

MARKETING: UNTERSCHIEDE ZWISCHEN WUNSCH UND WIRKLICHKEIT

Sicht des Kunden

- **Lücke 1:**

Das Management kennt die Wünsche der Kunden und damit deren Erwartungen nicht. So wird an diesen Wünschen vorbei produziert und vielleicht an Stellen hohe Qualität erarbeitet, wo sie der Kunde nicht bemerkt oder unerheblich findet.

- **Lücke 2:**

Zwar sind die Wünsche der Kunden bekannt, werden aber nicht als Vorgaben für die Leistungserstellung herangezogen. Dafür halten sogenannte betriebliche Sachzwänge (z.B. Kapazitätsauslastung von Personal und Gerät oder Betriebsratsprobleme) den Vorrang vor Kundenwünschen.

- **Lücke 3:**

Die Wünsche der Kunden sind bekannt und werden auch in den Leistungsvorgaben verankert. Aber sie geraten in der Alltagsroutine aus dem Blick.

- **Lücke 4:**

Kundenwünsche werden richtig erkannt und abgearbeitet, doch die Kunden bleiben wegen überzogener Erwartungen unzufrieden. Womöglich hat die Werbung (Image, Ambiente) Spitzenleistungen versprochen, die dann bei den Kunden Unbehagen hinterlässt, wenn sie nur ordentlichen Standard erhalten.

- **Lücke 5:**

Definiert als die Lücken 1-4 beschreibt sie das gesamte Qualitätsdefizit zwischen Kundenerwartungen und wahrgenommener Leistung.

Quelle: HM 2/1997