

## „Konformitätsabfragen branchenweit einfacher gestalten“ – Zusammenfassung einer Studie des Frühjahrs 2022

Konformitätsbestätigungen zu Öko- bzw. Umweltlabeln spielen in der Lackbranche eine große Rolle. Einerseits sind sie gegenüber Anwendern und Endverbrauchern verkaufsfördernd. Andererseits können sie auch verpflichtend sein, um von bestimmten Kunden überhaupt als Lieferant gelistet zu werden. In allen Fällen sind sie mit viel Aufwand verbunden. Dieser ist in den letzten Jahren wegen der steigenden Zahl an Labeln und ihren umfangreicheren Anforderungen spürbar angestiegen, ohne dass bei vielen Anwendern, Lackherstellern und Rohstofflieferanten der Bearbeitungsprozess und die betreffenden, wenn überhaupt vorhandenen IT-Anwendungen damit Schritt gehalten hätten. Das Konzept einer branchenweiten Stoffdatenbank, auf die alle in der Lackbranche zugreifen können sollen, wird seit etwa einem Jahr in der Branche diskutiert. Um einige Voraussetzungen dafür zu klären, wird eine Umfrage durchgeführt, um die relevanten Label für die Branche, den Aufwand, die Konformität von Rohstoffen und Lacken mit ihren Anforderungen zu bestätigen und Erkenntnisse zur Machbarkeit einer Digitalisierung dieses Prozesses zu ermitteln.

### Ein Blick auf die teilnehmenden Unternehmen

Zu Beginn des Jahres 2022 nehmen 94 Teilnehmer, vornehmlich aus der deutschen Lackindustrie, ihren Rohstofflieferanten und Anwendern, sowie einige Distributoren von Rohstoffen, Lacken und Farben an der Umfrage teil.

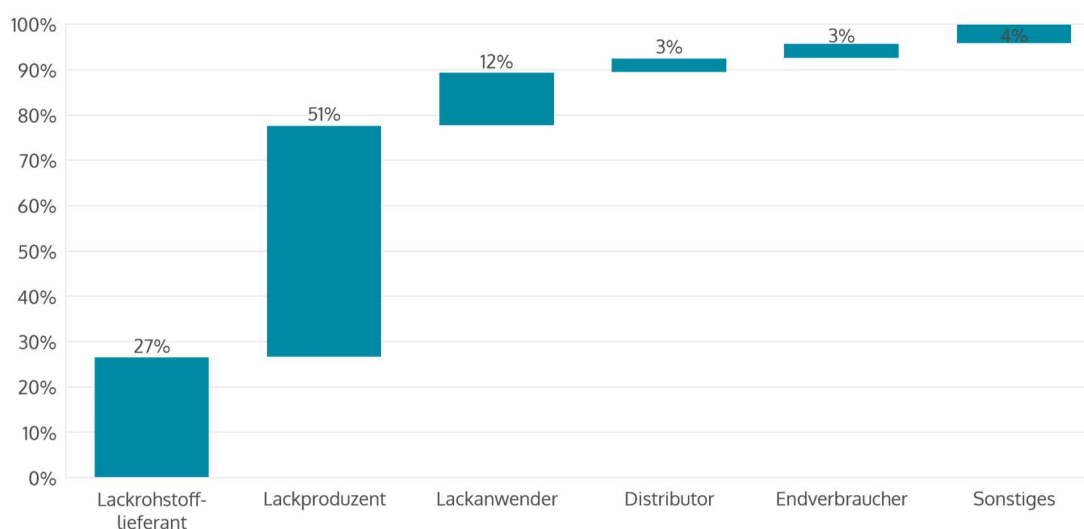


Abb. 1: Verteilung der Teilnehmer nach Position in der Wertschöpfungskette

Im Vergleich zu ähnlichen Umfragen liegt der Anteil der Abbrecher und der unbeantworteten Fragen relativ hoch. Fragen zur Digitalisierung werden zu 46%, zum Aufwand für Konformitätsbestätigungen zu 59%, zu den Labeln zu 48% und selbst zum Unternehmen nur zu 74% beantwortet, obwohl alle Angaben anonym gemacht werden können. Von dieser Option machen 59% der Teilnehmer Gebrauch.

Das ist ein Indiz für den Konservatismus der Branche und die Skepsis vieler Teilnehmer, Daten zu teilen - keine gute Ausgangsbasis für diese Umfrage unmittelbar und den Aufbau und Betrieb einer branchenweiten Datenbank mittelbar.

