Staatspreis Unternehmensqualität 2019

|  |  |
| --- | --- |
| Veranstalter | **Bundesministerium** für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort |
| **Organisator** | **Quality Austria**  Trainings, Zertifizierungs und Begutachtungs GmbH |
| **Bewerber** | **Bitte hier den Namen des Unternehmens eintragen** |

Fragebogen

|  |
| --- |
| STATUS DER ORGANISATION – ÜBERBLICK |
|  |

|  |
| --- |
| Bitte füllen Sie alle Felder aus. Der Umfang des ausgefüllten Fragebogens darf maximal 30 Seiten betragen.  Zusatzunterlagen (siehe Punkt 1.7) müssen gemeinsam mit dem ausgefüllten Fragebogen mindestens **4 Wochen vor dem Site Visit** an [staatspreis@qualityaustria.com](mailto:staatspreis@qualityaustria.com) übermittelt werden.  Alle im Rahmen des Assessments übermittelten Unterlagen werden vertraulich behandelt. Assessoren und Mitglieder der Jury unterzeichnen vor Übermittlung der Unterlagen eine Vertraulichkeitserklärung. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.1 Zielsetzungen der Organisation | | |
|  | | |
| Die wichtigsten fünf Zielsetzungen der Organisation werden in der Reihenfolge ihrer Bedeutung dargestellt, beginnend mit dem wichtigsten Ziel. Diese Zielsetzungen definieren das angestrebte Wunschbild, dem die Organisation in den nächsten Jahren entsprechen möchte. | |
| Ziel | Beschreibung |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.2 Produkte und Dienstleistungen der Organisation | | |
|  | | |
| Die wichtigsten fünf Produkte bzw. Dienstleistungen der Organisation werden in der Reihenfolge ihrer Bedeutung dargestellt, beginnend mit dem wichtigsten Produkt bzw. der wichtigsten Dienstleistung. Dieses zentrale Leistungsangebot der Organisation generiert die Wertschöpfung für Kunden und andere Interessengruppen. | |
| Produkt bzw. Dienstleistung | Beschreibung der Produkte bzw. Dienstleistungen |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.3 Relevante Interessengruppen der Organisation | | |
|  | | |
| Die fünf relevantesten Interessengruppen umfassen jene Personen, Gruppen oder Unternehmen, die das größte Interesse an den Leistungen Ihrer Organisation haben. Die jeweiligen Erwartungen der Interessengruppen werden dabei angeführt. | |
| Interessengruppen | Beschreibung der Erwartungen bzw. Bedürfnisse der Interessengruppen |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.4 Aktueller Status zum Umfeld der Organisation | | |
|  | | |
| Die Einbettung Ihrer Organisation in das Umfeld wird durch die aktuelle Markt-, Umfeld- und Wettbewerbssituation dargestellt. | |
| Umfeld | Beschreibung des Umfeldes |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.5 Historie der Organisation | | |
|  | | |
| Die wichtigsten fünf Meilensteine bzw. Entwicklungsschritte Ihrer Organisation werden zum Verständnis der Historie beschrieben. | |
| Jahr | Beschreibung der Historie der Organisation |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.6 abgrenzung der Organisation (wo passend) | | |
|  | | |
| Die Abgrenzung und Einbettung der Organisation (Organisationseinheit), z.B. in den Konzern, wird näher beschrieben (wo passend). | |
| Strategie | Beschreibung |
| Das Ausmaß, in dem die Organisation selbst strategische Entscheidungen trifft. |  |
| Finanzen | Beschreibung |
| Das Ausmaß, in dem die Organisation Budgethoheit hat oder Budget-verantwortung trägt. |  |
| Weiteres zur Abgrenzung | Beschreibung |
| Das Ausmaß, in dem die Organisation selbst über folgende Abteilungen verfügt bzw. Entscheidungen treffen kann: IT, HR, Logistik, Prozesse etc. |  |
| Internationale Aktivitäten und Standorte | Beschreibung |
| Das Ausmaß der Aktivitäten: regional, national, international |  |
| Anzahl und kurze Beschreibung der Standorte |  |
| Sonstiges? | Beschreibung |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1.7 Zusatzunterlagen | | |
|  | | |
| Wichtige, zusätzliche Informationen zur Organisation müssen – sofern verfügbar – gemeinsam mit dem Fragebogen übermittelt werden.  Bitte kreuzen Sie an, welche der unten aufgelisteten Unterlagen Sie in Ergänzung zum Fragebogen beigeben: | |
| Unterlage | Wird beigefügt |
| Vision | Ja  Nein |
| Mission | Ja  Nein |
| Strategie | Ja  Nein |
| Organigramm | Ja  Nein |
| Prozesslandkarte | Ja  Nein |
| Leistungs-/Produktübersicht | Ja  Nein |
| Standortübersicht | Ja  Nein |
| 2 weitere für die Organisation wichtige Unterlagen können beigelegt werden. Bitte führen Sie diese hier an: |  |
|  |  |
|  |  |
| Kennzahlen werden als Zusatzunterlage beigefügt (siehe Kapitel 3 Ergebnisse): | Ja  Nein |

