

DIN ISO 10004

ICS 03.120.10

Ersatz für
DIN ISO 10004:2015-01**Qualitätsmanagement –
Kundenzufriedenheit –
Leitfaden zur Überwachung und Messung (ISO 10004:2018)**

Quality management –
Customer satisfaction –
Guidelines for monitoring and measuring (ISO 10004:2018)

Management de la qualité –
Satisfaction du client –
Lignes directrices relatives à la surveillance et au mesurage (ISO 10004:2018)

Gesamtumfang 49 Seiten

DIN-Normenausschuss Qualitätsmanagement, Statistik und Zertifizierungsgrundlagen (NQSZ)

Inhalt

	Seite
Nationales Vorwort.....	5
Nationaler Anhang NA (informativ) Literaturhinweise	6
Vorwort	7
Einleitung	8
1 Anwendungsbereich.....	11
2 Normative Verweisungen	11
3 Begriffe	11
4 Konzepte und Leitprinzipien.....	13
4.1 Allgemeines	13
4.2 Konzept der Kundenzufriedenheit	13
4.3 Leitprinzipien	13
4.3.1 Verpflichtung.....	13
4.3.2 Kapazität.....	13
4.3.3 Transparenz	13
4.3.4 Zugänglichkeit	13
4.3.5 Reaktionsbereitschaft.....	14
4.3.6 Informationsintegrität.....	14
4.3.7 Verantwortlichkeit.....	14
4.3.8 Verbesserung	14
4.3.9 Vertraulichkeit	14
4.3.10 Kundenorientierter Ansatz.....	14
4.3.11 Kompetenz	14
4.3.12 Pünktlichkeit.....	14
4.3.13 Verständnis.....	14
4.3.14 Kontinuität.....	14
5 Rahmenbedingungen für das Überwachen und Messen der Kundenzufriedenheit	15
5.1 Kontext der Organisation	15
5.2 Festlegung	15
6 Planung, Gestaltung und Entwicklung.....	16
6.1 Festlegen des Zwecks und der Ziele.....	16
6.2 Festlegen des Rahmens und der Häufigkeit.....	16
6.3 Festlegen von Einführungsverfahren und Verantwortlichkeiten	17
6.4 Zuteilung von Ressourcen	17
7 Betrieb	17
7.1 Allgemeines	17
7.2 Kundenerwartungen ermitteln	18
7.2.1 Bestimmung von Kunden.....	18
7.2.2 Kundenerwartungen ermitteln	18
7.3 Erfassen von Kundenzufriedenheitsdaten.....	19
7.3.1 Ermitteln und Auswählen von Merkmalen mit Bezug zur Kundenzufriedenheit.....	19
7.3.2 Indirekte Indikatoren der Kundenzufriedenheit	19
7.3.3 Direkte Maße für Kundenzufriedenheit	20
7.3.4 Erfassen von Kundenzufriedenheitsdaten.....	21

