

ZUKUNFT? - HANDWERK? - UCKERMARK?

UCKERMARK IM WANDEL – DAS HANDWERK BEWEGT SICH

Gefördert durch:



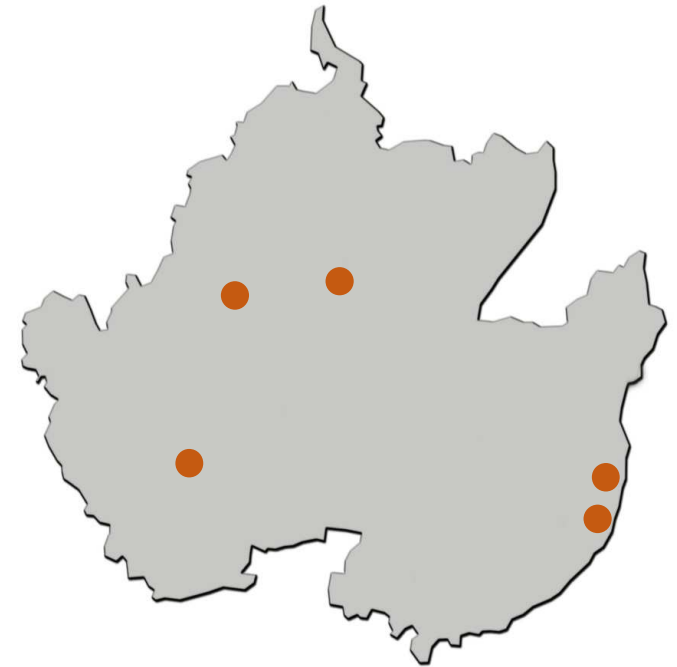
Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Land ukunft

Team

- Antje Brüning, Ingenieur-Ökonom für Bauwesen
- Klaus Zschiesche, Ingenieur für Brandschutz
- Monika Lademann, Diplom-Betriebswirt FH
- Steffen Sarodnik, Diplom-Ingenieur Maschinenbau
- Uwe Engel, Diplom-Wirtschaftswissenschaftler



Gliederung

Hintergrund

Zentrale Handlungsfelder

Hintergrund

Demografie und Ausgangssituation Bevölkerung

- Entwicklung der Einwohnerzahlen der Uckermark
- Landkreis Uckermark – vorwiegend ländlich und dünn besiedelt

2000
151.740 Einwohner

2012
122.484 Einwohner

2030
ca. 100.000 Einwohner
(Prognose)

Gründe

- steigende Lebenserwartung
 - sinkende Geburtenzahlen
 - wahrscheinliche Abwanderung
- alternde Gesellschaft
 - schrumpfende Bevölkerung
 - Entvölkerung

Hintergrund

Demografie und Ausgangssituation Handwerk

- für die Handwerksbetriebe ändern sich Märkte und Kunden
- über 80% der Mitgliedsunternehmen sind Klein- und Kleinstunternehmen
- kaum Ressourcen für Beschäftigung mit strategischen Fragen über Tagesgeschäft hinaus



Herausforderungen für das Handwerk in der Uckermark

- Fachkräftesicherung & Ausbildung
- Generationenwechsel in der Unternehmensnachfolge
- **Handlungsfelder und Marktchancen im Wandel bestimmen**

Hintergrund

„Das Handwerk“ – wussten Sie schon dass ...

...es bundesweit etwa 1,5 Millionen Handwerksbetriebe gibt.

...in diesen 5,35 Millionen Menschen arbeiten.

...dort 28% aller Auszubildenden beschäftigt sind.

...2012 ein Gesamtumsatz von 507 Milliarden erwirtschaftet wurde.

...es in der Kreishandwerkerschaft UM die folgenden 10 Handwerkerinnungen gibt:

Elektro, Bau, Metallbau, Tischler, Bäcker und Konditoren, Friseur, Kraftfahrzeug, Sanitär-Heizung-Klima, Maler und Lackierer, Dachdecker.

...die KHS aus momentan 232 Innungsmitgliedern besteht.

Hintergrund

Projektauftrag

- Erarbeiten von Informationen, um die Handwerkerschaft im demografischen Wandlungsprozess zu unterstützen, zu sensibilisieren und Chancen und Nischen aufzuzeigen
- Durchführen von Recherchen und Befragungen durch das Team
- Erarbeiten von konkreten Handlungsempfehlungen



- Zwischenpräsentation am 09.12.2013 vor den Innungsobermeistern und dem Vorstand der Kreishandwerkerschaft ausschließlich zu Ergebnissen der Befragung

Hintergrund

Befragung

Erarbeitung von getrennten Fragebögen für Handwerker und Verbraucher

Unternehmensbefragung

- Koordiniert durch KHS per Mail und Post
- **232** Mitglieder auf Handwerkerseite mit **23 Fragen** - Rücklauf **53** ausgefüllte Fragebögen

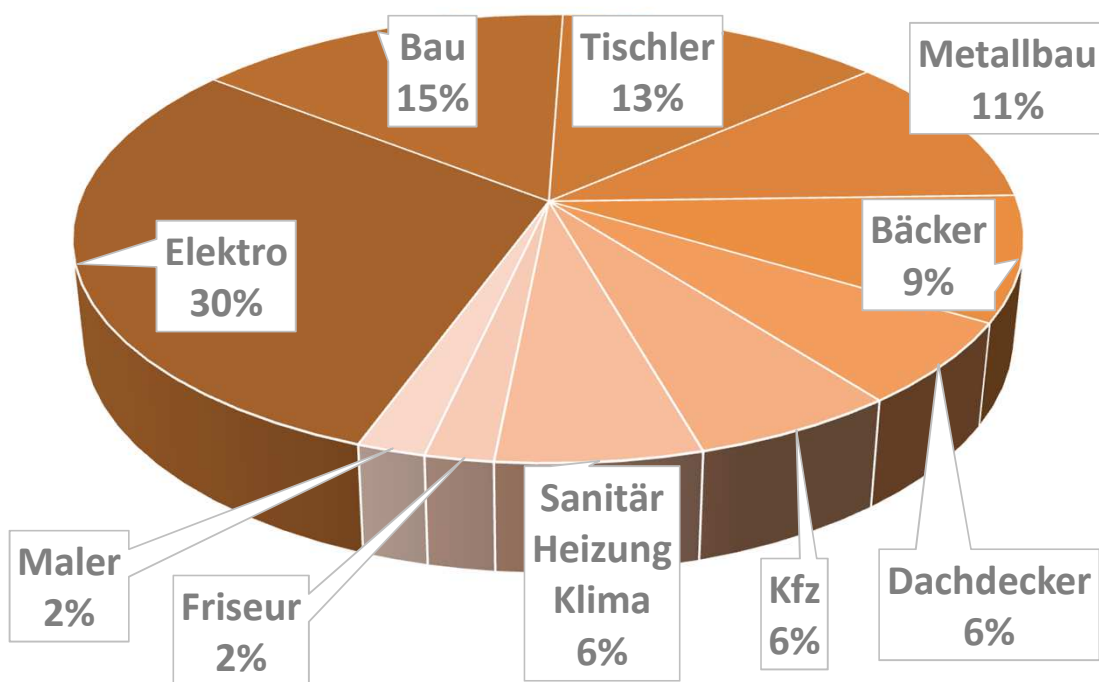
Verbraucherbefragung

- direkte Befragung an verschiedenen Standorten der Uckermark durch die Teammitglieder
- **419** Verbraucher auf Kundenseite mit **25 Fragen**