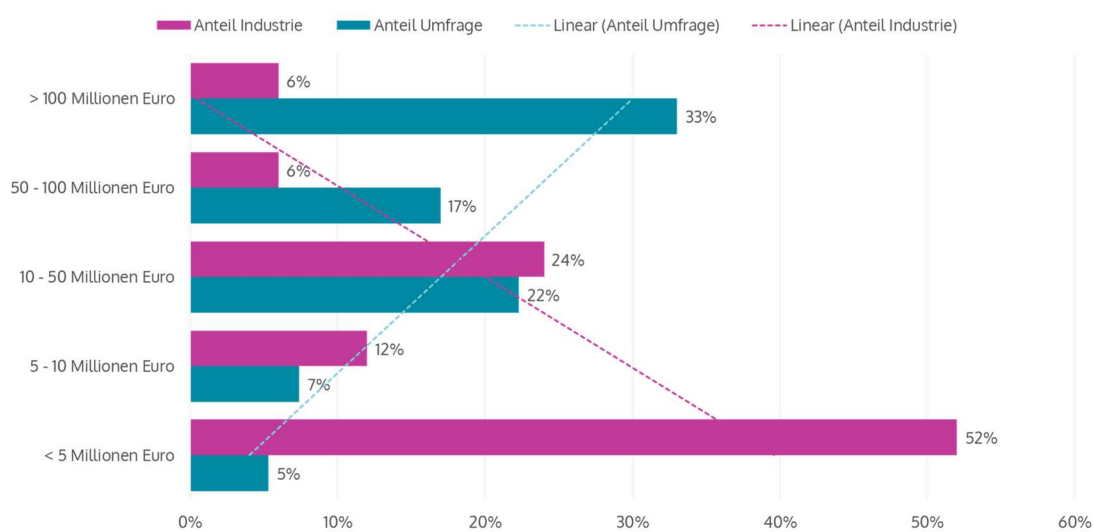


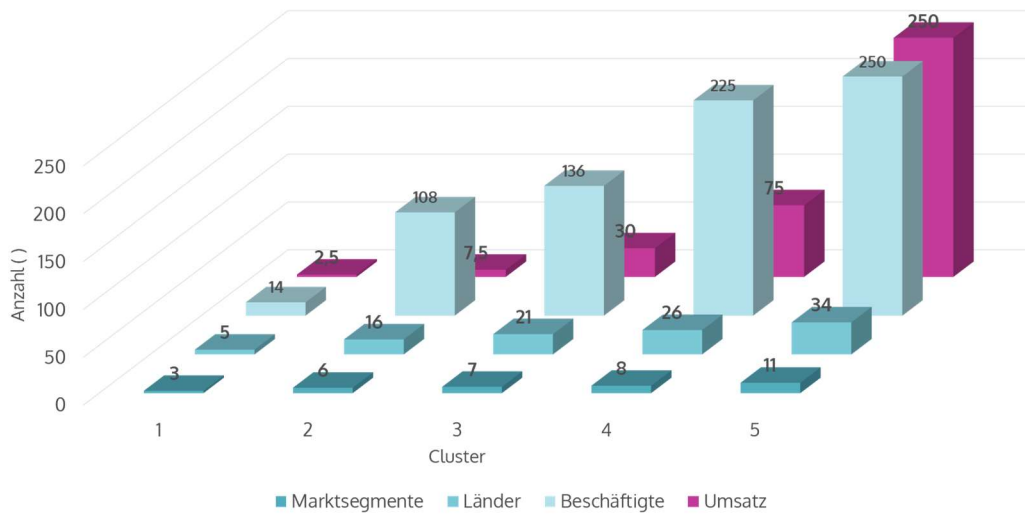
Abb. 2: Verteilung der Teilnehmer nach Umsatz und ihrem Anteil in der Branche

Wegen unvollständiger oder zu wenigen Antworten zu einigen Fragen bzw. Teilnehmersegmenten werden fallweise Cluster gebildet, z.B. die Zusammenfassung der wenigen an der Umfrage teilnehmenden „Sehr kleinen“ und „Kleinen“ Unternehmen mit <5 Mio. Euro bzw. 5-10 Mio. Euro Jahresumsatz zu einem Cluster „Kleine Unternehmen“. Insofern muss auf exakte quantitative Ergebnisse und statistisch korrekte Korrelationen verzichtet und mit dafür zuverlässigen, semi-quantitativen und qualitativen Tendenzen vorliebgenommen werden.

Die teilnehmenden Unternehmen nennen als ihre 3 wichtigsten Marktsegment insgesamt 12, von denen Möbel, Bau/ Maler und Industrie die am häufigsten genannten sind. Gefragt nach den für sie 3 wichtigsten Ländern, nennen sie insgesamt 23 Länder, darunter auch Regionen wie DACH und ANZAC. Die Zusammenfassung geographischer Märkte erfolgt auf Ebene von Kontinenten.

Der klare Fokus der Top-3-Länder liegt mit 76% der Nennungen auf Ländern in Europa, gefolgt von denen in Nord- und Südamerika mit 9% und in Asien/ Pazifik mit

8%. Keine Fokusländer zu bedienen, sondern global tätig zu sein, geben 7% an, darunter vor allem große und sehr große Lackunternehmen und Rohstofflieferanten.



*Abb. 3: Zusammenhang von Umsatz der Teilnehmer mit Marktsegmenten, Ländern und Beschäftigten*

Der Umsatz pro Beschäftigten steigt nicht linear, sondern erst bei sehr großen Unternehmen von ca. 0,2 Mio Euro in Clustern 1-4 zu ca. 1 Mio Euro in Cluster 5.

Der Umsatz je bedientem Land ist bei sehr großen Firmen und großen Firmen deutlich höher als bei kleinen, konkret bei ca. 7 Mio Euro („Sehr groß“) gegenüber ca. 3 Mio Euro („Groß“) und ca. 1 Mio Euro im Durchschnitt für die Cluster „Mittelgroß“, „Klein“, und „Sehr klein“.

