

ibo Produktmanagement  
**KANO-ANALYSE**

---

Wie Sie aus der Kundenstimme  
die richtigen Produkt- und  
Serviceanforderungen ableiten



# KANO-ANALYSE

## VOICE OF CUSTOMER ERHEBEN, INTERPRETIEREN UND (ÜBER)ERFÜLLEN



„Kundenorientierung ist Pflicht,  
Kunden zu begeistern ist Kür.  
Gewinnen wird nur, wer beides  
meisterhaft beherrscht.“

**Prof. Noriaki Kano**  
TQM Guru und Erfinder des  
Kano-Modells zur Strukturierung  
von Kundenanforderungen.

Mehr  
Produktmanagement-Tools  
gibt's auf

[www.produktmanager-blog.de](http://www.produktmanager-blog.de)

### VORAUSSETZUNGEN



#### Kunden mit Hilfe eines Persona-Steckbriefs beschreiben

Die Komplexität ist soweit zu reduzieren, dass klar definiert ist, für wen, in welcher Situation und für welches Bedürfnis ein Produkt oder Service benötigt wird.



#### Produkte und Services markt-/zielgruppengerecht abgrenzen

Produkt Hierarchien/-segmente geben Hinweise, auf welcher Ebene sinnvoll Produktpolitik betrieben wird.



#### Customer Journey und Touchpoints skizzieren

Die Customer Journey (Kundenreise) betrachtet alle „Touchpoints“ (Berührungspunkte) eines Kunden mit einer Marke, einem Produkt oder einer Dienstleistung.

## ZIELSETZUNG

Ein zentrales Anliegen jedes Produktmanagers ist die optimale Erfüllung von Kundenerwartungen. Die Kano-Analyse übersetzt die Kundenstimme (Voice of Customer – VoC) in konkrete Produkt- und Serviceanforderungen, um deren Zielerreichungsgrad beeinflussen und die Kundenzufriedenheit steigern zu können.



**Basisfaktoren** werden dem Kunden erst bei Nichterfüllung bewusst. Werden sie nicht erfüllt, entsteht Unzufriedenheit, werden sie erfüllt, entsteht aber keine Zufriedenheit!



**Leistungsfaktoren** können in unterschiedlichem Ausmaß erfüllt werden. Sie beseitigen Unzufriedenheit oder schaffen Zufriedenheit.



**Begeisterungsfaktoren** sind Merkmale, mit denen der Kunde nicht unbedingt rechnet. Eine kleine Leistungssteigerung kann zu einer überproportionalen Nutzenstiftung führen.

## KANO-MODELL DURCHFÜHRUNG

1. Erheben Sie die Originalstimmen Ihrer Kunden (VoC) und interpretieren Sie diese gemeinsam mit dem Kunden bzw. im Kollegenkreis.
2. Übersetzen Sie die Kundenaussagen in konkrete Produkt- und Serviceanforderungen.
3. Trennen Sie bestehende Anforderungen, die bereits in Ihren Produkten und Services enthalten sind, von neuen Anforderungen.
4. Bewerten Sie die bestehenden Anforderungen auf einer Skala hinsichtlich der Zufriedenheit und des Erfüllungsgrades aus Kundensicht.
5. Übertragen Sie die Ergebnisse in das Kano-Modell und unterziehen Sie die Anforderungen einem Soll-Ist-Vergleich.
6. Leiten Sie aus Ihrer Analyse geeignete Maßnahmen ab und priorisieren Sie diese. Berücksichtigen Sie dabei auch neue Produkt- und Serviceanforderungen.



### BEISPIELE (Auto)



„Ein dynamisches Kurvenfahrlicht,...  
„Eine Mündigkeitskontrolle,...  
„Ein Bremsassistent,...  
...**WOW, ich bin begeistert.**“



„Je mehr PS mein Auto hat,...  
„Je größer das Kofferraumvolumen,...  
„Je geringer der CO<sub>2</sub>-Ausstoß,...  
...**desto zufriedener bin ich.**“



„Eine Servolenkung...  
„Ein ABS...  
„Eine Klimaanlage...  
...**setze ich voraus.**“

### TIPPS UND TRICKS

„Mit der Zeit werden Begeisterungsfaktoren zu Leistungsfaktoren und schließlich zu Basisfaktoren.“

„Berücksichtige neben dem direkten Kunden ggf. weitere Rollenträger.“



„Wende die Kano-Analyse regelmäßig an.“

„Suche den direkten Kundenkontakt und übernehme die Stimme des Kunden wörtlich.“

„Unterschiedliche Kundensegmente haben unterschiedliche Erwartungen.“

It's Tool-Time! Produktmanager und die, die es werden wollen, finden das passende **Weiterbildungsangebot** auf [www.ibo.de/produktmanagement](http://www.ibo.de/produktmanagement)



# ibo Beratung und Training GmbH

Business Analyse | Organisationsmanagement  
Prozessmanagement | Prozessautomation  
Projektmanagement | Change Management  
Produktmanagement



ibo Beratung und Training GmbH  
Im Westpark 8 | D-35435 Wettenberg  
T: +49 641 982 10-300 | F: +49 641 982 10-500  
ibo@ibo.de | www.ibo.de