

Was Qualitätsmanagement mit dem Kunden zu tun hat

15.05.2014, 18:08 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *READ - Rüdenauer Edition Autor Digital*



Fallstudien zum Qualitätsmanagement, eBooks im PDF- und ePub-Format

„Qualität ist der Name für die unverschämt übertriebenen Erwartungen der Konsumenten an Waren und Dienstleistungen,“ hat Prof. Querulix einmal sarkastisch definiert.

Obwohl die Qualität von Produkten und Dienstleistungen immer noch das beste Verkaufsargument ist, sparen Hersteller und Händler trotz ihres Wissens um diese Tatsache allzuoft daran. Kurzfristiger Profit ist ihnen im Zeitalter der Quartalsberichte und der Mega-Boni wichtiger als langfristige Kundenbindung.

Dabei sind die Mittel und Methoden des Qualitätsmanagements genau die Führungsmittel, mit deren Hilfe gute Manager maximale Effektivität und Effizienz betrieblicher Funktionen und Prozesse sicherstellen können. Richtig und konsequent angewandtes Qualitätsmanagement ermöglicht zugleich nachhaltig profitable Leistungserstellung und Kundenzufriedenheit. Viele Führungskräfte verkennen aber diese große Chance, wirtschaftlichen Erfolg langfristig zu sichern, weil sie unzureichend ausgebildet und zu sehr am schnellen Erfolg orientiert sind.

Wie katastrophal sich mangelndes Qualitätsmanagement auswirken kann, zeigt zum Beispiel eine Fallstudie. Sie trägt den Titel: ‚Qualitätsmanagement in der Praxis - Wenn Kunden sich als Beuteopfer fühlen - ein “Reise“-Erlebnis“ mit Gebeco/TUI‘ und ist in 4. Auflage als eBook (ISBN 978-3-943788-07-5) bei READ – Rüdenauer Edition Autor Digital erschienen und dort sowie in jeder guten (Internet-)Buchhandlung für Euro 19,95 zu beziehen.

Der Fall: Zunächst bringt krasses Managementversagen infolge eines offensichtlich nicht funktionierenden oder nicht korrekt installierten Qualitätsmanagements im dargestellten Fall die Kunden um ihre gebuchte Reise. Dann tut die Geschäftsführung unklugerweise auch noch alles, um die Kunden auch noch die Zeche zahlen zu lassen, anstatt die Kunden schleunigst zu entschädigen und sich als zuverlässiger und fairer Geschäftspartner zu beweisen. Schließlich wehren sich die erheblich geschädigten Kunden massiv gegen das ihnen als „Abzocke“ erscheinende Verhalten und Gebeco/TUI muß zusehen, wie sich aus dem Managementversagen ein langfristiger Imageschaden zu entwickeln beginnt, dessen Folgen für das Unternehmen noch gar nicht absehbar sind. Aber weder die Geschäftsführer von Gebeco noch den Vorstand von TUI interessiert das – und die Großaktionäre schon gar nicht. Denn sie denken nicht unternehmerisch und

langfristig, sondern wie Zocker, die in möglichst kurzer Zeit ihren Reibach machen wollen.

Kunden sind für solche Managernomaden und Spekulanten nur Cashcows. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nur Produktionsmittel. Den einen will man möglichst viel Geld aus der Tasche ziehen, den anderen möglichst wenig hineinstecken.

Zwar hapert es vor allem in Großunternehmen mit dem kundenorientierten Qualitätsmanagement. Aber auch unter den Mittelständlern gibt es „Unternehmer“, die offensichtlich noch nicht gelernt haben, daß ihre Kunden sie und ihre Mitarbeiter ernähren. Eine im gleichen Verlag erschienene Fallstudie beschäftigt sich mit dem Qualitätsmanagement einer mittelständischen Hausverwaltung. Das in Text und Bildern über rund vier Jahre dokumentierte Ergebnis sollte Wohnungseigentümern die Haare zu Berge stehen lassen. Die Fallstudie mit dem Titel „Wie Eigentumswohnungen nicht verwaltet werden sollten“ (ISBN 978-3-943788-28-0) ist für 9,95 Euro ebenfalls beim Verlag sowie in allen guten (Internet-)Buchhandlungen erhältlich.