7.4	Analysieren von Kundenzufriedenheitsdaten.....	22
7.4.1	Allgemeines	22
7.4.2	Aufbereiten von Daten für die Analyse	22
7.4.3	Festlegen der Analysemethode	22
7.4.4	Durchführen der Analyse	22
7.4.5	Validieren der Analyse	23
7.4.6	Ergebnisse berichten und Empfehlungen aussprechen.....	23
7.5	Informationen zur Kundenzufriedenheit kommunizieren.....	23
7.6	Überwachen der Kundenzufriedenheit.....	24
7.6.1	Allgemeines	24
7.6.2	Überprüfen von ausgewählten Kunden und erfassten Daten	24
7.6.3	Untersuchen von Informationen zur Kundenzufriedenheit.....	24
7.6.4	Überwachen der zum Verbessern der Kundenzufriedenheit ergriffenen Maßnahmen	24
7.6.5	Bewerten der Wirksamkeit der ergriffenen Maßnahmen	25
8	Aufrechterhaltung und Verbesserung.....	25
Anhang A (informativ) Wechselbeziehung zwischen ISO 10001, ISO 10002, ISO 10003 und diesem Dokument		27
Anhang B (informativ) Konzeptionelles Modell der Kundenzufriedenheit		29
B.1	Allgemeines	29
B.2	Konzeptionelles Modell der Kundenzufriedenheit.....	29
Anhang C (informativ) Ermittlung der Kundenerwartungen		31
C.1	Allgemeines	31
C.2	Kunden ermitteln	31
C.3	Hilfsmittel zum Verstehen der Kundenerwartungen	32
C.4	Kundenerwartungen und Kundenzufriedenheit.....	32
Anhang D (informativ) Direkte Messung der Kundenzufriedenheit.....		34
D.1	Allgemeines	34
D.2	Erhebungsmethoden zur Kundenzufriedenheit	34
D.2.1	Allgemeines	34
D.2.2	Qualitative Erhebungen	34
D.2.3	Quantitative Erhebungen	35
D.2.4	Vergleich von Erhebungsmethoden	35
D.3	Stichprobenumfang und Methode der Probenahme	37
D.3.1	Stichprobenumfang	37
D.3.2	Methode der Probenahme.....	37
D.4	Entwickeln des Fragebogens zur Kundenzufriedenheit.....	37
D.4.1	Festlegen der Fragen.....	37
D.4.2	Gestaltung des Fragebogens.....	38
Anhang E (informativ) Analyse der Kundenzufriedenheitsdaten.....		41
E.1	Allgemeines	41
E.2	Aufbereitung der Daten für die Analyse	41
E.2.1	Verifizierung der Daten.....	41
E.2.2	Kategorisierung der Daten	41
E.3	Festlegung von Methoden für die Analyse	41
E.3.1	Allgemeines	41
E.3.2	Direkte Analyse	41
E.3.3	Indirekte Analyse	43
E.4	Durchführen der Analyse	43
E.4.1	Allgemeines	43
E.4.2	Aufgliedern der Daten	43
E.4.3	Setzen von Prioritäten	43
E.5	Validieren der Analyse	44

E.6	Berichterstattung über die Analyse.....	45
E.6.1	Allgemeines	45
E.6.2	Darstellung der Ergebnisse.....	45
E.6.3	Formulieren von Schlussfolgerungen und Empfehlungen	45
Anhang F (informativ) Verwenden von Daten zur Kundenzufriedenheit		47
F.1	Allgemeines	47
F.2	Informationen zur Kundenzufriedenheit kommunizieren.....	47
F.3	Informationen über Kundenzufriedenheit nutzen	48
Literaturhinweise.....		49

Nationales Vorwort

Dieses Dokument enthält die deutsche Übersetzung der Internationalen Norm ISO 10004:2018, die vom Technischen Komitee ISO/TC 176 „Quality management and quality assurance“, Unterkomitee SC 3 „Supporting technologies“ erarbeitet wurde, dessen Sekretariat von NEN (Niederlande) gehalten wird.

Das zuständige deutsche Normungsgremium ist der Arbeitsausschuss NA 147-00-01 AA „Qualitätsmanagement“ im DIN-Normenausschuss Qualitätsmanagement, Statistik und Zertifizierungsgrundlagen (NQSZ).

Für die in diesem Dokument zitierten internationalen Dokumente wird im Folgenden auf die entsprechenden deutschen Dokumente hingewiesen:

ISO 9000:2015	siehe	DIN EN ISO 9000:2015-11
ISO 9001:2015	siehe	DIN EN ISO 9001:2015-11
ISO 9004	siehe	DIN EN ISO 9004
ISO 10001:2018	siehe	DIN ISO 10001:2019-07
ISO 10002:2018	siehe	DIN ISO 10002:2019-07
ISO 10003:2018	siehe	DIN ISO 10003:2019-07

Änderungen

Gegenüber DIN ISO 10004:2015-01 wurden folgende Änderungen vorgenommen:

- a) die Inhalte wurden an DIN EN ISO 9000:2015-11 und DIN EN ISO 9001:2015-11 angepasst;
- b) in Abschnitt 3 wurden die Begriffe überarbeitet und ergänzt;
- c) in Abschnitt 5 wurde ein Unterabschnitt zum Kontext der Organisation ergänzt und die Inhalte zur Einrichtung wurden überarbeitet;
- d) in B.4 wurden Erläuterungen zur Kundenzufriedenheit ergänzt;
- e) die Norm wurde redaktionell überarbeitet.

