigsten Funktionen
* zentrale Ressourcen und Vermögenswerte
* Schlüsselpartner und Lieferanten - Art und Bedeutung der Beziehungen
* Gesellschaft: Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Erwartung der weiteren Interessengruppen (ausser Mitarbeiter, Kunden und Inhaber/Anteilseigner)

## MANAGEMENT STRUKTUR UND AKTIVITÄTEN

*Dies kann beinhalten:*

* Governance-Struktur
* Werte
* Wesentliche Kommunikationsplattformen des Managements
* Performance Management (wie die Organisation die Leistung erbringt und verbessert)

**Befähiger Tabelle**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nr | Vorgehen | Umsetzung | Nachweise | Verantwortlicher | Beispiele |
| 1 | Strategische Planung (kurz- und langfristig) |  |  |  | * Vorgehen, um externe Erwartungen und Bedürfnisse abzuwägen und zu analysieren
* Vorgehen, um die eigene Leistungsfähigkeit einzuschätzen
* Strategieprozess (jährlich)
* Langfristige Planung (Mehrjahresplan)
* Risikomanagement
* CRS-/ Nachhaltigkeitsansätze
 |
| 2 | Zielsetzungsprozess |  |  |  | * Balanced Scorecard / Policy Deployment etc.
* Zielvereinbarungsprozess
 |
| 3 | Vision, Mission, Werte |  |  |  | * Leitbildentwicklung
* Leitbild-Review
* Kommunikation der Führungskräfte
* Andere Prozesse, die dazu dienen, die Kultur und Grundsätze der Organisation zu hinterfragen
 |
| 4 | Erheben der Bedürfnisse der Interessengruppen |  |  |  | * Befragungen von Interessengruppen (z.B. Imagebefragung)
* Direkte Kontakte zu Interessengruppen (z.B. Projektgespräche, Review-Besprechungen etc.)
* Ableiten von Bedürfnissen aus dem Verhalten der Interessengruppe z.B. Supervision
 |
| 5 | Kundenbezogene Aktivitäten |  |  |  | * Marketing- und Vertriebsaktivitäten
* Beschwerde-/Reklamationsprozess
* Schulungen am Produkt
 |
| 6 | Erheben der Kundenwahrnehmung  |  |  |  | * Befragungen
* Kundenkontakte, z.B. Verkaufsgespräche
* Auswertung des Kundenverhaltens
 |
| 7 | Management Reporting |  |  |  | * Managementinformations-system
* Monatsberichte/Quartalsbericht/etc.
* KPI-Cockpit
 |
| 8 | Prozessmanagement inklusive Darstellung der Kernprozesse  |  |  |  | * Ansatz zur Gestaltung von Prozessen
* Prozesslandkarte
* Prozessleistungsmessung

Segmentierung und Priorisierung von Prozessen |
| 9 | Prozessverbesserung |  |  |  | * Bewertung von Prozessen
* Ansatz zur Prozessverbesserung (z.B. KVP)
* Projektmanagement
 |
| 10 | Personalmanagement  |  |  |  | * Einstellungsprozess / Freistellung
* Schulungs-/Kompetenzaufbauprozess
* Stellenplan / Organigramm / Hierarchie
* Interne Kommunikation
* Vorgehensweisen für Lob- und Anerkennung
 |
| 11 | Erheben der Wahrnehmung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter  |  |  |  | * Befragung
* Feedbackgespräche
* Zielvereinbarungsgespräche
* Analyse von Mitarbeiterverhalten
 |
| 12 | Lernen von und Vergleich mit Anderen  |  |  |  | * Benchmark- und Erfahrungsaustausch
* Analyse von Branchenvergleichen

Analyse bester Praktiken |
| 13 | Wissensmanagement  |  |  |  | * Nachfolgeregelung
* Genderbetrachtungen

Kompentenzübersicht |
| 14 | Beobachtung des Geschäftsumfelds  |  |  |  | * Marktbeobachtung
* Business Intelligence

Trendanalyse |
| 15 | Lieferanten-management |  |  |  | * Lieferantenauswahl
* Lieferantenbetreuung
* Lieferantenbewertung

Erheben von Lieferantenfeedback |
| 16 | Partnermanagement  |  |  |  | * Partnerauswahl
* Partnerbetreuung
* Partnerbewertung

Erheben der Partnerzufriedenheit |
| 17 | Umweltmanagement |  |  |  | * Messung und Bewertung der Umweltauswertungen
* Umweltbezogene Verbesserungsprojekte
* Ressourcenschonende Vorgehensweise

EMAS / ISO 14001 -Umsetzung |