Die Zahl der bedienten Marktsegmente steigt mit dem Umsatz stark an. „Sehr kleine“ und „Kleine“ Unternehmen erzielen ca. 1 Mio Euro Umsatz pro Marktsegment, „Mittelgroße“ ca. 4 Mio Euro, „Große“ ca. 10 Mio Euro und „Sehr große“ ca. 23 Mio Euro.

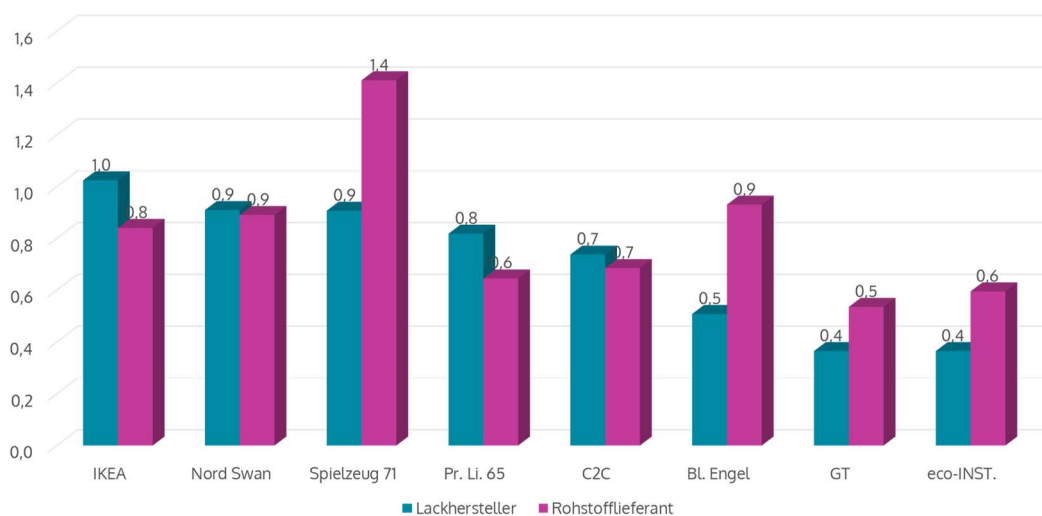
Maximal 1% der Beschäftigten in 45% der Firmen sind Spezialisten für Konformitätserklärungen. Darunter fallen praktisch alle „Sehr großen“ Unternehmen. 1% bis 3% ihres Personals setzen 33% der Teilnehmer für Konformitätserklärungen ein, darunter schwerpunktmäßig „Große“ und „Mittelgroße“ Firmen. Mehr als 3% ihrer Gesamtressourcen setzen 22% der Teilnehmer, darunter alle „Sehr Kleinen“, die meisten „Kleinen“ und einige wenige „Mittelgroße“ Unternehmen, für diesen Zweck und damit das Dreifache dessen der ersten Gruppe ein.

Diese Skaleneffekte an sich sind nicht unerwartet, ihre Größenordnung, insbesondere der Sprung bei den „Sehr großen“ Firmen über 100 Mio Euro Umsatz, schon.

## Die Bedeutung der vorgegebenen und zusätzlicher Gütesiegel bzw. Öko- Labels

Die Beurteilungen von 8 vorgegebenen Label durch Lackhersteller und Rohstofflieferanten sind weitgehend ähnlich.

Spitzenreiter bei den Lackherstellern ist das IKEA-Label mit einer kalkulierten relativen, dimensionslosen Relevanz von 1,0. Es folgen Nordic Swan und DIN EN 71 Sicherheit von Spielzeug knapp dahinter. Die weiteren Label Proposition List 65, Cradle to Cradle, Blauer Engel, Green Tag, eco-INSTITUT-Label folgen in fast gleichen Inkrementen dahinter von 0,8 bis 0,4.



*Abb. 4: Bedeutung der zur Auswahl stehenden 8 Öko- und Umweltlabel für Lackhersteller und Rohstofflieferanten*

DIN EN 71 Sicherheit von Spielzeug ist mit 1,4 für Rohstoffhersteller am bedeutendsten, mit deutlichem Abstand gefolgt von Blauer Engel, Nordic Swan und IKEA (0,9 bzw. 0,8). Die für die Lackhersteller weniger relevanten Label und zusätzlich das Proposition List 65-Label sind auch für die Rohstoffhersteller weniger wichtig.

Unter den nur 49 Nennungen dominieren EU 10/2011, Swiss Ordinance und FDA mit je ca. 20%. Sie haben eine mittelhohe bis hohe (EU 20/2011) Bedeutung. Die übrigen genannten Label sind im Rahmen der Umfrage „Exoten“ mit max. 5% Nennungen und einer abnehmenden Bedeutung von EU Chemikalienrecht (hoch), über EG 1935-2004, EU RoHS, FALCPA (alle mittel) zu EUPIA und EU Ecolabel.

