



Foto: AdobeStock, Robert Kneschke

Die Studie der Handwerkskammer Konstanz soll helfen Strategien und Geschäftsmodelle zu identifizieren, die Handwerksunternehmen zukunftsfähig machen. Die Untersuchung bietet Betrieben Orientierungshilfen und Denkanstöße, um den Herausforderungen der Megatrends zu begegnen.

Megatrends im Handwerk und ihre Auswirkungen auf Schreiner, Tischler, Fensterbauer

Tsunamis in Zeitlupe

Die Handwerkskammer Konstanz hat in einer Studie untersucht, wie sogenannte Megatrends die Arbeit im Handwerk zukünftig beeinflussen werden. In diesem Beitrag stehen Digitalisierung, Alterung der Gesellschaft und Umweltschutz im Fokus. Welche Herausforderungen ergeben sich dadurch und was für Chancen entstehen für Schreiner und Tischler? PROF. DR. JÜRGEN WAGENMANN

Megatrends sind langanhaltend, unaufhaltsam und systemverändernd, oder plakativ ausgedrückt: Tsunamis in Zeitlupe. Sie haben tiefgreifenden Einfluss auf Technologien, Wirtschaftssysteme und Gesellschaftswerte. Bestehende Branchen werden grundlegend verändert, aber es entstehen zugleich auch Möglichkeiten für neue Geschäftsmodelle und Innovationen.

In diesem Kontext hat die Handwerkskammer Konstanz in Kooperation mit dem Institut für KMU und Handwerk an der Allensbach Hochschule Konstanz eine auf das Schreinerhandwerk fokussierte Studie durchgeführt. Diese Studie wird vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg unterstützt und ist ein Teil der „Zukunftsinitiative Handwerk 2025“. Sie zielt darauf ab, Strategien und Geschäfts-

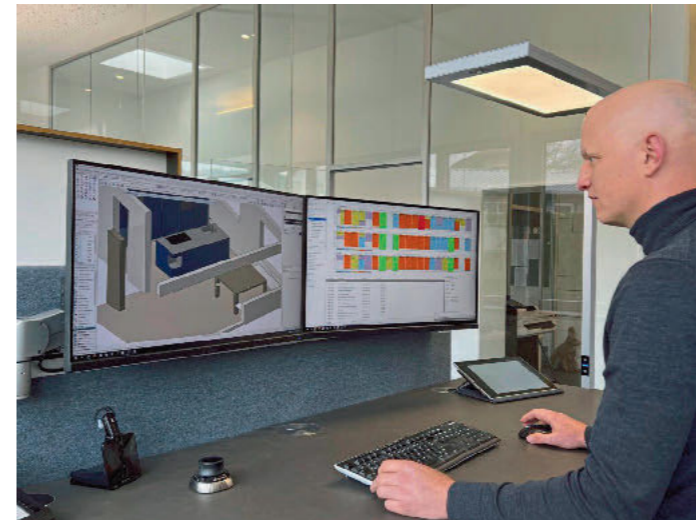
modelle zu identifizieren, die Handwerksunternehmen zukunftsfähig machen. Die Untersuchung bietet Handwerksbetrieben Orientierungshilfen und Denkanstöße, um den Herausforderungen der Megatrends zu begegnen. Folgend werden nun wichtige Ergebnisse aus der Studie anhand von drei ausgewählten signifikanten Megatrends mit ihren Herausforderungen und Chancen kompakt vorgestellt.

Megatrend: Digitalisierung

Konnektivität bzw. Digitalisierung ist einer der mächtigen Megatrends unserer Zeit. Der Begriff „Konnektivität“ ist dabei umfassender als der im Volksmund verbreitetere Begriff der „Digitalisierung“. Während Digitalisierung den Schritt von der analogen zur digitalen (i. d. R. noch unnetzten) Bereitstellung von Informationen, Funktionen und Steuerungen

beschreibt, umfasst die Konnektivität zusätzlich die digitale Vernetzung zwischen Menschen, Computern, Maschinen und Dingen (Internet der Dinge, Industrie 4.0). Schauen wir zunächst auf die Herausforderungen:

- Deutschland schneidet bei der Digitalisierung im europäischen Vergleich nur mittelmäßig ab. Dieser Rückstand wird in den kommenden Jahren aufgeholt. Das Schreinerhandwerk muss sich auf weitere Digitalisierungs- bzw. Konnektivitätsschübe einstellen.
- Sowohl Produkte als auch alle Geschäftsprozesse wie Einkauf, Produktion, Vertrieb und Marketing werden immer digitaler und vernetzter. Digitale Technik muss von extern eingekauft werden, und die zunehmenden IT-Kompetenzen müssen sich die Handwerksbetriebe entweder selbst aneignen oder hinzukaufen. Dieser Anpassungsprozess wird zeit-



BM-Foto: Christian Nardemann

Konnektivität bzw. Digitalisierung ist einer der mächtigen Megatrends unserer Zeit. Es umfasst die Vernetzung zwischen Menschen, Computern, Maschinen und Dingen.

