

Presse-Information

07/04/05/ DC

Automobil-Rückrufaktionen können den Standort Deutschland schädigen

Qualität heißt aber auch Verantwortungsbewusstsein gegenüber dem Kunden

Frankfurt, 6. April 2005

Rückrufaktionen wie derzeit bei DaimlerChrysler können ganze Industriekreise in Mitleidenschaft ziehen und somit den Standort Deutschland schädigen. „Die aktuelle Rückrufaktion kann aber auch als Chance genutzt werden, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens sowie des Landes dauerhaft zu stärken“, sagt Dr. Wolfgang Kaerkes. So kommt für den Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für Qualität (DGQ) in Frankfurt in der Rückrufaktion der 1,3 Mio Automobile auch ein ausgeprägtes Verantwortungsbewusstseins gegenüber dem Kunden zum Ausdruck.

Nach Ansicht von Kaerkes steht der Standort Deutschland derzeit vor einer zentralen Weichenstellung. „In den vergangenen Jahrzehnten ist der Qualitätsvorsprung deutscher Produkte als Ergebnis des zunehmenden Innovations-, Kosten- und Termindrucks geringer geworden“, so Kaerkes. Rationalisierungs- und Kostendruck dürfen aber nicht zu Lasten der Produktqualität führen. Entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit ist daher das Qualitätsmanagement im Unternehmen. Insbesondere das Qualitätsbewusstsein bei Führungskräften und Mitarbeitern ist ausschlaggebend für die Qualität von Produkten und Dienstleistungen.

Als Herausforderungen an die deutsche Automobilindustrie sieht Kaerkes die Globalisierung, die Produktkomplexität, das Prinzip der System-Lieferanten sowie den Extremwettbewerb in Zeit, Kosten und Qualität. Veränderungen wie etwa der zunehmende Kostendruck, die Öffnung zu Europa, kritischere Kunden sowie allgemeine Wachstumsprobleme verlangen Konsequenzen. Denn wer auf Dauer den Geschäftserfolg sichern wolle, müsse durch sein gesamtes Handeln auf allen betrieblichen Ebenen ein permanentes Bewußtsein für Spitzenleistungen wecken.

„Ein umfassendes Qualitätsmanagement zahlt sich aus, auch monetär“, sagt Kaerkes.

Gerade der Fall DaimlerChrysler zeige, wie notwendig unternehmensübergreifende Qualitätsmanagementsysteme sind: Je komplexer ein Prozess, desto größer die Fehlermöglichkeiten. Um diese von Beginn an auszuschließen, bedient sich DaimlerChrysler seit Jahrzehnten des Know-hows der DGQ. Aus dieser Zusammenarbeit ist dem DGQ-Geschäftsführer auch das Qualitätsengagement des Automobilherstellers bewusst. DaimlerChrysler messe die Qualität seines Managementsystems hinsichtlich Perfektion und Business Excellence in einem jährlichen Review. Intern dienen dem Unternehmen unter anderem dazu Werkzeuge wie die ISO/ TS 16949, die QS 9000-Norm der amerikanischen Automobilindustrie, das EFQM-Modell für Excellence und das Modell des Malcolm Baldrige National Quality Award, dem US-amerikanischen Qualitätspreis.

Vertrauen in die Organisation schaffen, Kundentreue über Spitzenprodukte erzielen und Mitarbeiter, Aktionäre, Gesellschaft und Umwelt positiv motivieren. Darin sieht Kaerkes die Ziele eines ganzheitlichen Managementsystems. Die Voraussetzungen dazu sieht er bei DaimlerChrysler als gegeben an. Ausgangspunkt dazu sei die Markenqualität mit innovativen Produkten und Dienstleistungen. Bei 18 Marken, 141 Produktionsstandorten, 470.000 Mitarbeitern und davon allein 5.000 in den Qualitäts-Bereichen besteht für die „global acting automotive company“ ein spezifischer Auftrag mit den Zielen, das Qualitätsverständnis der Mitarbeiter zu erhöhen und das QM-Know-how zu steigern.

Wollen deutsche Unternehmen ihre Spitzenposition in Sachen Qualität halten oder wiedererlangen, geht dies nach Ansicht der DGQ nur über ein ausgeprägtes und unternehmensübergreifendes Qualitätsmanagement. Gefordert ist nicht nur das Management der Qualität, sondern vielmehr die Qualität des Managements. Ein neues und ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein würde somit auch einen entscheidenden Beitrag zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit des Standorts Deutschland leisten.