Frühere Ausgaben

DIN ISO/TS 10004 (DIN SPEC 91234): 2011-11
DIN ISO 10004: 2015-01

Nationaler Anhang NA (informativ)

Literaturhinweise

DIN EN ISO 9000:2015-11, *Qualitätsmanagementsysteme — Grundlagen und Begriffe (ISO 9000:2015); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 9000:2015*

DIN EN ISO 9001:2015-11, *Qualitätsmanagementsysteme — Anforderungen (ISO 9001:2015); Deutsche und Englische Fassung EN ISO 9001:2015*

DIN EN ISO 9004, *Qualitätsmanagement — Qualität einer Organisation — Anleitung zum Erreichen nachhaltigen Erfolgs*

DIN ISO 10001:2019-07, *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden für Verhaltenskodizes für Organisationen (ISO 10001:2018);*

DIN ISO 10002:2019-07, *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden für die Reklamationsbearbeitung in Organisationen (ISO 10002:2018);*

DIN ISO 10003:2019-07, *Qualitätsmanagement — Kundenzufriedenheit — Leitfaden für Konfliktlösung außerhalb von Organisationen (ISO 10003:2018);*

Vorwort

ISO (die Internationale Organisation für Normung) ist eine weltweite Vereinigung von Nationalen Normungsorganisationen (ISO-Mitgliedsorganisationen). Die Erstellung von Internationalen Normen wird üblicherweise von ISO Technischen Komitees durchgeführt. Jede Mitgliedsorganisation, die Interesse an einem Thema hat, für welches ein Technisches Komitee gegründet wurde, hat das Recht, in diesem Komitee vertreten zu sein. Internationale Organisationen, staatlich und nicht-staatlich, in Liaison mit ISO, nehmen ebenfalls an der Arbeit teil. ISO arbeitet eng mit der Internationalen Elektrotechnischen Kommission (IEC) bei allen elektrotechnischen Themen zusammen.

Die Verfahren, die bei der Entwicklung dieses Dokuments angewendet wurden und die für die weitere Pflege vorgesehen sind, werden in den ISO/IEC-Direktiven, Teil 1 beschrieben. Es sollten insbesondere die unterschiedlichen Annahmekriterien für die verschiedenen ISO-Dokumentenarten beachtet werden. Dieses Dokument wurde in Übereinstimmung mit den Gestaltungsregeln der ISO/IEC-Direktiven, Teil 2 erarbeitet (siehe www.iso.org/directives).

Es wird auf die Möglichkeit hingewiesen, dass einige Elemente dieses Dokuments Patentrechte berühren können. ISO ist nicht dafür verantwortlich, einige oder alle diesbezüglichen Patentrechte zu identifizieren. Details zu allen während der Entwicklung des Dokuments identifizierten Patentrechten finden sich in der Einleitung und/oder in der ISO-Liste der erhaltenen Patenterklärungen (siehe www.iso.org/patents).

Jeder in diesem Dokument verwendete Handelsname dient nur zur Unterrichtung der Anwender und bedeutet keine Anerkennung.

Eine Erläuterung zum freiwilligen Charakter von Normen, der Bedeutung ISO-spezifischer Begriffe und Ausdrücke in Bezug auf Konformitätsbewertungen, sowie Informationen darüber, wie ISO die Grundsätze der Welthandelsorganisation (WTO) hinsichtlich technischer Handelshemmnisse (TBT) berücksichtigt, enthält der folgende Link: www.iso.org/iso/foreword.html.

Dieses Dokument wurde von dem Technischen Komitee ISO/TC 176, *Quality management and quality assurance*, Subcommittee SC 3, *Supporting technologies* erarbeitet.

Diese zweite Ausgabe ersetzt die erste Ausgabe (ISO 10004:2012), die technisch überarbeitet wurde.

Die wesentlichen Änderungen im Vergleich zur Vorgängerausgabe sind folgende:

- Abstimmung mit ISO 9000:2015;
- Abstimmung mit ISO 9001:2015;
- verbesserte Abstimmung mit ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003.

Einleitung

0.1 Allgemeines

Eines der Schlüsselemente für den Erfolg einer Organisation ist die Zufriedenheit des Kunden mit der Organisation und mit ihren Produkten und Dienstleistungen. Daher ist es notwendig, die Kundenzufriedenheit zu überwachen und zu messen.

Die aus der Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit erhaltenen Informationen können helfen, Verbesserungsmöglichkeiten für die Strategien der Organisation sowie für ihre Produkte, Dienstleistungen, Prozesse und Merkmale zu erkennen, die von den Kunden geschätzt werden und den Zielen der Organisation dienen. Solche Verbesserungen können das Kundenvertrauen stärken und zu wirtschaftlichen und sonstigen Vorteilen führen.

Dieses Dokument gibt der Organisation eine Anleitung zur Einführung wirksamer Prozesse für die Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit.

