Benchmark

Ein *Benchmark* ist ein Vergleichsmaßstab. Im Design- und Entwicklungsprozess beschreibt der Begriff in der Regel den systematischen Vergleich bestehender Produkte, Dienstleistungen, Systeme oder Lösungen, um den aktuellen Stand eines Themenfeldes besser zu verstehen. Ziel ist nicht, vorhandene Lösungen zu kopieren, sondern deren Eigenschaften, Stärken, Schwächen und Unterschiede sichtbar zu machen.

Im Rahmen einer Desk Research können Benchmarks dabei helfen, ein Markt- oder Technologiefeld zu strukturieren. Dabei werden mehrere relevante Beispiele anhand zuvor festgelegter Kriterien miteinander verglichen. Je nach Projekt können dies beispielsweise Funktion, Preis, Zielgruppe, Material, Größe, Bedienung, technische Ausstattung, Interaktionsprinzip, Nachhaltigkeit oder besondere Merkmale sein.

Benchmarking

Der Prozess des Vergleichens wird häufig als *Benchmarking* bezeichnet. Entscheidend ist, dass nicht nur einzelne Referenzen gesammelt, sondern vergleichbare Kriterien definiert werden. Dadurch lässt sich erkennen, welche Lösungen bereits verbreitet sind, wo sich Produkte stark ähneln und an welchen Stellen möglicherweise noch ungenutzte Möglichkeiten bestehen.

Bei einem Projekt zu Audioprodukten könnten beispielsweise unterschiedliche Geräte danach verglichen werden, wie sie gesteuert werden, welche Nutzungssituationen sie adressieren, welche Rolle Displays oder Apps spielen, wie mobil sie sind oder auf welche Zielgruppe sie ausgerichtet sind.

Eine einfache Benchmark-Tabelle könnte beispielsweise so aufgebaut sein:

Produkt / Referenz	Zielgruppe	Zentrale Funktion	Interaktion	Besondere Merkmale
Produkt A	…	…	…	…
Produkt B	…	…	…	…
Produkt C	…	…	…	…

Benchmark und Designentscheidung

Ein Benchmark liefert noch keine fertige Designlösung. Er schafft zunächst Orientierung. Aus dem Vergleich kann beispielsweise sichtbar werden, dass fast alle bestehenden Produkte ähnliche Bedienprinzipien verwenden oder dieselbe Zielgruppe adressieren. Solche Muster können Ausgangspunkt für weitere Fragen sein.

Wenn etwa auffällt, dass nahezu alle Produkte eines Marktes über Touchscreens oder Apps bedient werden, kann daraus die Frage entstehen, ob es Nutzungssituationen gibt, in denen andere Formen der Interaktion sinnvoller wären. Ein Benchmark kann damit zur Entwicklung einer Forschungsfrage oder einer *Design Opportunity* beitragen.

Auswahl sinnvoller Benchmarks

Nicht nur direkte Wettbewerber sind relevante Benchmarks. Gerade in Creative Technologies kann es hilfreich sein, auch Beispiele aus benachbarten Bereichen zu betrachten. Für die Entwicklung eines Smart Products können beispielsweise Produkte aus Consumer Electronics, Medizintechnik, Mobilität, Spielzeug, Musikinstrumenten oder Assistive Technologies interessante Vergleichswerte liefern.

Wichtig ist dabei, nachvollziehbar zu machen, warum eine bestimmte Referenz ausgewählt wurde und welche

Erkenntnis daraus für das eigene Projekt entsteht.

Benchmark und Best Practice

Ein Benchmark wird teilweise mit dem Begriff *Best Practice* verbunden. Dabei sollte jedoch vorsichtig argumentiert werden. Eine Lösung ist nicht automatisch für jeden Kontext geeignet, nur weil sie in einem anderen Produkt erfolgreich eingesetzt wird. Was in einem bestimmten Nutzungskontext gut funktioniert, kann in einem anderen ungeeignet sein.

Benchmarks sollten deshalb nicht als Vorlagen verstanden werden, die übernommen werden müssen. Sie helfen vielmehr dabei zu erkennen, *was bereits existiert, wie unterschiedliche Lösungen funktionieren und wo sich Möglichkeiten für einen eigenen Ansatz ergeben*.

From:
https://wiki.ct-lab.info/ - **Creative Technologies Lab | dokuWiki**

Permanent link:
https://wiki.ct-lab.info/doku.php/extras:wissikon:research-methods:benchmark?rev=1789394916

Last update: **2026/09/14 14:08**