

„Made in Germany“ braucht Qualität und Innovation

Studie zur wirtschaftspolitischen Situation deutscher
Unternehmen

Wie empfinden Unternehmen die derzeitigen wirtschaftspolitischen Bedingungen am Standort Deutschland? Dieser Frage ist das Institut für Change Management und Innovation (CMI) im Rahmen seiner IQ-Agil Studie nachgegangen. Problemlösungen muss nicht nur die Politik vorlegen, auch die Unternehmen selbst sind gefordert.

Michael Dunst und Dietmar Vahs

MAI
GERM

DE IN

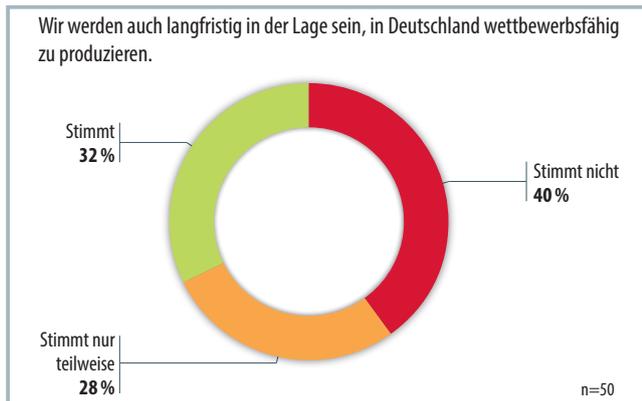
Um den Standort Deutschland attraktiver zu machen und den Abwanderungstrend von Unternehmen umzukehren, ist eine ganzheitliche Wirtschaftspolitik erforderlich, die auf die Stärkung der Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft abzielt. Gefragt sind Maßnahmen zur Senkung der Arbeitskosten, Vereinfachung von Bürokratie und Regulierung, Förderung von Forschung und Entwicklung sowie Investitionen in Bildung und Fachkräfteausbildung. Gelingt es, diesen Herausforderungen zu begegnen, kann Deutschland seine Position als führende Wirtschaftsnation langfristig sichern und in der globalen Wirtschaft bestehen.

Die derzeitige Wirtschaftspolitik in Deutschland hinterlässt jedoch bei vielen Unternehmern und Managern ein Gefühl der Unsicherheit und Orientierungslosigkeit. Dies hat verschiedene Gründe, die zunehmend zur Abwanderung von Unternehmen führen. Zum einen fühlen sich viele Unternehmen durch eine nicht klar orientierte und häufig uneinige Regierungskoalition belastet. Immer neue Gesetze und

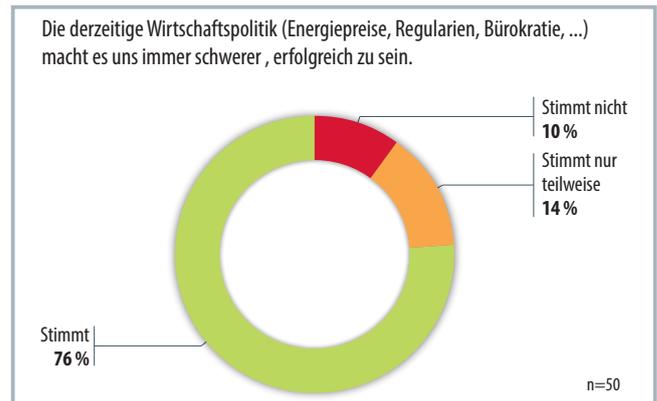
Vorschriften erschweren es den Unternehmen, langfristige Strategien zu entwickeln und Investitionen zu planen. Dies führt zu einer Atmosphäre der Unsicherheit, die Unternehmen dazu veranlasst, nach stabileren Standorten zu suchen. Zum anderen belasten beispielsweise, hohe Steuern, eine veraltete Verkehrsinfrastruktur und eine schleichende Digitalisierung die Effizienz vieler Unternehmen in Deutschland. Dies führt dazu, dass Standorte mit günstigeren Rahmenbedingungen gesucht werden.

