

Entwicklung einer Methodik zur Berücksichtigung von externen Kundenrückmeldungen mit dem Schwerpunkt NVH bei der Qualitäts-Freigabe Gesamtfahrzeug

Die Kenntnis und Berücksichtigung der Kundenanforderungen ist für Unternehmen mit einem hohen Qualitätsanspruch und Konkurrenzdruck von größter Bedeutung. Fließen die Ergebnisse von Endkundenbefragungen gezielt in die Überprüfungs- und Verbesserungsprozesse des Qualitätsmanagements ein und wird eine Priorisierung der kundensensiblen Themen vorgenommen, kann ein großes Verbesserungspotential freigesetzt werden. Diese Bachelorthesis richtet sich an Abteilungen der Automobilindustrie, die sich mit der Analyse und Beurteilung von akustischen Phänomenen beschäftigen. Es wird eine Methodik zur systematischen Auswertung von Zufriedenheitsstudien beschrieben. Eine oberflächliche Betrachtung der Studienergebnisse ist für Beanstandungen aus dem Themenfeld Noise Vibration Harshness (NVH) aufgrund der unterschiedlichen subjektiven Empfindungen und der Abwesenheit von objektiven Messdaten nicht ausreichend. Die Zielsetzung liegt darin, die Kundensicht zu objektivieren und Beanstandungskategorien mit einer hohen Beanstandungsdichte und folglich hohen Kundenrelevanz zu priorisieren. Über die gezielte Auswertung der von den Studienteilnehmern frei verfassten *wörtlichen Nennungen* ist es möglich, bislang unbekannte Phänomene zu rekonstruieren. Des Weiteren wird über die Betrachtung der bauteilabhängigen Beanstandungsverteilung in der Kombination mit dem gezielten Einsatz von Messtechnik die Ursachenanalyse der NVH-Phänomene verbessert.

Am Beispiel der Daimler AG wird die Methodik implementiert und an der J.D. Power Studie Initial Quality Study (IQS) durchexerziert. Die auf dem amerikanischen Markt erfassten Daten dienen als Richtungsweiser für die Kaufentscheidungen dieser bedeutsamen Kundengruppe.