

Pressemitteilung:

Handwerk 4.0 lässt trotz guter Rahmenbedingungen auf sich warten

München, 11. Mai 2015 – Erst einzelne Handwerksbetriebe bereiten sich auf die digitale Revolution der Betriebsabläufe vor. Kooperation und eigene Ausbildung fungieren als Erfolgstreiber bei der Einführung neuer Verfahren zur Betriebsführung und Vertriebsunterstützung. Manufactum 2015 zeigt den Stand und zielführende Maßnahmen für Handwerksbetriebe auf.

Die vierte Ausgabe der Handwerks-Studie „Manufactum“ zeigt erneut eine positive Zukunftseinschätzung im Handwerk: Für die 2015er Studie haben sich 718 Geschäftsführer und Meister an dem umfassenden Betriebsvergleich deutscher Handwerksbetriebe beteiligt und bestätigen sowohl die positive Geschäftssituation als auch eine überwiegend gute Profitabilität ihrer Aufträge. Die detaillierten Ergebnisse der von ServiceBarometer AG im Auftrag der Adolf Würth GmbH und Co. KG erhobenen Studie weisen jedoch auch auf zukünftige Herausforderungen hin: Ausgehend von dem speziell für Manufactum entwickelten Business Excellence-Modell für das Handwerk standen in der aktuellen Ausgabe die Voraussetzungen und das Ausmaß von digitalen Lösungen sowie die Erfolgsfaktoren für eine Onlineunterstützung im Mittelpunkt.

Aus den Ergebnissen lassen sich Kennzahlen ableiten, die als interne Voraussetzungen für systematische digitale Veränderungen interpretiert werden können. So gaben 23 Prozent der Befragten an, dass sie über einen Businessplan verfügen, bei sieben Prozent ist dieser in Vorbereitung. Weiter verfügen 20 Prozent über einen eigenen Personalverantwortlichen, der vorrangig für die erfolgskritische Rahmenbedingung Personalentwicklung zuständig ist, und bei 74 Prozent finden regelmäßig Gespräche zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern über deren Arbeitsleistung statt.

Der aktuelle Einsatz digitaler Lösungen konzentriert sich stark auf den Internetauftritt: 81 Prozent verfügen über einen eigenen Internetauftritt (plus zwei Prozent zur letzten Erhebung im Jahr 2011), zwei Prozent sind einzig über Kooperationen im Internet vertreten und bei 17 Prozent ist die eigene Homepage im Aufbau. Beim eigenen Internetauftritt stehen die Referenzen in Form von Lösungen, Kunden oder Spezialaufgaben im Vordergrund (85 Prozent). Eine erweiterte Funktionalität z. B. zum Download von

Prospekten oder einen virtuellen Ausstellungsraum nutzen über ein Viertel der Betriebe. Dagegen stellen ein Produktkonfigurator oder ein eigener Onlineshop im Handwerk noch die Ausnahme dar. Eine beachtliche Steigerung ist dagegen bei der Nutzung sozialer Medien für geschäftliche Zwecke (26 Prozent, plus 19 Prozentpunkte zu 2011) sowie beim Eintrag des Betriebs in digitalen Landkarten (plus elf Prozentpunkte zu 2011) zu verzeichnen.

Bei den Kontakten zu Lieferanten stehen die traditionellen Formen „schriftliche Unterlagen“ bei 93 Prozent und die „Betreuungsqualität des Vertriebs“ bei 89 Prozent in der Wichtigkeit mit großem Abstand vor Onlinekontakten. Einzig die Bestellung von Materialien oder Werkzeugen per Internet erzielt mit 62 Prozent eine höhere Bedeutung bei der Lieferantenauswahl, während Click and Collect-Systeme sowie eine App für die Bestellung von unterwegs oder zur Orderverwaltung (jeweils 27 Prozent) für die Handwerksbetriebe derzeit noch weniger wichtig sind.

