

## **Presse-Information**

10/06/05/ Wege aus der Krise

---

### Internationale Konkurrenz bestimmt die Trends

## **Innovationen und Qualität sind Wege aus der Krise für den Standort Deutschland**

- **Lohn- und Produktionskosten international nicht wettbewerbsfähig**
- **Image „Made in Germany“ angekratzt**
- **DGQ unterstützt Unternehmen bei der Schulung der Mitarbeiter**
- **Komplexe Prozesse erfordern konsequentes Qualitätsmanagement**
- **Rückrufaktionen ein Zeichen für sensiblen Umgang mit Qualitätsproblemen**

Frankfurt, 8. Juni 2005 – In punkto Lohn- und Produktionskosten ist der Standort Deutschland nicht wettbewerbsfähig. Im europäischen und insbesondere im weltweiten Vergleich werden hier Spitzenlöhne gezahlt. Um dennoch konkurrenzfähig zu bleiben oder zu werden, müssen Innovationen sowie höchste Produkt- und Produktions-Qualität in der deutschen Industrie Priorität haben. Nur so lassen sich die Krise des Standortes und der Imageverlust der Marke „Made in Germany“ stoppen. Die Deutsche Gesellschaft für Qualität e.V. (DGQ) unterstützt Unternehmen bei der Einführung und Weiterentwicklung von Managementsystemen durch Lehrgänge, Seminare und Schulungen. DGQ-Geschäftsführer Dr. Wolfgang Kaerkes: „Denn nur mit hervorragenden Mitarbeitern mit Innovationsgeist und Top-Ausbildung werden neue Strategien und Technologien zum Erfolg.“

Das Ansehen der deutschen Wirtschaft im eigenen Land hat sich in den zurückliegenden zehn Jahren dramatisch verschlechtert. Nur noch 27 Prozent der befragten Bundesbürger beurteilen deutsche Produkte mit sehr gut bzw. hervorragend. Wie notwendig Qualitätsoffensiven in Deutschland sind, zeigt auch die Statistik des Kraftfahrzeugbundesamtes (KBA) mit dem einen Negativrekord von 137 Rückrufen im Jahr 2004. Auch im Jahr 2005 setzt sich die Pannenstatistik fort. Allein Premiumhersteller Mercedes-Benz musste wegen fehlerhafter Technik 1,3 Millionen Fahrzeuge in die Werkstatt rufen. Die deutschen Automobil-Hersteller sind abgerutscht und belegen bei Zuverlässigkeit und Qualität im Vergleich zur internationalen Konkurrenz allenfalls Mittelfeld-Plätze. Doch selbst Branchenprimus Toyota stößt angesichts enormen Wachstums inzwischen an Grenzen: Im Jahr 2004 riefen die Japaner 1,9 Millionen Fahrzeuge in die Werkstätten zurück und erst vor wenigen Wochen räumte der Konzern Probleme bei der Lenkung an 880.000 Autos ein.

### **Partikelfilter und Hybrid-Antrieb verschlafen**

Zwar gehören die Fahrzeuge der deutschen Hersteller technisch noch immer zur Spitzenklasse, doch immer häufiger werden Trends und Innovationen in anderen Unternehmen erdacht und in Deutschland lediglich übernommen. In Sachen Antriebstechnik hat die Branche den Trend zum Rußpartikelfilter verschlafen – dabei gehört Deutschland mit einem Marktanteil der Neuwagen mit Dieselantrieb von mehr als 50 Prozent zu den wichtigsten Diesel-Märkten der Welt. Auch bei den Hybrid-Fahrzeugen reiht sich Deutschland nur in die Liste der Nachahmer-Nationen ein. Toyota setzte mit der Einführung des Toyota Prius Maßstäbe und der gesamte Konzern profitiert von einem positiven Image.

### **Lohnniveau bis zu 85 Prozent niedriger**

Besonders prekär ist die Situation für die Produktions-Standorte in Deutschland. Angesichts von Überkapazitäten in einem stagnierenden oder sogar schrumpfenden Markt konkurrieren die deutschen Hersteller mit Märkten, in denen die Lohnkosten bis zu 85 Prozent niedriger sind. Auch hier führen nur Innovationen und höchste Qualität aus der Sackgasse. Optimale Produktionsprozesse und absolute Qualität müssen das höhere Lohnniveau kompensieren.