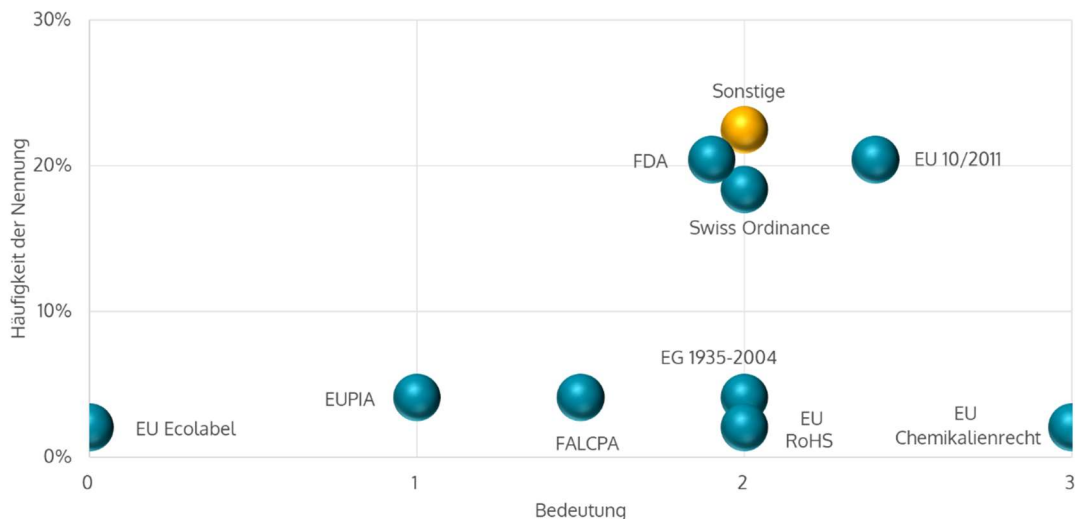
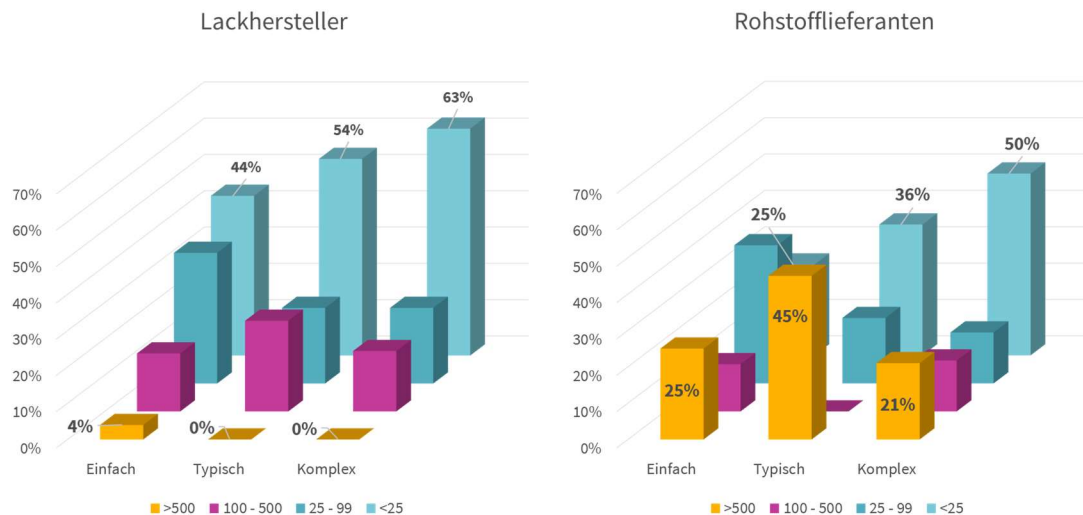


Abb. 5: Bedeutung der von den Teilnehmern zusätzlich genannten 10 Label

Für die Relevanz von Labels ist zum einen deren geographische Reichweite entscheidend. Während Lacklieferanten die Anforderungen des IKEA-Label weltweit erfüllen müssen, decken die DIN EN 71-Norm primär Europa und der Blaue Engel primär Deutschland ab. Zum anderen spielt die Unternehmensgröße eine Rolle. Mit dem Umsatz steigt die Zahl der belieferten Länder und der bedienten Marktsegmente und damit die Notwendigkeit, konform mit entsprechend mehr landes- und markspezifischen – Ausprägungen von - Öko- und Umweltlabels sein zu müssen.

### Der Aufwand für die Bearbeitung von Konformitätsbestätigungen

Um den Aufwand für Konformitätserklärungen vergleichen zu können, werden sie in 3 Cluster eingeteilt, „Einfache“, „Typische“ und „Komplexe“. Etwa die Hälfte der Lackhersteller bearbeitet weniger als 25 Konformitätsbestätigungen je Kategorie (einfach, typisch, komplex) bzw. max. 75 pro Jahr. Der Aufwand hält sich für diese Unternehmen in überschaubaren Grenzen. Die beiden Gruppen, die zwischen 25 und 99 Erklärungen bzw. zwischen 100 und 500 Bestätigungen p.a. bearbeiten, sind mit je ca. 25% gleich groß. Mehr als 500 Konformitätsbestätigungen pro Jahr sind die Ausnahme und fallen überwiegend bei Herstellern von Möbellacken und bei Unternehmen mit mehr als 10 Millionen, 50 und 100 Millionen Euro Jahresumsatz an, sind also nicht nur auf die „Sehr großen“ Lackhersteller beschränkt.



