

Qualität als Königsweg zur Kundenzufriedenheit

Autor(en): **Gysling, Hannes**

Objektyp: **Preface**

Zeitschrift: **Comtec : Informations- und Telekommunikationstechnologie = information and telecommunication technology**

Band (Jahr): **74 (1996)**

Heft 7

PDF erstellt am: **10.07.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

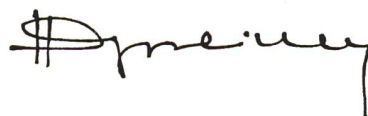
QUALITÄT ALS KÖNIGSWEG ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT

Die Informatik in der Telekommunikation ist in den vergangenen Jahren zu einer strategischen und wettbewerbsbestimmenden Grösse geworden. Die strategischen Erfolgspositionen der Telecom PTT im Markt liegen dabei nicht bloss im technischen Bereich – vor allem in Vermittlungseinrichtungen –, sondern auch in der Unterstützung der computerbasierten, betrieblich-administrativen Informationssysteme zur Verwaltung von Netz- und Kundendaten und zur Unterstützung vielfältiger interbetrieblicher Abläufe. Im Zuge der kommenden Liberalisierung der Telekommunikationsmärkte wird die Teleinformatik zunehmend zu einem Instrument der Veränderung werden, um den neuen Gegebenheiten der Telecom PTT zu entsprechen. Dabei wird die Telecom PTT darauf zu achten haben, dass dieses Instrument Teleinformatik den neuen Anforderungen genügen wird, um Kundennähe und Qualität, Innovationsfähigkeit, Flexibilität und Wirtschaftlichkeit zu gewährleisten. Einen Eindruck von der Komplexität und den vielfältigen Anforderungen an die Software vermittelt der Titelbeitrag in dieser Ausgabe auf Seite 6 über den «Swiss National Host».

Darüber besteht kein Zweifel: Um verlorenes Terrain gegenüber den Japanern und Amerikanern wiederzugewinnen, muss Europa innovativer werden, Kosten reduzieren, die Flexibilität erhöhen sowie die Qualität nachdrücklich steigern. Diese Forderungen beherrschen seit etwa fünf Jahre in unterschiedlichen Konstellationen die Management-Diskussion. Es gibt kaum einen Trend, der sich hier nicht einordnen liesse. Ob Lean Management, Total Quality Management, Kaizen, Business-Reengineering usw., die dahinterstehenden Aufgaben sind weitgehend die gleichen geblieben: den Kunden vor der Tür mit den besten Produkten und Services zu den bestmöglichen Preisen zu versorgen. Der Fokus all dieser Bemühungen heisst Qualität.

In der Teleinformatik sind zwei unterschiedliche Qualitätswege zu beachten. Der eine Weg betrifft die qualitätsorientierte Gestaltung des Software-Entwicklungsprozesses, und der zweite Weg setzt sich mit der Frage der «Anforderungsgerechtigkeit» auseinander. Wie eine kürzlich durchgeführte Untersuchung zeigt, beschränkt man sich in der gegenwärtigen Praxis in der Software-Qualitätssicherung weitgehend auf eine prüfende und produktorientierte Qualitätssicherung. Wenn auch das Qualitätsbewusstsein einerseits sehr hoch ist, so ist andererseits auffällig, dass unter Qualitätssicherung sehr häufig in erster Linie Testverfahren und in zweiter Linie Code-Reviews verstanden werden. Das Problem liegt dabei weniger bei den Entwicklern selbst, als vielmehr in der mangelnden Unterstützung durch das Management.

Beim zweiten Qualitätsaspekt geht es primär darum, wie attraktiv der Kunde ein Produkt oder eine Dienstleistung findet. Damit wird Qualität zu einem relativen und dynamischen Begriff. Man kann dem Kunden eine technisch perfekte und ausgereifte Problemlösung anbieten – trotzdem vermisst der Kunde etwas, das er vielleicht in der zweitbesten Lösung gefunden hätte. Es scheint daher günstiger, die Kundenzufriedenheit in den Mittelpunkt der Qualitätsbemühungen zu stellen und nicht die scheinbar objektiv zu beurteilende Brauchbarkeit von Produkten und Dienstleistungen. Qualität zeigt sich aus dieser Position als Königsweg zur Kundenzufriedenheit.



Hannes Gysling