Zuletzt spielt auch der Fachkräftemangel eine entscheidende Rolle. Viele Unternehmen klagen über Schwierigkeiten bei der Rekrutierung qualifizierter Mitarbeiter. Dies liegt zum Teil an einer mangelnden Ausrichtung der Bildungssysteme auf die Bedürfnisse der Wirtschaft sowie an bürokratischen Hürden für ausländische Fachkräfte.

Insgesamt führen diese Faktoren dazu, dass immer mehr Unternehmen Deutschland den Rücken kehren und sich nach Standorten mit stabileren Rahmenbedingungen umsehen. Deshalb wären Maßnahmen zur Steigerung der Attraktivität >>>



Die Einschätzung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit ist überwiegend positiv. © CMI / Hanser



Eine Mehrheit meint, die unternehmerisch schwierige Situation sei auf eine verfehlte Wirtschaftspolitik zurückzuführen. © CMI / Hanser

des Wirtschaftsstandort Deutschland dringend erforderlich.

Innovationen werden zu wenig unterstützt

Die Unterstützung der Innovationskraft deutscher Unternehmen durch politische Maßnahmen ist von entscheidender Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit und langfristige Entwicklung der deutschen Wirtschaft. Innovationen tragen nicht nur zur Schaffung neuer Produkte und Dienstleistungen bei, sondern sind auch wichtig für die Bewältigung globaler Herausforderungen, wie etwa Klimawandel oder demografischer Wandel. Durch eine gezielte Förderung von Forschung und Entwicklung sowie den Aufbau eines innovationsfreundlichen Umfelds könnten Unternehmen ihre Wettbewerbsposition stärken und langfristiges Wachstum ermöglichen.

Allerdings ist die derzeitige Unterstützung seitens der Politik oft unzureichend. Bürokratische Hürden, unklare Förderkriterien und mangelnde finanzielle Mittel können Unternehmen daran hindern, ihr Innovationspotenzial voll auszuschöpfen. Eine verstärkte und effektivere politische Unterstützung ist daher erforderlich, um sicherzustellen, dass deutsche Unternehmen weiterhin an der Spitze des globalen Innovationsgeschehens stehen können.

Im internationalen Wettbewerb abgehängt

Deutschland sieht sich im internationalen Wettbewerb zunehmend mit Herausforderungen konfrontiert, die zu einem langsameren Wirtschaftswachstum im Vergleich zu anderen G7-Staaten führen. Ein wichtiger Faktor vor diesem Kontext ist die demo-

grafische Entwicklung: Deutschland altert schneller als viele andere Industrieländer, was zu einem Schwund der Arbeitskräfte und einer zunehmenden Belastung des Sozialsystems führt. Dies wirkt sich negativ auf das Potenzial für Wirtschaftswachstum aus.

Darüber hinaus sind strukturelle Probleme in bestimmten Wirtschaftssektoren, wie zum Beispiel der Automobilindustrie, zu beobachten. Die Transformation hin zu neuen Technologien und die Anpassung an veränderte Marktanforderungen gestalten sich teilweise schwierig und bremsen das Wachstum. Hinzu kommen infrastrukturelle Defizite und bürokratische Hemmnisse, die Investitionen und Innovationen behindern.

Während andere G7-Staaten in diesen Bereichen Fortschritte machen und ihre Wirtschaft modernisieren, hinkt Deutschland in einigen Bereichen hinterher.

Fehlende Effizienz und Vision seitens Politik

Um zu erkunden, wie Unternehmen die aktuelle Politik in Bezug auf die Stärkung des Wirtschaftsstandorts Deutschland beurteilen, konnten die Teilnehmenden in freier Rede antworten. Die qualitative Auswertung zeigt, dass neben der Angst vor Stagnation und Abwanderung vor allem auch die Kritik an einer fehlenden Strategie und Vision sowie der mangelnden Effizienz zu Sprache kommt.

