

Dezember 2010

Darum prüft, ob sich nichts Besseres findet

[↶ wiederholen](#)

Hier finden Sie die passenden
Lösungen für Sie.

Smarte Ideen für den Mittelstand.

Los geht's.



Qualifizierte Herkunftsnachweise und kontrollierte Lieferungen bieten für Unternehmen Sicherheit und Verlässlichkeit ihrer Produktversprechen – oder etwa nicht?

Von Michael Dörfler und Stefanie Gerdsmeier

Terrorwarnungen, Paketbomben, Polizisten im Dauereinsatz. Sicherheit wird derzeit besonders großgeschrieben. Wirklich? Bei 1,8 Millionen Tonnen Luftfracht, die jährlich über den Flughafen Frankfurt transportiert werden, 95 Tonnen pro Flug, droht die schiere Masse die Security außer Gefecht zu setzen. Was physikalisch nicht geht, will der Gesetzgeber daher über **kontrolliertes Vertrauen** regeln.

Sicherheitsbestätigungen sollen helfen, die Security-Kette ganz sicher zu machen. Weil die Luftfrachtgesellschaften nicht jedes Päckchen einzeln überprüfen können, gibt es den Status „Reglementierter Beauftragter“ für Spediteure und „Bekannter Versender“ für **versendende Unternehmen**. Sobald eine Firma den Status besitzt, werden ihre Frachtlieferungen nur noch stichprobenartig überprüft. Das spart Zeit, weil die Sicherheit vom Unternehmen garantiert wird. Den Status „Bekannter Versender“ auditiert bisher der „Reglementierte Beauftragte“, ab April 2013 wird die Prüfung durch das **Luftfahrtbundesamt** Pflicht.

Zertifizierung fürs Marketing

Immerhin haftet solchen kontrollierten Prüfsiegeln – wenn auch auf bürokratisch verschlungenen Wegen – noch ein Mindestmaß an rechtlicher Notwendigkeit an. Da hilft es nichts, da muss der Unternehmer eben durch. Gänzlich anders dagegen ist es in einem Bereich, den Experten gern mit dem Begriff „Marketingzertifizierung“ bezeichnen. Ein Beispiel dafür ist das vom **TÜV Nord Cert** seit einem Jahr propagierte „**Made in Germany**“, bei dem sich deutsche Hersteller für ein Produkt die Herkunft bestätigen lassen können (siehe Markt und Mittelstand 07/2010). 10.000 Euro zahlt der Kunde für die einen Monat dauernde Überprüfung, danach fünf Jahre lang einen Jahresobolus von 5.000 Euro. Diese Praxis hält Rainer Langelüddecke sogar für rechtlich bedenklich: „Man kann sich leicht Konstellationen im Bereich Zukauf und Eigenfertigung vorstellen, bei denen zwar der Kriterienkatalog des TÜV erfüllt ist, das Produkt aber vor Gericht durchfallen würde“, gibt der Geschäftsführer des **FWI Fachverbands Werkzeugindustrie** in Remscheid zu Bedenken. Schließlich gehe es bei solchen Entscheidungen immer um die Perspektive des Kunden, der vor einer Irreführung geschützt werden soll. Der Verbandsmanager weist darauf hin, dass vor allem die inländischen Arbeitsschritte für die Qualität und den Wert der Ware entscheidend seien, daher müssen sie in Deutschland durchgeführt werden, nur darum gehe es – eben Made in Germany. Bei vielen Produkten bestehe kein enger Zusammenhang zwischen den Kosten für Herstellung und Beschaffung und dem Verkaufspreis. So können hochwertige Produkte mit hoher Fertigungstiefe oft kaum teurer verkauft werden als billig importierte. Was Langelüddecke besonders an dem käuflich erwerblichen TÜV-Etikett stört: „Die Wahrnehmung der Kunden bezieht das Zertifikat fast automatisch auf das Unternehmen und unterscheidet nicht, dass es nur für ein Produkt gilt.“ Daher sollten Firmen ihre Produkte weiterhin mit „Made in Germany“ kennzeichnen. „Alle anderen wären schlecht beraten, sich dies bei einem Gutachter zu erkaufen.“

Weitere Informationen zum Thema finden Sie hier:

[Qualitätszeichen auf einen Blick](#)



Markt und Mittelstand im Gespräch mit **Jens Makswitat**, Fachleiter Luft- und Logistiksicherheit beim Dienstleister für Unternehmenssicherheit **OSD SCHÄFER**.

MuM: Herr Makswitat, was ist der Unterschied zwischen Bekannten Versendern und Reglementierten Beauftragten?

Makswitat: Die Bekannten Versender, das sind größtenteils Hersteller von Wirtschaftsgütern, bringen Waren als erste in den Sendungsverlauf. Reglementierte Beauftragte sind das nächste Glied in der Sicherheitskette. Das sind beispielsweise Speditionen, Express-, Kurier- und Postdienstleister, die Luftfracht befördern.

MuM: Müssen Unternehmen, die Waren per Luftfracht versenden wollen, den Status Bekannter Versender haben?

Makswitat: Nein, Unternehmen können auch als unbekannte Versender auftreten.

MuM: Den Status Bekannter Versender gibt es ja längst. Was ist jetzt neu?

Makswitat: Bisher wurden Bekannte Versender vom Reglementierten Beauftragten anerkannt. Seit dem 29.4. 2010 werden neue Bekannte Versender auch noch vom Luftfahrtbundesamt (LBA) überprüft. Mit einer Übergangsfrist bis zum 25.4.2013 müssen alle bisherigen und neuen Bekannten Versender vom LBA behördlich zugelassen werden.

MuM: Was bringt der Status denn überhaupt?

Makswitat: Die Sendungen von unbekanntem Versendern werden am Flughafen einer 100prozentigen Kontrolle unterzogen. Bei Bekannten Versendern gibt es dagegen eine andere Vorgehensweise: Der Bekannte Versender muss seine Verfahren beschreiben und sich von der Behörde überprüfen und genehmigen lassen. Denn der Hersteller sorgt in diesem Fall schon vor der Übergabe der Fracht an den Transporteur für deren Sicherheit, nicht erst am Flughafen. Der Vorteil liegt auf der Hand: Es geht einfach schneller. Möchte ein Unternehmen Kundenwünsche fristgerecht erfüllen, kann es das als Bekannter Versender besser als als unbekannter Versender. Durch den Status haben Unternehmen also einen wirtschaftlichen Vorteil.

MuM: Andererseits ist es sicherlich sehr aufwendig, den Status zu bekommen?

Makswitat: Das kommt darauf an, wie gut die Sicherheitsmaßnahmen eines Unternehmens bereits sind. Hat es schon einen Werk- und Brandschutz? Gibt es Zutrittskontrollen und personelle Überwachung? Wenn ja, können diese Punkte in die zukünftigen Sicherheitsverfahren einfließen. Außerdem müssen die Unternehmen ihr Betriebspersonal einer 4-stündigen Schulung unterziehen, die kostet etwa 60 Euro pro Kopf. Für die Zertifizierung selbst gibt es noch keine Gebührenordnung vom LBA.