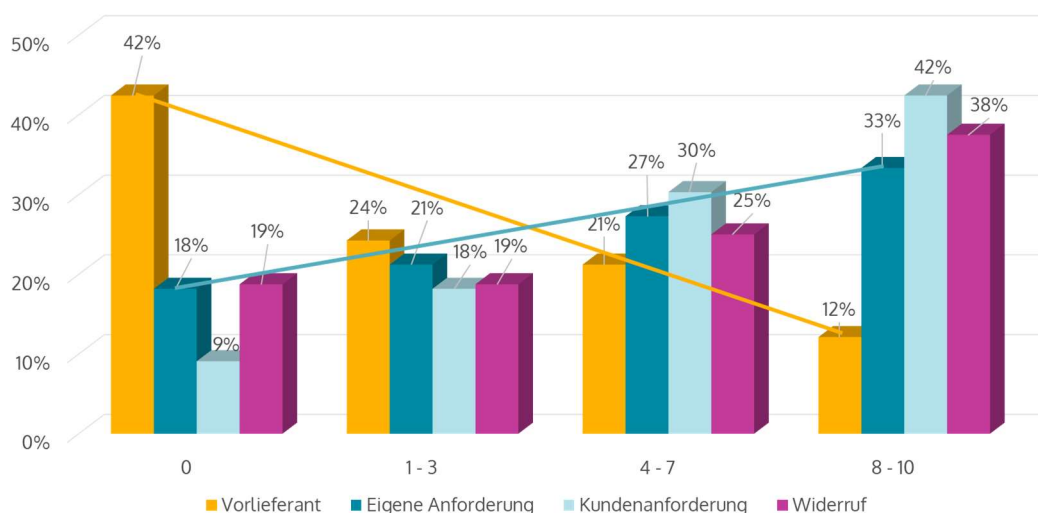
*Abb. 6: Anzahl vs. Komplexität von Konformitätsbestätigungen aus Sicht der Lackhersteller und Rohstofflieferanten:*

Der hohe Anteil der komplexen Bestätigungen ist primär auf die umfangreichen Anforderungen der marktspezifisch relevanten Label zurückzuführen. Obwohl nicht abgefragt, ist davon auszugehen, dass Aktualisierungen weniger aufwändig sind als Erstzertifizierungen. Die Verteilung der „Einfachen“, „Typischen“ und „Komplexen“ Bestätigungen bleibt durch alle Gruppen mit unterschiedlicher Zahl an Bearbeitung p.a. gleich, was auch für die hohe Komplexität der relevanten Label für Möbellackhersteller spricht

Dagegen sind bei den Rohstofflieferanten die Cluster „>500“ Konformitätsbestätigungen und „<25“ praktisch genau so groß wie die Cluster „25-99“ und „100 bis 500“ Anfragen pro Jahr in Summe. In allen 4 Clustern ist die Verteilung der „einfachen“, „typischen“ und „komplexen“ Anfragen unterschiedlich und unterscheidet sich grundlegend von dem Muster bei den Lackherstellern. Bei Rohstofflieferanten gibt es praktisch keine Korrelation zwischen Anzahl und Komplexität der Konformitätsbestätigungen.

Die häufige Nennung von Rohstoffherstellern, die „>500“ Bestätigungen pro Jahr bearbeiten, geht zum einen auf mehr- bis vielfache Anfragen der Kunden für gleiche, eigene Verkaufsprodukte, d.h. Rohstoffe für die Lackhersteller, zurück. Die befragten Rohstoffhersteller sind außerdem eher „Große“ und „Sehr große“ Unternehmen, die viele Marktsegmente und Länder bedienen und daher von mehr Labeln betroffen sind als Lackhersteller. Der Umstand, dass gerade die Rohstofflieferanten bevorzugt zusätzliche Label zu den 8 vorgegebenen nennen und als „Sehr wichtig“ bis „Wichtig“ bewerten, ist ein Beleg dafür.

Die Unterschiede bei der durchschnittlichen Bearbeitungszeit von Konformitätserklärungen zwischen Lackherstellern und Rohstofflieferanten werden mit der Komplexität der Anfragen größer. Während „Einfache“ Erklärungen im Durchschnitt jeweils 4 Stunden beanspruchen, benötigen „Typische“ Erklärungen 10 Stunden bei den Rohstoffherstellern und damit 20% weniger Zeit als bei den Lackherstellern. „Komplexe“ Konformitätsbestätigungen erfordern 9 h Bearbeitungszeit bei Rohstofffirmen und sind damit 30% schneller erledigt als bei den Lackfirmen. Die geringeren Bearbeitungszeiten bei „Großen“ und „Sehr großen“ Unternehmen, die überproportional viele Anfragen, d.h. mehr als 500 und zwischen 100 und 500 pro Jahr, bearbeiten, basieren auf Skalen- und damit Effizienzeffekten. Diese korrelieren mit ihrem sehr hohen Digitalisierungsgrad von 8-10 und der oben erwähnten erheblich geringeren Quote von 1/3 für mit Konformitätserklärungen beschäftigtem Personal.