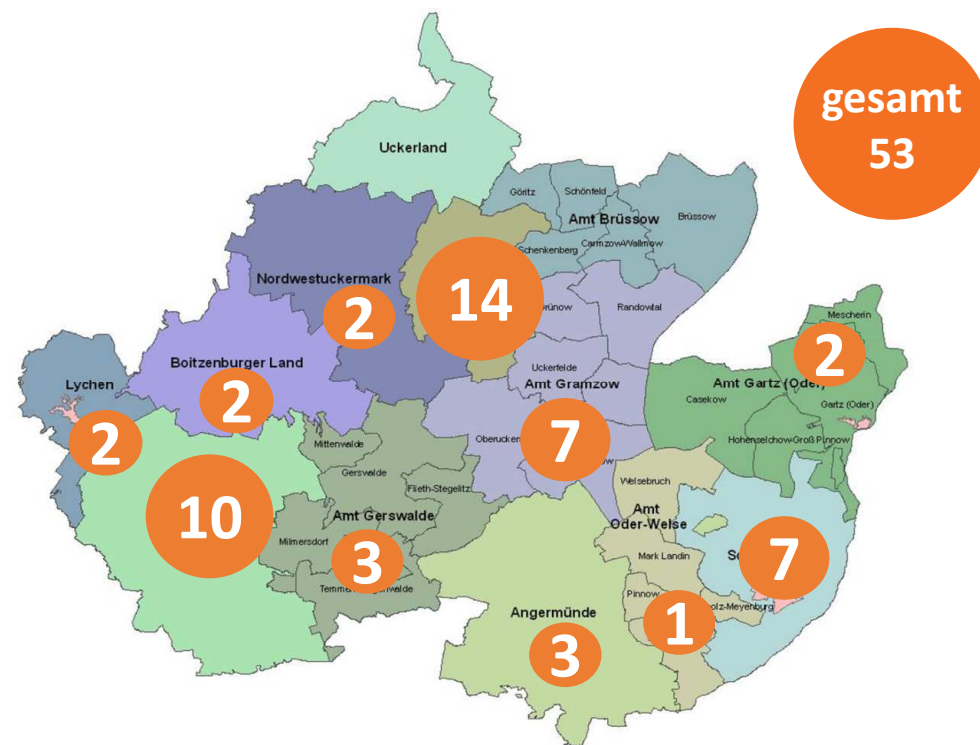
Hintergrund

Befragung

Beteiligung der Unternehmen



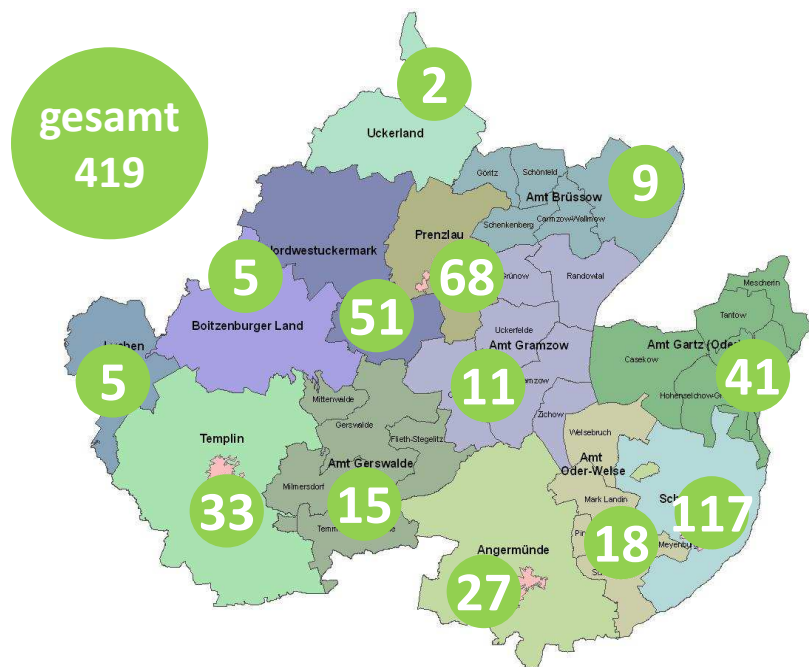
Standorte



Hintergrund

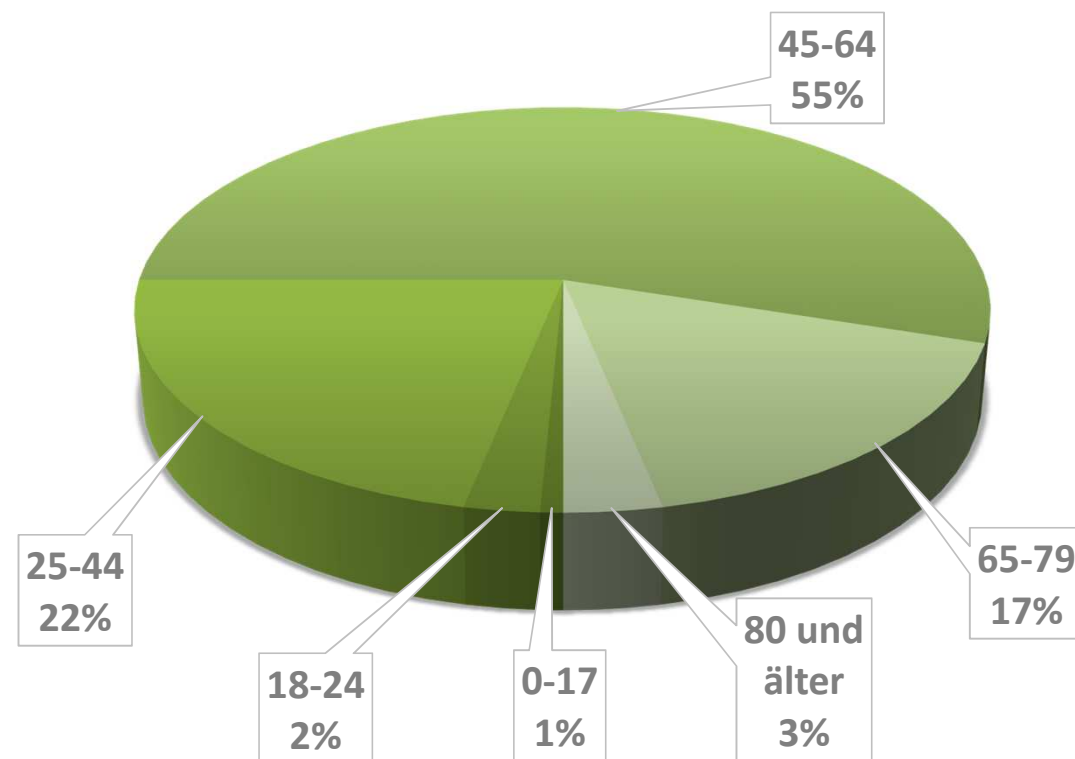
Befragung

Wohnort der Verbraucher



- 10 wohnen nicht in der Uckermark
- 7 wohnhaft in UM, ohne Ortsangabe

Altersstruktur



Hintergrund

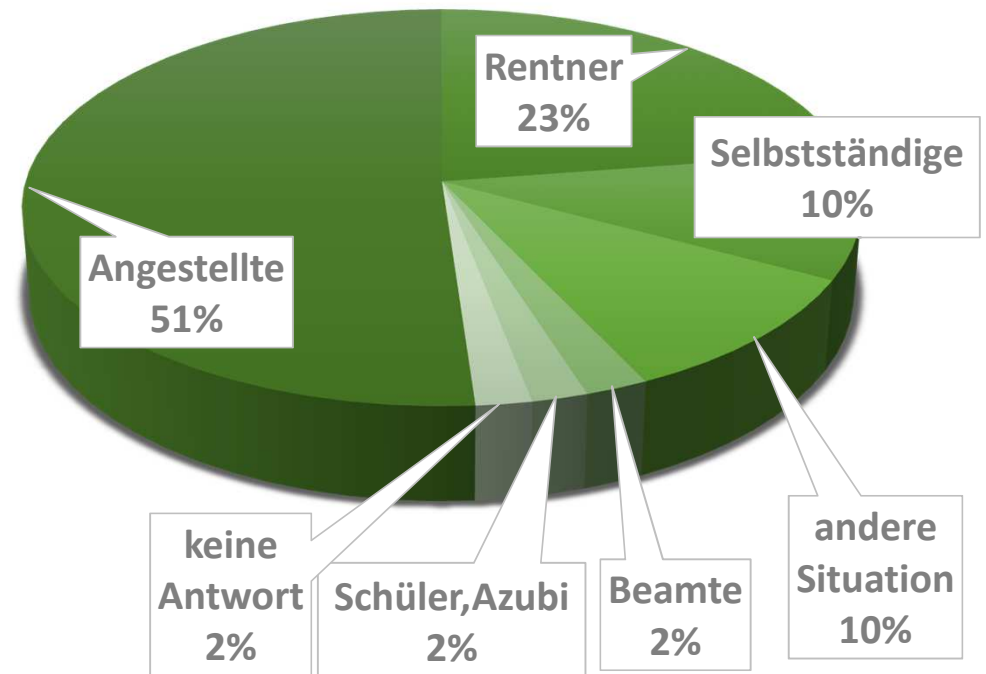
Befragung

Wohnsituation und Geschlechterverteilung

im eigenen Haus	54 %
Eigentumswohnung	4%
Mietfrei	4%
zur Miete im Haus	11%
zur Miete in einer Wohnung	27%

- Geschlechterverhältnis annähernd ausgeglichen

Berufliche Situation



Hintergrund

Recherche

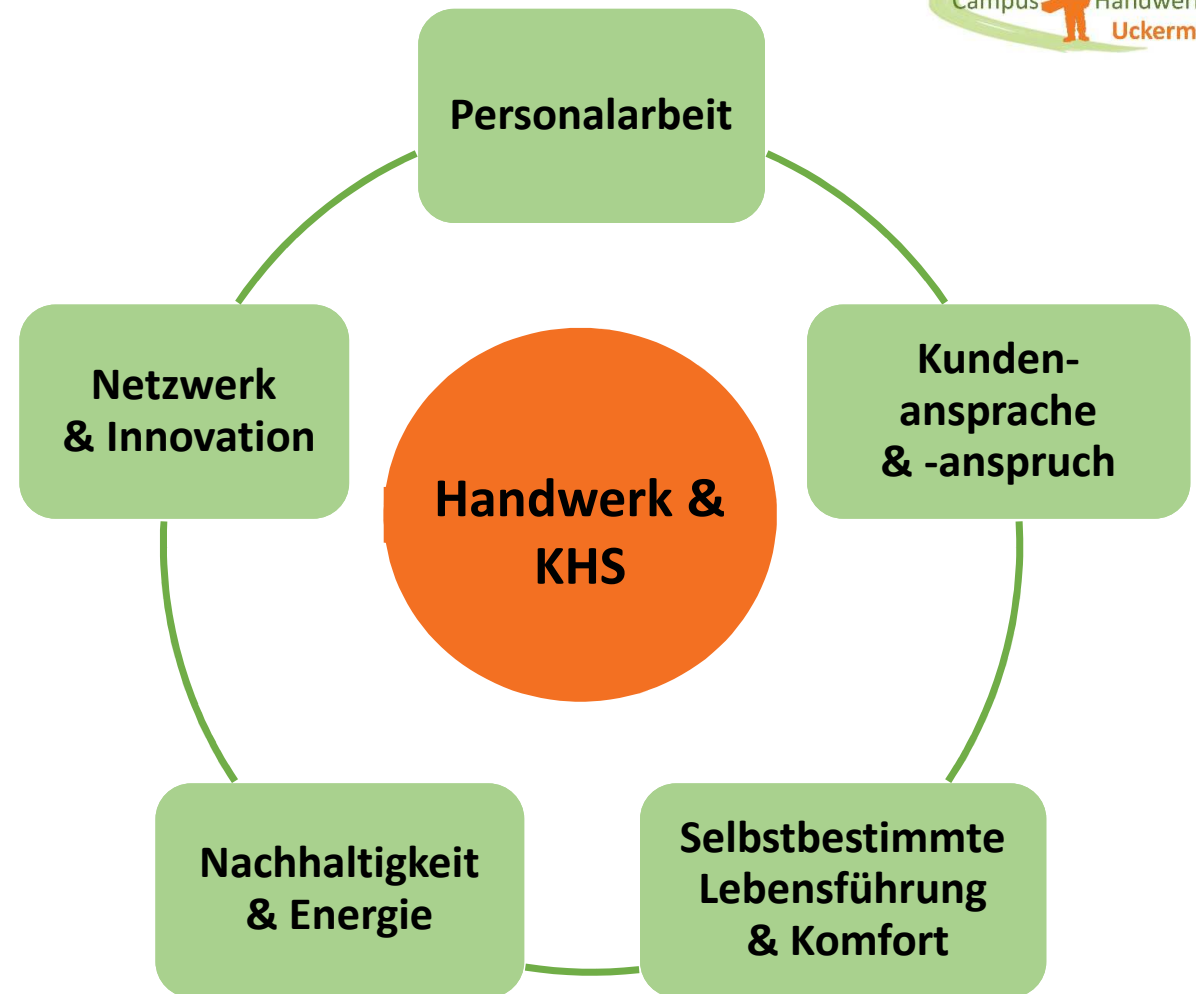
Insgesamt wurden 39 Recherchematerialien gesichtet. Davon waren für die zentralen Handlungsfelder 21 relevant für die Projektarbeit.

Beispiele:

- „Marktchancen für Handwerksunternehmen in der älter werdenden Gesellschaft“, www.handwerk-wohnen.de
- „Die Bedeutung von KMU – spezielle von Handwerksunternehmen – in ländlichen Räumen und kleinen Städten“, ifh Universität Göttingen
- „Handwerk ins Cluster - Handlungsempfehlungen für Clustermanagement und Handwerk“, Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg

Hintergrund

Bestimmung zentrale Handlungsfelder

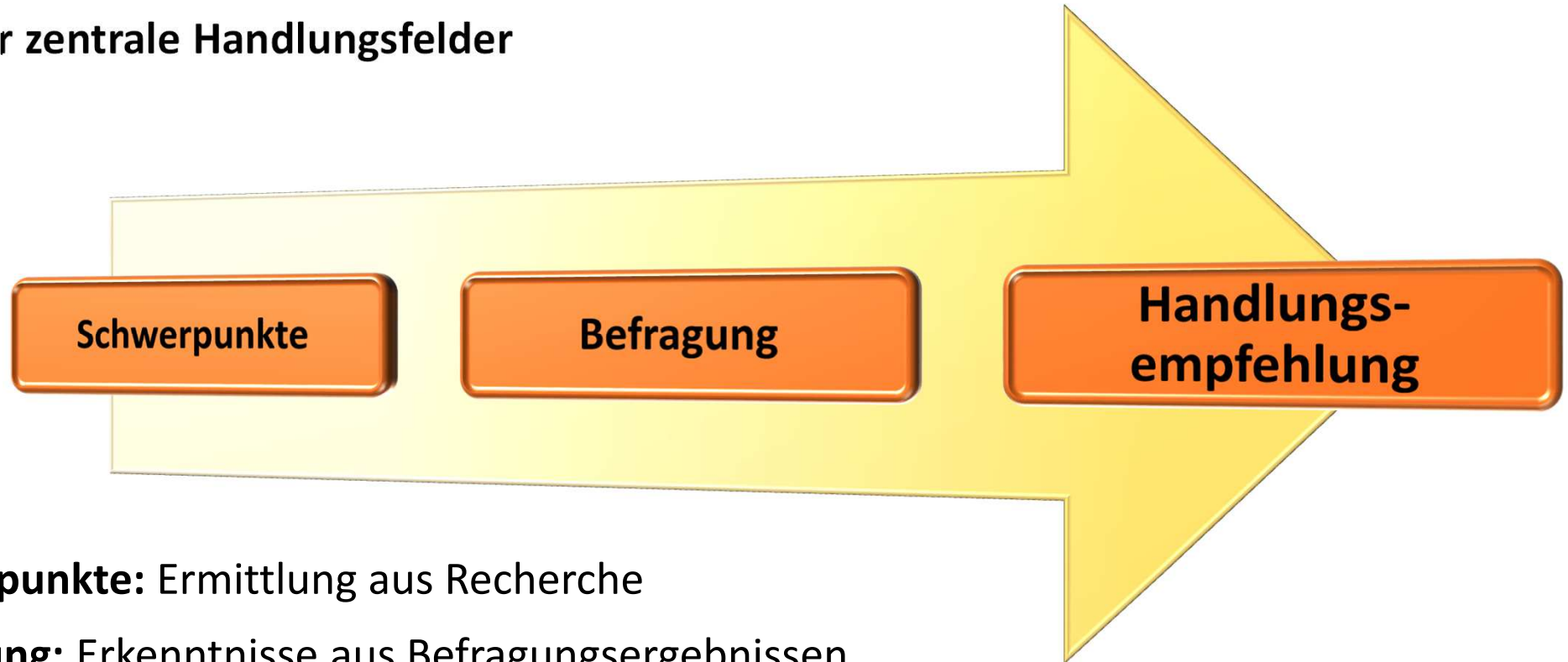


Aus Recherchen und Befragungen sind **5** zentrale Handlungsfelder abgeleitet worden.