|  |  |
| --- | --- |
| BESCHREIBUNG DER ORGANISATION – FÄHIGKEITEN | |
|  | |
| Der folgende Fragebogen zur Unternehmensqualität orientiert sich an den neun Kriterien des EFQM-Modells und spricht damit wesentliche Inhalte und Forderungen des EFQM-Ansatzes an. Die ersten fünf Kriterien dienen dazu, die Befähiger (Fähigkeiten) der Organisation zu beschreiben, die weiteren vier Kriterien sind dazu da, die erreichten Ergebnisse darzustellen. |
|  |

|  |
| --- |
| Hinweis zum Ausfüllen der Befähigerkriterien im Fragebogen:  Bei der Beantwortung der Fragen zu den Kriterien 1 bis 5 soll auf die wichtigsten Vorgehensweisen (Prozesse), deren Umsetzung und schließlich auf die Maßnahmen zu deren Verbesserung eingegangen werden (Das Schema ist im Formular in der ersten Frage Kriterium 1a dargestellt.). |

Beispiele zum Ausfüllen sind im Musterfragebogen „Fragebogen Staatspreis Beispiel“ einzusehen. Der Musterfragebogen kann bei [*staatspreis@qualityaustria.com*](mailto:staatspreis@qualityaustria.com) angefordert werden.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kriterium 1: Führung | | |
|  | | |
| Die Führungskräfte sorgen für Richtungsklarheit, Handlungsspielraum sowie Vorbildwirkung und vorausschauendes, flexibles Agieren. | |
| Kriterium 1 | Status der Organisation |
| **a** Wie entwickeln und kommunizieren Führungskräfte Vision und Mission der Organisation?  Wie entwickeln Führungskräfte ihr eigenes Führungsverhalten und sind sie Vorbild für die Führungskultur? | Vorgehen:  Umsetzung:  Verbesserung: |
| **b** Wie sorgen Führungskräfte für ein klares Bild zu den erwarteten Fähigkeiten und Leistungen der Organisation?  Wie treffen Führungskräfte fundierte Entscheidungen, um das Managementsystem und die Prozesse zu gestalten? |  |
| **c** Welche Vorgehensweisen setzen Führungskräfte ein, um die Bedürfnisse der Interessengruppen zu erfassen, in der Organisation zu berücksichtigen und die Ergebnisse zu kommunizieren? |  |
| **d** Wie stärken Führungskräfte die Einbeziehung, Ermächtigung, Verantwortlichkeit und Chancengleichheit der Mitarbeiter?  Wie erkennen sie Leistungen an, fördern neue Ideen und Vielfalt? |  |
| **e** Wie strukturieren Führungskräfte Veränderungsprozesse und Projekte?  Wie berücksichtigen sie  Aspekte einer nachhaltigen Entwicklung (gesellschaftliche Solidarität, ökologische Verantwortung, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit)? |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kriterium 2: Strategie | | |
|  | | |
| Die Organisation erarbeitet die Strategie, kommuniziert und konkretisiert diese und stellt die Umsetzung sicher. | |
| Kriterium 2 | Status der Organisation |
| **a** Wie werden Kenntnisse zu Umfeld, Markt und Positionierung in die Arbeit an der Strategie einbezogen? | Vorgehen:  Umsetzung:  Verbesserung: |
| **b** Wie werden die eigenen Leistungsfähigkeiten und Kernkompetenzen in die Arbeit an der Strategie einbezogen? |  |
| **c** Wie ist der Prozess der Strategieerarbeitung beziehungsweise der regelmäßigen Strategieaktualisierung gestaltet? |  |
| **d** Wie wird die Strategie konkretisiert bzw. heruntergebrochen und wie wird sie kommuniziert?  Wie wird die Umsetzung der Strategie überwacht? |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kriterium 3: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter | | |
|  | | |
| Die Organisation wertschätzt, stärkt und entwickelt die Fähigkeiten ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, kümmert sich um Fairness, Gleichberechtigung sowie Anerkennung und sichert die Kommunikation. | |
| Kriterium 3 | Status der Organisation |
| **a** Wie werden Personalpläne erstellt und mit der Strategie abgestimmt?  Wie werden Erkenntnisse aus Mitarbeiterbefragung-en in der Weiterentwicklung der Personalpläne etc. eingesetzt? | Vorgehen:  Umsetzung:  Verbesserung: |
| **b** Wie werden Wissen, Fähigkeiten und Kompetenzen der Mitarbeiter entwickelt und mit der Strategie abgestimmt? |  |
| **c** Wie werden persönliche Ziele und Team- bzw. Organisationsziele abgestimmt und Mitarbeiter zum selbständigen Handeln ermächtigt?  Wie fördern die Mitarbeiter das Ansehen der Organisation und leisten einen Beitrag für die Gesellschaft? |  |
| **d** Wie wird die Kommunikation zwischen den Mitarbeitern wirkungsvoll gestaltet?  Wie wird Zusammenarbeit (z.B. in Teams) verbessert? |  |
| **e** Wie werden Leistungen anerkannt und belohnt?  Wie wird die Vielfalt der Mitarbeiter erkannt und genutzt? |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kriterium 4: Partnerschaften und Ressourcen | | |
|  | | |
| Die Organisation managt Partnerschaften, Lieferanten und weitere Ressourcen zur Umsetzung der Strategie. | |
| Kriterium 4 | Status der Organisation |
| **a** Wie werden Lieferanten und Partner in Abstimmung mit der Strategie ausgewählt? Wie wird die Zusammenarbeit entsprechend gemanagt? | Vorgehen:  Umsetzung:  Verbesserung: |
| **b** Wie werden finanzielle Ressourcen geplant, eingesetzt und überwacht?  Wie werden bei Investitionen langfristige wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Wirkungen berücksichtigt? |  |
| **c** Wie werden Gebäude, Sachmittel, Infrastruktur und Material gemanagt und negative Umweltauswirkungen möglichst gering gehalten? |  |
| **d** Wie wird Technologie gemanagt, um die Umsetzung der Strategie zu unterstützen?  Wie werden dabei relevante Interessengruppen einbezogen? |  |
| **e** Wie werden Informationen bereitgestellt, Wissen gemanagt und das geistige Eigentum der Organisation geschützt? |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kriterium 5: Prozesse, Produkte und Dienstleistungen | | |
|  | | |
| Die Organisation gestaltet, lenkt und verbessert die Prozesse, Produkte und Dienstleistungen, um Wertschöpfung für die Kunden und andere Interessengruppen zu generieren. | |
| Kriterium 5 | Status der Organisation |
| **a** Wie werden Prozesse gestaltet, gesteuert und verbessert, um strategiekonform ausgewogenen Nutzen für die Interessengruppen zu gewährleisten? | Vorgehen:  Umsetzung:  Verbesserung: |
| **b** Wie werden Produkte und Dienstleistungen entwickelt und Innovationen ermöglicht?  Wie wird der Lebenszyklus der Produkte und Dienstleistungen verantwortlich gestaltet? |  |
| **c** Wie werden Produkte und Dienstleistungen zielgruppengerecht beworben und effektiv vermarktet? |  |
| **d** Wie wird im Kerngeschäft sichergestellt, dass die vereinbarten Leistungen kundengerecht und ressourcenschonend umgesetzt werden? |  |
| **e** Wie werden Kundenbeziehungen gemanagt und Wahrnehmungen der Kunden erfasst und berücksichtigt? |  |