Das Hauptaugenmerk dieses Dokuments liegt auf der Zufriedenheit von Personen oder Organisationen, die ein Produkt oder eine Dienstleistung von einer öffentlichen oder privaten Organisation erhalten oder erhalten könnten.

0.2 Beziehung zu ISO 9001

Dieses Dokument ist mit ISO 9001 kompatibel und unterstützt deren Ziele, indem es Anleitung zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit gibt. Dieses Dokument kann dabei helfen, bestimmte Abschnitte in ISO 9001, die sich auf Kundenzufriedenheit beziehen, zu behandeln, insbesondere die nachstehend aufgelisteten:

- a) ISO 9001:2015, 4.3, über den Anwendungsbereich des Qualitätsmanagementsystems;
- b) ISO 9001:2015, 5.1.2, über Kundenorientierung;
- c) ISO 9001:2015, 6.2.1, über Qualitätsziele;
- d) ISO 9001:2015, 8.2.1 c), über Kundenkommunikation;
- e) ISO 9001:2015, 9.1.2, über Kundenzufriedenheit;
- f) ISO 9001:2015, 9.1.3, über Analyse und Beurteilung;
- g) ISO 9001:2015, 9.3.2 c), über Managementbewertungseingaben;
- h) ISO 9001:2015, 10.1 über Verbesserung.

Dieses Dokument kann darüber hinaus unabhängig von ISO 9001 angewendet werden.

0.3 Beziehung zu ISO 9004

Dieses Dokument ist mit ISO 9004 kompatibel und unterstützt deren Ziele durch wirksame und effiziente Anwendung von Prozessen zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit. ISO 9004 bietet eine Anleitung zum Erreichen des nachhaltigen Erfolgs einer Organisation. Die Anwendung dieses Dokuments (ISO 10004) kann die Leistung in der Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit steigern und so zum Erreichen des nachhaltigen Erfolgs beitragen. Es kann darüber hinaus die fortlaufende Verbesserung der Qualität von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen basierend auf Rückmeldungen von Kunden und anderen relevanten interessierten Parteien ermöglichen.

ANMERKUNG Neben den Kunden und Reklamanten können zu den relevanten interessierten Parteien auch Zulieferer, Industrieverbände und ihre Mitglieder, Verbraucherorganisationen, zuständige Regierungsstellen, Personal, Besitzer und Andere zählen, die von den Prozessen der Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit betroffen sind.

Dieses Dokument kann darüber hinaus unabhängig von ISO 9004 angewendet werden.

0.4 Beziehung zu ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003

Dieses Dokument ist kompatibel mit ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003. Diese vier Dokumente können entweder einzeln oder in Kombination miteinander angewendet werden. Wenn sie zusammen angewendet werden, können dieses Dokument, ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003 Teil eines größeren und integrierten Rahmens zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit durch Verhaltenskodizes, Reklamationsbearbeitung und Konfliktlösung sowie Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit sein (siehe Anhang A).

ISO 10001 enthält eine Anleitung für Verhaltenskodizes für Organisationen in Bezug auf Kundenzufriedenheit. Solche Kodizes können die Wahrscheinlichkeit für das Auftreten von Problemen verringern und Ursachen für Reklamationen und Konflikte, die die Kundenzufriedenheit reduzieren können, beheben.

ISO 10001 und dieses Dokument können zusammen genutzt werden. Die in diesem Dokument aufgeführten Leitlinien können die Festlegung und Umsetzung von Verhaltenskodizes unterstützen. Zum Beispiel können die in diesem Dokument beschriebenen Prozesse Organisationen dabei unterstützen, die Kundenzufriedenheit mit diesen Verhaltenskodizes zu überwachen und zu messen (siehe ISO 10001:2018, 8.3). Ebenso können die Verhaltenskodizes Organisationen dabei unterstützen, Prozesse zur Überwachung und Messung von Kundenzufriedenheit zu ermitteln und umzusetzen. Zum Beispiel kann eine Organisation einen Verhaltenskodex in Bezug auf die Vertraulichkeit von Kundendaten bei der Überwachung und Messung von Kundenzufriedenheit entwickeln.

ISO 10002 enthält eine Anleitung zur internen Bearbeitung produkt- und dienstleistungsbezogener Reklamationen. Diese Anleitung kann dabei helfen, Kundenzufriedenheit und -treue zu erhalten, indem Reklamationen wirksam und effizient geklärt werden.

