

„Eine starke Marke zeichnet sich dadurch aus, dass sie dem Kunden über einen langen Zeitraum etwas Besonderes bietet.“ Mit dieser Aussage eröffnete BMW-Chef Dr. Norbert Reithofer die Reihe der Referate auf dem fünften Gipfeltreffens zum Thema „Qualität deutscher Automobile“, zum dem der Verband der Automobilindustrie (VDA) Experten der Automobilindustrie in die neue BMW-Welt“ nach München eingeladen hatte.

VDA-Präsident Matthias Wissmann schlug in dieselbe Kerbe indem er die Qualität eines Automobils zu einem wesentlichen Faktor des Markenwerts erklärte. Sein Verband hatte den Qualitätsgipfel vor fünf Jahren ins Leben gerufen, weil sich um den Jahrtausendwechsel bei einigen Herstellern deutliche Qualitätsprobleme ergeben hatten, bei einigen in der Mechanik, bei der Mehrzahl der Betroffenen aber bei der Elektronik.

Jetzt konnte Wissmann berichten, diese Delle sei überwunden. Er zitierte als Beweise die ADAC-Pannenstatistik mit ständig sich verbessernden Positionen deutscher Modelle und ebenso die ADAC-Studie AutoMarxx, bei der Qualität als Kriterium hoch gewichtet werde. Auch die amerikanische Marktforschungsorganisation J.D. Power bewerte deutsche Automobile besser als in der Vergangenheit. Wissmann: „Wir haben die Spitzenposition wieder erreicht.“

Reithofer bezeichnete in seiner Rede jeden Euro, der in die Verbesserung der Qualität gehe, als eine Investition in die Zukunft. Bessere Qualität trage zur Senkung der Garantiekosten bei, und die so frei werdenden Gelder könnte wiederum in Innovationen und Qualität investiert werden. Auch wegen solcher Verhaltensweisen haben sich gerade die deutschen Premiumhersteller die Technologieführerschaft erarbeitet. „Wir können uns das auch leisten“.

Reithofer nannte drei Kriterien, wie er heute die BMW-Marke an der Spitze halten will, ließ dabei aber keinen Zweifel daran, dass dies das Erfolgsrezept für alle deutschen Hersteller sei: Schutz des geistigen Eigentums, Anpassen an den Wertewandel und das Behandeln von Qualität und Innovation als Investitionen.

Zum Schutz des geistigen Eigentums vor Plagiaten und Industriespionage empfiehlt Reithofer seinem Unternehmen und seinen Kollegen, die Innovationsspirale schneller zu drehen: „Die Kopien unserer Fahrzeuge müssen veraltet sein, wenn sie auf den Markt kommen. Gleichzeitig bekannte er sich zur Gültigkeit des BMW-Slogans auch unter dem Druck, CO2-Emissionen anzubauen: „Wir wollen keine rollenden Verzichtserklärungen, aber Freude am Fahren bei akzeptablen Verbrauch.“

Auch Wissmann steht sicher hinter der Zusammenfassung von BMW-Chef Reithofer, der darauf hinwies, dass deutsche Automobilhersteller global nur dann eine Chance haben, wenn sie bei der Innovation und der Qualität vorn seien. „Wir bauen nicht gute Autos. Wir bauen die besten Auto.“

Wissmann untermauerte diese Aussage mit dem Hinweis auf die „Fächerstrategie“ der Automobilindustrie im Hinblick auf effiziente und damit umweltverträglichere Antriebskonzepte. Man wolle das gesamte Spektrum nutzen. Beim Diesel sei Deutschland sowieso schon beneideter Weltmeister. Die zweite Generation der Bio-Kraftstoffe biete ein Potenzial von 90 Prozent CO<sub>2</sub>-Vermeidung. Leichtbau stehe ebenso auf dem Programm wie die Optimierung von Nebenaggregaten und deren Antrieb.

Zum Fächer der Möglichkeiten gehöre auch die Hybridisierung des Antriebsstrangs. Hier seien alle deutschen Hersteller aktiv - vom Micro-Hybrid bis zum Voll-Hybrid. Am Ende müsse eine Industrie aber auch auf die Höhe der CO<sub>2</sub>-Vermeidungskosten achten. „Der Voll- Hybrid ist daher nicht die optimale Lösung, nicht der Königsweg“, erklärte Wissmann. Er wies außerdem darauf hin, dass die deutsche Automobilindustrie schon in der Vergangenheit ihre Verpflichtungen eingehalten habe, indem sie den durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch der Neufahrzeuge seit 1990 um ein Viertel, entsprechend zwei Liter pro 100 km gesenkt habe. „1978 reichte ein Liter Benzin für neun Kilometer Fahrstrecke, heute sind das 15 Kilometer.“

Wissmann hob die Bedeutung der Zulieferer für die Innovation und für die Qualität hervor. Inzwischen liege der Anteil der Zulieferer an der Wertschöpfung bei 75 Prozent. Ein Drittel möglicher Fehler entstehe beim Zulieferer, ein Drittel bei der Entwicklung und ein Drittel bei der Produktion. Mit dem beim VDA angesiedelten Quality Management Center (QMC) habe man nun ein Werkzeug in der Hand, zwei dieser drei potentiellen Fehlerquellen durch intensive und offene Kooperation von Herstellern und Zulieferern zu vermeiden. (ar/Sm)

Von Peter Schwerdtmann