

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IX
Tabellenverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis	XIII
1 Einführung	1
1.1 Ausgangssituation und Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung und Vorgehensweise	3
1.3 Aufbau und Forschungsfrage der Arbeit	5
1.4 Abgrenzung der Arbeit	7
2 Grundlagen und Stand der Technik	9
2.1 Konzeption der begrifflichen Grundlagen	9
2.1.1 Kundenzufriedenheit	9
2.1.2 Effiziente Variantenvielfalt	12
2.1.3 Präventive Methoden	14
2.1.4 Konzeptqualität und Konzeptzufriedenheit	14
2.2 Stand der Technik	16
2.2.1 Bestehende Ansätze	16
3 Hohe Kundenzufriedenheit bei effizienterer Variantenvielfalt	19
3.1 Das Konstrukt Kundenzufriedenheit - die Faktorstruktur	19
3.2 Wirkungen der Kundenzufriedenheit	21
3.2.1 Kurzfristige Auswirkungen	22
3.2.2 Langfristige Auswirkungen	23
3.3 Die Ursachen einer steigenden Variantenvielfalt	24
3.3.1 Externe Ursachen der Variantenvielfalt	25
3.3.2 Interne Ursachen der Variantenvielfalt	26
3.4 Die Auswirkungen der Variantenvielfalt	27

Inhaltsverzeichnis

3.4.1	Nutzenwirkung der Variantenvielfalt	27
3.4.2	Kostenwirkung der Variantenvielfalt	28
3.5	Variantenmanagement als unternehmensweite Gesamtstrategie	31
3.5.1	Strategisches Variantenmanagement	31
3.5.2	Operatives Variantenmanagement	32
3.6	Methoden des Variantenmanagements	34
4	Methodenspektrum zur Erfassung von Kundenanforderungen	37
4.1	Generalisierung der Anforderungen	37
4.2	Gruppierung der Methoden	41
4.3	Methoden der aktiven Kundenintegration	43
4.3.1	Lead User Methode	44
4.3.2	Ideenwettbewerb	48
4.3.3	Toolkits und Konfiguratoren	49
4.3.4	Online-Communities, Foren und Kundenecho	52
4.4	Empirische Evaluationsmethoden	53
4.4.1	Lautes Denken	54
4.4.2	Dynamischer Produkttest - Test Drive	55
4.4.3	Gruppendiskussion - Fokusgruppe	56
4.4.4	Eye-Tracking	57
4.5	Methoden zur Bestimmung von Basismerkmalen, Leistungsmerkmalen und Begeisterungsmerkmalen	60
4.5.1	Kano-Methode	60
4.5.2	Laddering	66
4.6	Methoden zur Konzeptüberprüfung nach Produkteinführung	69
4.6.1	Lob-/ Beschwerdemanagement	69
4.6.2	Automotive Performance, Execution and Layout Study	71
4.6.3	Quality Audit Survey	73
4.7	Zusammenfassung des Methodenspektrums	74
5	Integration in ein Gesamtkonzept	75
5.1	Konkretisierung der Anforderung	75
5.1.1	Ressourceneffizienz - zeitlich, finanziell, personell	75
5.1.2	Nachvollziehbarkeit der Methode und Ergebnisse	79
5.1.3	Überführbarkeit der Methode und Ergebnisse	82
5.1.4	Zeitliche Anwendbarkeit im Produktentstehungsprozess	85

5.2 Konzeptionalisierung des Gesamtsystems	87
5.2.1 Allgemeines Bezugssystem	87
5.2.2 Methodenseitige Konzeptionalisierung	89
5.2.3 Variantenseitige Konzeptionalisierung	91
5.2.4 Kombinierter Ansatz	93
5.3 Auswirkungen auf das unternehmerische Gesamtsystem	97
5.4 Validierung des Ansatzes anhand einer Praxisanwendung	98
6 Zusammenfassung und Ausblick	105
6.1 Zusammenfassung und Beantwortung der Forschungsfrage	105
6.2 Kritische Würdigung des Gesamtkonzeptes	108
A Anhang	111
A.1 Durchführung und Ergebnisse aus den Expertengesprächen	111
A.2 Methodenspektrum	114
Literaturverzeichnis	127
Lebenslauf	141
Kommentar des Unternehmens	143