ISO 10002 und dieses Dokument können zusammen genutzt werden. Die in diesem Dokument aufgeführten Leitlinien können die Festlegung und Umsetzung eines Prozesses zur Reklamationsbearbeitung unterstützen. Zum Beispiel können die in diesem Dokument beschriebenen Prozesse Organisationen dabei unterstützen, die Kundenzufriedenheit mit dem Prozess zur Reklamationsbearbeitung zu überwachen und zu messen (siehe ISO 10002:2018, 8.3). Ebenso können Informationen eines Prozesses zur Reklamationsbearbeitung genutzt werden, um die Kundenzufriedenheit zu überwachen und zu messen. Zum Beispiel kann die Häufigkeit und die Art der Reklamation ein indirekter Indikator für Kundenzufriedenheit sein (siehe 7.3.2).

ISO 10003 enthält eine Anleitung zur Lösung von Konflikten wegen produkt- und dienstleistungsbezogener Reklamationen, die intern nicht zufriedenstellend gelöst werden konnten. ISO 10003 kann dabei helfen, Kundenunzufriedenheit, die ihre Ursache in ungeklärten Reklamationen hat, zu verringern.

ISO 10003 und dieses Dokument können zusammen genutzt werden. Die in diesem Dokument aufgeführten Leitlinien können die Festlegung und Umsetzung eines Prozesses zur Konfliktlösung unterstützen. Zum Beispiel können die in diesem Dokument beschriebenen Prozesse Organisationen dabei unterstützen, die Zufriedenheit der Kunden mit dem Konfliktlösungsprozess zu überwachen und zu messen (siehe ISO 10003:2018, 8.3). Ebenso können Informationen eines Konfliktlösungsprozesses genutzt werden, um die Kundenzufriedenheit zu überwachen und zu messen. Zum Beispiel kann die Häufigkeit und die Art der Konflikte ein indirekter Indikator für die Kundenzufriedenheit sein (siehe 7.3.2).

Zusammen bieten ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003 eine Anleitung, die dabei helfen kann, Kundenunzufriedenheit auf ein Minimum zu reduzieren und Kundenzufriedenheit zu steigern. Dieses Dokument ergänzt ISO 10001, ISO 10002 und ISO 10003, indem es eine Anleitung zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit bietet. Die gewonnenen Informationen können die Organisation veranlassen, Maßnahmen zu ergreifen, die helfen können, die Kundenzufriedenheit aufrechtzuerhalten oder zu verbessern.

1 Anwendungsbereich

Dieses Dokument bietet Leitlinien zur Festlegung und Einführung von Prozessen zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit.

Dieses Dokument ist für die Anwendung durch jede Organisation vorgesehen, unabhängig von deren Typ, Größe oder den angebotenen Produkten und Dienstleistungen. Das Hauptaugenmerk dieses Dokuments liegt auf Kunden außerhalb der betrachteten Organisation.

ANMERKUNG In diesem Dokument beziehen sich die Begriffe „Produkt“ und „Dienstleistung“ auf Ergebnisse einer Organisation, die für einen Kunden bestimmt sind oder von einem Kunden benötigt werden.

2 Normative Verweisungen

Die folgenden Dokumente werden im Text in solcher Weise in Bezug genommen, dass einige Teile davon oder ihr gesamter Inhalt Anforderungen des vorliegenden Dokuments darstellen. Bei datierten Verweisungen gilt nur die in Bezug genommene Ausgabe. Bei undatierten Verweisungen gilt die letzte Ausgabe des in Bezug genommenen Dokuments (einschließlich aller Änderungen).

ISO 9000:2015, *Quality management systems — Fundamentals and vocabulary*

3 Begriffe

Für die Anwendung dieses Dokuments gelten die Begriffe in ISO 9000 sowie die folgenden Begriffe.

ISO und IEC stellen terminologische Datenbanken für die Verwendung in der Normung unter den folgenden Adressen bereit:

- ISO Online-Browser-Plattform: verfügbar unter <http://www.iso.org/obp>
- IEC Electropedia: verfügbar unter <http://www.electropedia.org/>

3.1

Kunde

Person oder *Organisation* (3.7), die ein Produkt oder eine Dienstleistung empfängt oder empfangen könnte, welches oder welche für diese Person oder Organisation vorgesehen ist oder von ihr gefordert wird

BEISPIEL Verbraucher, Klient, Endanwender, Einzelhändler, Empfänger eines Produkts oder einer Dienstleistung aus einem internen Prozess, Nutznießer und Käufer.