Ziel von Manufactum ist es, nicht nur die Erfolgsvoraussetzungen im Handwerk im Zeitablauf zu verfolgen, sondern ebenso die Erfolgsfaktoren herauszuarbeiten. „Anhand betrieblicher Erfolgskennzahlen wie Geschäftssituation, Profitabilität und Beschäftigtenentwicklung wurden hierzu die zehn Prozent besonders erfolgreichen Betriebe identifiziert“ erläutert Frank Dornach als Studienleiter den Kern der Studie. Seiner Ansicht nach lassen sich für eine erfolgreiche Veränderung im Sinne der digitalen Revolution des Handwerks aus den Studienergebnissen besonders zwei Themen ableiten:

Zum einen sind 65 Prozent aller teilnehmenden Betriebe der Ansicht, dass Partnerschaften sowie Kooperationen mit anderen Handwerksbetrieben zum Unternehmenserfolg beitragen. Zwar bieten 29 Prozent den Kunden mittlerweile ein Gesamtangebot aus unterschiedlichen Bereichen im Sinne von „alles aus einer Hand“. Bei den in der Studie 2015 identifizierten Top-10 %-Betrieben liegt der Wert bei 43 Prozent. Die Darstellung mehrerer Gewerke – in Eigenregie oder über Kooperation – verlangt bereits wegen der höheren Komplexität nach digitaler Unterstützung, z. B. zur Kalkulationssicherheit, Visualisierung des Ergebnisses, Koordination der Materialbestellung auf der Baustelle oder Terminabstimmung. „Darüber hinaus wird die digitale Vernetzung mit anderen Betrieben wichtiger, weil jeder fünfte Befragte angab, dass sich durch das Internet sein Einzugsgebiet in den letzten zwei Jahren erweitert hat“, betont Frank Dornach.

Zum anderen sind auch die Formen der Mitarbeitergewinnung, -ausbildung und -führung als zentrale Erfolgsfaktoren auszumachen, um sich auf die digitale Zukunft vorzubereiten. So vertreten 87 Prozent der Teilnehmer die Ansicht, dass sich die Mitarbeiter überdurchschnittlich für den Unternehmenserfolg einsetzen und 79 Prozent fordern ihre Mitarbeiter regelmäßig dazu auf, Verbesserungsvorschläge zu machen. Speziell der Spitzenwert von 91 Prozent bei den Top-10 %-Betrieben macht die Erfolgsauswirkungen dieses Faktors deutlich.

Während wie bislang die Weiterempfehlung bei der Fachkräftegewinnung (64 Prozent der Betriebe) und die eigene Ausbildung (60 Prozent) an oberster Stelle stehen, werden von Handwerksbetrieben mittlerweile auch digitale Unterstützungen in der Personalarbeit vorgesehen: 37 Prozent nutzen eine Stellenausschreibung im Internet und 13 Prozent Social Media-Plattformen zur Mitarbeitergewinnung. Auch setzt jeder zehnte Betrieb E-Learning-Tools zur Fortbildung ein.

Die stärkste Ergebnisveränderung zu früheren Vergleichsstudien gibt Hinweise auf zukünftige Prioritäten der Geschäftsführer und Meister: Während 2011 noch 66 Prozent der teilnehmenden Betriebe angaben, Auszubildende nach Abschluss ihrer Lehre in der Regel zu übernehmen, sind für das Jahr 2015 beachtliche 78 Prozent nachweisbar.

Vierte Ausgabe der Reinhold Würth Handwerks-Studie „Manufactum“

ServiceBarometer AG unterstützt die Firma Adolf Würth als Forschungspartner bei „Manufactum – die Reinhold Würth Handwerks-Studie“. Für die vierte Ausgabe, die anlässlich des 80. Geburtstages von Reinhold Würth veröffentlicht wurde, führte ServiceBarometer in der Zeit von 9. Januar bis 9. Februar 2015 eine bundesweite Befragung unter Handwerksbetrieben durch.

Die Ergebnisse einer Azubibefragung über die Zukunft des Handwerks, der Selbstbewertung von Handwerksbetrieben und von Erfolgsbeispielen aus der Praxis sind zusammengefasst im vierten Band. Die Publikation kann ab sofort mit der ISBN-Nummer 978-3-89929-304-3 im Buchhandel oder direkt auf www.wuerth.de/manufactum zum Preis von 9,95 Euro bestellt werden.

Weitere Informationen finden Sie auf den Webseiten:
www.handwerksstudie.de
www.wuerth.de/manufactum

Abdruck honorarfrei - Belegexemplar erbeten

Kontakt:

ServiceBarometer AG
Gottfried-Keller-Str. 35
81245 München
www.servicebarometer.com

Dr. Frank Dornach (Studienleiter)
Telefon: 089 / 89 66 69-22
E-Mail: frank.dornach@servicebarometer.de

ServiceBarometer AG

ServiceBarometer ist ein Forschungs- und Beratungsunternehmen zur Durchsetzung konsequenter Kundenorientierung. Schwerpunkte sind die Untersuchung der Leistungserwartungen an Unternehmen sowie die Entwicklung von Marketing- und Qualitätsmaßnahmen zur Stärkung der Kundenbeziehungen.

www.servicebarometer.de