

Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ)
August-Schanz-Str. 21 A, 60433 Frankfurt
Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Rolf Henning
Tel. 069/ 9 54 24-170, Fax: 069/ 9 54 24-296
E-mail: rh@dgq.de, Internet: www.dgq.de

Presse-Information

22/11/04/ ExBa 2004

„Excellence Barometer 2004“ zur Lage der Wirtschaft und von Unternehmen:

Ansehen der deutschen Wirtschaft auf neuem Tiefpunkt

Frankfurt, 18. Oktober 2004

Fast drei Viertel der Bevölkerung konstatieren sinkendes Ansehen / Deutsche Produkte werden nur noch von 27 Prozent mit „hervorragend“ oder „sehr gut“ beurteilt / Qualitätsbegriff „Made in Germany“ trotz sinkendem Glanz ohne Alternative / Sechs von zehn halten wirtschaftliche Lage für schlecht / Aldi, Microsoft, Ebay, Porsche und Ikea sind aus Sicht der Verbraucher die fünf erfolgreichsten Unternehmen in Deutschland

Das Ansehen der deutschen Wirtschaft hat sich im eigenen Land in den letzten zehn Jahren dramatisch verschlechtert: Fast drei Viertel der Bevölkerung (73 Prozent) nehmen diesen Niedergang wahr. Dies zeigt die aktuelle Studie „Excellence Barometer 2004“ (ExBa 2004), die jetzt von der Deutschen Gesellschaft für Qualität e. V. (DGQ), dem Mainzer Marktforschungsunternehmen Forum GmbH, dem Unternehmermagazin 'impulse' vorgelegt wurde. Danach beurteilen nur noch 27 Prozent der rund 1.000 befragten Bundesbürger deutsche Produkte mit „hervorragend“ bzw. „sehr gut“. Vor zehn Jahren sagten dies aber noch 33 Prozent. Damit liegen deutsche Produkte zwar immer noch auf Platz eins vor Japan und Frankreich, wo 22 bzw. 11 Prozent der Bevölkerung die Produkte ihres Landes entsprechend positiv bewerten. Allerdings werden japanische Produkte in einzelnen Bevölkerungsschichten bereits besser als die einheimischen Waren beurteilt. Der den Exportmotor am Laufen haltende Qualitätsbegriff „Made in Germany“ hat in den letzten Jahren enorm an Strahlkraft verloren. Für rund jeden zweiten Deutschen ist das Ansehen des einstigen Gütesiegels gesunken. Eine überwältigende Mehrheit von 80 Prozent spricht sich aber trotz aller Skepsis gegenüber

einheimischen Produkten vehement gegen die Alternative eines „Made in Europe“ aus. Von dieser Vermengung verschiedener EU-Produktionsstandorte befürchten sie eine für die deutsche Wirtschaft noch nachteiligere Qualitätsverwässerung. Im inländischen Wettbewerb ist zu vermuten, dass insbesondere Produkte, die in Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen hergestellt werden, punkten. Diese Länder werden nämlich von großen Teilen der Bevölkerung in Ost und West mit „Spitzenqualität“ assoziiert.

Bürger und Unternehmer sorgen sich um die gesamtwirtschaftliche Lage

Wie die ExBa-Studie weiter zeigt, befindet sich Deutschland aber insgesamt in einem Stimmungstief – zumindest was die Wahrnehmung der gesamtwirtschaftlichen Lage anbelangt. Sowohl die Verbraucher als auch die befragten 1.200 Top-Entscheider beurteilen diese größtenteils als „schlecht“ (60 Prozent bzw. 59 Prozent). Lediglich 4 Prozent der Unternehmen und 5 Prozent der Bevölkerung sehen sie als „gut“ an. Der Rest empfindet die Situation als „befriedigend“. In Ostdeutschland wird die Lage noch düsterer bewertet. Hier sehen 70 Prozent der Menschen die wirtschaftliche Lage als schlecht an. Grundsätzlich besser wird die eigene wirtschaftliche Situation beurteilt. Demnach stufen 47 Prozent der Business-Entscheider die Geschäftslage ihres Unternehmens als gut ein, von den Verbrauchern empfindet jeder Dritte seine eigene Situation als gut. Für DGQ-Präsident Dr. Jürgen Varwig ist eine Erklärung für die Schiefelage zwischen der vergleichsweise positiven Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage und der negativen Wahrnehmung der gesamtwirtschaftlichen Situation folgende: „Angesichts der Hiobsbotschaften, wie wir sie dieser Tage zum Beispiel von KarstadtQuelle und Opel vernehmen, ist eine breite Verunsicherung in der Bevölkerung bzgl. der Frage, wie es mit der deutschen Wirtschaft weitergehen soll, eigentlich nur verständlich.“

Verbrauchervotum: Aldi wie im Vorjahr erfolgreichstes deutsches Unternehmen

Deutschlands erfolgreichstes Unternehmen ist nach Meinung der Verbraucher die Discounter-Kette Aldi. „Aldi profitiert in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wie diesen insbesondere von seinem Ruf als besonders preisgünstiger Anbieter“, interpretiert 'impulse'-Chefredakteur Dr. Klaus Schweinsberg das Ergebnis. Mit 86,6 von maximal 100 erreichbaren Punkten verweist Aldi unter 50 ausgewählten Vorzeigefirmen Microsoft, Ebay, Porsche, Ikea und Lidl auf die Plätze zwei bis sechs. Alle diese Unternehmen erhielten mehr als 80 Punkte. Nur knapp dahinter

landet Adidas mit 79,2 Punkten auf Rang sieben. Der Vorjahres-Zweite BMW wurde von den Verbrauchern mit 77,4 Punkten auf Rang acht gepunktet. Nokia und Nike komplettieren die ExBa-Top Ten dieses Jahres. Grundsätzlich erhielten Automobilhersteller und Finanzdienstleister deutlich schlechtere Werte als im Vorjahr. Die Verbraucher mussten dafür jedes Unternehmen anhand der Kriterien Erfolg, Qualität, Service, Kommunikation, Image und Preis benoten.

Führungskompetenz und Kunden-Orientierung die zentralen Erfolgsfaktoren

Nach den Ergebnissen der ExBa-Studie unterscheiden sich erfolgreiche und weniger erfolgreiche Unternehmen vor allem in der Qualität der Führungskompetenz und der Kunden-Orientierung. „Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten fehlt vielen Unternehmen das Gespür für die Wünsche ihrer Kunden, weil sie sich zu stark mit ihren kaufmännischen und internen Problemen beschäftigen“, so Varwig, im Hauptberuf Qualitätsleiter der BASF-Gruppe. Das sei auch einer der Gründe, warum viele Unternehmen schlechtere Ergebnisse als im Vorjahr erzielten.

Die Studie ExBa 2004 „Excellence – Erfolg hat eigene Gesetze“ kann für 99 Euro inkl. MwSt. zzgl. 2,50 Euro Versandkosten per Fax bei der DGQ bestellt werden. Fax-Nr: 069/ 9 54 24-133.