*Abb. 7: Aktualisierung der Konformitätserklärungen*

Zur Beantwortung der Frage nach dem Anlass der Aktualisierung der Konformitätserklärungen stehen 4 Optionen zur Verfügung:

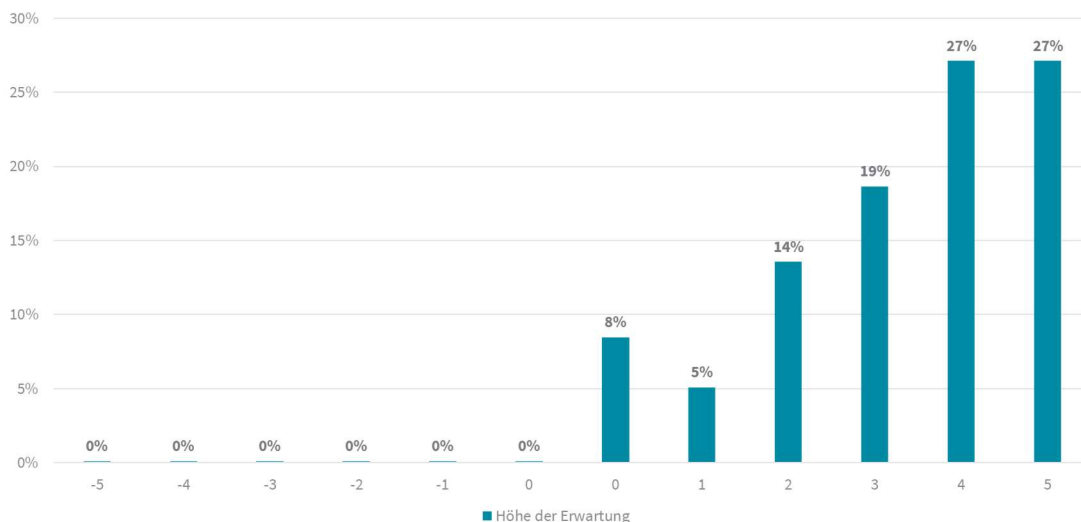
- Der Hypothese „Die eigenen (Vor-)Lieferanten informieren unaufgefordert über jede Änderung“ stimmen 42% überhaupt nicht zu und nur 12% in hohem Maß
- Die Option „Das Unternehmen fordert Bestätigungen der Gültigkeit mindestens einmal pro Jahr von eigenen (Vor-)Lieferanten ein“ bewerten 33% mit sehr hoch und 18% mit überhaupt nicht. Die beiden ersten Hypothesen laufen erwartungsgemäß gegenläufig
- Der vorgegebenen Aussage „Der Kunde fordert Bestätigungen der Gültigkeit mindestens einmal pro Jahr von meinem Unternehmen ein“ stimmen 42% der

Teilnehmer in höchstem Maß zu und weitere 30% in mittlerem Maß. Bei 9% der Unternehmen trifft die Aussage gar nicht zu.

- „Der Kunde geht von einer Gültigkeit der Konformitätsbestätigung bis auf Widerruf aus“ ist bei 38% der Teilnehmer in höchstem Maß der Fall. Mittlere, niedrige und keine Zustimmung liegen im Vergleich zu den anderen Auslösern dicht zusammen.

Wenn Kunden, die nicht auf einen Widerruf warten (38%), selbst die Aktualisierung einfordern (42%), muss das Unternehmen selbst beim Vorlieferanten aktiv werden (33%), sofern nicht die Vorlieferanten (12%) proaktiv werden. In der Größenordnung ist das Bild für diejenigen schlüssig, die den einzelnen Hypothesen in höchstem und in hohem Maß zustimmen. Die Konsequenz liegt nahe und bietet allen Beteiligten Vorteile.

Wenn die Aktualisierung der Konformität mit Labeln auf Komponentenebene von den Rohstofflieferanten verantwortlich übernommen und kommuniziert würde, würde das die Lackhersteller, Anwender und Rohstofflieferanten durch den Wegfall der vielfachen, gleichartigen Anfragen erheblich entlasten. Erfolgte die Pflege und Kommunikation über eine branchenweite Rohstoffdatenbank, wären erhebliche Effizienzgewinne und steigende Qualität bzw. Konsistenz der Daten die Folge.



*Abb. 8: erwarteter Aufwand für Konformitätsbewertungen  
in den nächsten 5 Jahren*

Die Option Qualität und Effizienz gleichzeitig zu steigern, wird umso attraktiver, je höher der Aufwand für Konformitätserklärungen in den nächsten 5 Jahren wird. Dazu befragt, antwortet kein Teilnehmer mit „Rückläufig“. 92% aller Befragten erwarten

