

## Voice of Customer - Sprechen Sie „Kunde“?

26.02.2015, 18:49 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Schlegel und Partner GmbH - Marktforschung Beratung Umsetzung*

| Bewertung:<br>Wie stark trifft die Leistung die Erwartung<br>an einen guten Lieferanten? |                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| Wert                                                                                     | Erläuterung                                   |
| 10                                                                                       | Übertrifft meine Erwartungen deutlich         |
| 9                                                                                        | Übertrifft meine Erwartungen                  |
| 8                                                                                        | Entspricht exakt meinen Erwartungen           |
| 7                                                                                        | Entspricht fast immer meinen Erwartungen      |
| 6                                                                                        | Entspricht nicht ganz meinen Erwartungen      |
| 5                                                                                        | Verfehlt meine Erwartung                      |
| 4                                                                                        | Verfehlt deutlich meine Erwartung             |
| 3                                                                                        | Verfehlt sehr deutlich meine Erwartungen      |
| 2                                                                                        | Entspricht überhaupt nicht meinen Erwartungen |
| 1                                                                                        |                                               |

SuP-Skala zur Evaluation der Kundenzufriedenheit

Kundenerwartungen und -zufriedenheit zu erfassen ist eine wesentliche Voraussetzung für zielgerichtetes Qualitätsmanagement. Die von uns periodisch veröffentlichte Reihe "Voice of Customer" bietet Ihnen eine Übersicht zu den wichtigsten Begriffen und methodischen Aspekten.

### Kundenzufriedenheit

Erfassung und Bewertung der Kundenzufriedenheit sind eine wesentliche Voraussetzung für künftigen Unternehmenserfolg und effektives Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9001: 2008. Sie ermöglichen die Beurteilung der Leistungsfähigkeit eines Unternehmens an verschiedenen Schnittstellen und hinsichtlich verschiedener Kriterien. Auf ihrer Basis können gegenwärtige Geschäftsbeziehungen gesichert und Potenziale für die Festigung der Kundenbindung und zukünftige Geschäftsmöglichkeiten identifiziert werden.

Zufriedenheit kann als Grad der Erfüllung von Erwartungen gemessen werden. Nach gängigen psychologischen Modellen entsteht Kundenzufriedenheit als Ergebnis des Abgleichs der bisherigen persönlichen Erfahrungen des Kunden und seinen Erwartungen an das Unternehmen. Klares Ziel des Unternehmens muss es sein, die Erwartungen der Kunden auf breiter Basis in allen relevanten Kriterien zu erfüllen. Gelebtes Qualitätsmanagement bedeutet, das Ergebnis des Abgleichs zwischen den Erwartungen und den tatsächlichen Erfahrungen des Kunden bezüglich einer bestimmten Leistung zu analysieren und daraus konkrete Maßnahmen abzuleiten. Zusammengefasst: Nur wenn sich tatsächliche Erfahrungen und Erwartungen entsprechen, stellt sich Zufriedenheit ein, andernfalls Unzufriedenheit. Übertroffene Erwartungen hingegen führen zu Begeisterung und emotionaler Bindung des Kunden.

Um vom Kunden artikulierte Anforderungen zu erfüllen und ein effektives Qualitätsmanagement zu sichern, muss ein systematischer Prozess der Zufriedenheitsmessung und Ableitung daraus folgender Maßnahmen etabliert werden. Die Messung der Zufriedenheit kann dabei auf verschiedenem Wege erfolgen, etwa direkt anhand der Auswertung vorhandener Daten aus dem Beschwerdemanagement oder indirekt anhand der Einschätzung der eigenen Mitarbeiter. Das zentrale Instrument ist und bleibt jedoch die Befragung der Kunden.

Befragungen bieten eine Außensicht der Unternehmensleistung, erfassen Kritik, Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden in hohem Detailgrad für eine repräsentative Gesamtheit und decken Trends und Veränderungen auf.