Die Studienergebnisse zeigen, dass es dringend erforderlich ist, die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen für Unternehmen in Deutschland zu verbessern. Nur so können Investitionen am Standort

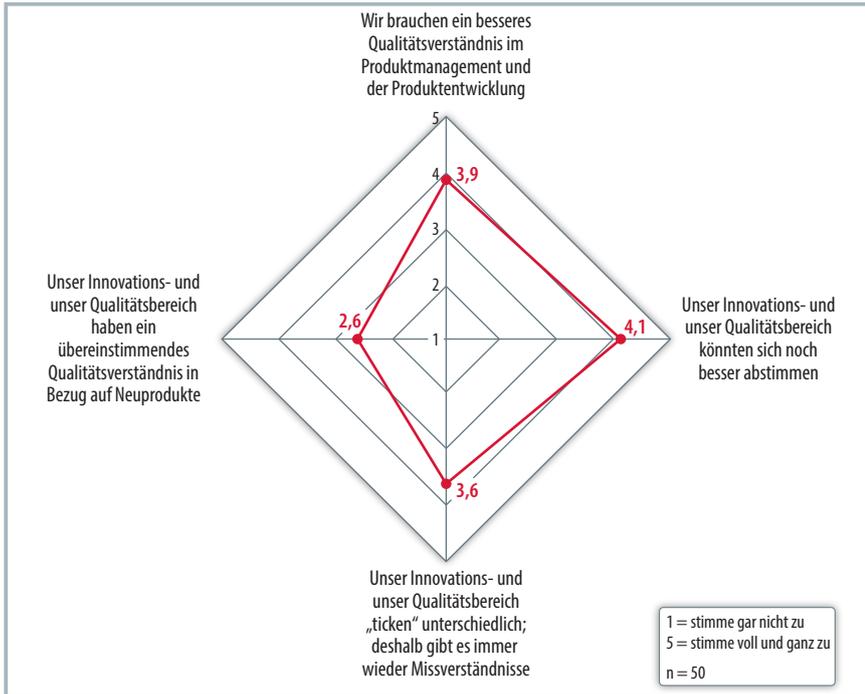
gefördert und eine weitere Abwanderung von Unternehmen verhindert werden. Im Mittelpunkt sollten dabei eine klare wirtschaftspolitische Strategie, die Reduzierung von Bürokratie und die gezielte Förderung von Innovationsaktivitäten stehen.

Doch nicht nur die geeigneten politischen Rahmenbedingungen sind eine Voraussetzung dafür, dass das Siegel „Made in Germany“ erhalten bleibt. Auch Unternehmen selbst, haben noch Potenzial zur Verbesserung der Innovations- und Qualitätsperformance.

Mehr Kooperation im Produktentstehungsprozess gefragt

Forschung und Entwicklung (F&E) und Qualitätsmanagement bilden im Produktentstehungsprozess (PEP) oft zwei gegensätzliche Pole im Spannungsfeld zwischen Kreativität und Stabilität. Doch die Realität zeigt, dass ihre Zusammenarbeit von entscheidender Bedeutung ist, um die geforderte Produktqualität zu gewährleisten und den Markterfolg zu sichern.

Ein effektiver Produktentstehungsprozess erfordert nicht nur das Streben nach Innovation, sondern auch eine klare Vision und Verpflichtung zur Qualität. F&E-Teams bringen Ideen und kreative Lösungsansätze hervor, die das Potenzial haben, den Markt zu revolutionieren. Doch ohne ein ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein können selbst die innovativsten Produktideen an ihrer Umsetzung scheitern. Die enge Zusammenarbeit zwischen F&E und Qualitätsmanagement ist der Schlüssel, um sicherzustellen, dass innovative Ideen in Produkte umgesetzt werden, die den Anforderungen und Erwartungen der Kunden entsprechen. Dabei geht es nicht nur da-



Bei der Kooperation von Qualität und F&E sehen viele Unternehmen Verbesserungspotenzial. © CMI / Hanser

rum, Fehler zu vermeiden, sondern auch darum, die bestmögliche Leistungsfähigkeit und Langlebigkeit des Produkts sicherzustellen.

Kulturelle Unterschiede in Qualitäts- und F&E-Abteilungen

Leider herrscht in über 60 Prozent der Unternehmen immer noch ein kultureller Bruch zwischen den Innovations- und Qualitätsabteilungen vor. Oft werden Innovation und Qualität als gegensätzliche Ziele betrachtet, wobei Innovation als Synonym für Risiko und Veränderung gilt, während Qualität mit Stabilität und Kontinuität verbunden wird.