Die Aussagen zu den abgeleiteten Handlungsfeldern sind oft themenübergreifend und nicht absolut abgrenzbar.

Hintergrund

Struktur zentrale Handlungsfelder



Schwerpunkte: Ermittlung aus Recherche

Befragung: Erkenntnisse aus Befragungsergebnissen

Handlungsempfehlung: Einzelaspekte aus Recherche und Befragung

Gliederung

Hintergrund

Zentrale Handlungsfelder

Personalarbeit

Nachhaltigkeit & Energie

Kundenansprache

Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort

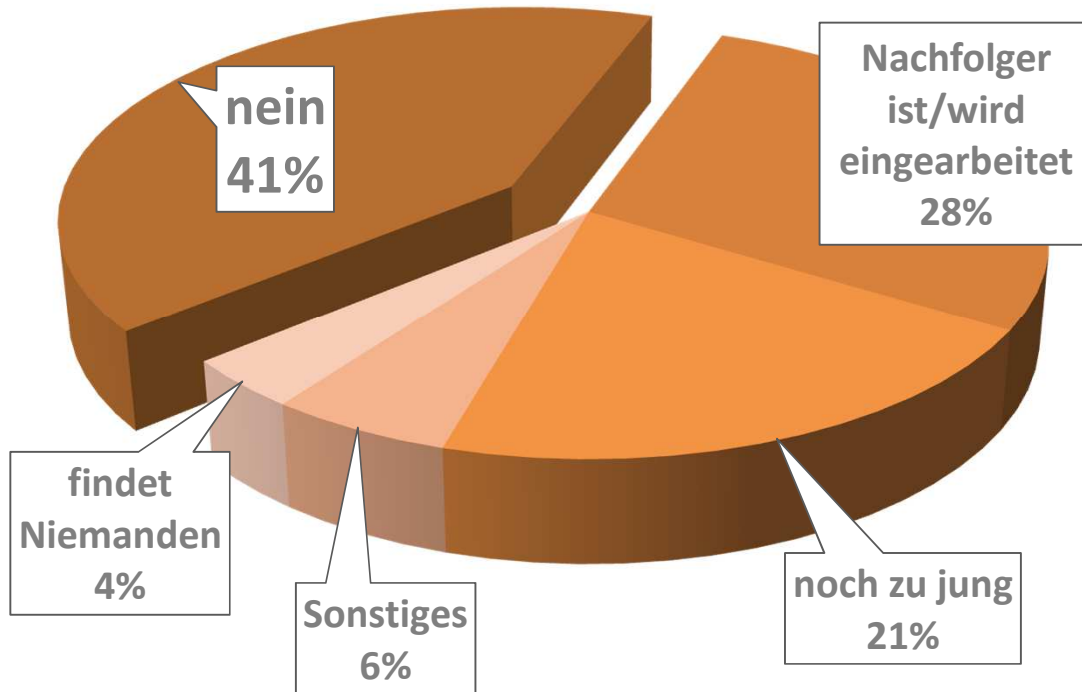
Netzwerk & Innovationen

Personalarbeit - Schwerpunkte



Personalarbeit - Befragung Unternehmensführung

Auseinandersetzung mit Unternehmensnachfolge (gesamt)



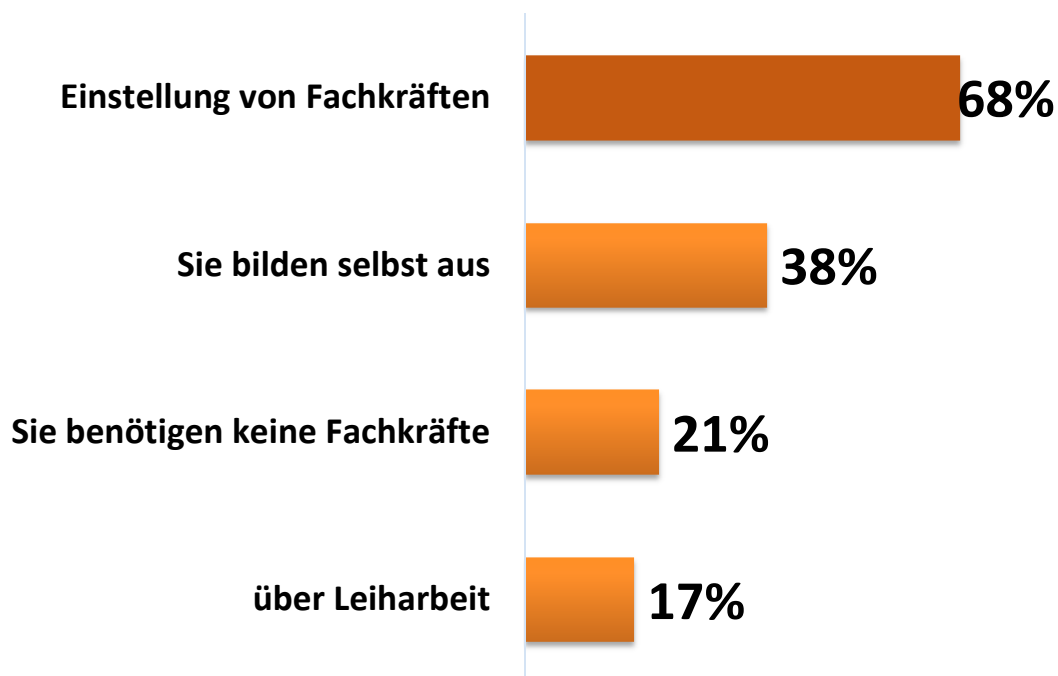
davon mit Blick auf das Alter

- Die Gruppe derer, die sich **nicht** mit Unternehmensnachfolge beschäftigen, ist tendenziell über dem Altersdurchschnitt (51,3 Jahre).
- die ältesten Handwerker sind über 70 Jahre
- von den über 51 Jährigen:
 - arbeiten einen Nachfolger ein/ werden einarbeiten 45,8%
 - setzen sich nicht mit der Unternehmensnachfolge auseinander 41,7%
 - finden Niemanden, sind auf der Suche oder zu jung 12,5%

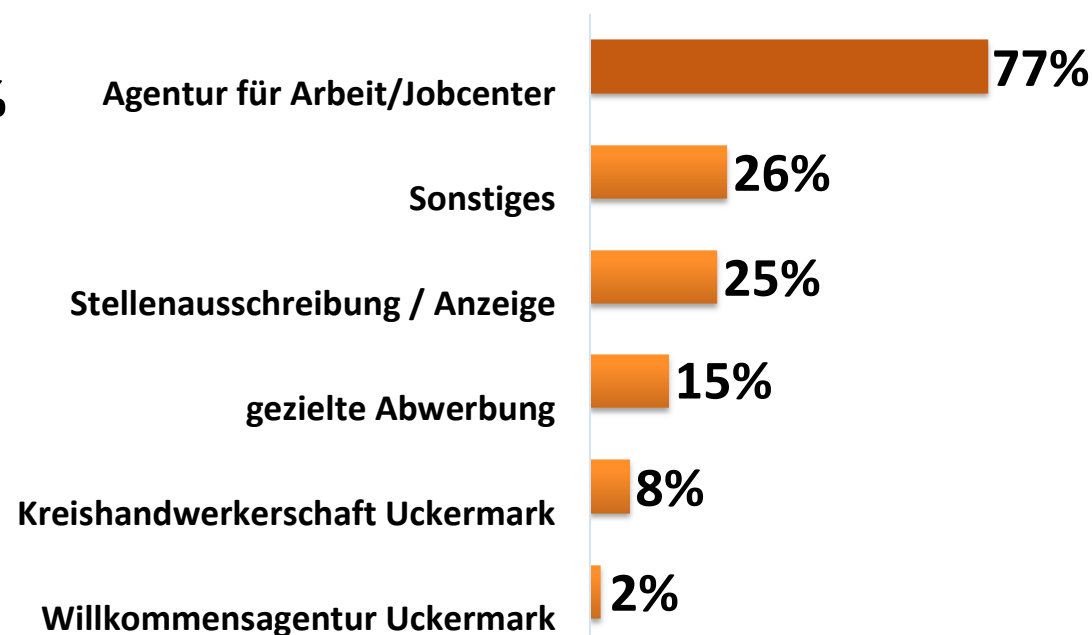
Personalarbeit - Befragung

Fachkräftesicherung

Wege den Fachkräftebedarf in den nächsten 5 Jahren zu decken



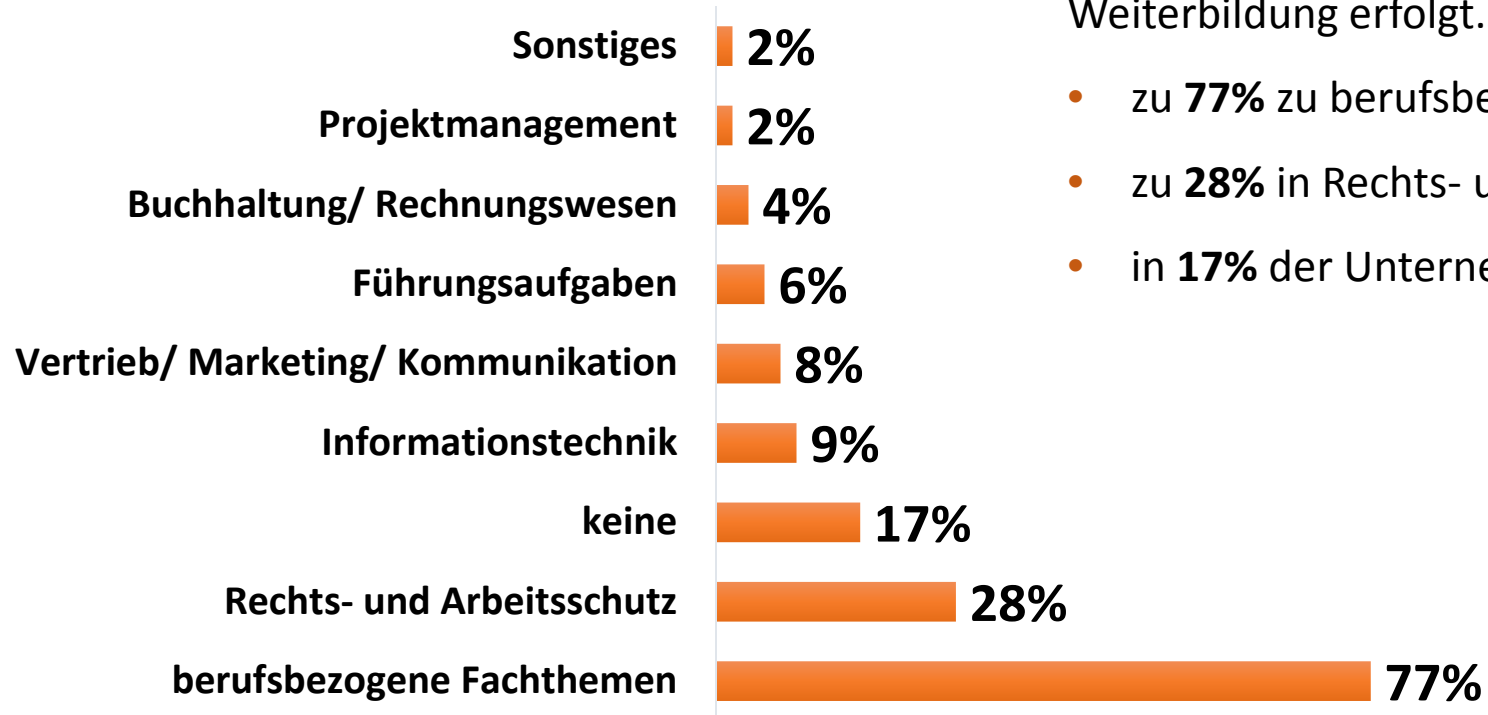
Wo finden Handwerksbetriebe ihre Fachkräfte?



