

Totgesagte leben länger

Zertifizierung – Selbstzweck oder echter Wettbewerbsvorteil?

Die Diskussion um Sinn und Unsinn der Zertifizierung von Managementsystemen und um Third-Party-Audits reißt nicht ab. Zunehmend stellen Unternehmen Aufwand und Kosten infrage oder versuchen sich an einem „Management-system light.“ Doch nicht nur aus Marketing-Sicht sprechen nach wie vor einige Argumente für die externe Auditierung und Zertifizierung durch unabhängige Partner.

Stefan Riesberg-Delia

MACHT EINE ZERTIFIZIERUNG überhaupt noch Sinn? Steht der Aufwand für ein Blatt Papier an der Wand noch im Verhältnis zum Nutzen? Gerade in der jüngsten Diskussion um Gammelfleisch und Audits zum IFS-Standard in der Lebensmittelindustrie leidet die Glaubwürdigkeit der Zertifizierungsbranche. Insgesamt stagniert der Zertifizierungsmarkt laut aktueller DNV GL-Studie aus 2019 in Zentraleuropa, sieht man vom Wachstumstreiber der IT- und Cybersecurity-Standards einmal ab.

In dieser Studie gaben 77 % der Befragten an, dass sie zertifiziert sind, davon 60 % nach ISO 9001, 21 % nach ISO 14001 und 18 % nach ISO 50001. Ein Fünftel gab an, dass sie eine zusätzliche Zertifizierung in naher Zukunft planen bzw. durchführen wollen. Für den Themenbereich Informationssicherheit sind es sogar 32%. Hauptgrund für eine Zertifizierung ist dieser Umfrage zufolge der Druck seitens der Kunden, um weiterhin die Geschäftsbeziehung aufrecht erhalten zu können.

Alleine für die ISO 9001 existieren zur Zeit circa 65.000 Zertifikate in Deutschland (Stand 2018), zahlreiche weitere branchenspezifische (zum Beispiel IATF 16949 für die Automobilindustrie) oder themenspezifische (zum Beispiel Umwelt, Energie) kommen hinzu, Tendenz steigend. Und das verwundert nicht, denn die Verpflichtung hat sicherlich erheblich dazu beigetragen, dass viele Zulieferer qualitätsfähiger und prozesskompatibler wurden.

Viele Unternehmen sind mittlerweile seit über 25 Jahren zertifiziert und haben

damit große Effekte erzielt. Deshalb bemühen sie sich stetig um die Aufrechterhaltung und Ausdehnung des Zertifizierungsgrades. Vor allem in großen Unternehmen, die mit ihren unterschiedlichen Geschäftsfeldern und Themen mehrere Normen und unterschiedliche Branchenstandards erfüllen müssen, ist dieser Trend deutlich zu sehen. Birgt diese Ausdehnung doch die Chance, weitere schlummernde Verbesserungspotenziale im Unternehmen zu entdecken und zu identifizieren: z.B. das Qualitätsbewusstsein zu stärken, die Kommunikation zu fördern, Transparenz über Prozesse und Ergebnisse zu schaffen, Führungskräften Einblicke in fremde Bereiche zu gewähren und vieles mehr.

Zentrale Rolle des Auditors und Qualität des Audits

Wer sich näher mit Zertifizierung auseinandersetzt, stellt häufig die folgenden Fragen: Welchen Unterschied bewirkt eine Zertifizierung? Welche Möglichkeiten und Vorteile entstehen für Unternehmen nach einer erfolgreichen Zertifizierung? Welche Chancen und Risiken lassen sich daraus ableiten? Hier hängt viel von der Seriosität der Zertifizierungsgesellschaft ab. Ein wichtiger Hinweis ist, dass die Zertifizierungsgesellschaft DAKS-akkreditiert ist und somit selbst einer Überwachung unterliegt. Das wird dann auch auf dem Zertifikat ersichtlich, denn Akkreditierungsnummer und -gesellschaft sind dort vermerkt. Insbesondere in unseren global vernetzten Märkten ist das ein wichtiger Hinweis, da leider nicht überall auf der Welt sauber damit umgegangen wird.



Stefan Riesberg-Delia

Der Marketing & Communications Manager D-A-CH leitet die Abteilung Marketing und Kommunikation bei DNV GL — Business Assurance in Essen. In seine Verantwortung fallen neben der strategischen MarCom und dem Inbound-Marketing auch die interne Kommunikation, PR, Medien-Partnerschaften sowie Governmental & Public Affairs. Darüberhinaus ist er Interner Auditor ISO 9001 und Prüfer bei der IHK Frankfurt.

© DNV GL Business Assurance

Natürlich spielt auch die Auditmethodik und Kompetenz des Auditors eine große Rolle. Nur wenn er oder sie einen partnerschaftlichen Auditstil pflegt und ein Partner mit Expertise und Branchenkenntnis auf Augenhöhe ist, können alle Möglichkeiten vollends ausgeschöpft werden. Denn genau so muß ein Audit verstanden werden, als große Chance! Der Persönlichkeit des Auditors kommt demnach eine zentrale Funktion zu. Er bestimmt letzten Endes mit über den Nutzen des Zertifizierungsaudits für den Kunden.

Zertifizierung „light“?