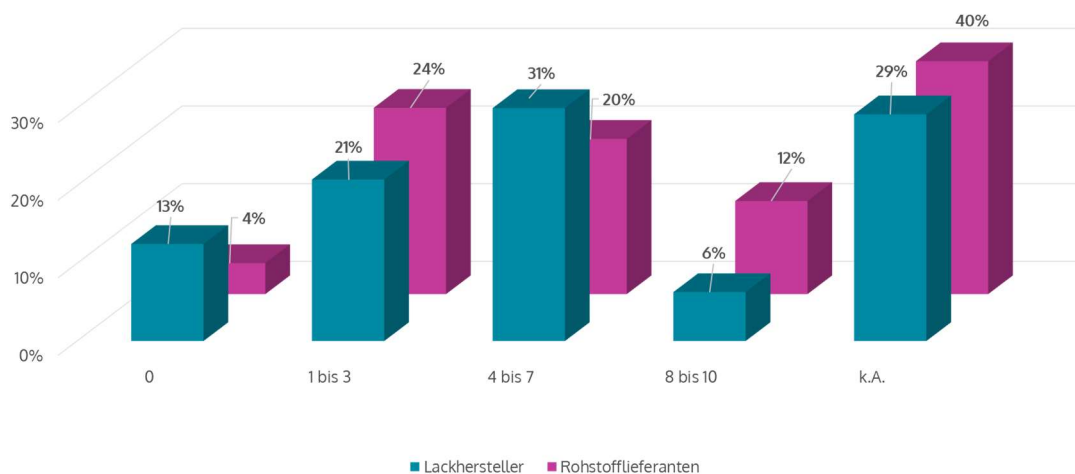


eine Steigerung, 54% sogar eine sehr deutliche. Der Mittelwert von +3,3 auf der Skala von „-5“ bis „+5“ ist die klarste Aussage der gesamten Umfrage.

## Angaben zur Digitalisierung

Zunächst fällt die niedrige Beantwortungsquote zu den 4 Fragen zur Digitalisierung des Prozesses zur Bearbeitung von Konformitätserklärungen auf. Äußern sich noch 63% zum Digitalisierungsgrad, beschreiben nur 46% den Status quo in ihrem Unternehmen, 43% die Chancen, die mit dieser Digitalisierung verbunden sind, und nur noch 33% die Voraussetzungen dafür.

Unter den Teilnehmern, die sich nicht äußern, sind viele Spezialisten des Konformitätsprozesses und ihrer Kollegen, deren Stärken Lackentwicklung, -produktion und -anwendung sind, aber nicht notwendigerweise IT- oder Digitalisierungsthemen.



*Abb. 9: Digitalisierungsgrad des Konformitätsprozesses bei Lackherstellern und ihren Rohstofflieferanten*

6% der Lackhersteller und 12 % der Rohstofflieferanten bezeichnen ihren Digitalisierungsgrad mit „8-10“ und damit als hoch. Dagegen ist er bei 34% der Lackhersteller „0“ oder „1-3“ und damit nicht vorhanden oder niedrig. Bei Rohstofflieferanten liegt er bei 28%. Vor allem „Sehr große“ und „Große“ Rohstofflieferanten bewältigen die im Vergleich mit den Lackherstellern deutlich mehr anfallenden Anfragen pro Jahr heute schon deutlich stärker mit IT-Unterstützung.

Es gibt 3 wesentliche **Hemmnisse, die der Digitalisierung des Konformitätsprozesses im Wege stehen** und mit Abstand mit 36% bis 33% am häufigsten genannt werden. Das sind im Einzelnen

- Die durch Rohstoff-, Rezeptur- und Produktvielfalt, landes- und marktspezifische Label und nicht integrierte IT-Insellösungen bedingte hohe Komplexität
- Die schlechte Datenqualität und ihre Herkunft aus verschiedensten Quellen, worunter ihre Verfügbarkeit, Konsistenz und Aktualität leiden
- Die knappen Personal- und Sachressourcen im eigenen Haus, die für Digitalisierungsprozesse herangezogen werden müssten, es aber nicht werden

5 weitere, jeweils um ca. 3% abgestufte Gründe folgen mit 24% bis 12% Nennungen, an erster Stelle „Kosten“ (unter Vermeidung von Renditeüberlegungen), gefolgt von aufwändigen, „kognitiv zu bearbeitenden und daher nicht automatisierbaren“ regulatorischen Anforderungen, fehlende eigene Kompetenzen, die dafür nicht vorgesehene IT-Infrastruktur und „Zeit“, d.h. im eigentlichen Sinn Kapazität. Nennungen unter 10% werden nicht aufgeführt.

Bei den **Chancen durch die Digitalisierung des Konformitätsprozesses** überwiegen mit deutlichem Vorsprung Effizienzsteigerungen (80% Nennungen) und eine stark beschleunigte Bearbeitungs- und damit auch Durchlaufzeit (66% Nennungen)).

Das zweite Cluster beinhaltet 3 sich gegenseitig beeinflussende bzw. bedingende Chancen (40% bis 37% Nennungen). Bessere, unternehmensübergreifende Prozesse schaffen die gewünschte Transparenz, sofern die höhere Qualität an Daten und IT-Systemen das zulässt.

Die übrigen 4 Chancen entfallen mit 26% bis 14% auf Komplexitätsabbau, erleichtere Prioritätensetzung und eine Steigerung der Wirtschaftlichkeit des Prozesses, wobei gegenüber dem Fokus auf reinen Kosten bei den Hemmnissen hier bei den Chancen Renditeüberlegungen überwiegen.

