

## KURZFASSUNG

In der Doktorarbeit wird die Herausforderung der Qualitätsakzeptanz des Kunden vor dem Hintergrund sich zeitlich ändernder Anforderungen thematisiert.

Kundenbedürfnisse und das damit verbundene Qualitätsurteil der Kunden unterliegen, aufgrund kontinuierlicher Lernprozesse, einem stetigen Wandel. Deshalb stellt sich gerade bei langlebigen Produkten die Frage nach der Gültigkeit der Qualitätsmaßstäbe. Obwohl der stetige Wandel sichtbar ist, ist es dennoch schwierig, die Dynamik spezifisch zu identifizieren.

Die Problemstellung wird in der Arbeit zunächst auf Modellebene beantwortet. Aufbauend auf einem Modellvergleich erfolgt die Entwicklung des Modells zur Beschreibung der Dynamik von Kundenanforderungen bei Produkten (das Rich-Modell). Weiterhin wird eine Vorgehensweise zur Erfassung sich ändernder Kundenanforderungen abgeleitet, mit der die verschobenen Qualitätsmaßstäbe identifiziert werden können. Ansatzpunkt bietet das Produktaudit, da dort interne Qualitätsmaßstäbe mit externen Kundenanforderungen verglichen werden. Dafür wurde basierend auf einer intensiven Methodenrecherche eine Vielzahl an Methoden zur Anforderungsermittlung identifiziert. Diese Methoden wurden anschließend auf Basis von Kriterien bewertet. Das Ergebnis ist der Einsatz einer Methodenkombination. Weiterhin wurden mehrere Forschungsprozesse miteinander verglichen und wesentliche Prozessphasen und -schritte für die Vorgehensweise abgeleitet. Darüber hinaus erfolgten weitere Vorüberlegungen, die zu einem ersten Entwurf der Vorgehensweise führten. Eine Prüfung des Entwurfs wurde mittels einer Machbarkeitsstudie in Kooperation mit einem Fahrzeughersteller durchgeführt. Abgerundet und für die Praxis anwendbar wird die Vorgehensweise durch den Schritt-für-Schritt-Leitfaden sowie durch die erstellten Vorlagen.

Mit der Vorgehensweise zur Erfassung sich ändernder Kundenanforderungen können Maßstäbe unterschiedlicher Zielgruppen identifiziert, die Qualitätswahrnehmung messbar und der Kunde in den Prozess integriert werden.

Ergänzende Untersuchungen auf dem Gebiet der Produktaudits beschäftigen sich mit der Fragestellung, ob auch in Zukunft Produktaudits aus Kundensicht erfolgen werden, und inwieweit der Einsatz von Maschinen den Menschen bei der Auditierung unterstützen wird.

**ABSTRACT**

In this dissertation, the challenge of quality acceptance by the customer is examined against the background of changing requirements over time.

Customer requirements and the associated quality judgment of the customers are subject to constant change due to continuous learning processes. For this reason, the question of the validity of quality standards arises, particularly in the case of long-lived products. Although the constant change is visible, it is still difficult to specifically identify the dynamics.

The problem is first answered on the model level. Based on a model comparison, the model for describing the dynamics of customer requirements for products (the Rich model) is developed. Furthermore a procedure for the collection of changing customer requirements is derived, with which the shifted quality yardsticks can be identified. The starting point is the product audit, where internal quality standards are compared with external customer requirements. For this purpose, a large number of methods for determining requirements were identified on the basis of intensive research into methods. These methods were then evaluated on the basis of criteria. The result was the use of a combination of methods. Furthermore, several research processes were compared and essential process phases and steps for the approach were derived. In addition, further preliminary considerations were made, which led to a first draft of the approach. The draft was tested by means of a feasibility study in cooperation with a vehicle manufacturer. The step-by-step guide and the templates created round off the procedure and make it applicable in practice.

With the procedure for recording changing customer requirements, standards of different target groups can be identified, the quality perception can be measured and the customer can be integrated into the process.

Supplementary studies in the field of product audits are concerned with the question of whether product audits will also be carried out from the customer's point of view in the future, and to what extent the use of machines will support humans in auditing.