### **Neues Qualitätsbewusstsein**

Deutsche Unternehmen haben auch im Zuge der Mitte 2002 gestarteten Qualitätsoffensive der DGQ die zentrale Bedeutung der Produkt- und Service-Qualität erkannt. 137 Rückrufe in der Automobilindustrie im Jahr 2004 signalisieren neben Problemen auch, dass höhere Qualitätsmaßstäbe angelegt und offensiver mit Fehlern umgegangen wird. „Rückrufaktionen sind ein Indiz dafür, dass Unternehmen ihre Verantwortung gegenüber dem Kunden ernst nehmen und sich an der Qualität ihrer Produkte messen lassen. Ein hohes Qualitätsbewusstsein von Führungskräften und Mitarbeitern ist die Basis für eine erfolgreiche Zukunft des Produktions- und Entwicklungsstandortes Deutschland“, sagt Dr. Wolfgang Kaerkes.

Um in den immer komplexer werdenden Produktionsprozessen die Fehlerquote zu senken und die Qualität zu steigern, greifen immer mehr Unternehmen auf fachübergreifende Qualitätsmanagementsysteme zurück. So bedient sich DaimlerChrysler seit Jahren des Schulungs-Know-hows der DGQ. DaimlerChrysler misst die Qualität seines Managementsystems hinsichtlich Perfektion und Business Excellence in einem jährlichen

Review. Intern dienen dem Unternehmen 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 ausbauen und Mitarbeiter, Aktionäre, Gesellschaft und Umwelt positiv motivieren. Darin sieht Kaerkes die Ziele eines ganzheitlichen Managementsystems.

### **Patentanmeldungen ein Zeichen für Innovationsgeist**

Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Implementierung von Qualitätsmanagementsystemen ist der Automobil-Zulieferer Bosch. Durch engagierte Mitarbeiter und intensivere Kundenbindung ist eine verbesserte Finanzperformance gelungen. Der Umsatz stieg im vergangenen Jahr um zehn Prozent von 36,4 auf 40 Milliarden Euro gestiegen, das Ergebnis erhöhte sich von 1,832 auf 2,578 Milliarden Euro und der Jahresüberschuss stieg von 1,1 auf 1,657 Milliarden Euro. Die positive Geschäftsentwicklung spiegelt sich auch bei den Mitarbeiterzahlen wider. Waren im Jahr 2003 noch 231.600 bei der Bosch-Gruppe beschäftigt, sind es zwölf Monate später 242.348. In Deutschland stieg die Mitarbeiterzahl von 108.696 auf 110.569. Nicht nur die quantitative Expansion des Unternehmens unterstreicht den Trend zu mehr Innovation und Qualität: Mit insgesamt 2.791 Patentanmeldungen war das Unternehmen im vergangenen Jahr zweitgrößter Patentanmelder in Deutschland und drittgrößter in Europa.

### **Qualität hat ihren Preis**

„Statt ‚Geiz ist geil‘ müsste es heißen ‚Qualität hat ihren Preis‘.“ Das sagte Bundeskanzler Gerhard Schröder anlässlich des Forums „Hidden Champions“ der Friedrich-Ebert-Stiftung vor einigen Tagen in Berlin. Damit zeigte Schröder einen ersten Ansatz zu einem neuen Qualitätsbewusstsein in Wirtschaft, Politik, Medien und Gesellschaft. Das gilt auch für das Qualitätsmanagement. Beispielsweise für die Qualifizierung eines Mitarbeiters zum Auditor und für eine Zertifizierung nach ISO 9000 fallen einem mittelständischen Unternehmen Kosten von rund 10.000 Euro an – ohne Beratung und Einführung eines QM-Systems. Sollte das Unternehmen darüber hinaus einen Mitarbeiter zum EFQM-Assessor qualifizieren und eine Erstvalidierung nach dem EFQM-Modell durchführen lassen, kostet das etwa weitere 6.500 Euro. Für eine Bewerbung um den Ludwig-Erhard-Preis fielen weitere 1.500 Euro an, so dass insgesamt externe Kosten von 18.000 Euro (ohne Beratung) entstehen. Für ein Großunternehmen käme es bei gleicher Entwicklung zu Kosten von rund 34.000 Euro. Eine Bewerbung um den European Quality Award schlägt mit weiteren 13.600 Euro zu Buche.

Im Vergleich dieser Präventiv-Investitionen in Ausbildungs- und Qualifizierungsprogramme sind die finanziellen Aufwendungen bei Qualitätsproblemen und fehlerhaften Produkten erheblich höher. So rief General Motors in den USA beispielsweise kürzlich 155.000 Autos wegen eines defekten Bremskraftverstärkers von Bosch in die Werkstatt. Geschätzter Schaden: 100 Millionen Euro.