Abschließend äußern sich die Teilnehmer zu den **Voraussetzungen zur Digitalisierung des Konformitätsprozesses**. Mit deutlichem Vorsprung (71% Nennungen) werden integrierte IT-Systeme anstelle der IT-Insellösungen genannt, gefolgt von stringenten unternehmensinternen und -übergreifenden Prozessen (64%). So könnte die Bearbeitung der Konformitätsbestätigungen an den Supply Chain Prozess gekoppelt werden, da die gleichen Parteien betroffen und die meisten ERP-Systeme diese Möglichkeit bieten. 61% adressieren das Thema Kultur, speziell die Bereitschaft, Daten funktions- und firmenübergreifend zu teilen. Mit 54% der Nennungen spielt auch die Standardisierung von Prozessen, Systemen, Daten und regulatorischen Vorgaben eine wichtige Rolle. Während die ersten 3 Voraussetzungen firmenintern gelöst werden können, trifft das auf die Gestaltung der Label nicht zu. Dass mit 21% bis 14% die Themen IT-Sicherheit, Schutz des Know Hows und Compliance mit Regularien, IT-

Konventionen und Wettbewerbsrecht genannt werden, ist weniger eine geringe Bewertung dieser Parameter als eine selbstverständliche Basis, auf der die anderen Voraussetzungen basieren.

Das Drittel, das die Voraussetzungen für die Digitalisierung der Konformitätsbearbeitung beschreibt, macht dies zu 90% namentlich. Dieser hohe Anteil belegt echtes Interesse an der Digitalisierung des Konformitätsprozesses, ggf. darüber hinaus und die Bereitschaft, einen eigenen Beitrag zu leisten.

Branchenweit ist diese Bereitschaft um ein Vielfaches geringer und ein Teil der ihr innewohnenden, rundlegenden Skepsis gegenüber Veränderung, z.B. des Silodenkens, des Nicht-Teilen-Wollens, der zögerlichen Adaption von Nachhaltigkeits- und Digitalisierungstrends und angesichts des erwarteten, deutlichen Mehraufwands für Öko- und Umweltlabels. Dies sind unmittelbare K.O.-Kriterien für ganzheitliche Prozessketten und sie unterstützende IT-Systeme.

Selbstverständlich müssen die Voraussetzungen für eine branchenweite Rohstoffdatenbank, firmenübergreifende Prozesse und IT-Systeme, allen voran die Sicherheit, gewährleistet werden.

## Fazit

Eine stets aktuelle, sichere Datenbank ist eine Riesenchance für Lack- und Rohstoffhersteller, interne und externe, physische und, wie hier in der Studie, administrative Prozesse effizienter zu gestalten. Die Datenbank ermöglicht zusätzliche Chancen für das Geschäft, z.B. um potenzielle Märkte proaktiv für bestehende Produkte durch die Abfrage „würde mein Produkt im Markt xy passen“ zu entdecken. Ohne Datenbank passen Unternehmen weiterhin aus freien Stücken, sprich Gewohnheit, ihre Produkte an die in den Zielmärkten relevanten Label reaktiv mit z.T. hohem Aufwand an.

Lackunternehmen hinken bei Digitalisierung und Nachhaltigkeit hinter der Chemie- und anderen Industrien hinterher, weil ihre Kernkompetenzen eben nicht in Digitalisierung und Nachhaltigkeit, sondern in Lackentwicklung, -herstellung und -anwendung liegen. Sie setzen trotzdem oft auf eigene Lösungen, die, mangels dieser Kompetenzen nicht unbedingt optimal passen. Diesem Dilemma zu entkommen, ist möglich. Unter dem Dach der Smart Paint Factory Alliance werden digitale, nachhaltige bzw. nachhaltig digitale Lösungen für Farben- und Lackunternehmen entwickelt, die diese allein aus Kompetenz-, Zeit- und Kostengründen nicht leisten können.

Ein leichtfertiges Ignorieren offensichtlicher Chancen und Trends sowie das Bestehen auf dem durch Silos geprägten Status quo sind fatal. Das gefährdet – wegen des schnellen und vor allem unaufhaltsamen Fortschritts der Digitalisierung und Nachhaltigkeitsanforderungen – zunehmend die Wettbewerbsfähigkeit veränderungsresistenter Lackunternehmen.

---

Die Umfrage zu dem Thema, wie Konformitätsabfragen in der gesamten Lackbranche einfacher gestaltet werden können, wird als Initiative des Stammlackteams unter der Leitung von Dr. Ulf Stalmach und Dr. Wolfram Keller, beide Mitgründer der Smart Paint Factory Alliance, im Februar/ März 2022 durchgeführt. Die Fachgruppe Lackchemie der GDCh und der VILF unterstützen diese Umfrage. Die GDCh stellt das Umfragetool Survey Monkey zur Verfügung. Ihnen allen ist an dieser Stelle herzlich gedankt.

Kontakt:

- Dr. Ulf Stalmach, +49 170 24 52 96 8, [ulf.stalmach@smartpaintfactory.com](mailto:ulf.stalmach@smartpaintfactory.com)
- Dr. Wolfram Keller, +49 15118 49 35 62, [wolfram.keller@smartpaintfactory.com](mailto:wolfram.keller@smartpaintfactory.com)