

## **Gründe für die Einführung von QM**

- Verkaufsargument (89%)
- Kostenreduzierung (66%)
- größere Flexibilität (58%)
- kürzere Durchlaufzeiten (40%)

Umfrage unter 500 führenden Unternehmen (1989, wird auch noch in neueren Quellen zitiert) ([Pfeifer 1993] S.4).

## **Weitere Gründe**

- Erfüllung der Forderung von Kunden bzw. Konzern  
Kfz-Konzerne verlangt es von Vertragswerkstätten und Lieferanten.

## **Folgen mangelnder Qualität = weitere Gründe für QM**

- Jeder Fehler über dem akzeptablen Durchschnitt verursacht 3 - 4% Rückgang des Verkaufsvolumens. Der unzufriedene Kunde ([Pfeifer 1993] S.3)
  - meidet zukünftig das Produkt zu 90%
  - beschwert sich förmlich nur zu 4%
  - teilt seinen Unmut etwa 9 bis 20 Personen mit
- Imageverlust ([Pfeifer 1993] S.3).  
(Kunden erzählen schlechte Erfahrung bis zu 20 anderen Personen)
- Verlust von Marktanteilen, Gewinn und Beschäftigten
- rechtliche Ansprüche
  - Gewährleistung
  - Produkthaftungsgesetz
- Fehlerkosten
- Reklamationen (haben auch ihr Gutes)
  - Der Kunde kommt wenigstens wieder, man kann ihn halten  
(Kunden neu gewinnen ist 9x teurer als alte Kunden zu halten)
  - man erfährt kostengünstig und trennscharf Mängel seiner Qualität
  - Seien sie froh um jeden Kunden, der reklamiert. Sonst machen sie Pleite ohne zu wissen warum.

[Pfeifer 1993]: Tilo Pfeifer: Qualitätsmanagement, Hanser Verlag München 1993