Richtig, nämlich als Führungsmittel und -methodik mit dem Ziel langfristigen wirtschaftlichen Erfolgs verstandenes und durchgeführtes Qualitätsmanagement zielt darauf ab, die Effektivität und die Effizienz betrieblicher Leistung permanent zu verbessern und damit die Wettbewerbskraft und die Wirtschaftlichkeit des Unternehmens zu stärken. Dazu gehört als einer der wichtigsten Faktoren auch die Sicherstellung der Kundenzufriedenheit. Denn „das Geld der Kunden ist der Lebenssaft eines jeden Unternehmens“ (Prof. Querulix). Und Kunden, die man hat, braucht man nicht mehr zu werben. Das spart Kosten.

Audits haben in diesem ganzheitlichen Führungskonzept nicht nur die Aufgabe, die Einhaltung von Vorgaben zu überwachen, so wichtig dies auch ist. Sie sind Führungsmittel. Ihre Aufgabe besteht deshalb darin,

- alle Tätigkeiten und Prozesse im Unternehmen permanent hinsichtlich ihrer Effektivität und Effizienz für die betriebliche Leistung und die Kundenzufriedenheit zu beurteilen und mögliche Verbesserungen zu erkennen,
- die Leistungs- bzw. Qualitätsvorgaben oder -vereinbarungen hinsichtlich ihrer Effektivität und Effizienz für die betriebliche Leistung zu analysieren und zu beurteilen sowie mögliche Verbesserungen zu erkennen,
- inhaltliche und methodische Ansatzpunkte und Möglichkeiten für Verbesserungsmaßnahmen zu erkennen.

Audits sind in diesem als Führungsinstrument verstandenen und genutzten Qualitätsmanagement Katalysatoren eines Permanenten Totalen Verbesserungsmanagements (PTVM). Mit ihrer Hilfe beobachten die Führungskräfte von der obersten Leitungsebene abwärts einerseits, ob Betriebsorganisation und Betriebsprozesse den technischen, wirtschaftlichen und rechtlichen Vorgaben entsprechen. Andererseits initiieren sie erforderliche genauere Analysen oder stoßen Korrekturmaßnahmen an.

Wettbewerb heißt: Wettbewerb um (das Geld der) Kunden, nicht mehr und nicht weniger. Das oberste Ziel eines als Permanentes Totales Verbesserungsmanagement praktizierten Qualitätsmanagements ist die wirtschaftliche Erfüllung der Kundenbedürfnisse.

Geradezu kundenfeindliche Vorgänge wie sie in den oben erwähnten Fallstudien dokumentiert sind, könnten mit dem konsequent genutzten Instrumentarium des Permanenten Totalen Verbesserungsmanagements vermieden werden. Konsequenter als Führungsmittel verstanden und umgesetzt würde ein solches Qualitätsmanagement durch die permanente Fokussierung der Aufmerksamkeit von Führungskräften und Mitarbeitern auf Verbesserungsmöglichkeiten im Führungs- und Leistungsprozeß sowie bei der Kundenorientierung des Unternehmens ständig neue inhärente Potentiale freisetzen, die das Unternehmen strikt auf einem Kurs nachhaltiger Wettbewerbskraft halten.

READ Pressestelle

Portrait

READ – Rüdenauer Edition Autor Digital ist ein eBook-Verlag, der auf praxisorientierte Fachliteratur für berufliche und politische Kommunikation und Führung sowie auf die Herausgabe zeitlos-zeitkritischer Aphorismen- und Gedichtbände von Prof. Querulix spezialisiert ist.

News-ID: 795507 • Views: 780 (Stand: 13.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/795507/Was-Qualitaetsmanagement-mit-dem-Kunden-zu-tun-hat.html>