Personalarbeit - Befragung

Qualifizierung

Bereiche der Mitarbeiterqualifizierung



Weiterbildung erfolgt...

- zu **77%** zu berufsbezogenen Fachthemen,
- zu **28%** in Rechts- und Arbeitsschutz,
- in **17%** der Unternehmen gar nicht.

Personalarbeit - Handlungsempfehlung

Unternehmensnachfolge

- Planung und Nachfolgeentscheidung frühzeitig treffen mit Vorhaltezeit von mind. 5 Jahren
- Neue Gruppen von potentiellen Übernehmern erschließen (Frauen, Migranten)
- Leistungsstarken jungen Auszubildenden und Gesell/innen berufsbegleitende Zusatzqualifikationen anbieten
Bsp. „Fit in die Unternehmensnachfolge im Handwerk“ – Ausbildung Technischer Fachwirt (HWK)
Initiative der Niederlausitzer KHS Finsterwalde
- Neue Kooperationen schmieden: Gründungszentren der IHK und Hochschulen (HNE Eberswalde) mit Nachfolgesuche verbinden

Personalarbeit - Handlungsempfehlung

Fachkräftesicherung

- Werbung um Studienabbrecher – Bildungsministerin Wanka und Kammern planen Kooperationsprojekte mit Hochschulen (Anrechnung der Studienleistung auf Gesellen- und Meisterprüfung)
- Kooperationen mit Schulen, Praktikas, Ferienjobs (z.B. Landesprogramm Initiative Oberschule)
- Konzepte zur Qualifizierung von Quereinsteigern
- Neue Kanäle prüfen: z.B. Willkommensagentur, Ausland oder soziale Medien
- Maßnahmen aktiver Mitarbeiterbindung zum Verbleib guter Fachkräfte (z.B. Entwicklungsmöglichkeiten, Arbeitszeitmodelle, Gesundheitsmaßnahmen, Erfolgsbeteiligung)
- Verbleib älterer Mitarbeiter durch altersgerechte Arbeitsgestaltung (Tätigkeiten erweitern, wechseln von besonders belastenden zu weniger belastenden Tätigkeiten)

Personalarbeit - Handlungsempfehlung

Wissensmanagement

Rund 28.000 Wissensmanager/-innen ...

... werden bis zum Jahr 2020 zusätzlich in deutschen Handwerksbetrieben aktiv sein und damit die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit des Handwerks steigern.*

- Ressource Wissen und Information wird immer mehr zum erfolgskritischen Faktor für Handwerksbetriebe (Wissen erzeugen, teilen, bewahren und weiterentwickeln)
- zunehmende Spezialisierung erfordert: Wissen über Produkte, Verfahren, Märkte, Kunden, Lieferanten stehen **allen** MA in angemessener Form zur Verfügung

Wozu Wissensmanagement?

- Mitarbeiter (ältere Erfahrungsträger) gehen und plötzlich weiß keiner mehr „wie’s geht“
- neue MA brauchen lange, um produktiv zu werden
- Ertrinken in Informationsflut, wichtige Infos sind nicht (sofort) auffindbar
- Neue Entwicklungen und Vorhaben kommen erst spät unten an
- Änderungen an Aufträgen sind nicht ausreichend bekannt

Personalarbeit - Handlungsempfehlung

Wissensmanagement

- **Know-how und Fachkenntnisse sammeln, effizient zusammentragen und auffindbar bereitstellen**
Strukturierte Wissensbasis für explizites Wissen durch zunehmende Digitalisierung des Geschäftsprozesses (Qualitätszertifizierung, Datenbanken, Kundendateien)
- **Sensibilisieren fürs Wissensmanagement bei knappen Ressourcen**
Thema in die handwerkliche Aus-, Fort- und Weiterbildung integrieren, betriebswirtschaftliche Seminare und Weiterbildungslehrgänge, berufsbegleitender Studiengang „Betriebswirt/-in im Handwerk“ für Führungskräfte im Handwerk
- **Möglichkeiten praktizieren, implizites Wissen auszutauschen und weiterzugeben**
Teambesprechungen, Teilhabe an Entscheidungen, Einarbeitungen im Tandem (Betriebsnachfolge, Wissenstransfer ältere und jüngere Fachkräfte)

Gliederung

Hintergrund

Zentrale Handlungsfelder

Personalarbeit

Nachhaltigkeit & Energie

Kundenansprache

Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort

Netzwerk & Innovationen

Nachhaltigkeit & Energie - Schwerpunkte

Klima & Ressourcen*

- 2020 werden bundesweit ca. 30 Milliarden Euro für energetische Sanierungsmaßnahmen an Wohngebäuden investiert -> Verdreifachung gegenüber heute
- Baustoff Holz gewinnt weiter an Attraktivität, Neubauten mit tragender Konstruktion überwiegend aus Holz von 15 auf 21% (Wohngebäude), von 18 auf 27% (Nichtwohngebäude)
- 2011 waren 5,8 Millionen Ölfeuerungsanlagen und 9,3 Mio Gasfeuerungsanlagen in Betrieb, 19% sind älter als 20 Jahre -> Heizkosteneinsparung von 15% bis 41% durch Modernisierung
- Bestandszunahme von Regenwasseranlagen um 20% bis 2020
- Bis zu 329.000 neue Arbeitsplätze (Green Jobs) können bis 2020 durch Maßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz entstehen, 38.000 im Handwerk
- Begrünung von bundesweit jährlich 8 Millionen m² Dachfläche

Nachhaltigkeit & Energie - Schwerpunkte

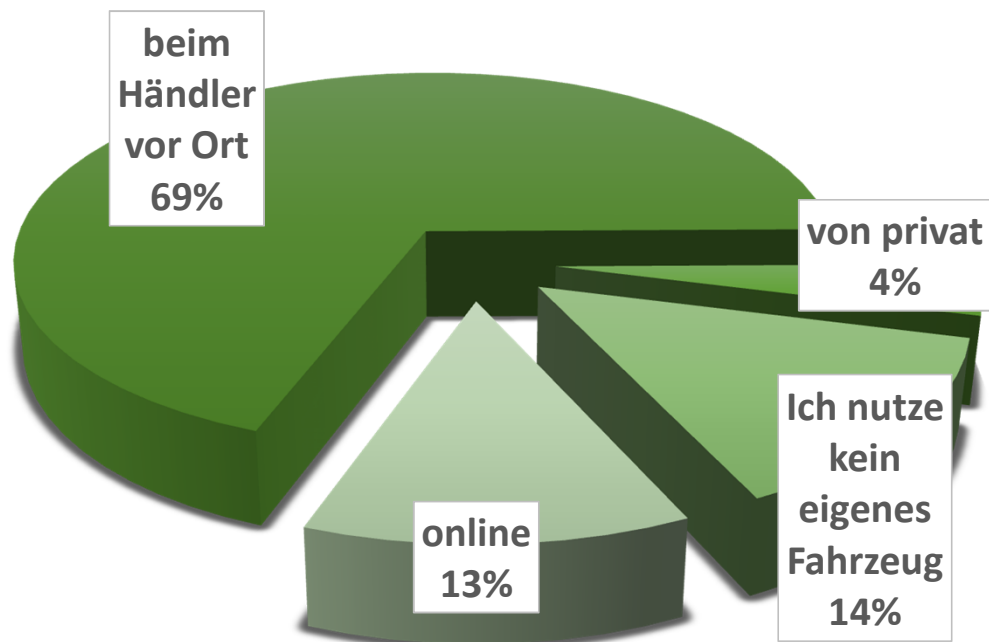
Energie & E-Mobilität*

- Zielsetzung EU-Kommission: 80 % der Haushalte in EU sollen 2020 über intelligente Stromzähler (Smart Meter) verfügen
- Installation von Anlagen zur Abwasserwärmenutzung in Deutschland wenig bekannt und Bestand an Wärmepumpen wird von knapp 400.000 auf ca. 1,5 Millionen in 2030 steigen
- Wachstumsmarkt für kleiner Kraft-Wärme-Kopplungsanlagen (Mini-KWK), von 1,2 Mrd. KWh in 2010 auf 13 Mrd. KWh in 2020
- 900.000 E-Bikes Bestand, 600.000 werden im Jahr 2020 verkauft (jedes 5. Fahrrad)
- Ziel Bundesregierung: Leitmarkt und Leitanbieter für E-Mobilität zu werden (2020 eine Mio. E-Fahrzeuge)
- 2020 sollen bundesweit 950.000 KFZ Ladepunkte zur Verfügung stehen, 800.000 finanziert durch private Inv.
- Marktpotenzial Brennstoffzelle (eigene Autoserien z.B. Toyota, Etablierung/ Vergrößerung Tankstellennetz)

Nachhaltigkeit & Energie - Befragung

Mobilität

Kaufverhalten Kraftfahrzeuge



zukünftige Kriterien der Fahrzeugwahl

• Benzin/ Diesel	56%
• Hybridfahrzeug	15%
• kein eigenes Fahrzeug	13%
• Elektroauto	8%
• Erdgasantrieb/ Brennstoffzelle	6%
• Carsharing	1%

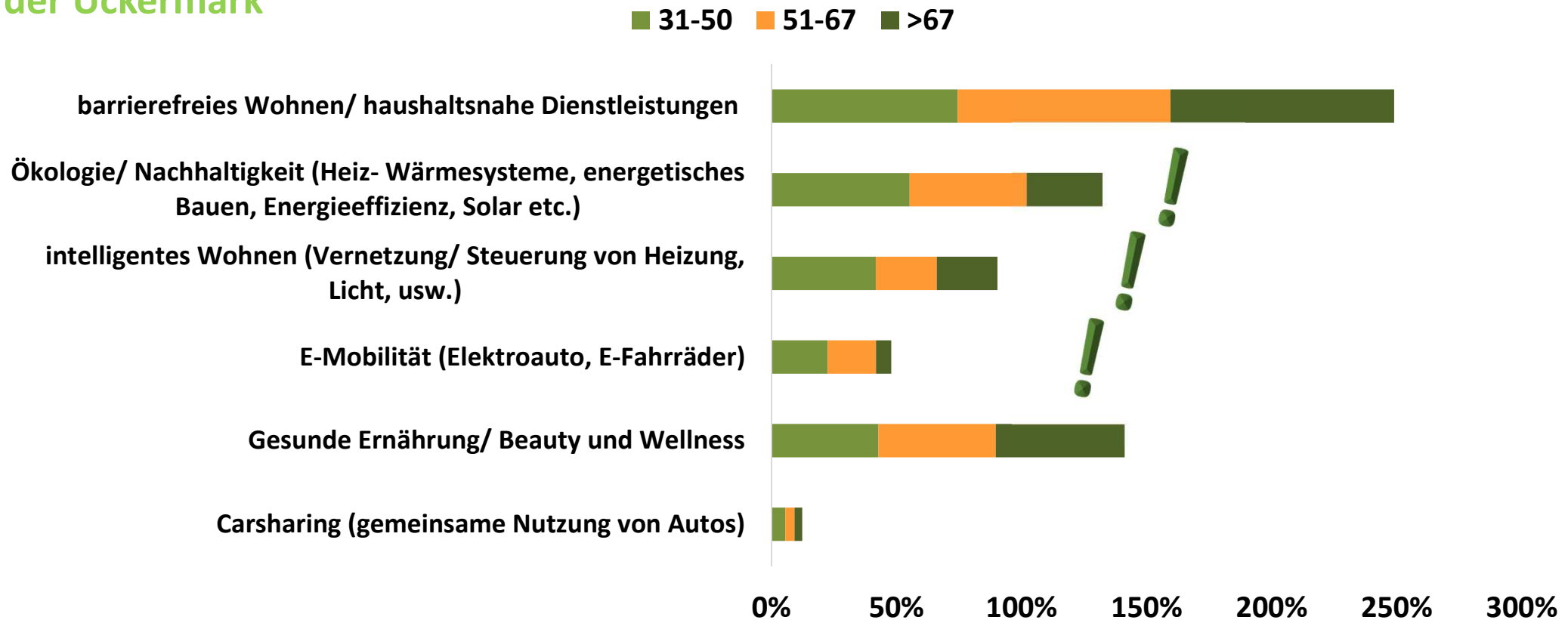
es existiert ein Markt für Elektro-Fahrräder

