

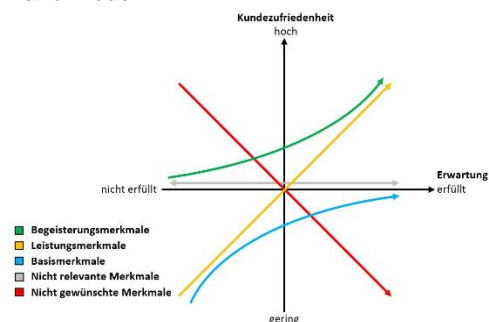
## Potenzialanalyse der Kundenzufriedenheit am Beispiel von Produkten oder Dienstleistungen in der Baubranche – Eine empirische Untersuchung

In Rahmen dieser wissenschaftlichen Arbeit untersucht der Autor das mögliche Potential der Kundenzufriedenheit am Beispiel von Produkten oder Dienstleistungen in der Baubranche. Die Arbeit gliedert sich in die Teile Ausgangslage und Problemstellung, theoretische Grundlagen, methodisches Vorgehen, quantitative Erhebung und einer abschliessenden Diskussion.

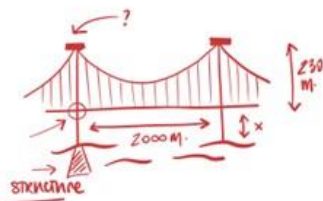
Für Unternehmen ist es unerlässlich die Hauptfaktoren, welche die Zufriedenheit der eigenen Käuferschaft beeinflussen, zu kennen und diese einordnen zu können. Der Autor hat mithilfe seiner Literaturrecherche feststellen können, dass sich die Forschung kaum mit dem Thema «Kundenzufriedenheit in der Baubranche» auseinandersetzt und sich daraus eine Forschungslücke ergibt. Um einen Beitrag zu leisten und baurelevanten Unternehmen eine Hilfestellung zu geben, befasst sich der Autor dieser Arbeit mit der Forschungsfrage: «Welche Produkt- oder Dienstleistungsmerkmale erwarten Kunden von hochpreisigen Bauprodukten?» Um diese Frage zu klären, wandte der Forschende die in der Literatur anerkannte und erprobte Kano-Methode an. Dazu wurden verschiedene Merkmale, welche die Kundenzufriedenheit beeinflussen können, von Probanden anhand des Faktors «Preis» beurteilt und anschliessend, gemäss den Kano-Richtlinien, zugeordnet.

Anhand der Untersuchungsdaten konnte der Autor ermitteln, dass diese Merkmale hinsichtlich des Preises unterschiedlich von den Probanden bewertet wurden. Die quantitative Erhebung ermöglichte dem Autor entsprechende Handlungsempfehlungen für Hersteller der Baubranche zu benennen. Für hochpreisige Hersteller kann anhand dieser Studie aufgezeigt werden, dass die Qualität, das Verhalten ihrer Mitarbeiter sowie die Erfüllung von spezifischen Kundenwünschen als absolute Musskriterien erfüllt sein müssen.

### Kano-Modell



Es wurde versucht die Relevanz der einzelnen Merkmale hinsichtlich eines möglichen Wiederkaufs zu identifizieren. Für weiterführende Forschungsarbeiten, welche sich mit den Faktoren eines Wiederkaufs beschäftigen, erteilt der Autor Anregungen, welche Methodik angewandt werden kann.



**Bachelor of Science**  
in **Wirtschaftsingenieurwesen**



**Autor:**  
Manuel Henkel



**Referent:**  
David Gemmet