In ereignisorientierten Befragungsverfahren werden konkrete positive und negative Erlebnisse der Kunden erfasst, die sich üblicherweise auf konkrete Ereignisse in der jüngeren Vergangenheit richten. Hinsichtlich Reliabilität und Vergleichbarkeit der Daten besser geeignet sind allerdings merkmalsorientierte Verfahren. Bei diesen bewertet der Kunde seine Schnittstellen zum Unternehmen, etwa Produktqualität, Logistik, Serviceleistungen, Kommunikation oder das Preis-Leistungs-Verhältnis. Diese Schnittstellen werden in spezifischen Leistungskriterien erfasst, deren Erfüllung der Kunde vor dem Hintergrund seiner Erfahrungen beurteilt. Damit die Zufriedenheitsmessung Handlungsrelevanz erhält, ist die Auswahl der richtigen Kriterien entscheidend, die sich einerseits an den Erfordernissen des Industrie- oder Produktsegments orientieren und andererseits den Erfahrungshorizont des Kunden und dessen relevante Interaktionen mit dem Unternehmen erfassen muss.

Weiterhin muss die Stichprobe bestimmte Anforderungen erfüllen. Sie muss berücksichtigen, dass sich die Struktur der Kunden bezüglich der Entscheidungsprozesse bei der Lieferantenauswahl sowie bezüglich der gestellten Anforderungen an die Schnittstellen zum Lieferanten je nach Industriesegment mitunter erheblich unterscheidet. Betrachtet man etwa Erwartungshaltungen an Logistikleistungen oder Entwicklungszyklen, so sehen sich Zulieferunternehmen der Automobilindustrie mit ganz anderen Bedingungen konfrontiert als etwa Unternehmen der Bau- oder Rohstoffindustrie. Um alle Aspekte abzudecken, die Einfluss auf die künftige Geschäftsbeziehung nehmen können, werden im B2B häufig mehrere Ansprechpartner verschiedener Funktionen eines Unternehmens befragt.

Die Erhebung der Kundenbeurteilungen erfolgt üblicherweise anhand von Rating-Skalen oder Likert-Skalen. Anstelle einer rein numerischen Skala empfiehlt es sich, eine qualitativ verankerte Bewertungsskala zu verwenden, bei der jedem Skalenpunkt eine konkrete Qualitätsaussage zugewiesen wird. Im Methodeninstrumentarium von Schlegel und Partner etwa werden die Skalenwerte direkt auf den Grad der Erfüllung der Kundenerwartungen bezogen (vgl. Abb.). Dieses Vorgehen erhöht die Vergleichbarkeit der erhobenen Daten über einzelne Kunden hinweg und verringert in internationalen Studien Verzerrungen der Bewertungen durch kulturelle Einflüsse.

Darüber hinaus ermöglicht der Rückbezug der Ergebnisse auf die Semantik der verwendeten Skala für jedes Kriterium einen präzisen Rückschluss, ob die Erwartungen der Kunden erfüllt werden oder Verbesserungsbedarf besteht.

Mit der gezielten und methodisch gesicherten Erhebung der Kundenzufriedenheit ist der erste Schritt getan, um bestehende Geschäftsbeziehungen langfristig zu sichern. Entscheidend ist es, im zweiten Schritt die Ergebnisse richtig zu interpretieren und geeignete Maßnahmen abzuleiten. Neben den reinen Zufriedenheits-Scores sollten hierzu erweiterte Analyseinstrumentarien und Vergleichswerte herangezogen werden, etwa Wettbewerbs- und Zeitvergleiche, Wichtigkeitsrankings oder interne und externe Benchmarks.

Im nächsten Artikel der Reihe erfahren Sie, wie auf dieser Basis die Handlungsrelevanz der Ergebnisse bis in die Detailebene einzelner Leistungsaspekte bewertet werden können.

Sie wollen sich informieren? Sprechen Sie uns an.

© Schlegel und Partner 2014

## Portrait

Schlegel und Partner ist als Spezialist für technikorientierte Marktforschung und Beratung weltweit in industriellen Märkten tätig.

Typische Leistungsbestandteile unserer Arbeit sind:

- die Erhebung von Marktdaten
- deren Verdichtung und Bewertung
- die Entwicklung kundenspezifischer Konzepte
- und die anschließende Begleitung der Umsetzung.

Schlegel und Partner hebt sich durch ausgeprägtes Markt- und Technikverständnis, individuelle Lösungsansätze, höchste Qualität, Internationalität, Schnelligkeit sowie Transparenz der Arbeit hervor.

---

News-ID: 841435 • Views: 292 (Stand: 12.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/841435/Voice-of-Customer-Sprechen-Sie-Kunde.html>