



XI. Bonner Management Forum

im Wissenschaftszentrum des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft in Bonn

„Qualität - Made in Germany!“

- Zusammenfassung -

Prof. Dr. Jens Böcker

Dr. Klaus Kinkel, Deutsche Telekom Stiftung

- Deutschland ist nicht schlechter geworden, sondern die anderen – in kurzer Zeit – sehr viel besser.
- Wir dürfen uns nicht auf unseren Errungenschaften ausruhen, sondern müssen gezielt in neue Geschäftsfelder vorstoßen.
- „Qualität - Made in Germany“ basiert auf verschiedenen Einfluss-faktoren, die wir systematisch stärken müssen:
 - Bildung
 - Technikaffinität
 - Innovationskultur
 - Flexibilität / „Unternehmer-Mentalität“

Dr. Gerhard Kleiss, SolarWorld AG

- Qualität - Made in Germany“ funktioniert!
- Gerade bei hochinnovativen Produkten muss Qualität sicher gestellt werden. Qualität ist Voraussetzung für Vertrauen im Markt.
- Qualität ist die Grundlage für Kundenzufriedenheit und erleichterte Neukundengewinnung.
- Die konsequente Beherrschung der Wertschöpfungskette signalisiert Kompetenz gegenüber den Marktpartnern (Handel, Endkunde etc.).

Martin Vesper, Yello Strom GmbH

- Sicherstellung von Qualität im Dienstleistungsbereich hat seine Besonderheiten („man hat weniger Zeit“).
- Wichtig ist, die „Pseudokriterien“ zu beachten: Das leisten, was der Kunde braucht, um sich wohl zu fühlen. Qualität muss für den Kunden „anfassbar“ sein.
- Datenqualität und eine kundenspezifische Datenbasis sind die zentralen Voraussetzungen für eine individuelle Ansprache, die als „Servicequalität“ empfunden wird.

Klaus Röder, Blaupunkt GmbH

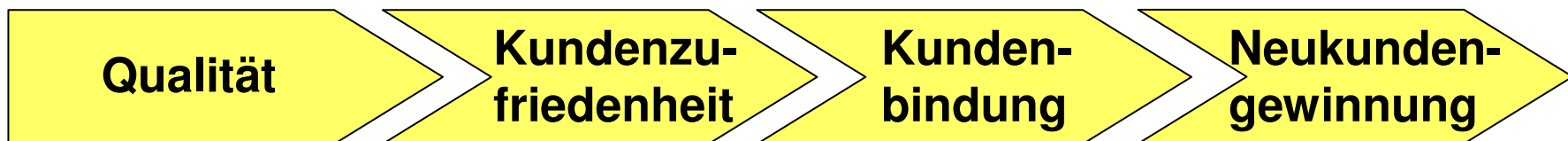
- Qualität hat Methode – Qualität muss systematisch im Unternehmen verankert und kontinuierlich erarbeitet werden.
- Qualität muss vom Top-Management vorgelebt und getrieben werden. Das ganze Team muss „sensibilisiert“ werden.
- Qualität ist die Voraussetzung für profitables Wachstum.
- Das EFQM-Modell bildet die Grundlage, um unternehmerisches Handeln transparent zu machen, zu bewerten und Verbesserungspotentiale systematisch zu entdecken.

Eckhardt Seewöster, Pelikan Vertriebsges. mbH & Co. KG

- Qualität und Markenidentität bilden eine untrennbare Einheit.
- Branchen und Produkte sind zwar unterschiedlich, die Ansätze auf welche Weise Qualität generiert wird, sind jedoch identisch.
- „Qualität ist, wenn der Kunde zurück kommt und nicht die Ware.“
- Das Qualitätsmanagement ist aufs Engste in den Unternehmensprozessen verankert. Im Mittelpunkt steht dabei die Berücksichtigung der Marktsicht.

Fazit

- Qualität ist kein Zufall, sondern ein kontinuierlicher Prozess!
- Kernaufgabe: Dem Kunden Qualität kommunizieren - Wahrnehmung sicherstellen.
- Kenntnis und Berücksichtigung der strategischen Zusammenhänge:





Vielen Dank und auf Wiedersehen beim

XII. Bonner Management Forum

am Donnerstag, den **23. November 2006** zum Thema:

„Strategische Neupositionierung – Auf zu neuen Ufern!“

Herzlichst, Ihr