Entscheidend für den Kunden ist die Steigerung des Gewinns über die Reduzierung der Kosten bei optimierten Abläufen und der Aufdeckung von Verlusten und Potentialen durch den Einsatz von Kennzahlen. Außerdem über den Ausbau strategischer Erfolgsfaktoren via möglichem Imagegewinn z.B. mittels einer ISO-Zertifizierung und der Rechtssicherheit und Risikominimierung im Schadensfall. Neben der Erfüllung von Kundenanforderungen kann ein effizientes, zertifiziertes Managementsystem also finanzielle Vorteile bringen, nachhaltig den Geschäftserfolg stärken, Mitarbeiter motivieren und unternehmerische Verantwortung nachweislich belegen.

Insgesamt kann gesagt werden, dass sich eine Zertifizierung am Ende als monetärer und personeller Invest auf jeden Fall auszahlt und damit lohnt. Interne Audits können als Vorstufe für die Einführung von Normen hilfreich sein, aber sie können sie in keinem Fall ersetzen, denn eine echte Unparteilichkeit kann doch nur von einem externen unabhängigen Dritten gewährleistet werden.

Wer dennoch die offizielleren, größeren Standards scheut, oder wessen Unternehmen tatsächlich zu klein ist, sollte eine GAP-Analyse als Vorstufe in Betracht ziehen — vereinzelt existieren aber auch hier und da sogenannte „Light“-Versionen der Standards z.B. beim Thema „Energie“. Hier ist es unter Umständen hilfreich, einen Berater hinzuzuziehen.

Stabile Qualität in komplexeren Produktionsumgebungen

Im B2B-Bereich ist die Nachfrage nach Zertifikaten sowie übereinstimmenden Qualitäts- und Verhaltensstandards wie Code of Conduct etc. ungebrochen und wächst – vor allem bei OEMs, weil nur so ist eine übergreifende und international durchgehend verlässliche Güte der Ware erst möglich. Dieser Trend ist unaufhaltsam, denn speziell in der Automobilindustrie und komplexeren Produktwelten wird es immer schwieriger, eine Gewährleistung zu etablieren. Hier bedarf es Normen und Standards, die dafür sorgen, dass eine gleichbleibende und vergleichbare Qualität über alle Lieferanten hinweg den Ansprüchen des Herstellers genügt und somit die Kundenzufriedenheit mit den zu erwartenden Produkteigenschaften bei einer Marke garantiert werden kann.

Jüngstes Beispiel in diesem Segment ist die aktuell geplante Einführung von Corporate Sustainability Assessment Exchange (Cosax) seitens des Verbands der Automobilindustrie e.V. (VDA). Es soll unterschiedliche Nachhaltigkeitskriterien wie Menschenrechte, Umweltschutz sowie den Umgang mit Rohstoffen innerhalb eines Überprüfungsprotokolls integrierend beleuchten und den Kontrollprozess harmonisieren. Vorbild ist das Tisax-Verfahren zur Prüfung der Informationssicherheit. Geplant ist, dass Cosax ab dem Frühjahr 2020 zum Einsatz kommt.

Verlässliche Orientierung in einer komplexen Welt

Allen Skeptikern, kritischen Qualitätsbeauftragten und den Sparfüchsen unter den Geschäftsführern sei aber an dieser Stelle gesagt: Ein Managementsystem führen Sie nicht für den Zertifizierer Ihrer Wahl oder für das gerahmte Zertifikat an der Wand ein. Sie führen es ein, um Prozesse und Abläufe in Ihrem Unternehmen zu analysieren und zu optimieren.

Eine Zertifizierung über eine unabhängige und offiziell akkreditierte Stelle (Third Party) mit strengen Anforderungen, beispielsweise der DAkkS, hat heutzutage nichts an Schlag- und Strahlkraft eingebüßt. Im Gegenteil sie steht mehr denn je für Vertrauen und Verlässlichkeit in einem immer schnelllebigeren und unübersichtlicheren globalen Handelsmarkt – vor allem wenn wir an Warenströme aus Asien und insbesondere China denken. Die digitale Transformation beschleunigt diesen Prozess zusätzlich. Auch der permanent wachsende Diskurs über Wirtschaftsethik und der dabei erzeugte öffentliche Druck z.B. via sozialen Medien zwingt Unternehmen dazu, ihr Handeln stärker im Einklang mit dem Verbraucher auszurichten. Gleichzeitig ergeben sich über Big Data auch neue Möglichkeiten mit echtem Mehrwert, siehe dazu digitale Tools, Services und Innovationen wie eAdvantage oder Lumina von DNV GL.

Alleine bei den ersten Analyse-Ergebnissen des Risk-Based-Certification Ansatzes in der vorbereitenden Zeit und inhaltlichen Auseinandersetzungen mit den Voraussetzungen der jeweiligen Norm bzw. des Standards fallen schon Benefits und Verbesserungen für das Unternehmen ab, welche sich direkt auf die Leistung des Unternehmens auswirken. Zugleich sollten in einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit einem professionellen Anbieter auf Augenhöhe neben möglichen Abweichungen auch immer Verbesserungspotentiale zum Vorschein kommen.

Der Qualitätspionier Joseph M. Juran hat sich zum Zertifizierungswesen wie folgt geäußert: „Zertifizierung ist zweifellos sehr wichtig, aber sie bewirkt keine Produktqualität, wo sie nicht vorhanden ist. Zertifizierung ist kein Selbstzweck, aber ein ausgezeichnetes Instrument, Produktqualität zu sichern und zu verbessern.“ ■