



Martin Gornig ist Forschungsdirektor Industriepolitik und stellvertretender Abteilungsleiter am DIW Berlin und Honorarprofessor für Stadt- und Regionalökonomie an der Technischen Universität Berlin. Der Beitrag gibt die Meinung des Autors wieder.

Qualitätssiegel „Made in Germany“ ist noch zu retten

Rechtzeitig zum 130. Geburtstag des Labels „Made in Germany“ scheinen die deutschen Autokonzerne dem Qualitätssiegel den Garaus machen zu wollen. Der zentrale Inhalt von „Made in Germany“ ist das Versprechen auf zuverlässig hohe Produktqualität und die bestmögliche Ingenieursleistung. Die Absprachen und Trickereien der Autobauer – mehr oder weniger gedeckt durch das deutsche Prüf- und Kontrollsystem – haben das Vertrauen in dieses Versprechen schwer erschüttert. Nicht Schadensbegrenzung ist jetzt gefragt, sondern eine Vertrauensoffensive in das Produktionssystem Deutschland.

Ursprünglich war das heutige Qualitätssiegel als Warnung gedacht. Am 23. August 1887 – also genau vor 130 Jahren – beschloss das britische Parlament eine Kennzeichnungspflicht für Importwaren, um die Verbraucherinnen und Verbraucher vor minderwertiger Importware insbesondere aus Deutschland zu schützen. In der Tat war zu dieser Zeit die industrielle Infrastruktur Deutschlands gegenüber England, aber auch Frankreich rückständig. Die deutsche Industrieproduktion konzentrierte sich eher auf einfache, billige Produkte mit geringer Qualität.

In den Folgejahren allerdings wurde aus dem Warnhinweis das Qualitätssiegel „Made in Germany“. Deutschland organisierte einen massiven Ausbau der industriellen Infrastruktur durch Gewerbeschulen, Industrievereine und ein technisches Zertifizierungssystem wie die DIN-Normung. Das Ausbildungsniveau und die Zuverlässigkeit der Arbeitskräfte stiegen. Öffentliche Kontrollsysteme wie Gewerbeaufsicht, Arbeitsschutz bis hin zu technischen Überwachungs- und Zulassungsverfahren sicherten die Voraussetzungen für die Produktion qualitativ hochwertiger Produkte.

In der Nachkriegszeit avancierte das Qualitätssiegel „Made in Germany“ sogar zu einem Eckpfeiler des deutschen Wirt-

schaftswunders. Insbesondere Konsumgüter wie Spielwaren, Textilien, Bekleidung oder Haushaltsgeräte aus Deutschland eroberten die internationalen Märkte. Mittlerweile steckt jedoch im Konsumgut „Made in Germany“ mehr und mehr ausländische Wertschöpfung. Manchmal wird hierzulande nur noch das Markenschild aufgetragen. Für die heutige deutsche Industrie mit ihrem Fokus auf komplexe Investitionsgüter wie Maschinenbau, Elektrotechnik und Fahrzeugbau spielt das Qualitätssiegel „Made in Germany“ mehr denn je eine herausragende Rolle.

Auch die deutschen Autobauer haben davon hinreichend profitiert. Viele Jahre haben sie mit ihren innovativen und zuverlässigen Produkten sogar zur Steigerung des Markenwertes „Made in Germany“ beigetragen. Nun aber scheinen sie alles daran zu setzen, den guten Ruf der deutschen Industrie zunichte zu machen. Trickereien, Absprachen, Lügen und Betrug im Zusammenhang mit dem Dieselskandal zerstören das Fundament des Qualitätssiegels „Made in Germany“, nämlich das Vertrauen in das Produktionssystem Deutschland. Die Marke „Made in Germany“ steht nicht nur für die Arbeitsleistung gut ausgebildeter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktion sowie die Ingenieurskünste in den Forschungs- und Entwicklungsabteilungen, sie steht auch für ein zuverlässiges, korruptionsfreies Kontroll- und Überwachungssystem.

Nun ist der Dieselskandal beileibe nicht die erste Herausforderung für das Produktionssystem Deutschland. Diesmal aber betrifft es eines der deutschen Aushängeschilder: das Auto – und nicht nur eine Marke, sondern die ganze Branche. Umso wichtiger ist es jetzt, Vertrauen zurückzugewinnen. Doch beim sogenannten „Dieselgipfel“ Anfang August ging es mehr um Schadensbegrenzung als tatsächlich um eine Strategie zur Rückgewinnung verlorengegangenen Vertrauens. Gefordert sind jetzt aber nicht nur die Manager der Konzerne, sondern auch die Aufsichtsbehörden und die Politik. Denn neben einer lückenlosen Aufklärung geht es in erster Linie darum, ein unabhängiges, transparentes und wirksames Prüf- und Kontrollsystem wiederherzustellen. Damit „Made in Germany“ ein Qualitätssiegel bleibt.



DIW Berlin – Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung e.V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin
T +49 30 897 89 -0
F +49 30 897 89 -200
84. Jahrgang

Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. Tomaso Duso
Dr. Ferdinand Fichtner
Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.
Prof. Dr. Peter Haan
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Lukas Menkhoff
Prof. Johanna Mollerstrom, Ph.D.
Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Prof. Dr. C. Katharina Spieß
Prof. Dr. Gert G. Wagner

Chefredaktion

Dr. Gritje Hartmann
Dr. Wolf-Peter Schill

Redaktion

Renate Bogdanovic
Dr. Franziska Bremus
Claudia Cohnen-Beck
Prof. Dr. Christian Dreger
Sebastian Kollmann
Markus Reiniger
Mathilde Richter
Dr. Alexander Zerrahn

Lektorat

Mathias Hübener

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 74
77649 Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. (01806) 14 00 50 25
20 Cent pro Anruf
ISSN 0012-1304
ISSN 1860-8787 (Online)

Gestaltung

Edenspiekermann

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit Quellen-
angabe und unter Zusendung eines
Belegexemplars an die Serviceabteilung
Kommunikation des DIW Berlin
(kundenservice@diw.de) zulässig.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.