

# DIN ISO 10004:2019-07 (D)

## Qualitätsmanagement - Kundenzufriedenheit - Leitfaden zur Überwachung und Messung (ISO 10004:2018)

---

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	<b>Analysieren von Kundenzufriedenheitsdaten</b> .....	22
7.4.1	<b>Allgemeines</b> .....	22
7.4.2	<b>Aufbereiten von Daten für die Analyse</b> .....	22
7.4.3	<b>Festlegen der Analysemethode</b> .....	22
7.4.4	<b>Durchführen der Analyse</b> .....	22
7.4.5	<b>Validieren der Analyse</b> .....	23
7.4.6	<b>Ergebnisse berichten und Empfehlungen aussprechen</b> .....	23
7.5	<b>Informationen zur Kundenzufriedenheit kommunizieren</b> .....	23
7.6	<b>Überwachen der Kundenzufriedenheit</b> .....	24
7.6.1	<b>Allgemeines</b> .....	24
7.6.2	<b>Überprüfen von ausgewählten Kunden und erfassten Daten</b> .....	24
7.6.3	<b>Untersuchen von Informationen zur Kundenzufriedenheit</b> .....	24
7.6.4	<b>Überwachen der zum Verbessern der Kundenzufriedenheit ergriffenen Maßnahmen</b> .....	24
7.6.5	<b>Bewerten der Wirksamkeit der ergriffenen Maßnahmen</b> .....	25
8	<b>Aufrechterhaltung und Verbesserung</b> .....	25
<b>Anhang A (informativ) Wechselbeziehung zwischen ISO 10001, ISO 10002, ISO 10003 und diesem Dokument</b> .....		27
<b>Anhang B (informativ) Konzeptionelles Modell der Kundenzufriedenheit</b> .....		29
B.1	<b>Allgemeines</b> .....	29
B.2	<b>Konzeptionelles Modell der Kundenzufriedenheit</b> .....	29
<b>Anhang C (informativ) Ermittlung der Kundenerwartungen</b> .....		31
C.1	<b>Allgemeines</b> .....	31
C.2	<b>Kunden ermitteln</b> .....	31
C.3	<b>Hilfsmittel zum Verstehen der Kundenerwartungen</b> .....	32
C.4	<b>Kundenerwartungen und Kundenzufriedenheit</b> .....	32
<b>Anhang D (informativ) Direkte Messung der Kundenzufriedenheit</b> .....		34
D.1	<b>Allgemeines</b> .....	34
D.2	<b>Erhebungsmethoden zur Kundenzufriedenheit</b> .....	34
D.2.1	<b>Allgemeines</b> .....	34
D.2.2	<b>Qualitative Erhebungen</b> .....	34
D.2.3	<b>Quantitative Erhebungen</b> .....	35
D.2.4	<b>Vergleich von Erhebungsmethoden</b> .....	35
D.3	<b>Stichprobenumfang und Methode der Probenahme</b> .....	37
D.3.1	<b>Stichprobenumfang</b> .....	37
D.3.2	<b>Methode der Probenahme</b> .....	37
D.4	<b>Entwickeln des Fragebogens zur Kundenzufriedenheit</b> .....	37
D.4.1	<b>Festlegen der Fragen</b> .....	37
D.4.2	<b>Gestaltung des Fragebogens</b> .....	38
<b>Anhang E (informativ) Analyse der Kundenzufriedenheitsdaten</b> .....		41
E.1	<b>Allgemeines</b> .....	41
E.2	<b>Aufbereitung der Daten für die Analyse</b> .....	41
E.2.1	<b>Verifizierung der Daten</b> .....	41
E.2.2	<b>Kategorisierung der Daten</b> .....	41
E.3	<b>Festlegung von Methoden für die Analyse</b> .....	41
E.3.1	<b>Allgemeines</b> .....	41
E.3.2	<b>Direkte Analyse</b> .....	41
E.3.3	<b>Indirekte Analyse</b> .....	43
E.4	<b>Durchführen der Analyse</b> .....	43
E.4.1	<b>Allgemeines</b> .....	43
E.4.2	<b>Aufgliedern der Daten</b> .....	43
E.4.3	<b>Setzen von Prioritäten</b> .....	43
E.5	<b>Validieren der Analyse</b> .....	44
E.6	<b>Berichterstattung über die Analyse</b> .....	45
E.6.1	<b>Allgemeines</b> .....	45
E.6.2	<b>Darstellung der Ergebnisse</b> .....	45
E.6.3	<b>Formulieren von Schlussfolgerungen und Empfehlungen</b> .....	45
<b>Anhang F (informativ) Verwenden von Daten zur Kundenzufriedenheit</b> .....		47
F.1	<b>Allgemeines</b> .....	47
F.2	<b>Informationen zur Kundenzufriedenheit kommunizieren</b> .....	47
F.3	<b>Informationen über Kundenzufriedenheit nutzen</b> .....	48
<b>Literaturhinweise</b> .....		49