

Lutz Herbst

Vergleichende Analyse der Kundenzufriedenheitsmessung in unterschiedlichen Ländern

Darstellung und kritische Würdigung
nationaler Kundenzufriedenheitsindizes

Diplomarbeit

**BACHELOR + MASTER
Publishing**

Herbst, Lutz: Vergleichende Analyse der Kundenzufriedenheitsmessung in unterschiedlichen Ländern: Darstellung und kritische Würdigung nationaler Kundenzufriedenheitsindizes, Hamburg, Bachelor + Master Publishing 2013

Originaltitel der Abschlussarbeit: Vergleichende Analyse der Kundenzufriedenheitsmessung in unterschiedlichen Ländern

Buch-ISBN: 978-3-95549-439-1

PDF-eBook-ISBN: 978-3-95549-939-6

Druck/Herstellung: Bachelor + Master Publishing, Hamburg, 2013

Covermotiv: © Kobes - Fotolia.com

Zugl. Hochschule Mittweida (FH), Mittweida, Deutschland, Diplomarbeit, Dezember 2008

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Bachelor + Master Publishing, Imprint der Diplomica Verlag GmbH
Hermannstal 119k, 22119 Hamburg
<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2013
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

1	EINLEITUNG.....	1
1.1	PROBLEMSTELLUNG UND ZIELSETZUNG	1
1.2	VORGEHENSWEISE	1
2	KUNDENZUFRIEDENHEIT: DEFINITION UND EINORDNUNG	3
2.1	DER BEGRIFF DER KUNDENZUFRIEDENHEIT	3
2.1.1	<i>Definition.....</i>	3
2.1.2	<i>Kundenzufriedenheit, Kundenbindung und quantitative ökonomische Zielsetzungen</i>	4
2.2	KUNDENZUFRIEDENHEITSMESSUNG IM KONTEXT DER EMPIRISCHEN SOZIALFORSCHUNG.....	6
2.2.1	<i>Grundlagen.....</i>	6
2.2.2	<i>Erhebungsmethoden</i>	7
2.2.3	<i>Nationale Kundenzufriedenheitsindizes.....</i>	10
2.2.3.1	<i>Definition</i>	10
2.2.3.2	<i>Überblick über bestehende NKI</i>	11
2.2.3.3	<i>Zielgruppen und Zielsetzungen</i>	11
2.2.3.4	<i>Methodische Anforderungen</i>	12
2.2.3.4.1	<i>Allgemeine Anforderungen an empirische Erhebungen.....</i>	12
2.2.3.4.2	<i>Spezifische Anforderungen.....</i>	13
2.2.3.5	<i>Forschungsmethodik.....</i>	14
3	KUNDENZUFRIEDENHEITSINDIZES AUF NATIONALER EBENE.....	18
3.1	DER KUNDENMONITOR DEUTSCHLAND	18
3.1.1	<i>Initiatoren und Historie.....</i>	18
3.1.2	<i>Zielgruppen und Zielsetzungen.....</i>	18
3.1.3	<i>Methodik der Datenerhebung.....</i>	19
3.1.4	<i>Einbezogene Branchen</i>	21
3.1.5	<i>Modelldesign</i>	22
3.1.6	<i>Analyse und Vergleich.....</i>	24
3.2	SCHWEDISCHES KUNDENBAROMETER / SCHWEDISCHER QUALITÄTSINDEX	26
3.2.1	<i>Initiatoren und Historie.....</i>	26
3.2.2	<i>Zielsetzungen und Zielgruppen.....</i>	27
3.2.3	<i>Datenerhebung</i>	27
3.2.4	<i>Einbezogene Branchen</i>	28
3.2.5	<i>Modelldesign</i>	30
3.2.6	<i>Analyse und Vergleich.....</i>	31
3.3	DER SWISS INDEX OF CUSTOMER SATISFACTION (SWICS)	33
3.3.1	<i>Initiatoren und Historie.....</i>	33