Diese Mentalität führt oft zu Missverständnissen, Konflikten und letztendlich zu ineffizienten Prozessen. Um diese kulturel-

le Lücke zu überwinden, ist es entscheidend, ein gemeinsames Verständnis für die Bedeutung von Innovation und Qualität zu entwickeln. F&E-Teams müssen erkennen, dass Qualitätsbewusstsein keine Einschränkung ihres kreativen Potenzials darstellt, sondern eine unverzichtbare Komponente für den langfristigen Erfolg ihrer Innovationen ist. Gleichzeitig müssen Qualitätsmanager die Bedeutung von Innovation für die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens erkennen und bereit und flexibel sein, um innovative Ansätze zu unterstützen. Darüber hinaus ist eine offene Kommunikation und vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen den beiden Abteilungen unerlässlich. Regelmäßige Treffen, gemeinsame Projekte und ein transparenter Informationsaustausch tragen dazu

bei, Missverständnisse zu beseitigen und das Vertrauen zwischen den Teams zu stärken.

Fazit: „Made in Germany“ ist nicht einfach nur ein Label, es ist ein Versprechen. Ein Versprechen für Qualität, Innovation, Nachhaltigkeit und globale Zusammenarbeit. Deutsche Unternehmen und Politiker haben die Möglichkeit – ja, die Pflicht, dieses Versprechen zu erfüllen und „Made in Germany“ wieder zum Inbegriff für Exzellenz zu machen. Neben der Schaffung von geeigneten Rahmenbedingungen durch die Politik haben die Unternehmen die Aufgabe, die beiden Erfolgsfaktoren Innovation und Qualität noch enger zusammen zu binden, um so die Grundlage für einen nachhaltigen Produkterfolg zu schaffen. ■

INFORMATION & SERVICE

STUDIE

Die IQ-AGIL Studie des Instituts für Change Management und Innovation (CMI) will erkunden, wie Innovation und Qualität in turbulenten Zeiten zielgerichtet gesteuert werden können und welchen Einfluss die Wirtschaftspolitik auf die aktuelle Lage hat. Dazu wurde eine Online-Umfrage in 50 deutschen Unternehmen durchgeführt.

LITERATUR

- Dunst, M.: Eine empirische Untersuchung zur Entstehung und Nutzung von Synergiepotenzialen zwischen der Innovations- und der Qualitätsfunktion im Produktentstehungsprozess. Fraunhofer Verlag, Stuttgart 2023
- Vahs, D., Dunst, M.: Innovations- und Qualitätspotenziale optimal kombinieren: Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig steigern. Hanser Verlag, München 2021
- Vahs, D.: Qualitätsbewusstsein schaffen. Mit der Quality-Awareness-Methode zur Qualitätsexzellenz. Hanser Verlag, München 2019

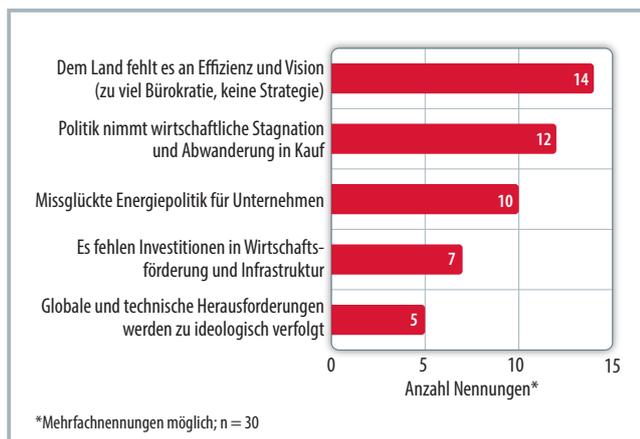
AUTOREN

Dr.-Ing. Michael Dunst ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am CMI & KI-Lab Analyzes der Hochschule Esslingen sowie Senior Berater der Quality-Awareness-Experts.

Prof. Dr. Dr. h.c. Dietmar Vahs ist Direktor des CMI und Managing Partner der Quality-Awareness-Experts.

KONTAKT

michael.dunst@hs-esslingen.de



Die aktuelle Wirtschaftspolitik wird in den Unternehmen überwiegend kritisch beurteilt. © CMI / Hanser