

Wie Kunden ihre Lieferanten beurteilen oder: Warum Qualitätsmanagement?

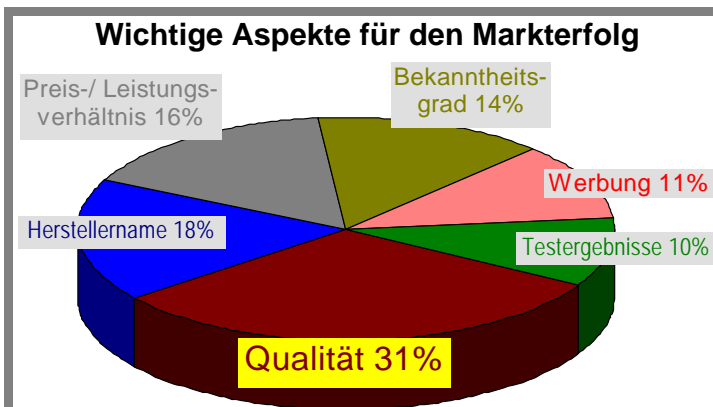
Der Kunde weiß genau was er will - er will Qualität zu einem vertretbaren Preis. Das wird durch eine Umfrage bei Kunden bestätigt. Die wichtigsten Aspekte für den Erfolg von Unternehmen am Markt sind demnach Qualität und ein angemessenes Preis-Leistungsverhältnis (Grafik 1).

Das wird durch eine Umfrage bei Unternehmen bestätigt: 98% sehen Qualität als überlebenswichtig oder als sehr wichtig an (Grafik 2).

tätsmanagementsystem aufweisen oder ein rein "bürokratisches" System eingeführt haben: Vorgesetzte und Mitarbeiter denken bei "Qualität" an Produktqualität, vielleicht noch an die Fertigungsqualität. Das Bewußtsein für qualitativ hochwertige Kunden-Lieferanten-Beziehungen ist dagegen nur gering ausgeprägt (das bezieht sich auch auf firmeninterne Kunden-Lieferanten-Beziehungen).

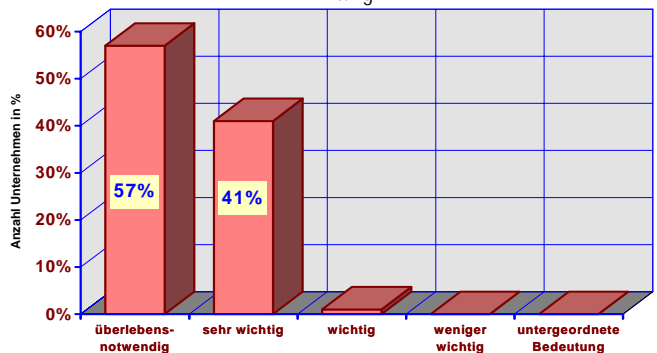
Ein Studie über Kundennähe von Unternehmen zeigte deshalb auch

den sind indes andere. "Besonders unzufrieden sind die Kunden mit Routinevorgängen wie Angebotserstellung oder Auftragsabwicklung. Enttäuscht sind die meistens Abnehmer auch über den fachlichen Dialog mit ihren Lieferanten. Hauptkritik: Anregungen werden nicht aufgegriffen, direkte Gespräche mit Entwicklungsingenieuren, Produktionsleitern und dem Top-Management der Hersteller finden viel zu selten statt" (VDI-Nachrichten,

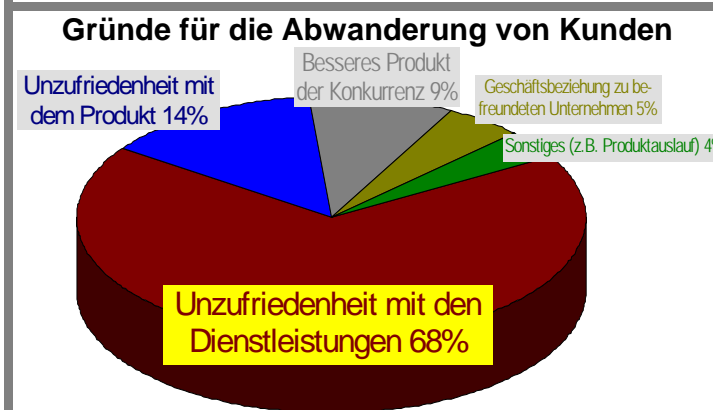


Grafik 1

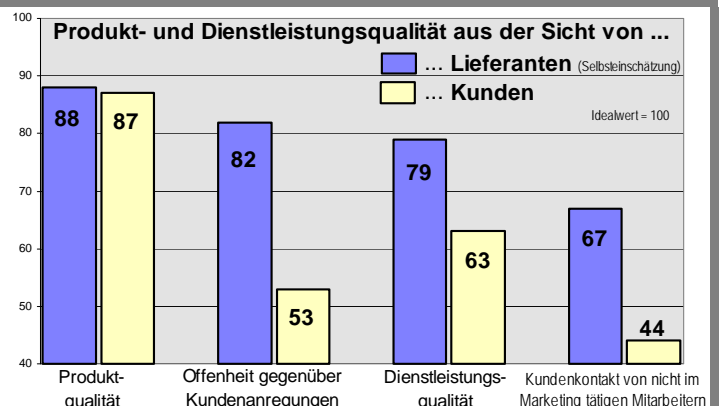
Für die meisten Unternehmen hat Qualität als Wettbewerbsfaktor höchste Bedeutung



Grafik 2



Grafik 3



Grafik 4

Die Qualität ihrer Produkte haben Unternehmen inzwischen gut "im Griff". Das geht auch aus der Grafik 3 hervor, indem Kunden ihre Gründe darlegen, warum sie zur Konkurrenz gegangen sind. Mangelhafte Produktqualität spielt dabei eher eine geringe Rolle (14%). Ganz anders sieht es jedoch beim Service aus. Er läßt in allen Industriegüter-Branchen zu wünschen übrig. 68% abwandernder Kunden suchen sich einen neuen Lieferanten, weil sie mit den Dienstleistungen unzufrieden sind.

Das zeigen auch Erfahrungen in Betrieben, die noch kein Quali-

ein eher düsteres Bild über die Qualitätsfähigkeit von Firmen (VDI-Nachrichten, 19.05.1995). Erstmals wurden in einer größeren Untersuchung zur Kundennähe sowohl Lieferanten als auch deren Abnehmer befragt. Zwischen den Aussagen der beiden Gruppen konnte die Studie praktisch keine Korrelation feststellen (Grafik 4). Da mit den Kunden zu wenig gesprochen wird, haben die meisten Unternehmen keine ausreichende Vorstellung, wie zufrieden die Kunden mit ihnen sind.

Die Hersteller sind von ihrer Qualität überzeugt, die Erfahrungen der Kun-

19.05.1995).

Um der "schleichende Entfremdung" zwischen Lieferant und Kunden entgegenzuwirken sind systematische Kundenbefragungen notwendig. Mit einem "gelebten" Qualitätsmanagementsystem und den entsprechenden Korrekturmaßnahmen zur Zufriedenheit des Kunden sind auch wieder mehr Markterfolge möglich.



Grafik 1-3: nach: J.H. Runge "Schlank durch Total Quality Management", Frankfurt 1994, Grafik 4: VDI-Nachrichten, 19.05.1995.