## 

|  |
| --- |
| BESCHREIBUNG DER ORGANISATION – ERGEBNISSE |
|  |

|  |
| --- |
| Hinweis zum Ausfüllen der Ergebnisse im Fragebogen:  Geben Sie bei den folgenden Kriterien 6 bis 9 jeweils die drei wichtigsten Kennzahlen an, die für die Überwachung der Leistung und die Steuerung Ihrer Organisation relevant sind (Strategiebezug!).  Geben Sie zu jeder Kennzahl Ist-, Plan- und Benchmarkwerte der letzten 4 Jahre an (soweit verfügbar).  Das Schema ist im Formular für jede Kennzahl dargestellt.  Die Kennzahlen (und die zugrunde liegenden Daten) sollten durch entsprechende Segmentierung (z.B. Aufteilung nach Kundengruppen, Region etc.) klar und aussagefähig sein.  Wenn Sie Kennzahlen bereits speziell aufbereitet haben bzw. zusätzliche wichtige Kennzahlen verwenden, legen sie diese als Anhang bei bzw. führen sie diese am Ende des jeweiligen Kriteriums an (siehe Kapitel 1.6 „Zusatzunterlagen“). |

Beispiele zur Beschreibung der Kennzahlen sind im Musterfragebogen „Fragebogen Staatspreis Beispiel“ einzusehen. Der Musterfragebogen kann bei [*staatspreis@qualityaustria.com*](mailto:staatspreis@qualityaustria.com) angefordert werden.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kriterium 6: Kundenbezogene Ergebnisse | | | | | |
|  | | | | | |
| Die Organisation erzielt dauerhaft herausragende Ergebnisse, welche die Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Kunden erfüllen oder übertreffen.  **6a** Kennzahlen zur Wahrnehmung aus Kundensicht können z.B. Daten aus Kundenbefragungen, Fokusgruppen, Feedback, Beschwerden oder Kundenservice umfassen. | | | | |
| Kriterium 6a | Status der Organisation | | | |
| Geben Sie die **wichtigste** Kennzahl aus **Kundensicht** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl: | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **zweitwichtigste** Kennzahl aus **Kundensicht** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **drittwichtigste** Kennzahl aus **Kundensicht** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |

| Weitere Kennzahlen zur Wahrnehmung aus Kundensicht, die gemessen werden und mit denen Sie arbeiten (bitte nur nennen / aufzählen und nicht näher beschreiben) |
| --- |
|  |

| **6b** Intern erhobene Kennzahlen zur Überwachung und Steuerung der Kundensicht bzw. -zufriedenheit können z.B. Kennzahlen zur Produktbereitstellung und Dienstleistungserbringung umfassen. | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kriterium 6b | Status der Organisation | | | |
| Geben Sie die **wichtigste** **intern** erhobene Kennzahl bzgl. der **Kunden** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **zweitwichtigste** **intern** erhobene Kennzahl bzgl. der **Kunden** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **drittwichtigste** **intern** erhobene Kennzahl bzgl. der **Kunden** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |

| Weitere interne Kundenbezogene Kennzahlen, die gemessen werden und mit denen Sie arbeiten (bitte nur nennen / aufzählen und nicht näher beschreiben) |
| --- |
|  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kriterium 7: Mitarbeiterbezogene Ergebnisse | | | | | |
|  | | | | | |
| Die Organisation erzielt dauerhaft herausragende Ergebnisse, welche die Bedürfnisse und Erwartungen ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfüllen oder übertreffen.  **7a** Kennzahlen zur Wahrnehmung aus Mitarbeitersicht können z.B. Daten aus Mitarbeiterbefragungen, Fokusgruppen, Interviews umfassen. | | | | |
| Kriterium 7a | Status der Organisation | | | |
| Geben Sie die **wichtigste** Kennzahl aus **Mitarbeitersicht** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **zweitwichtigste** Kennzahl aus **Mitarbeitersicht** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **drittwichtigste** Kennzahl aus **Mitarbeitersicht** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl: | | | | |
|  | | | | |

