

Innovation braucht Qualität – und umgekehrt

Warum Innovation und Qualität die Schlüssel zu Deutschlands Zukunft sind (2)

DIE MOMENTANE STÄRKE der deutschen Wirtschaft ist zweifelsohne auch ein Ergebnis erfolgreichen Innovationsmanagements in der Vergangenheit. Zahlreiche Anstrengungen haben dazu geführt, dass die klassischen Industriesektoren und viele mittelständische Unternehmen noch immer große Beiträge zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) liefern und ein hohes Beschäftigungsniveau garantieren. Seit Beginn dieses Jahres jedoch mehrten sich die Zeichen einer Zeitenwende: In den Bereichen Automotive, Chemie und Investitionsgüter wird sichtbar, dass die weltweite Nachfrage zurückgeht. Handelspolitische Komplikationen werden kurzfristig zu noch mehr Unsicherheit beitragen. Aber viel wichtiger wird es sein, die strukturellen Gründe anzugehen, welche dazu geführt haben, dass manche Leitindustrie ins Hintertreffen geraten ist.

Im Jahr 2014 hat das Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) ein milliardenschweres Programm mit dem Namen „Hightech-Strategie“ aufgelegt, welches einen Innovationschub u.a. in den Bereichen *digitale Wirtschaft und Gesellschaft, nachhaltiges Wirtschaften und Energie, gesundes Leben, intelligente Mobilität* und *zivile Sicherheit* auslösen sollte. Fünf Jahre sind seitdem vergangen, Zeit, Bilanz zu ziehen.

Was innovativ und hochwertig ist ...

In den Bereichen Digitalisierung (Netzinfrastruktur und 5G), Elektromobilität und alternative Antriebe, Erreichung der gesetzten Emissionsziele (Dieseltechnologie und Braunkohleverstromung) oder Ausbau des Schienenverkehrs hinkt Deutschland vielen Ländern hinterher und wird dem eigenen Anspruch nicht gerecht, weil der Mut zu radikaler Innovation fehlt. Schicke Autos mit großen Verbrennungsmotoren an die Vermögenden dieser Welt zu verkaufen, war mal eine gute Idee, ist aber kein Ge-

© DGC

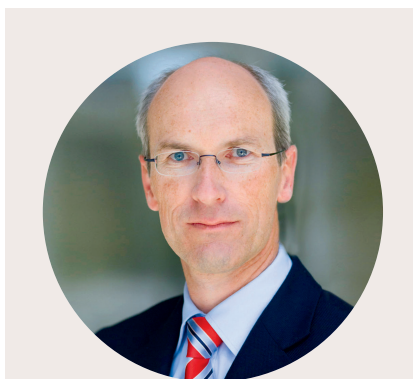
schäftsmodell mehr für die Zukunft. Selten gab es eine Zeit, in der für die Finanzierung von bahnbrechenden Innovationen leichter Geld zu beschaffen war, als heute. Warum sind wir also nicht entschlossener? Haben wir verlernt, innovativ zu sein, oder bestimmt das Festhalten an kurzfristiger Rendite weiterhin unser Denken und Handeln?

Doch Innovation allein macht nicht den Unterschied. Innovation braucht Qualität – und umgekehrt. Die Geschichte des Labels „Made in Germany“ ist wohlbekannt. Einst als Stigma erdacht, wird diese Kennzeichnung schon lange weltweit als Gütesiegel wahrgenommen, auch wenn das „Made in“ immer öfter durch die Bezeichnungen „Designed in“ oder „Engineered in“ ersetzt wird.

... entscheidet allein der Kunde

Im Jahr 2017 hat das Portal *Statista.com* eine Studie veröffentlicht, in der mehr als 40 000 Personen in 52 Ländern zum Thema „Made in“ befragt wurden. Daraus resultierte ein *Made-in-Country-Index*, welcher das Vertrauen der Konsumenten in einem Ranking widerspiegelt. Auf dem ersten Platz landete Deutschland, gefolgt von der Schweiz und der EU. Die USA sind auf dem achten Platz zu finden.

Brexit hin oder her, Strafzölle rauf oder runter – auf Dauer entscheidend ist allein die Wertschätzung und das Vertrauen des Kunden. Solange ein Unternehmen führend in Innovation und Qualität ist, werden sich Kunden langfristig immer für dessen Produkte und Dienstleistungen entscheiden. Wenn aber eine dieser beiden Tugenden zu kurz kommt, werden die Auswirkungen für viele Unternehmen fatal sein. Dies zu verhindern, dafür lohnt es sich, hart zu arbeiten. ■



Dr. Norbert Gorny ist Mitglied des Executive Committee von Essilor International, SA. Zuvor war er über ein Jahrzehnt in verantwortlicher Position bei der Carl Zeiss Group tätig. Daneben ist er seit 2004 Mitglied des Vorstands der Deutschen Gesellschaft für Qualität e. V. (DGQ).