

Qualität – ein universelles Phänomen

Warum Vertrauen wichtiger ist denn je

DAS ZURÜCKLIEGENDE JAHR 2020 WAR EIN BESONDERES, außergewöhnliches, wenn nicht historisches Jahr. Es war gekennzeichnet von spürbaren Einschränkungen, gesundheitlichen Risiken und gar Verlusten. Viel wurde darüber philosophiert, dass nichts mehr so sein würde wie früher. Ein Ausdruck der weitverbreiteten Verunsicherung in unserer Gesellschaft, getrieben durch Widersprüche in den Diskussionen und Äußerungen von Personen, die bisher als *vertrauenswürdig* galten, wie Vertreter des Gesundheitswesens und der Wissenschaft.

Nun stellt sich die Frage, was haben wir aus den Geschehnissen des Jahres 2020 gelernt, und was bedeutet das für das Thema *Qualität* bzw für unser *Qualitätsverständnis*? Häufig zitiert wird in diesem Zusammenhang der Zweiklang *Chancen und Risiken*. Extremsituationen zwingen uns, Neues zu wagen und verzögerte Entscheidungen risikobasiert zu treffen. Erinert sei an die Digitalisierungsinitiativen und Investitionsprogramme, national wie europaweit.

Routineabläufe des täglichen Lebens wurden kurzfristig neu geregelt. Die fehlenden oder teils widersprüchlichen Begründungen hinterließen Ungläubigkeit und Motivationsdefizite bis hin zu Aufbegehren. Vergleichbares kennen wir bei Prozessveränderungen und Umstrukturierungen in Organisationen. Das Kraftfeld *Gemeinsinn* versus *Individualität* entwickelte sich zum Spannungsfeld, geprägt von Verunsicherung und Misstrauen. Die Qualität des gesellschaftlichen Zusammenhalts und des öffentlichen Lebens hatte gelitten, mit Auswirkungen auf jeden Einzelnen.

Auch beim Qualitätsverständnis ...

Wenn wir *Qualität* nicht nur als *Zufriedenheit mit dem Ergebnis* oder als *Wahrgenommene Qualität (Perceived Quality)* definieren, sondern das Verständnis weiterentwickeln hin zu *Vertrauen in das Versprochene* oder *Zuversicht in das Erwartete*, so lässt diese Interpretation Analogien des Qualitätsverständnisses zu der Situation in 2020 erkennen.

Wir vertrauen Produkten einer bestimmten Marke, genannt „Branding“. Wir vertrauen Personen, die sich einen

Namen gemacht haben und als authentisch bzw. glaubwürdig gelten. Wir vertrauen Organisationen, die ihr Leistungsversprechen einhalten. Vertrauen schafft Zuversicht und Hoffnung, was in einer Phase der Verunsicherung bedeutungsvoll ist. Die Organisation, die Vertrauen schafft, ist keine imaginäre Einrichtung, sondern vielmehr eine von Menschen geschaffene und ausgefüllte Einheit. In einer Organisation ist jeder Einzelne für die Qualität seiner Beiträge verantwortlich.

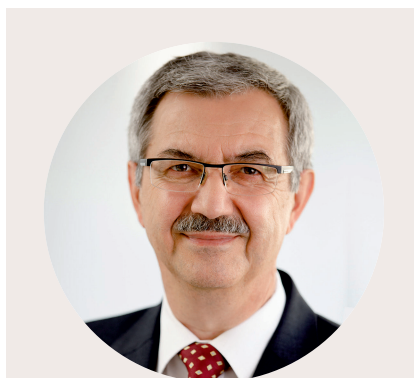
Menschen, die die Glaubwürdigkeit von Statistiken nicht dadurch gefährden, dass Algorithmen unkommentiert verändert oder statistische Vertrauensbereiche unterschlagen werden, stärken das Vertrauen in die Qualität der Datenlage. Wissenschaftliche Ergebnisse und ihre Vertreter erhalten Zustimmung aufgrund der Qualität und Verlässlichkeit ihrer Aussagen, auch ohne populistische Medienpräsenz.

Regelungen mit gesellschaftlicher Relevanz, die wir auch als „zivilisierte Umgangsformen“ kennen und akzeptieren, rücken in die öffentliche Diskussion. Hygieneregeln als Zeichen der Wertschätzung sind keine neuen und außergewöhnlichen Maßnahmen während einer Pandemie. Die Vorteile und den Nutzen kannte bereits Adolf Freiherr von Knigge und Ignaz Philipp Semmelweis.

... geht es um Vertrauen!

Die Deutsche Gesellschaft für Qualität leitet aus ihrem Selbstverständnis einen gesellschaftlichen Auftrag zur Förderung des Qualitätsbewusstseins ab. Auch wenn das zurückliegende Jahr von vielen Menschen schmerzhaftes Opfer gefordert hat, so trug es doch dazu bei, dass der Qualitätsbegriff als inhärentes Merkmal des Lebens (im Sinne der Lebensqualität) wieder in unser Bewusstsein gerückt ist.

Qualität ist nicht selbstverständlich, es bedarf des bewussten Umgangs damit. Ebenso muss Vertrauen erst gewonnen werden, bevor Zuversicht und Verlässlichkeit geerntet werden können. Die Ereignisse des Jahres 2020 und die Erfahrungen im Umgang mit diesen bestätigen die Universalität des abstrakten Phänomens *Qualität*. ■



Dr. Ümit Ertürk war Manager Corporate Quality bei der 3M Deutschland GmbH. Als Mitglied des Vorstands der Deutschen Gesellschaft für Qualität e. V. (DGQ) setzt er sich für den direkten Dialog mit den Mitgliedern ein. Außerdem wirkt er als Trainer bei der DGQ-Weiterbildung GmbH mit, sowie als Prüfer der DGQ-Personalertifizierung.