| Weitere Kennzahlen zur Wahrnehmung aus Mitarbeitersicht, die gemessen werden und mit denen Sie arbeiten (bitte nur nennen / aufzählen und nicht näher beschreiben) |
| --- |
|  |

| **7b** Intern erhobene Kennzahlen zur Überwachung und Steuerung der Mitarbeitersicht bzw. -zufriedenheit können z.B. Weiterbildung, Karriereentwicklung, Engagement umfassen. | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kriterium 7b | Status der Organisation | | | |
| Geben Sie die **wichtigste** **intern** erhobene Kennzahl bzgl. der **Mitarbeiter** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **zweitwichtigste** **intern** erhobene Kennzahl bzgl. der **Mitarbeiter** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **drittwichtigste** **intern** erhobene Kennzahl bzgl. der **Mitarbeiter** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl: | | | | |
|  | | | | |

| Weitere interne Mitarbeiterbezogene Kennzahlen, die gemessen werden und mit denen Sie arbeiten (bitte nur nennen / aufzählen und nicht näher beschreiben) |
| --- |
|  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kriterium 8: Gesellschaftsbezogene Ergebnisse | | | | | |
|  | | | | | |
| Die Organisation erzielt dauerhaft herausragende Ergebnisse, welche die Bedürfnisse und Erwartungen der Gesellschaft erfüllen oder übertreffen.  **8a** Kennzahlen zur Wahrnehmung bzw. Rückmeldung der Gesellschaft können z.B. Befragungen der Partner und Lieferanten, Umweltauswirkungen, Ansehen oder Auszeichnungen umfassen. | | | | |
| Kriterium 8a | Status der Organisation | | | |
| Geben Sie die **wichtigste** Kennzahl aus **gesellschaftlichen** **Rückmeldungen** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **zweitwichtigste** Kennzahl aus **gesellschaftlichen** **Rückmeldungen** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **drittwichtigste** Kennzahl aus **gesellschaftlichen** **Rückmeldungen** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |

| Weitere Kennzahlen zur Wahrnehmung aus Sicht der Gesellschaft, die gemessen werden und mit denen Sie arbeiten (bitte nur nennen / aufzählen und nicht näher beschreiben) |
| --- |
|  |

| **8b** Intern erhobene Kennzahlen zur Überwachung und Steuerung der auf die Gesellschaft bezogenen Leistungen können z.B. die Einhaltung von Standards oder Leistungen hinsichtlich Gesundheit, Umwelt und Sicherheit umfassen. | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kriterium 8b | Status der Organisation | | | |
| Geben Sie die **wichtigste** **intern** erhobeneKennzahl bzgl. der **Gesellschaft** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **zweitwichtigste intern** erhobeneKennzahl bzgl. der **Gesellschaft** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **drittwichtigste** **intern** erhobeneKennzahl bzgl. der **Gesellschaft** an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |

| Weitere interne Gesellschaftsbezogene Kennzahlen, die gemessen werden und mit denen Sie arbeiten (bitte nur nennen / aufzählen und nicht näher beschreiben) |
| --- |
|  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kriterium 9: Schlüsselergebnisse | | | | | |
|  | | | | | |
| Die Organisation erzielt dauerhaft herausragende Ergebnisse, welche die Bedürfnisse und Erwartungen der Interessengruppen, welche Einfluss auf die Mission der Organisation sowie ein berechtigtes Interesse an ihr haben, erfüllen oder übertreffen.  **9a** Strategiebezogene Kennzahlen zu finanziellen und nichtfinanziellen Schlüsselergebnissen können z.B. finanzielle Ergebnisse, Budgeteinhaltung, Leistungsmengen der Schlüsselprodukte oder Ergebnisse der Schlüsselprozesse umfassen. | | | | |
| Kriterium 9a | Status der Organisation | | | |
| Geben Sie die **wichtigste** **strategische** Kennzahl an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **zweitwichtigste** **strategische** Kennzahl an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **drittwichtigste** **strategische** Kennzahl an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |

