

Deutsche Gesellschaft für Qualität (DGQ)  
August-Schanz-Str. 21 A, 60433 Frankfurt  
Leiter Öffentlichkeitsarbeit, Rolf Henning  
Tel. 069/ 9 54 24-170, Fax: 069/ 9 54 24-296  
E-mail: rh@dgq.de, Internet: www.dgq.de

---

## Presse-Information

04/02/05/ Ex in D

---

### Excellence in Deutschland:

#### **„Anwendung des Management-Modells hat zu nachhaltigen Verbesserungen geführt“**

***Qualitätsmanagement stärkt Unternehmen und Organisationen/ Deutlich mehr als 2000 Anwender/ 1,7 Mio Euro in Qualitätsoffensive investiert/ Neues Qualitätsbewußtsein schaffen/ Unterstützung durch Spitzenpolitiker gefordert***

Frankfurt, 14. Februar 2005

**„Die Zeiten, das Excellence-Modell in Deutschland als Abstraktionsmodell zu verkaufen, sind vorbei. Die konsequente Umsetzung des Excellence-Gedankens hat zu nachhaltigen Verbesserungen in Unternehmen und Organisation geführt.“ So fasst Dr. Wolfgang Kaerkes die aktuelle Diskussion um die Anwendung des Excellence-Modells der European Foundation for Quality Management (EFQM) in Deutschland zusammen. Um jedoch weiterhin potentielle Neuanwender zu erreichen, müsse künftig der unternehmensspezifische Nutzen verstärkt kommuniziert werden, betont der Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für Qualität (DGQ) in Frankfurt.**

Den Beitrag eines exzellenten Qualitätsmanagement-Systems zum Unternehmenserfolg schätzt Kaerkes als sehr hoch ein. Wichtiger Erfolgsfaktor sei neben erfüllten Kundenwünschen, geförderten und geforderten Mitarbeitern, kontinuierlich verbesserten Managementsystemen vor allem die damit verbundene proaktive und motivierende Haltung des Managements.

„Qualitätsmanagement stärkt Unternehmen und Organisationen“, sagt Kaerkes. Das gelte für den nationalen Wettbewerb, die wachsende Globalisierung, die steigenden Kundenforderungen sowie die zunehmenden Käuferansprüche an Produkte und Verhalten.

Höchste Auszeichnung für ein solches umfassendes Management in Deutschland ist der Ludwig-Erhard-Preis. Getragen wird er von der „Initiative Ludwig-Erhard-Preis“. Das sind neben der DGQ, dem VDI und den Spitzenverbänden der deutschen Wirtschaft derzeit 22 Mitgliedsfirmen. „Wir engagieren uns seit Mitte der 90-er Jahre im und für den Ludwig-Erhard-Preis und finanzieren sowohl den Preis als auch die Initiative in erheblichem Umfang“, so der DGQ-Geschäftsführer. Acht Unternehmen haben bisher den Preis als Auszeichnung für Spitzenleistungen im Wettbewerb gewonnen, darunter Endress+Hauser Wetzler, T-Systems, TNT Express und Vaillant. Insgesamt haben sich bisher knapp 150 Unternehmen um den Preis beworben. Doch die Anzahl der Unternehmen in Deutschland, die das Excellence-Modell intensiv

anwenden, schätzt Kaerkes „deutlich höher als 2000“. Europaweit wenden immerhin mehr als 20.000 Unternehmen das Management-Modell an.

Für den DGQ-Geschäftsführer könnte die Business-Excellence-Idee deshalb zu einem neuen Markenzeichen Deutschlands und Europas werden, auch gegenüber den USA und Japan. Von einer „Blütezeit“ von Excellence in Deutschland aber mag er noch nicht sprechen. Doch das werde sich ändern. So hat die DGQ Mitte 2002 eine Qualitäts-Offensive gestartet mit dem Ziel, ein neues Qualitätsbewußtsein in der Wirtschaft, der Politik, den Medien und innerhalb der Gesellschaft zu schaffen. „Wir haben bisher rund 1.7 Millionen Euro investiert, um die Themen Excellence und Qualität auf einer höheren Ebene zu positionieren“, sagt Kaerkes.

Zu diesem Zweck veröffentlicht die DGQ gemeinsam mit den Mainzer Marktforschern Forum jährlich das Excellence Barometer (ExBa), die bedeutendste Studie zur Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft. Im November 2004 organisierte sie das EFQM Forum mit 1200 Teilnehmern in Berlin. „Auch mit unserem Angebot an Lehrgängen, Seminaren, Literatur und Erfahrungsaustausch zum Thema Excellence stehen wir heute in Europa an erster Stelle“, sagt Kaerkes. So hat die DGQ in den beiden letzten Jahren allein zum Thema Excellence-Grundlagen und Selbstbewertung 430 Teilnehmer geschult, die sich zum Großteil mit Zertifikat als Assessoren und Validatoren qualifiziert haben und auf dieser Basis Unternehmensbesuche vor Ort durchführen, um die Selbstbewertungen der Unternehmen einer Fremdbewertung zu unterziehen. Mit ihrem Excellence-Regionalprogramm hat die DGQ 2004 über ihre Regionalkreise bundesweit mehr als 500 Teilnehmer erreicht. Erfolgreich auch der Verkauf des aktuellen DGQ-Fachbuchs „Excellence aus erster Hand – Erfahrungen für den Anwender“.

Herausforderungen sieht Kaerkes in den Kritikpunkten an Excellence: Es koste zuviel Geld, bringe keinen Gewinn, werde mangelhaft vermittelt und wecke unrealistische Erwartungen. Gezielte Teilnahme an Qualitätspreisen mit daraus resultierenden Erfolgsgeschichten, verbesserten Betriebsergebnissen, Effizienz- und Umsatzsteigerungen sind seiner Ansicht nach die darauf zu entgegennenden Leistungen. Langzeitstudien belegen darüber hinaus, dass Unternehmen, die Qualitätspreise gewonnen haben, bessere finanzielle Leistungen bringen und bessere Kennzahlen und Aktienkurse hinlegen. „Excellence ist eine Investition mit geringem Risiko“, sagt Kaerkes. Denn Preisträger und Teilnehmer an den Ausschreibungen des Preises sind in der Entwicklung besser als ihre Wettbewerber ohne Excellence-Ambitionen.

Die DGQ will jedoch nicht Wasser predigen, selbst aber Wein trinken. Mit der regelmäßigen Zertifizierung nach ISO 9001, der Akkreditierung ihrer Personalzertifizierung nach DIN EN 45013 und der internen Selbstbewertung nach dem Excellence-Modell unternimmt auch die DGQ Schritte, ihre Organisation effektiv und effizient für die Zukunft auszurichten. Auch hat sie mit VW-Chef Pischetsrieder, Bosch-Sprecher Fehrenbach oder Ritz-Carlton-Gründer Schulze prominente Fürsprecher für Excellence gewonnen. Die DGQ will nun die positiven Erfahrungen aus der Wirtschaft aufgreifen und versuchen, sie auf die Politik zu übertragen. Denn bei offiziellen Veranstaltungen wie der Verleihung des Ludwig-Erhard-Preises, der Winners Conference, dem EFQM Forum sowie der jährlichen Pressekonferenz zur Präsentation der ExBa-Ergebnisse glänzen deutsche Spitzenpolitiker noch immer durch Abwesenheit. Gerade das, findet Kaerkes, seien Anlässe für einen Bundespräsidenten, Bundeskanzler oder Wirtschaftsminister, sich zu Excellence zu bekennen und deren Bedeutung für den Standort Deutschland zu betonen.