

Inhalt

1 Einleitung	5
2 Die Methode QFD im Überblick	11
3 Voraussetzungen für den Start eines QFD-Projektes	21
3.1 Inhaltliche Voraussetzungen	21
3.2 Organisatorische Voraussetzungen	21
4 Die Marktachse des House of Quality	27
4.1 Entscheidungskette und Kaufentscheidung	28
4.2 Schritt 1: Kundenanforderungen ermitteln und strukturieren	31
4.2.1 Kundenwünsche sammeln	33
4.2.2 Kundenanforderungen ableiten	37
4.2.3 Kundenanforderungen strukturieren	41
4.3 Schritt 2: Kundenanforderungen gewichten	45
4.4 Schritt 3: Wettbewerbsvergleich und weitere Aspekte	50
4.4.1 Mit dem Wettbewerb vergleichen	51
4.4.2 Marketingstrategie entwickeln	54
4.4.3 Gesamtgewichtung kalkulieren	55
4.5 Exkurs – Das Kano-Modell	58
5 Die Technikachse des House of Quality	61
5.1 Schritt 4: Produktmerkmale suchen	62
5.2 Schritt 5: Zielwerte und Optimierungsrichtungen ermitteln	67
5.2.1 Messgrößen und Zielwerte definieren	69
5.2.2 Optimierungsrichtung definieren	69
5.2.3 Zielwerte und Optimierungsrichtungen zuweisen	70
5.3 Schritt 6: Wechselwirkungen feststellen	73
5.4 Schritt 7: Schwierigkeit und Aufwand der Umsetzung	76
5.5 Schritt 8: Technischer Wettbewerbsvergleich	81

6 Auswertung und Interpretation des House of Quality	87
6.1 Schritt 9: Kundenanforderungen und Produktmerkmale in Beziehung setzen	87
6.2 Schritt 10: Technische Bedeutung der Produktmerkmale – numerische Bewertung	94
6.3 Interpretation der Ergebnisse	99
7 Das weitere Deployment	105
7.1 Die nächsten Houses of Quality	105
7.1.1 House of Quality der Funktionen	107
7.1.2 House of Quality des Designs	108
7.2 Anknüpfung zur FMEA	110
7.3 Deployment-Varianten	111
7.3.1 Konzentration auf kritische Produktmerkmale	111
7.3.2 Aufteilen der Funktionen auf mehrere Komponenten	112
7.3.3 Aufgreifen eines detaillierten Lastenheftes	116
7.3.4 Konzeptauswahl nach Pugh	117
8 Zusammenfassung	119
9 Literatur	123
10 Die Autoren	125