| Weitere strategiebezogene Kennzahlen, die gemessen werden und mit denen Sie arbeiten (bitte nur nennen / aufzählen und nicht näher beschreiben) |
| --- |
|  |

| **9b** Kennzahlen zu operativen Leistungen der Organisation können z.B. Indikatoren zu Schlüsselprozessen, Projektkosten, Technologieeinsatz oder Finanzkennzahlen umfassen. | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Kriterium 9b | Status der Organisation | | | |
| Geben Sie die **wichtigste** **operative** Kennzahl an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **zweitwichtigste** **operative** Kennzahl an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |
| Geben Sie die **drittwichtigste** **operative** Kennzahl an | | | | |
| Bezeichnung der Kennzahl |  | | | |
| Jahr |  |  |  |  |
| Ist |  |  |  |  |
| Plan |  |  |  |  |
| Benchmark |  |  |  |  |
| Wie werden die Daten segmentiert? | | | | |
|  | | | | |
| Anmerkung zur Kennzahl | | | | |
|  | | | | |

| Weitere Kennzahlen zur operativen Leistung, die gemessen werden und mit denen Sie arbeiten (bitte nur nennen / aufzählen und nicht näher beschreiben) |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
| Erklärung |
|  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ich bestätige hiermit, dass sämtliche Angaben im Fragebogen sowie in den beiliegenden Anhängen korrekt sind.  Der spätest mögliche Anmeldetermin ist der 31. März 2019, Site Visits können bis zum 30. April 2019 durchgeführt werden. Wir bitten um rechtzeitige Vereinbarung des Site Visit Termins.  Ich bin darüber informiert, dass der **vollständig ausgefüllte Fragebogen sowie die Zusatzdokumente bis mindestens 4 Wochen vor dem vereinbarten Site Visit Termin** bei der Quality Austria **einlangen müssen**, um eine sorgfältige Vorbereitung des Assessorenteams zu gewährleisten und den Site Visit entsprechend planen zu können.   |  |  |  | | --- | --- | --- | |  |  |  | | Datum |  | Firmenmäßige Zeichnung | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | O:\Werbung und PR\CD\Logos\Quality Austria\qualityaustria Logo de print.jpg | |
| **O:\Website\Bilder\Unternehmen\Michaela_Reisner_2016.jpgMag.(FH) Michaela Drascher, MA**  Operationsmanagement Unternehmensqualität (EFQM) [michaela.drascher@qualityaustria.com](mailto:michaela.drascher@qualityaustria.com)  Tel.:(+ 43 1) 274 87 47-125 |  | **Quality Austria**  Trainings, Zertifizierungs  und Begutachtungs GmbH |
|  | **Headquarters**  Zelinkagasse 10/3, 1010 Wien |
|  | **www.staatspreis.com** [**www.qualityaustria.com**](http://www.qualityaustria.com)  [**www.exzellentesunternehmen.at**](http://www.exzellentesunternehmen.at) |
| \\192.168.2.12\fotoarchiv\Fotos\Portraitfotos Mitarbeiter\Mayer_Nicole\2016\Nicole_Portrait1 Kopietest.jpg**Mag. Nicole Mayer, MSc.**  Business Development  Unternehmensqualität (EFQM) [nicole.mayer@qualityaustria.com](mailto:nicole.mayer@qualityaustria.com)  Tel.: (+43 1) 274 87 47-120      **Staatspreis Unternehmensqualität**  des Bundesministeriums für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort  [**www.staatspreis.com**](http://www.staatspreis.com) |  | **Hinweis**  Alle geschlechtsspezifischen Aus-drücke gelten immer für beide Geschlechter gleichermaßen. Aus Gründen der Lesbarkeit wird auf  die doppelte Ansprache verzichtet. |
|  | *Copyright © 2018 Quality Austria*  Nachdruck und Vervielfältigung,  auch auszugsweise, nur mit  schriftlicher Genehmigung der  Quality Austria. |