• bereits vorhanden	5%
• Anschaffung geplant	8%

Nachhaltigkeit & Energie - Befragung

Zukunftstrends

in der Uckermark



Nachhaltigkeit & Energie - Befragung

Gesundheit & Ernährung

Wichtig ist den Verbrauchern (Bäcker)

Geschmack	83%
Preis/ Leistung/ Service	82%
alten regionalen Rezepte	43%
Kennzeichnung Zusatzstoffen/ Geschmacksverstärker	41%
gentechnikfreie Zutaten	33%
Bio-Produkte	23%
glutenfreie und Sonderbackwaren	23%



- Neben Geschmack und Preis-Leistungsverhältnis von Produkten sind dem Kunden die gesundheitsrelevanten Aspekte wichtig
- Daraus erklärt sich auch der Trend zu alten regionalen Rezepten

Nachhaltigkeit & Energie - Handlungsempfehlung

E-Mobilität

- Marktchancen jenseits der Fahrradhändler: Starke Marktdynamik und Wachstumsmarkt Elektrofahrräder (E-Bikes und Pedelecs)
- Prüfung/ gemeinsame Weiterentwicklung bestehender Konzepte für Elektromobilität (z.B. Programm „Internationales Schaufenster der Elektromobilität Berlin-Brandenburg“)
- Kontinuierliche Überprüfung der Marktentwicklung für elektrifizierte Fahrzeuge und der Effektivität der eingesetzten monetären Anreizsysteme
- Kontinuierliche Untersuchung potenzieller neuer Ladelösungen im Fahrzeug- und Batteriebereich
- Gewerkeübergreifende Kooperation Innungen Elektro und KFZ
- Prüfung/ Erarbeitung von eigenen Konzepten für
 - den Ausbau der erforderlichen Ladeinfrastrukturen
 - die Integration der Elektromobilität in (bestehende) Energieversorgungssysteme
 - Aus- und Weiterbildung von Fachkräften

Nachhaltigkeit & Energie - Handlungsempfehlung

Beratung

- Kommunikation sozialer & ökologischer Aspekte von Dienstleistungen/ Produkten zunehmend wichtiger
- Qualifizierung in den Bereichen:
 - Energieeinsparpotenziale und Energieeffizienzmaßnahmen über den gesamten Lebenszyklus
 - Vermittlung von Wissen und Bewusstsein der Tätigkeitsbereiche anderer Gewerke
 - Bewertung energie- und gebäudetechnischer Anlagen
 - Beratungskompetenz zu Wirtschaftlichkeitsrechnungen
 - Beratungskompetenz zu rechtlichen Fragestellungen
 - Fördermöglichkeiten (z.B. KfW-Bank, für Mini-KWK-Anlagen)
- Regelmäßige Prüfung nach Marktchancen für neue Technologien
- Ausbildung/ Weiterbildung zum Energieberater
 - als eigene Zusatzqualifikation (z.B. „Fachkraft für erneuerbare Energien“)
 - in Zusammenarbeit mit zertifizierten neutralen Spezialisten (z.B. www.gih-bv.de)

Nachhaltigkeit & Energie - Handlungsempfehlung

Gesunde Ernährung

- Durch zunehmenden Bewusstseinswandel der Bevölkerung in Richtung gesunde Lebensweise entstehen neue Märkte für Handwerksunternehmen
- Das Bäckerhandwerk nimmt eine tragende Rolle für die gesunde Ernährung in Deutschland ein. Die gesundheitsfördernde Wirkung von Vollkornprodukten ist nachgewiesen und allgemein anerkannt

Ca. 1,2 Millionen Tonnen Brot produziert und verkauft das Bäckerhandwerk bis 2020.

Vollkorn- und Schwarzbrot, Roggenbrot sowie Körner- und Saatenbrot bestimmen schon jetzt zu 32% den Brotkorb der Deutschen*

Trends im Bäckereihandwerk

- zunehmend Sortimentserweiterung bzw. Spezialisierung in Richtung biologischer Produkte
- größtmöglicher Verzicht auf Fertigbackmischung (z.B. „slow food“ Siegel)
- Vollkornprodukte (Mineral- und Ballaststoffe, Vitamine)
- keine GVO / GMO (gentechnikfrei)

Gliederung

Hintergrund

Zentrale Handlungsfelder

Personalarbeit

Nachhaltigkeit & Energie

Kundenansprache

Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort

Netzwerk & Innovationen

Kundenansprache & -anspruch - Schwerpunkte

Potenzial älterer
Mitarbeiter

Ansprache
Zielgruppen

Service und
Beratung

Multimediale
Werbemaßnahmen

Kundenansprache & -anspruch - Befragung

Wichtige Faktoren bei der Auftragsrealisierung **Kunde** / **Handwerker** im Vergleich

	Kunden	Unternehmer
gute fachliche Ausführung	84%	94%
Einhaltung von Kostenvoranschlägen	66%	40%
Beratung und Betreuung	54%	64%
termingerechte Auftragsabwicklung	53%	53%
Unternehmen kommt aus der Region	34%	8%
guter Ruf und Bekanntheitsgrad	22%	42%
soziale/ökologische Standards	12%	0%
Dienstleistungen aus einer Hand	8%	0%

Neben dem Anspruch an

- Qualität
- Kostensicherheit
- Termintreue
- Beratung und Betreuung

legen Kunden verstärkt Wert auf **regionale Herkunft**

Kundenansprache & -anspruch - Befragung

Zufriedenheit & Wünsche Verbraucher

Anforderungen an Serviceleistungen



Zufriedenheit mit handwerklichen Dienstleistungen

- hohe Zufriedenheit bei in Anspruch genommenen Handwerksleistungen (der letzten 2 Jahre, 96- 98%)

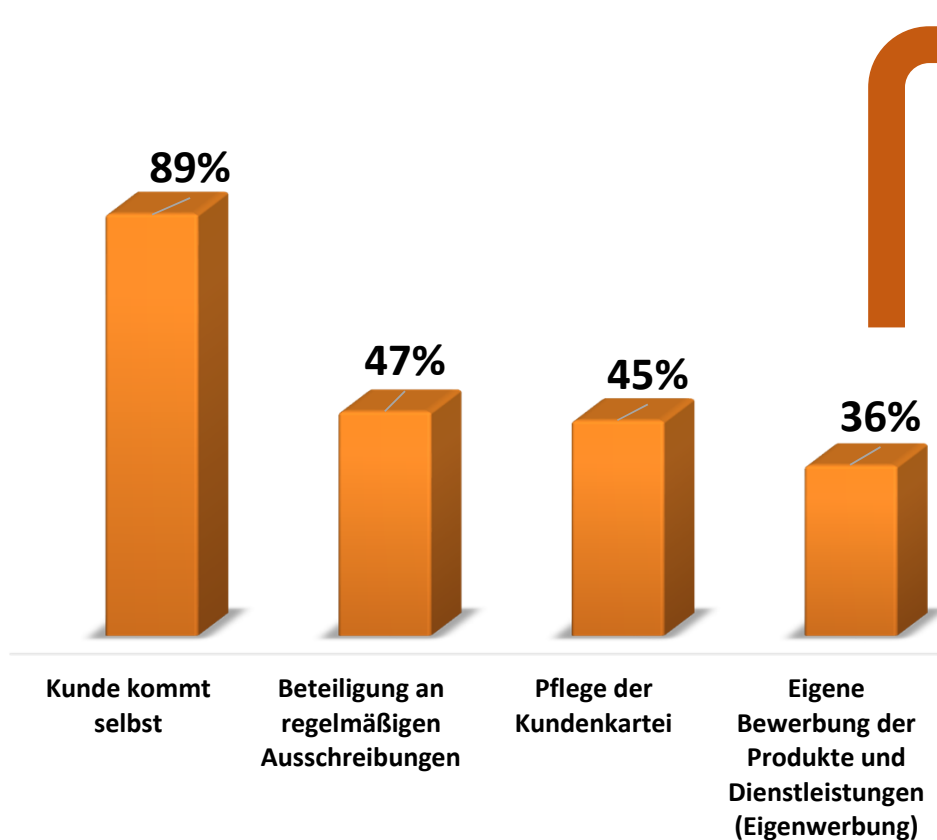
Gründe für Unzufriedenheit (Einzelnennungen kategorisiert)

- Kostenvoranschlag nicht eingehalten
- Terminuntreue
- geringer Service/ wenig Kundenfreundlichkeit
- mangelhafte Qualität der Ausführungen
- lange Wartezeiten auf Termine
- keine Erreichbarkeit

Kundenansprache & -anspruch - Befragung

Auftragsakquise

aus Unternehmersicht



Formen der Eigenwerbung

Werbemittel

- Anzeigen, Prospekte, Flyer, Zeitung, Firmenfahrzeug eigene Website

Kontakte

- Kontakte zu Stammkunden
- Empfehlung durch zufriedene Kunden

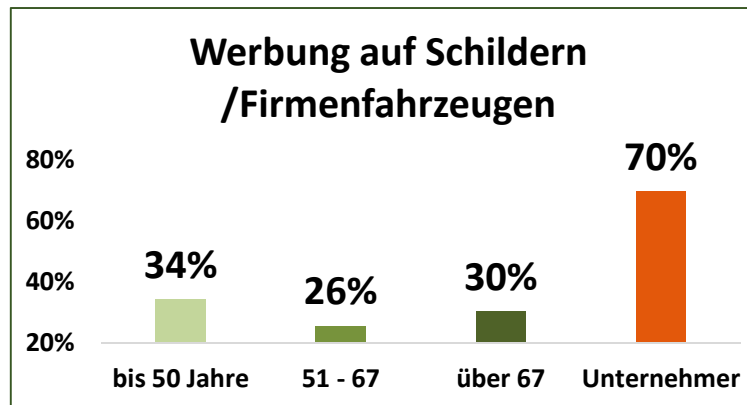
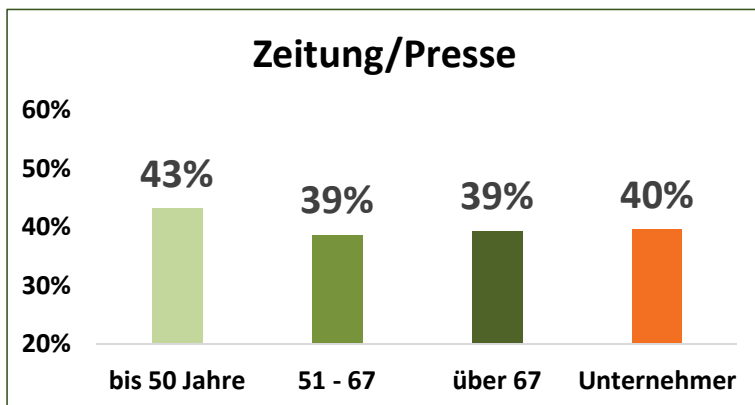
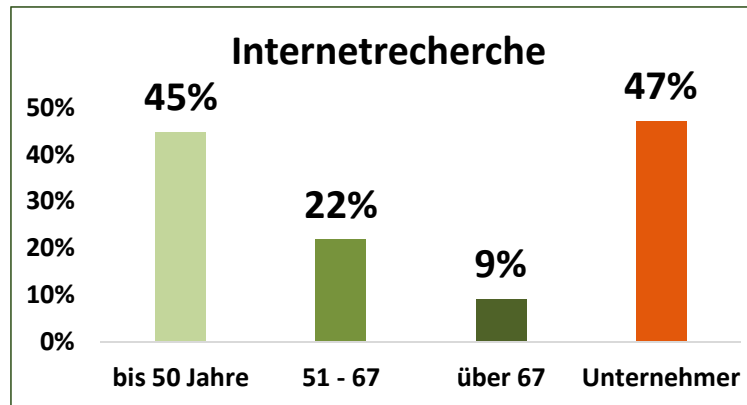
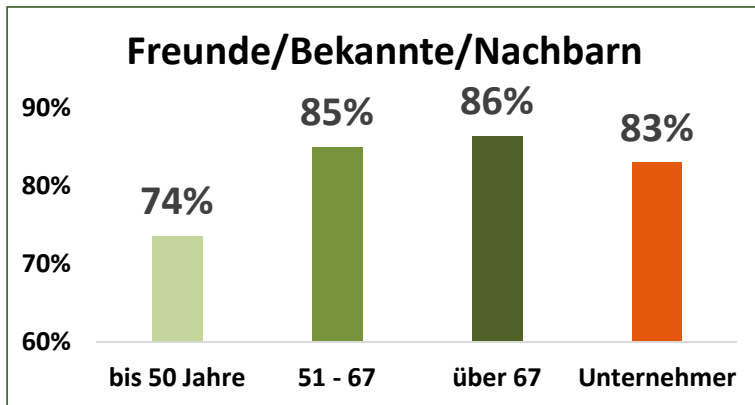
Selbstverständnis

- lange, gute Arbeit am Markt, korrekte Auftragsabwicklung
- Meisterbetrieb

Bei der Auftragsakquise im Privatbereich gehen ca. **90%** der Unternehmen davon aus, dass der „Kunde zu ihnen kommt“, nur **36%** setzen (auch) auf Eigenwerbung.