Anmerkung 1 zum Begriff: Ein Kunde kann der Organisation angehören oder ein Außenstehender sein.

[QUELLE: ISO 9000:2015, 3.2.4]

3.2

Kundenzufriedenheit

Wahrnehmung des *Kunden* (3.1) zu dem Grad, in dem die Erwartungen des Kunden erfüllt worden sind

Anmerkung 1 zum Begriff: Es kann sein, dass die Kundenerwartung der *Organisation* (3.7) oder sogar dem besagten Kunden unbekannt ist, bis das Produkt geliefert oder die Dienstleistung erbracht wird. Zum Erreichen hoher Kundenzufriedenheit kann es erforderlich sein, eine Kundenerwartung zu erfüllen, auch wenn sie weder festgelegt noch üblicherweise vorausgesetzt oder verpflichtend ist.

Anmerkung 2 zum Begriff: *Reklamationen* (3.3) sind ein üblicher Indikator für Kundenunzufriedenheit, doch bedeutet ihr Fehlen nicht notwendigerweise hohe Kundenzufriedenheit.

Anmerkung 3 zum Begriff: Selbst wenn Kundenanforderungen mit dem Kunden vereinbart und erfüllt worden sind, bedeutet dies nicht notwendigerweise, dass die Kundenzufriedenheit damit sichergestellt ist.

[QUELLE: ISO 9000:2015, 3.9.2]

3.3

Reklamation

<Kundenzufriedenheit> Ausdruck der Unzufriedenheit, die gegenüber einer *Organisation* (3.7) in Bezug auf deren Produkt oder Dienstleistung oder den Prozess zur Bearbeitung von Reklamationen selbst zum Ausdruck gebracht wird, wenn eine Reaktion beziehungsweise Klärung explizit oder implizit erwartet wird

Anmerkung 1 zum Begriff: Reklamationen können in Zusammenhang mit anderen Prozessen erfolgen, bei denen die Organisation mit dem *Kunden* (3.1) interagiert.

Anmerkung 2 zum Begriff: Reklamationen können direkt oder indirekt an die Organisation erfolgen.

[QUELLE: ISO 9000:2015, 3.9.3, modifiziert — Anmerkungen 1 und 2 zum Begriff hinzugefügt.]

3.4

Kundendienst

wechselseitige Beziehung zwischen einer *Organisation* (3.7) und *Kunden* (3.1) im Laufe des Produkt- oder Dienstleistungslebenszyklus

[QUELLE: ISO 9000:2015, 3.9.4]

3.5

Rückmeldungen

<Kundenzufriedenheit> Meinungen, Stellungnahmen und Interessenbekundungen zu einem Produkt, einer Dienstleistung oder einem Prozess der Reklamationsbearbeitung

Anmerkung 1 zum Begriff: Rückmeldungen können in Zusammenhang mit anderen Prozessen gegeben werden, bei denen die *Organisation* (3.7) mit dem *Kunden* (3.1) interagiert.

[QUELLE: ISO 9000:2015, 3.9.1, modifiziert— Anmerkung 1 zum Begriff wurde hinzugefügt.]

3.6

interessierte Partei

Anspruchsgruppe

Person oder *Organisation* (3.7), die eine Entscheidung oder Tätigkeit beeinflussen kann, die davon beeinflusst sein kann, oder die sich davon beeinflusst fühlen kann

BEISPIEL *Kunden* (3.1), Eigentümer, Personen in einer Organisation, Anbieter, Bankiers, Regulierungsbehörden, Gewerkschaften, Partner oder die Gesellschaft, die Wettbewerber oder opponierende Interessengruppen einschließen kann.

[QUELLE: ISO 9000:2015, 3.2.3, modifiziert — Anmerkung 1 zum Begriff wurde gelöscht.]

3.7

Organisation

Person oder Personengruppe, die eigene Funktionen mit Verantwortlichkeiten, Befugnissen und Beziehungen hat, um ihre Ziele zu erreichen

Anmerkung 1 zum Begriff: Der Begriff Organisation umfasst unter anderem Einzelunternehmer, Gesellschaft, Konzern, Firma, Unternehmen, Behörde, Handelsgesellschaft, Verband, Wohltätigkeitsorganisation, Institution oder Teile oder eine Kombination der genannten, ob eingetragen oder nicht, öffentlich oder privat.

[QUELLE: ISO 9000:2015, 3.2.1, modifiziert — Anmerkung 2 zum Begriff wurde gelöscht.]