3.3.2	<i>Zielsetzung</i>	33
3.3.3	<i>Datenerhebung</i>	34
3.3.4	<i>Modelldesign</i>	34
3.3.5	<i>Analyse und Vergleich</i>	35
3.4	DAS NORWEGISCHE KUNDENBAROMETER.....	36
3.5	DER AMERICAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (ACSI).....	39
3.5.1	<i>Initiatoren und Historie</i>	39
3.5.2	<i>Zielgruppen und Zielsetzungen</i>	39
3.5.3	<i>Methodik der Datenerhebung</i>	40
3.5.4	<i>Einbezogene Branchen und Unternehmen</i>	41
3.5.5	<i>Modelldesign</i>	42
3.5.6	<i>Analyse und Vergleich</i>	43
4	MULTINATIONALE PROJEKTE IN EUROPA: ECSI UND EPSI	45
4.1	INITIATOREN UND HISTORIE.....	45
4.1.1	<i>Der European Customer Satisfaction Index (ECSI)</i>	45
4.1.2	<i>Der European Performance Satisfaction Index (EPSI)</i>	46
4.2	DATENERHEBUNG.....	46
4.2.1	<i>ECSI</i>	46
4.2.2	<i>EPSI</i>	47
4.3	EINBEZOGENE BRANCHEN.....	48
4.3.1	<i>ECSI</i>	48
4.3.2	<i>EPSI</i>	48
4.4	ZIELSETZUNG UND ZIELGRUPPEN.....	49
4.5	DAS MODELLDESIGN.....	50
4.6	ANALYSE UND VERGLEICH.....	53
4.6.1	<i>Allgemeine Analyse</i>	53
4.6.2	<i>Länderübergreifende Vergleichbarkeit</i>	53
5	SYNOPTISCHER VERGLEICH DER UNTERSUCHTEN NKI	56
6	KRITISCHE WÜRDIGUNG DES INSTRUMENTS NKI	57
6.1	INTERNATIONALE VERGLEICHBARKEIT.....	57
6.1.1	<i>Divergenzen bei der Forschungsmethodik</i>	57
6.1.2	<i>Unterschiedliche Erwartungshaltungen</i>	57
6.2	NÜTZLICHKEIT UND AUSSAGEKRAFT NACH ADRESSATENGRUPPEN.....	58
6.2.1	<i>Unternehmen</i>	58
6.2.1.1	<i>Kundenzufriedenheit und ökonomischer Erfolg</i>	58
6.2.1.2	<i>Kundenzufriedenheit und Kundenbindung</i>	59
6.2.2	<i>Konsumenten</i>	61
6.2.3	<i>Gesellschaft und Politik</i>	62
7	RESÜMEE	63

Literaturverzeichnis.....65

Abkürzungsverzeichnis

ACSI	American Customer Satisfaction Index
BIP	Bruttoinlandsprodukt
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
d.h.	das heißt
ECSI	European Customer Satisfaction Index
EPSI	European Performance Satisfaction Index
etc.	et cetera
ggf.	gegebenenfalls
grds.	grundsätzlich
Hrsg.	Herausgeber
i.d.R.	in der Regel
IFCF	International Foundation for Customer Focus
KZ	Kundenzufriedenheit
L	Loyalität
m.E.	meines Erachtens
NKI	nationaler Kundenzufriedenheitsindex
SKI	Svensk Kvalitaetsindex
s.o.	siehe oben
sog.	so genannt
s.u.	siehe unten
SWICS	Swiss Index of Customer Satisfaction
usw.	und so weiter
u.a.	unter anderem
u.ä.	und ähnliches
u.U.	unter Umständen
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Kundenzufriedenheit	4
Abbildung 2 Kundenzufriedenheit: Erklärende und abhängige Variable	6
Abbildung 3 Verfahren der Kundenzufriedenheitsmessung	8
Abbildung 4 Modellierung des Konstrukts „Servicequalität“	15
Abbildung 5 Aggregation der Zufriedenheitsdaten	16
Abbildung 6 Skalierung der Fragen beim Deutschen Kundenmonitor	21
Abbildung 7 Ergebnisübersicht des Deutschen Kundenmonitors für das Jahr 2008	24
Abbildung 8 Strukturmodell des SKI	30
Abbildung 9 Strukturmodell des SWICS	35
Abbildung 10 Strukturmodell des Norwegischen Kundenbarometers	37
Abbildung 11 Strukturmodell des ACSI	43
Abbildung 12 Strukturmodell des ECSI/EPSI.....	51
Abbildung 13 KZ und Wirtschaftsleistung im Vergleich.....	55

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Zielgruppen und Ziele von NKI	12
Tabelle 2 Branchen und Branchengruppen des Deutschen Kundenmonitors 2007/2008	22
Tabelle 3 Branchen im SKI	29
Tabelle 4 In den SWICS einbezogene Branchen.....	34
Tabelle 5 Zusammensetzung des ACSI.....	42
Tabelle 6 Sektoren und Branchen im EPSI-Report 2008	48
Tabelle 7 Ausschnitt eines Fragebogens zum ECSI.....	52
Tabelle 8 KZ und Wirtschaftsleistung im Vergleich.....	54
Tabelle 9 Synopse.....	56
Tabelle 10 Ergebnisse des Norwegischen Kundenbarometers 2008.....	60