Kundenansprache & -anspruch - Befragung

Die Kunden erfahren von Produkten und Dienstleistungen durch.....



- Handwerkliche DL werden hauptsächlich durch Freunde und Bekannte empfohlen
- Das Internet ist auf dem Vormarsch und hat noch deutlich Potential bei Kunden und Unternehmen
- Die Rolle von Sichtwerbung wird von Kunden und Unternehmen gegensätzlich eingeschätzt

Kundenansprache & -anspruch - Handlungsempfehlung

Wichtige Zielgruppen bei der Ansprache klar segmentieren

- I Familiengründer - vorwiegend Neubau, Ausbau, Investition
- II Ältere ohne Beeinträchtigungen - planvolle Umorientierung, Kinder aus dem Haus
- III Ältere mit Beeinträchtigungen - Lösungen für ein längeres selbstbestimmtes Leben

Ältere für Ältere

- Leistungen müssen zukünftig mit im Durchschnitt älteren Mitarbeiter/innen erbracht werden
- Erfahrungswissen und Problemlösungsfähigkeit älterer Mitarbeiter nutzen
- Kommunizieren auf gleicher Sozialebene mit älteren Kunden – Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Nähe zu ihren Bedürfnissen
- Anreichern/Ändern des Tätigkeitsprofils Älterer für Kundendienst und Beratung
Erwerb von Zusatzqualifikationen (Energieberatung, barrierefreies Wohnen)

Kundenansprache & -anspruch - Handlungsempfehlung

Service und Beratung neu definieren

- **Proaktive** Kundenansprache versus „Kunde kommt von selbst“
- Handwerker als **individueller, bedürfnisorientierter, problemlösender** Berater mit **differenzierter** Produkt- und Leistungspalette (vor allem für ältere Menschen)
- **Beratungskonzepte** zunehmend als „eigenständige Leistung“ ausbauen
- **Die Herausforderung ist der anspruchsvolle, kritische, preisbewusste Kunde – Die Annäherung in der Kundenkommunikation kann sein:**
 - umfassende Informationen, die herkömmliche Produkte und neue Technologien/Dienstleistungen verständlich mit Bezug auf Zielgruppen vermitteln
 - Argumentationen, die den persönlichen, ökologischen und finanziellen Mehrwert aufzeigen und Umsetzungshilfen (Fördermöglichkeiten) beinhalten
 - Servicepakete XXL vorhalten: Handwerker kümmert sich komplett um alle Seiten der Auftragsrealisierung „Agentur aus einer Hand“ – insbesondere für den älteren Kunden

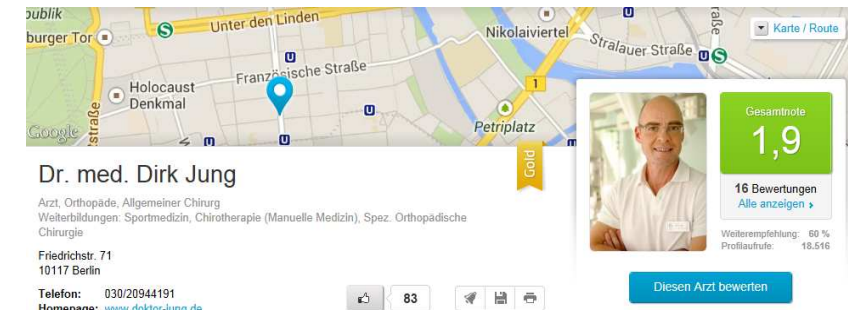
Kundenansprache & -anspruch - Handlungsempfehlung

Potenzial der Werbung

- Bewährt: Handwerk wirbt mit dem Begriff des Handwerks und Meisterbetriebs für seine Qualität setzt vorrangig auf Weiterempfehlung und favorisiert Beschriftung von Firmenfahrzeugen
- Potential: Ausbau der Nutzung von Online-Kanälen für die Werbung
 - Werbung mit dem eigenen Internetauftritt auch bei kleinen Unternehmen
 - Präsentation in Branchenportalen des Handwerks
 - E-Mailmarketing (Kontakt zum Kunden halten, E-Mail Newsletter), soziale Netzwerke und Werbebanner auf regionalen Seiten

Portal zur Selbstdarstellung der Handwerker

- Diskussion Portal für Mitglieder Kreishandwerkerschaft versus alle Handwerker der UM
- Inhalte: Profil und Qualifikation des Handwerkers, Leistungen, Zeiten für telefonische Kontaktaufnahme, ausbaufähig hin zur Buchung, Zeiten VorOrt-Beratung, Möglichkeit der Bewertung prüfen



Beispiel Ärzteportale

Gliederung



Hintergrund

Zentrale Handlungsfelder

Personalarbeit

Nachhaltigkeit & Energie

Kundenansprache

Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort

Netzwerk & Innovationen

Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort - Schwerpunkte



Anpassung
Wohnbedürfnisse

Technik und Hilfen
im Alltag

Zielgruppengerechte
Serviceorientierung

Mobilität im
ländlichen Raum

- generationenübergreifende Aspekte/
Nachfrage besonders von Älteren mit
wachsenden Einschränkungen
- Barrierefreiheit ist Komfort, Ausgleich und
Gewinn an Lebensqualität (Defizitansprache
vermeiden)
- Erwartungshaltung an „Rund-um Service“
nimmt im Alter zu, Wunsch nach Abgabe und
Delegierung aller mit der Handwerksleistung
verbundenen Vor-Haupt-Nacharbeit

Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort - Befragung

Zukunftstrends im Vergleich

aus Verbrauchersicht

Barrierefreies Wohnen und
haushaltsnahe Dienstleistungen für
ein selbstbestimmtes Leben

81%

Ökologie/Nachhaltigkeit (Heiz- und
Wärmesysteme, energetisches
Bauen, Energieeffizienz)

47%

Gesunde Ernährung
Beauty und Wellness

45%

aus Unternehmersicht

Barrierefreies Wohnen und
haushaltsnahe Dienstleistungen für
ein selbstbestimmtes Leben

72%

Ökologie/Nachhaltigkeit (Heiz- und
Wärmesysteme, energetisches
Bauen, Energieeffizienz)

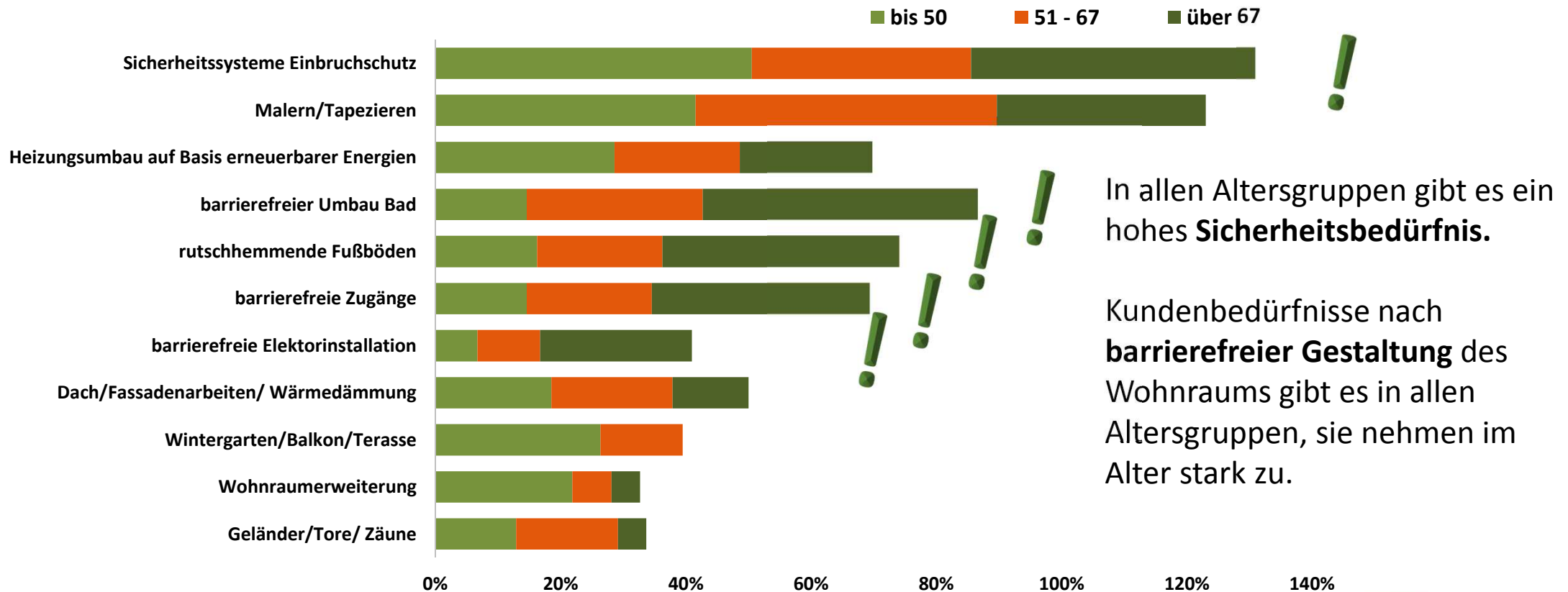
75%

Gesunde Ernährung
Beauty und Wellness

36%

Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort - Befragung

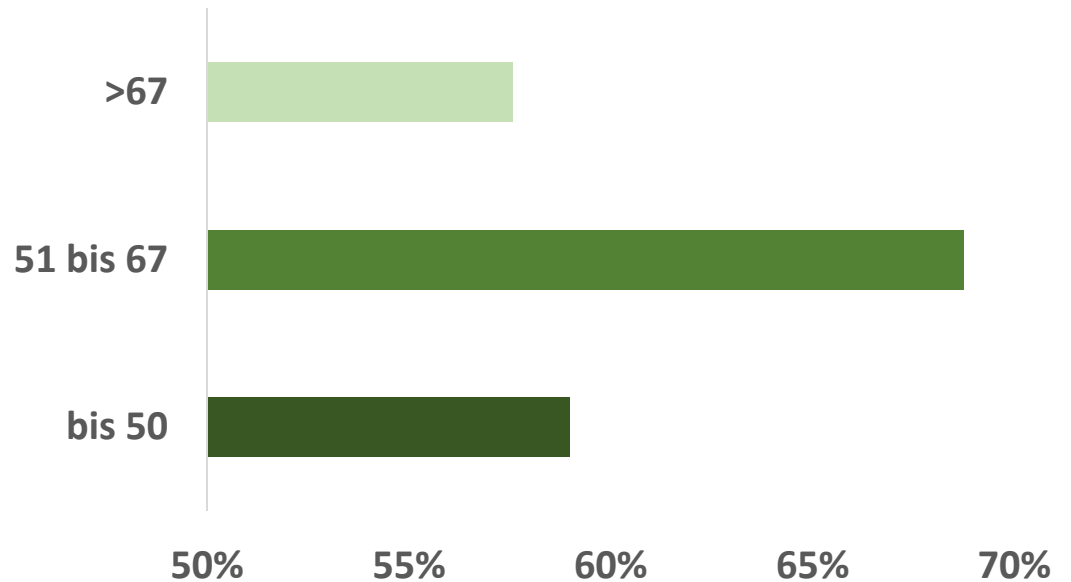
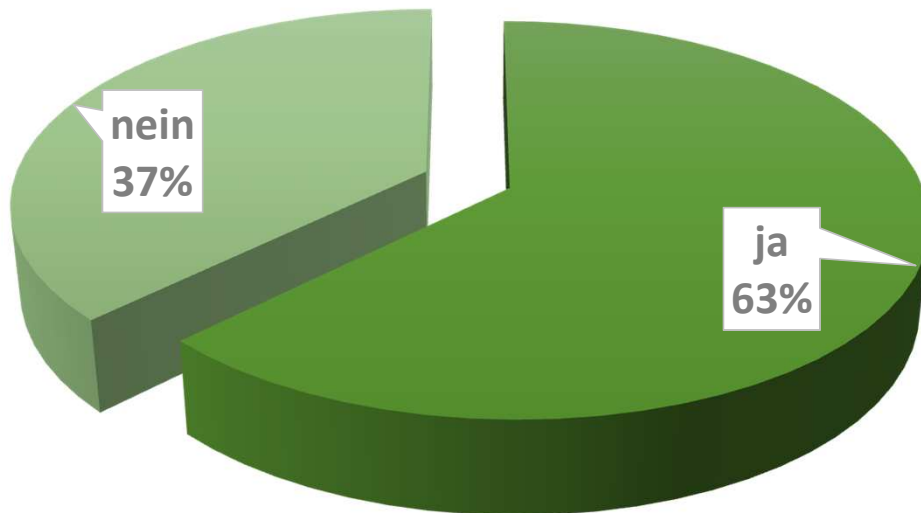
Verbraucherwünsche bezogen auf ihre Wohnsituation



Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort - Befragung

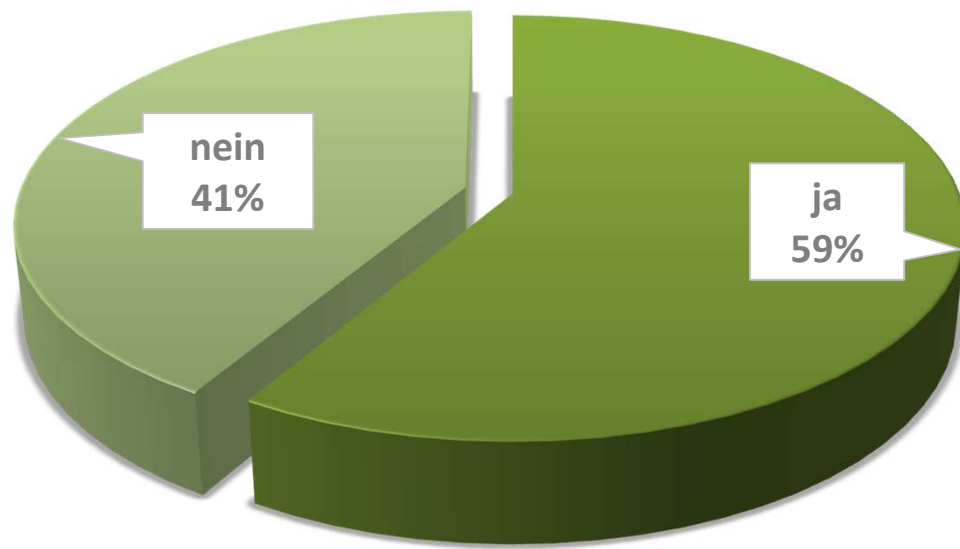
Bilden die Verbraucher Rücklagen?

„Ja“, nach Altersgruppen:

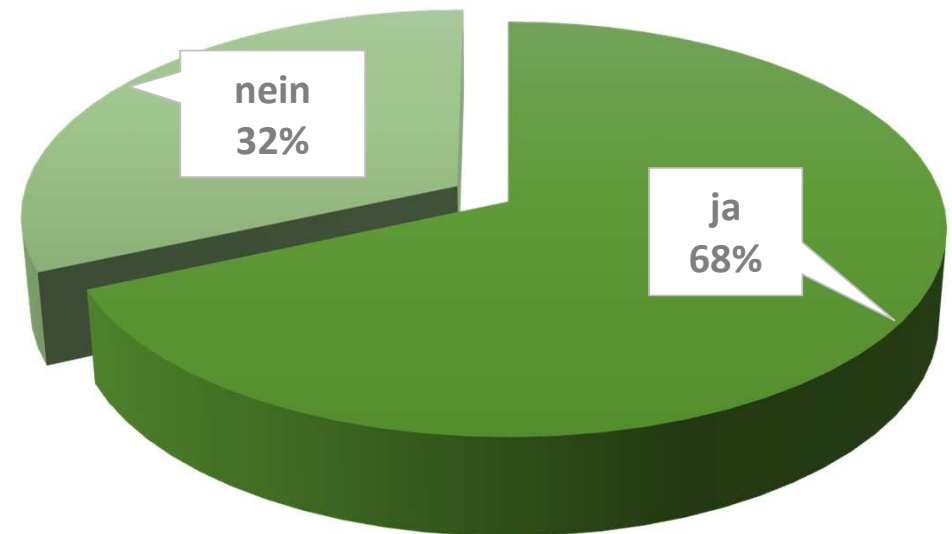


Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort - Befragung

Bekanntheit Förderprogramme
Bauen/ Wohnen



davon Haus- und Wohnungseigentümer



Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort - Handlungsempfehlung

Wachsende Nachfrage nach unterstützender Technik und Hilfen im Alltag

- vielfältige Sicherheitsbedürfnisse durch entsprechende Angebote nachkommen:
AAL (Ambient Assisting Living) und **Smart Home** - elektronische und vernetzte Assistenzsysteme
 - **Haushalt und Versorgung:** z.B. programmierbare Schalter,
 - **Sicherheit und Privatsphäre:** z.B. zentrale Steuerung für Licht und Heizung,
 - **Kommunikation und soziales Umfeld:** z.B. Steuerung von Radio, TV, Telefon,
 - **Gesundheit und Pflege:** medizinische Informationssysteme

Mobilität (mit Pkw) lange erhalten

- Beratung zu seniorengerechten Autos (ADAC-Tests), Empfehlung von Fahrassistenzsystemen (Rundumkamera, Nachtsichtgeräte, Einstiegshilfen, automatischer Türöffner/schließer)
- Behindertengerechter Umbau von PKWs (Beratung zu Fördermöglichkeiten)
- Serviceangebote (Hol- und Bringedienst)

Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort - Handlungsempfehlung



Leistungen mit hoher Serviceorientierung insbesondere für ältere Menschen

- Zusammenschluss von Handwerksbetrieben verschiedener Branchen zu „Aus-einer-Hand-Agenturen“, Kunde hat nur einen Ansprechpartner und eine Rechnung (z.B. „der Gesundheitsdienstleister“ – ein Projekt der Niederlausitzer Kreishandwerkerschaft Finsterwalde)
- Prüfung auf Spezialisierung und Absprache einzelner Handwerksbetriebe zu Experten für barrierefreies Bauen und Wohnen
- Erwerb von Zusatzqualifikationen, z.B.:
 - „DIN-geprüfte Fachkräfte für barrierefreies Bauen“ - DIN Zertifizierung 18040 (bisher 18024 und 18025)
 - „Gebäudesystemintegrator“ und „Fachbetrieb für senioren- und behindertengerechte Elektrotechnik“ – GGT Deutsche Gesellschaft für Gerontotechnik mbH
- Veränderter Außenauftritt mit neuen Markenzeichen und Logo (z.B. „Generationenfreundlicher Betrieb– Service und Komfort“, www.generationsfreundlicher-betrieb.de)

Gliederung



Hintergrund

Zentrale Handlungsfelder

Personalarbeit

Nachhaltigkeit & Energie

Kundenansprache

Selbstbestimmte Lebensführung & Komfort

Netzwerk & Innovationen

Netzwerk & Innovationen - Schwerpunkte



Internet & digitalen Medien

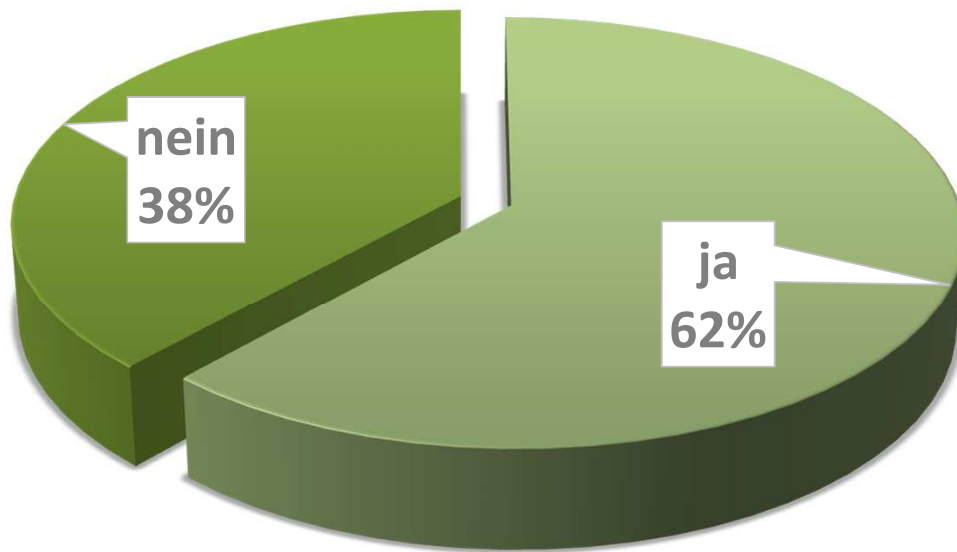
- „Generation Internet“ wird zunehmend zu den Senioren von morgen
- Neuausrichtung und Entstehung von handwerksrelevanten Portalen & Anwendungen
 - z.B. Zusammenschluss von MyHammer.de und Handwerkerfinden.com
- ab Juli 2016 öffentliche Ausschreibungen **ausschließlich** online
 - Elektronische-Vergabe-Lösungen reichen von Vergabeportal bis Vergabemanagement-System
 - z.B. werden Smartphone-Apps für öffentliche Auftragsvergabe bereits entwickelt

Technische Innovationen

- neue Systeme für Barrierefreiheit & Sicherheitstechnik
- Vormarsch grüner Technologien, z.B. E-Mobilität
- 3D-Druck als Systemtechnologie wird eine Vielzahl bisherige Produktionsweisen grundlegend verändern

Netzwerk & Innovationen - Befragung

Wunsch nach zentralem Ansprechpartner

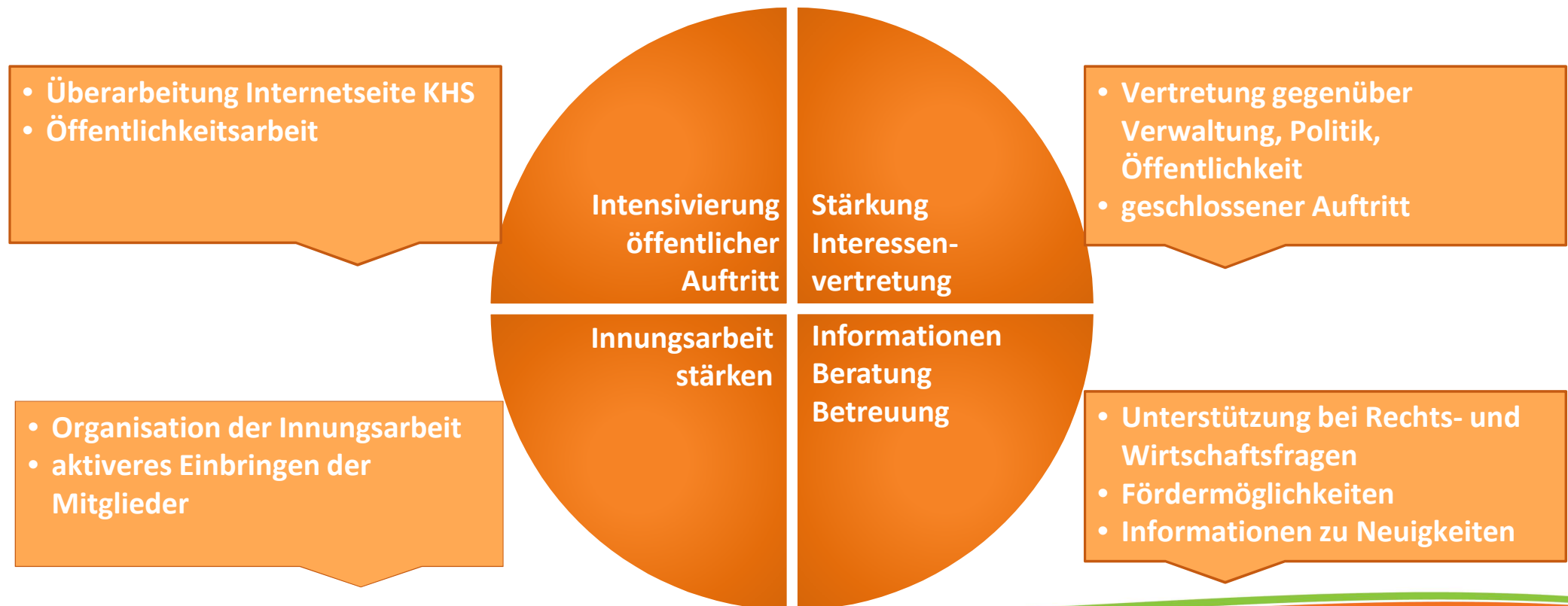


Auftragslage und Netzwerke

- Momentane Auftrags- bzw. Umsatzlage:
 - weniger gut 11 %
 - gut 70 %
 - sehr gut 19%
- Ein Großteil der Handwerker beziehen Ihre Aufträge aus dem öffentlichen Bereich
- 57 % arbeiten bei Angebotserstellung/ Auftragserfüllung mit anderen Unternehmen zusammen