4 Konzepte und Leitprinzipien

4.1 Allgemeines

Das in 4.2 dargelegte Konzept der Kundenzufriedenheit und die in 4.3 aufgeführten Leitprinzipien bilden die Grundlage für wirksame und effiziente Prozesse zur Überwachung und Messung von Kundenzufriedenheit.

4.2 Konzept der Kundenzufriedenheit

Kundenzufriedenheit wird bestimmt durch den Unterschied zwischen den Erwartungen des Kunden und seiner Wahrnehmung des Produkts oder der Dienstleistung, so wie es bzw. sie von der Organisation geliefert bzw. erbracht wird, sowie von Aspekten, die die Organisation an sich betreffen.

Um Kundenzufriedenheit zu erreichen, sollte die Organisation als Erstes die Erwartungen des Kunden verstehen. Diese Erwartungen können klar ausgesprochen oder stillschweigend unterstellt sein, oder auch nicht vollständig artikuliert sein.

Kundenerwartungen, wie sie von der Organisation verstanden werden, bilden die wesentliche Basis für Produkte und Dienstleistungen, die anschließend geplant und geliefert bzw. erbracht werden.

Das Ausmaß, in dem der Kunde wahrnimmt, dass das gelieferte Produkt bzw. die erbrachte Dienstleistung und andere Aspekte der Organisation seine Erwartungen erfüllen oder übertreffen, bestimmt den Grad der Kundenzufriedenheit.

Es ist wichtig, zwischen dem Bild, das die Organisation von der Qualität des gelieferten Produkts bzw. der erbrachten Dienstleistung hat, und der Wahrnehmung des Kunden des Produkts bzw. der Dienstleistung und anderer Aspekte der Organisation zu unterscheiden, denn es ist Letztere, die seine Zufriedenheit bestimmt. Die Beziehung zwischen den Sichtweisen der Organisation und des Kunden hinsichtlich Qualität wird eingehender durch das konzeptionelle Modell der Kundenzufriedenheit beschrieben, das in Anhang B vorgestellt wird.

Da Kundenzufriedenheit Veränderungen durchmachen kann, sollten Organisationen Prozesse zum regelmäßigen Überwachen und Messen der Kundenzufriedenheit einführen.

4.3 Leitprinzipien

4.3.1 Verpflichtung

Die Organisation sollte sich aus eigenem Antrieb zur Festlegung und Umsetzung von Prozessen zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit verpflichten.

4.3.2 Kapazität

Ausreichende Ressourcen für die Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit sollten zur Verfügung gestellt und wirksam und effizient gesteuert werden.

4.3.3 Transparenz

Die Organisation sollte sicherstellen, dass Kunden, Personal und gegebenenfalls anderen relevanten interessierten Parteien gegenüber ausreichend Informationen zur Kundenzufriedenheit kommuniziert werden.

4.3.4 Zugänglichkeit

Informationen zur Kundenzufriedenheit sollten einfach zu finden und zu nutzen sein.

4.3.5 Reaktionsbereitschaft

Eine Organisation sollte bei der Verwendung von Informationen zur Kundenzufriedenheit auf die Erfordernisse und Erwartungen von Kunden eingehen.

4.3.6 Informationsintegrität

Die Organisation sollte sicherstellen, dass ihre Informationen zur Kundenzufriedenheit genau und nicht irreführend sind und dass gesammelte Daten relevant, korrekt, vollständig, aussagekräftig und nützlich sind.

4.3.7 Verantwortlichkeit

Die Organisation sollte die Verantwortlichkeit für und die Berichterstellung über Entscheidungen und Maßnahmen in Bezug auf die Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit festlegen und aufrechterhalten.

4.3.8 Verbesserung

Verbesserte Wirksamkeit und Effizienz der Prozesse zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit sollte ein ständiges Ziel sein.

4.3.9 Vertraulichkeit

Persönlich zuordenbare Informationen sollten vertraulich behandelt und geschützt werden, es sei denn, die Offenlegung ist gesetzlich vorgeschrieben oder die Zustimmung zur Offenlegung wurde von der betroffenen Person erteilt.

ANMERKUNG Persönlich zuordenbare Informationen sind solche Informationen, die, wenn sie mit einer Person in Zusammenhang gebracht werden, diese ermitteln und durch Eingabe von Namen, Adresse, E-Mail-Adresse, Telefonnummer oder ähnlich eindeutigen Merkmalen Zuordnung hergestellt werden kann. Die genaue Bedeutung des Begriffes variiert weltweit.

