

## Neuer Elan nach der Sinnkrise

Von Marcus Golling



Ulm Zu den großen Playern im Beratungsgeschäft gehört die Ulmer TQU Business mit 25 festen Beratern und noch einmal 25 externen Fachleuten nicht. Das „Transferzentrum Qualität im Unternehmen“ ist dennoch auf Wachstumskurs - wieder. Das Unternehmen, so Geschäftsführer Helmut Bayer, sei nach einer „Sinnkrise“ gerade dabei, sich neu zu erfinden. Die neue Strategie hat bereits Erfolg: Im allgemeinen Krisenjahr 2009 erwirtschaftete die TQU-Gruppe (siehe Infokasten), zu der die TQU Business gehört, einen Umsatz von rund vier Millionen Euro, 8,5 Prozent mehr als im Vorjahr.

### Erfolgreiche Neuausrichtung nach Umsatzeinbruch

Die 1986 gegründete TQU blickt auf eine wechselvolle Geschichte mit einigen Auf- und Absätzen zurück. Bis etwa 2006, als die Gruppe mit einem Umsatz von fünf Millionen Euro auf ihrem Höhepunkt war, setzte die TQU stark auf den Bereich Management-Systeme. „Das ist heute ein Standard-Geschäft“, sagt Bayer. Doch das Unternehmen erkannte diese Entwicklung spät, im kommenden Jahr brach der Umsatz um 20 Prozent ein. Eine Neuausrichtung war nötig, die laut Bayer zwar ohne Entlassungen über die Bühne ging, aber dennoch einen größeren Personalwechsel nach sich zog.

Auch strukturell hat sich die Gruppe verändert. Die TQU Business, der wichtigste Baustein, existiert in der jetzigen Form erst seit 2006. Sie setzt auf „Business Excellence“ - in Ulm bedeutet das vor allem Beratung in Sachen Innovation und Produktivitätssteigerung. „Wir helfen Unternehmen, sich von innen zu erneuern und weiterzuentwickeln“, erklärt Bayer. „Wir sind nicht

die, die Arbeitsplätze abbauen.“ Es gehe zumeist darum, mit der gleichen Anzahl von Mitarbeitern mehr Produkte zu verwirklichen. Die TQU-Berater bearbeiten verschiedene Projekte parallel. „Sie finden bei uns niemanden, der über drei Monate fünf Tage die Woche in einem Unternehmen sitzt.“ Gleichwohl begleite die TQU manche Projekte auch über mehrere Jahre.

Im Zentrum der Arbeit der Ulmer Berater steht inzwischen der Bereich Kompetenzentwicklung: ein Wachstumsmarkt, so Bayer. Die Unternehmen hätten erkannt, dass isolierte Trainingsmaßnahmen keinen Erfolg brächten. Vielmehr gehe es darum, die frisch qualifizierten Mitarbeiter auch sofort in Projekten einzusetzen, in denen sie ihr neues Wissen verwerten können. Das Management dieser Schnittstelle sei die Aufgabe der Kompetenzentwicklung. Dabei stehe das Ergebnis im Vordergrund. Bei der Kompetenzentwicklung ist es wie beim Fußball: Am Ende ist entscheidend, ob etwas Zählbares herausgesprungen ist.

03.03.2010 19:50 Uhr

Letzte Änderung: 04.03.10 - 11.45 Uhr

Quelle: Neu-Ulmer Zeitung 04.03.2010