Netzwerk & Innovationen - Befragung

Erwartungen der Unternehmer an die Kreishandwerkerschaft



Netzwerk & Innovationen - Handlungsempfehlung

Information, Beratung, Betreuung

- **Regelmäßiger Austausch zu Themen der selbstbestimmten Lebensführung & Komfort und Nachhaltigkeit und Energie:**
 - Finanzierungsmöglichkeiten zusammen mit Banken & Sparkassen (z.B. Abtretungen), Krankenkassen, Pflegekassen, Finanzberater, Vermieter etc. erarbeiten
 - Informationsaustausch zu aktuellen Systemen für Barrierefreiheit & Sicherheit, DIN-Normen zu barrierefreiem Bauen & Wohnen und Sonderzertifikaten
- **Dabei muss die Regelmäßigkeit gewährleistet werden durch z.B.:**
 - eigene Rubrik auf den jeweiligen Veranstaltungen der KHS/ Innungen
 - gemeinsame wiederkehrende Veranstaltungen mit den jeweiligen Institutionen
- **Clustermanagement vorantreiben**
 - Begriff: Netzwerk von Produzenten, Zulieferern, Forschungseinrichtungen, Handwerkern etc. mit gemeinsamer Austauschbeziehung entlang einer Wertschöpfungskette
 - Erweiterung Mitglieder & Branchen/ Innungen hierzu vor demografischen Hintergrund sinnvoll (z.B. Gesundheitsbranche, Glaser etc.)

Netzwerk & Innovationen - Handlungsempfehlung

Intensivierung öffentlicher Auftritt/ Innungsarbeit stärken

- Realisierung in verschiedenen Stufen vorstellbar:
 - **Stufe 1: Überarbeitung der Internetseite der KHS**
 - Aktualisierung und Überarbeitung Informationen und Layout
 - kundenfreundliche Gestaltung (siehe Abschnitt Kundenansprache & -anspruch)
 - **Stufe 2: Etablierung zentraler Ansprechpartner**
 - Service aus einer Hand & Ansprechpartner für **alle** Kundenbelange und Wünsche
 - Vermittler bei Fachfragen
 - gewerkeübergreifende Einbindung mehrerer Handwerker
 - Sicherstellung der fairen Auftragsvergabe
 - gezielte Öffentlichkeitsarbeit am Kunden
 - **Stufe 3: Etablierung von Beratungsstationen in Ortschaften**
 - temporärer Punkte für Beratung, Informationen und Auftragsvermittlung
 - z.B. für 2h einmal wöchentlich, auch mobil vorstellbar

Netzwerk & Innovationen - Handlungsempfehlung

Regionalpolitik in Zusammenarbeit mit KHS/ Handwerkern

- Einbeziehung der Handwerker in die Leitbildentwicklung/ Profilbildung des Landkreises
- Abstimmung von Kommunen/Landkreis und Einbeziehung der KHS/ Handwerker in regionale Elektronische-Vergabe Lösungen der öffentlichen Aufträge (Pflicht ab 01. Juli 2016)
- Grundsätzliche und schnelle uckermarkweite Internetanbindung aller Regionen
- Gründungsförderung und Unterstützung bei Unternehmensnachfolgelösungen
- Unterstützung bei der Fachkräftewerbung für die Region
- Verbesserung Attraktivität des Umfeldes

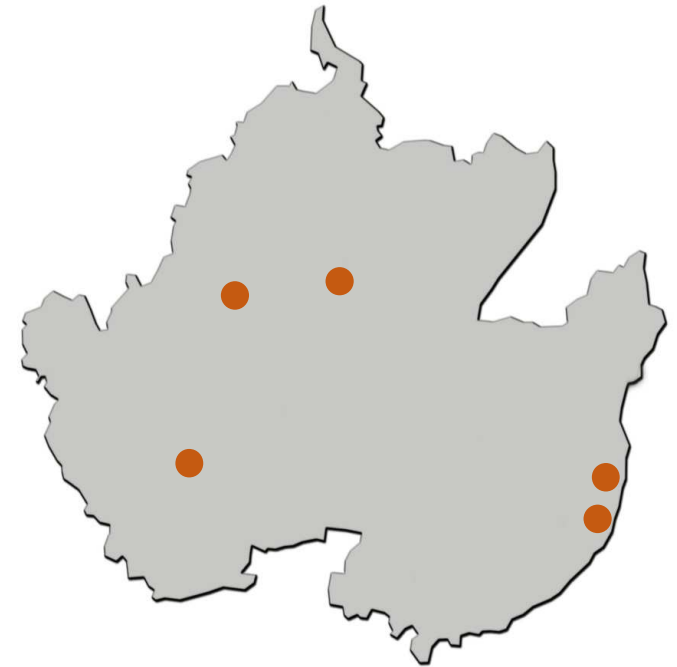
Zusammenfassung



- **Alternative Wege** und **neue Zielgruppen** bei der Frage nach **Fachkräften** und **Unternehmensnachfolge** sind notwendig
- **Verändernde Märkte, Fachkräftemangel** und eine zunehmende **Technisierung** gesellschaftlicher Prozesse aller Bereiche erfordern bewusstes **Wissensmanagement**
- Im Bereich Nachhaltigkeit & Energie ist mit einem Marktwachstum besonders in den Bereichen **Mobilität** und **Wohnen und Bauen** zu rechnen sowie die zunehmende Beachtung **sozialer & ökologischer Aspekte**
- Die **älter werdende Gesellschaft** erfordert eine **altersgerechte Kundenansprache** und bringt Marktwachstum im Bereich **barrierefreies Wohnen** und **altersgerechter Unterstützungssysteme**
- Nutzung des **Internets** gewinnt an Wichtigkeit für **Marktzugänge** und **Kundenansprache**
- **Politik** muss Handwerk in einer Vielzahl von **Prozessen** beteiligen und günstige **Rahmenbedingungen** setzen

Team

- Antje Brüning, Ingenieur-Ökonom für Bauwesen
- Klaus Zschiesche, Ingenieur für Brandschutz
- Monika Lademann, Diplom-Betriebswirt FH
- Steffen Sarodnik, Diplom-Ingenieur Maschinenbau
- Uwe Engel, Diplom-Wirtschaftswissenschaftler



Quellenverzeichnis



Autorenkollektiv Prognos AG (Hg.): Zukunft kommt von Können - Zukunftstrends im deutschen Handwerk; Berlin 23.01.2013

Fachinger, Uwe Prof. Dr., Universität Vechta, Hellen Koch, M.A., Universität Vechta, Univ.-Prof. Dr. Klaus-Dirk Henke, Technische Universität Berlin, Dipl.-Ing. Sabine Troppens, Technische Universität Berlin, Dr. Grit Braeseke, IEGUS, Meiko Merda, M.A., IEGUS:

Ökonomische Potenziale altersgerechter Assistenzsysteme Ergebnisse der „Studie zu Ökonomischen Potenzialen und neuartigen Geschäftsmodellen im Bereich Altersgerechte Assistenzsysteme“, Forschungsprojekt im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF). Universität Vechta, Institut für Gerontologie, Fachgebiet Ökonomie und Demographischer Wandel (Hg.). Vechta 2012

Holler, Thorsten, VC-Magazin: MyHammer – Über den Investor zum Imagewandel, Berlin Juli/ August 2013

Nationale Plattform Elektromobilität (NPE): Fortschrittsbericht der Nationalen Plattform Elektromobilität (Dritter Bericht), Berlin Mai 2012

Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg Ref. Clusterpolitik, regionale Wirtschaftspolitik: Handwerk ins Cluster Handlungsempfehlungen für Clustermanagement und Handwerk, Stuttgart Juli 2013

Müller, Dr. Klaus: Die Bedeutung von KMU – spezielle von Handwerksunternehmen – in ländlichen Räumen und kleinen Städten, Duderstadt 10. Mai 2012

Pingler, Carmen (WHKT), Birgit Weber (A.U.G.E Institut), Prof. Dr. Lutz Packebusch (IAP), Dr. Stefan Rensch (Die Lichtung), Westdeutscher Handwerkskammertag (Hrsg.): Fit für 2025, Herausforderungen des demografischen Wandels meistern, Handlungsempfehlungen für Betriebe des Handwerks, beim Kunden vor Ort

Quellenverzeichnis



Spaderna-Klein, Dr. Heike: Chancen & Herausforderungen der demografischen Entwicklung, Reutlingen Oktober 2009

Teves, Nicolaus: Marktchancen für Handwerksunternehmen in der älter werdenden Gesellschaft, ein Leitfaden für Handwerksunternehmen zum Umgang mit dem demografischen Wandel; Mannheim 2007

Wolf, Maximilian, Ludwig-Fröhler-Institut – Forschungsinstitut im deutschen Handwerksinstitut: Arbeitszufriedenheit und Mitarbeiterbindung im Handwerk; 2012

Zentralverband des deutschen Handwerks, Abteilung Wirtschafts- und Umweltpolitik (Hrsg.): Bedeutung von Werbemaßnahmen in Handwerksbetrieben. Ergebnisse einer Umfrage bei Handwerksunternehmen im 3.Quartal 2012; Berlin 2013

Zentralverband des deutschen Handwerks, ZDH-Planungsgruppe Beirat „Unternehmensführung im Handwerk“ (Hrsg.): Qualitätsoffensive Handwerk Qualifizierte Betriebe – Zufriedene Kunden; Berlin Dezember 2007

Quellenverzeichnis



http://nl-kreishandwerkerschaft.de/Fit_2.pdf; Stand: 24.01.2014

<http://serviceportal-zuhause-im-alter.de/marktchancen.html>; Stand: 21.01.2014

<http://hwk-berlin.de/beratung/umwelt-innovationen/maerkte-im-wandel.html>; Stand: 24.01.2014

<http://aachener-zeitung.de/news/hochschule/handwerk-wirbt-um-studienabbrecher-1.743339>; Stand: 24.01.2014

<http://zdh.de/themen/gewerbefoerderung/generationenfreundlich.html>; Stand: 22.01.14

<http://ifh.wiwi.uni-goettingen.de/inhalt/der-demografische-wandel-veraendert-auch-das-handwerk-nachfragepotenziale-und-absatzchancen-de>; Stand: 24.01.1014

http://demografiekongress.de/download/keynote_workshops/Forum%20_Handwerk.pdf: Handwerk – die Wirtschaftsmacht von nebenan: Sieht sie bald alt aus?; Stand: 24.01.2014

http://startup-in-bayern.de/fileadmin/startup/Bilder/Publikationen/Marketing_fuer_Handwerksbetriebe.pdf; Stand: 24.01.2014

http://www.dstgb-vis.de/dstgb_vis/E-Vergabe/Umstellung%20r%C3%BCckt%20n%C3%A4her%20-%20ab%20Mitte%202016%20E-Vergabe%20verpflichtend/; Stand: 18.01.2014