4.3.10 Kundenorientierter Ansatz

Die Organisation sollte einen kundenorientierten Ansatz in Bezug auf die Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit anwenden und für Rückmeldungen offen sein.

4.3.11 Kompetenz

Das Personal der Organisation sollte über die persönlichen Eigenschaften, Fertigkeiten sowie die Schulung, Ausbildung und Erfahrung verfügen, die zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit notwendig sind.

4.3.12 Pünktlichkeit

Informationen zur Kundenzufriedenheit sollten zum angemessenen Zeitpunkt, im Einklang mit den Zielen der Organisation, gesammelt und verbreitet werden.

4.3.13 Verständnis

Die Organisation sollte die Erwartungen der Kunden und die Wahrnehmung der Kunden, wie gut diese Erwartungen erfüllt werden, klar und in vollem Umfang verstehen.

4.3.14 Kontinuität

Die Organisation sollte sicherstellen, dass die Überwachung der Kundenzufriedenheit ein systematischer und kontinuierlicher Prozess ist.

5 Rahmenbedingungen für das Überwachen und Messen der Kundenzufriedenheit

5.1 Kontext der Organisation

Die Organisation sollte bei der Planung, Gestaltung, Entwicklung, Umsetzung, Aufrechterhaltung und Verbesserung der Prozesse zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit ihren Kontext berücksichtigen durch:

- Ermittlung und Behandlung externer und interner Themen, die für den Zweck der Organisation relevant sind und die Fähigkeit der Organisation beeinträchtigen, die Kundenzufriedenheit zu überwachen und zu messen;
- Ermittlung der im Rahmen der Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit relevanten interessierten Parteien und Behandlung der relevanten Erfordernisse und Erwartungen dieser interessierten Parteien;
- Ermittlung des Anwendungsbereichs der Prozesse zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit einschließlich seiner Grenzen und Anwendbarkeit und Berücksichtigung der externen und internen Themen und der Erfordernisse der oben genannten interessierten Parteien.

5.2 Festlegung

Die Organisation sollte einen systematischen Ansatz zum Überwachen und Messen der Kundenzufriedenheit festlegen. Dieser Ansatz sollte durch die oberste Leitung, Führung und Verpflichtung unterstützt werden, um die Planung, Gestaltung, Entwicklung, Umsetzung, Aufrechterhaltung und Verbesserung von Prozessen zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit zu ermöglichen.

Zur Planung, Gestaltung und Entwicklung gehören die Festlegung von Verfahren zur Umsetzung und die Bereitstellung der notwendigen Ressourcen (siehe Abschnitt 6).

Zur Ausführung gehören das Ermitteln der Kundenerwartungen, das Sammeln und Analysieren von Kundenzufriedenheitsdaten, das Liefern von Rückmeldungen für Verbesserungen sowie das Überwachen der Kundenzufriedenheit (siehe Abschnitt 7).

Zur Aufrechterhaltung und Verbesserung gehören das Überprüfen, Beurteilen und das fortlaufende Verbessern von Prozessen zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit (siehe Abschnitt 8).

Im Rahmen der Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit sollte die Organisation Risiken und Chancen, die sich ergeben können, berücksichtigen und behandeln. Dies schließt ein:

- die Überwachung und Beurteilung von Prozessen sowie internen und externen Faktoren bezüglich Risiken und Chancen;
- die Ermittlung und Bewertung spezifischer Risiken und Chancen;
- die Planung, Gestaltung, Entwicklung, Umsetzung und Überprüfung von Korrekturmaßnahmen und Verbesserungen in Bezug auf ermittelte und beurteilte Risiken und Chancen.

Wie in ISO 9000:2015, 3.7.9 festgelegt, ist Risiko die Auswirkung von Ungewissheit, die negativ oder positiv sein kann. Im Zusammenhang mit der Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit ist ein Beispiel für eine negative Folge eine unzureichende Antwortrate bei Befragungen aufgrund einer zu aufdringlichen Fragestellung. Ein Beispiel für eine positive Folge ist das Überdenken der mit der Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit verbundenen Ressourcen durch die Organisation als Ergebnis einer Überprüfung des verbundenen Prozesses. Diese Risiken können durch Überprüfung der Zuweisung und Bereitstellung von Ressourcen behandelt werden, die zu einer Verbesserung der Methoden zur Überwachung und Messung der Kundenzufriedenheit führen.