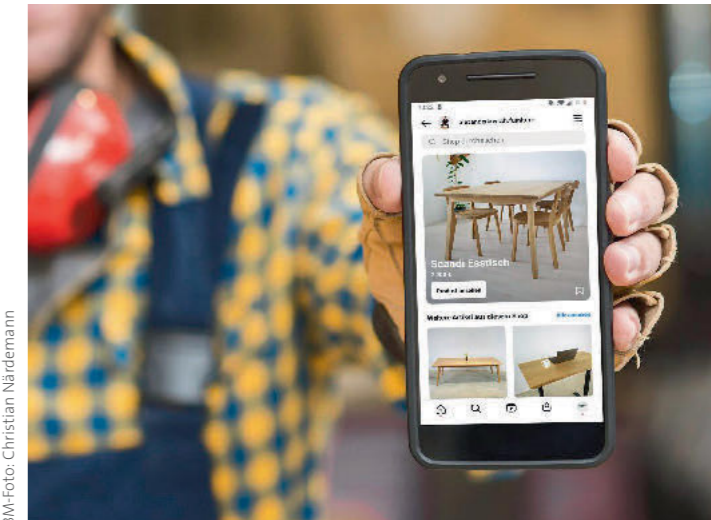


Foto: Agentur SchillerHof

Onlinewerbung für den Betrieb und das Produktportfolio ist günstiger als teure Ausstellungsflächen, hat größere Reichweite und kann schnell aktualisiert werden.



/Wissen kompakt

Hier finden Sie die komplette Studie als PDF zum Runterladen und Reinlesen. Einfach den QR-Code scannen oder folgenden Kurzlink im Browser eingeben: bmmagazin.de/MXhiH

tensiv und mitunter erhebliche Investitionskosten verursachen.

- Mit digitalem Marketing und Vertrieb erweitert sich der Kreis der Wettbewerber von lokal/regional zu national/international. Der Wettbewerb wird härter, insbesondere bei standardisierten physischen Produkten. Worin sich darin die Chancen bieten:
- Mit digitalem Marketing und Vertrieb verbreitert sich aber auch der Kundenkreis von lokal/regional hin zu national/international. Hier eröffnen sich neue Absatzchancen, vor allem bei individualisierten oder Nischenprodukten.
- Werbung für den eigenen Betrieb und das Produktportfolio im Internet ist günstiger als teure Ausstellungsflächen oder Printmedien, hat eine größere Reichweite und kann schnell aktualisiert werden. Die Homepage und soziale Medien sind das „neue Schaufenster“ der Schreinerbetriebe.
- Bestellungen können automatisiert werden, das geht schneller und reduziert Fehlerquellen.

Megatrend: Umwelt- und Klimaschutz

Die Klimakrise hat die Themen Umwelt, Klima und Nachhaltigkeit mittlerweile zu einer Priorität im Wertesystem der globalen Gesellschaft und Politik werden lassen. Dieser Megatrend beeinflusst bereits seit Jahren unser Konsumverhalten und unternehmerisches Handeln und ist in allen Bereichen unseres Alltags präsent. Schauen wir auf die Herausforderungen:

- Um dem zunehmenden Umweltbewusstsein der Verbraucher gerecht zu werden, können

die Schreinerbetriebe auf Umweltfreundlichkeit ihrer Werkstoffe achten. Der Rohstoff Holz ist grundsätzlich nachhaltig. Aber auch Hilfsstoffe wie Leim/Kleber, Farben, Lacke, Beschichtungen, Abbeizer etc. können, wo möglich, auf Umweltfreundlichkeit umgestellt werden.

- Nachhaltige Produkte und Produktion erfordern zwecks Glaubwürdigkeit mehr Transparenz, d. h. Offenlegung der verwendeten Werkstoffe, der Materialherkunft und der Produktionstechniken. Schreinerbetriebe können sich auf eine umweltbewusste und informierte Kundschaft einstellen und eine hohe Beratungsqualität liefern.
- Bei der Verwendung von Umweltsiegeln, Umweltlabeln oder Umweltzertifikaten sollte man vorsichtig sein. Verbraucher sind aufgrund zahlreicher Skandale mittlerweile misstrauisch. Den Betrieben ist anzuraten, Zertifikate nur von unabhängigen und möglichst in Deutschland ansässigen Zertifizierern zu nutzen, um das Risiko von Grünfärberei zu reduzieren.
- Der Erlass neuer Rechtsvorschriften und Normen zur Nachhaltigkeit auf nationaler und internationaler Ebene erfolgt mit einer atemberaubenden Dynamik und betrifft mittlerweile auch kleine Handwerksbetriebe. Das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz und die Green Claims Directive der EU sind anschauliche Beispiele dafür, wie Vorschriften zur Nachhaltigkeit auch den Handwerkssektor mehr und mehr in die Pflicht nehmen. Auf weitere und zunehmend strengere Regulierungen zur Nachhaltigkeit wird sich das Schreiner-

handwerk mit Sicherheit einstellen müssen. Worin sich darin die Chancen bieten:

- Kunden bevorzugen zunehmend Produkte und Dienstleistungen, die als umweltfreundlich oder zumindest als nicht umweltschädlich wahrgenommen werden. Schreinereien haben sowohl mit ihrem nachhaltigen Rohstoff Holz als auch mit ihrer lokalen Produktion ein gutes Werbeargument, das sie in den Fokus des Marketings rücken können. Getreu dem Motto „Tue Gutes und rede darüber“.
- Die Abholzung der tropischen Regenwälder wird von Kunden weitgehend abgelehnt. Ein gutes Werbeargument könnte die Umstellung auf regionale Hölzer sein. Das Umweltlabel „Holz-von-Hier“ geht bereits in diese Richtung. Auch die Nutzung von Bambus als Rohstoff gilt als umweltfreundlich, da dieses sehr schnellwachsende Gras in seinen Verbreitungsgebieten häufig schon als Unkraut wahrgenommen wird.

Megatrend: Alterung der Gesellschaft

Die „Silver Society“ ist ein Megatrend, der in Politik und Medien trotz seiner spürbaren Wirkungsmacht bislang nur eine mäßige Aufmerksamkeit hat. Ursachen des demographischen Wandels sind die steigende Lebenserwartung und sinkende Geburtenrate. Die Baby-Boomer-Generation aus den 1950er- und 1960er-Jahren erreicht jetzt nach und nach das Rentenalter und kann nicht mehr durch ausreichend Nachwuchskräfte ersetzt werden. Für Handwerksbetriebe ist dieser Megatrend



/ Die Abholzung der tropischen Regenwälder wird von Kunden weitgehend abgelehnt. Ein gutes Werbeargument könnte die Umstellung auf regionale Hölzer sein.



/ Aufgrund der zu zu erwartenden Verlängerung der Lebensarbeitszeit bleiben Wissen und Erfahrung länger im Unternehmen, was den Fachkräftemangel teilweise mindert.

Foto: AdobeStock, c-chez-marc

BM-Foto: Manfred Maier

1/1 Katalogservice

bereits heute als Fachkräftemangel spürbar. Die Herausforderungen sind hierbei:

- Produkte, Dienstleistungen und Marketing können auf die wachsende Kundenzielgruppe der älteren Menschen angepasst werden.
- Arbeitnehmer werden länger im Berufsleben stehen, die Mitarbeiter werden durchschnittlich älter. Darauf kann mit passender Arbeitsplatzgestaltung, technischer Ausstattung und Weiterbildungsangeboten angemessen reagiert werden.
- Eine weitere Steigerung der Lohnnebenkosten und Steuerlast sowie eine Erhöhung des Renteneintrittsalters sind zu erwarten, auch wenn die Politik bislang nicht den Mut aufbringt, diese Prognose auszusprechen.

• Der Fachkräftemangel wird sich noch weiter verschärfen. Die von Politik, Fachverbänden und Handwerksorganisation derzeit propagierten Rezepte zur Fachkräftesicherung mögen für einzelne wenige Handwerksbetriebe funktionieren, sind auf gesamtwirtschaftlicher Ebene aber aufgrund der demographischen Entwicklung nicht durchschlagend. Arbeitsmigration wird den Fachkräftemangel nur mit langer Zeitverzögerung und nur marginal abmildern können. Eine erfolgversprechende Strategie müsste in die Richtung stärker abgestufter Berufsqualifikationen gehen: Nach oben durch Aufwertung des Schreinerhandwerksberufs mit einem trialen Studium (Bachelor of Arts + Meister + Gesellenbrief), nach unten mit einem Abschluss unterhalb des Gesellenbriefs. Der Pflegesektor macht es seit Jahren vor. Für das Schreinerhandwerk müssten der Bundesverband Holz und Kunststoff (Tischler Schreiner Deutschland), der ZDH und das BIBB einen solchen Strategiewechsel initiieren.

Worin sich darin die Chancen bieten:

- Aufgrund der zu erwartenden Verlängerung der Lebensarbeitszeit wird Wissen und Erfahrung länger im Unternehmen bleiben. Das wirkt dem Fachkräftemangel zumindest partiell entgegen.
- Ältere Menschen investieren oft nochmal in ihre Wohnung bzw. Eigenheim, um es altersgerecht einzurichten oder anzupassen. Eine verstärkte Werbung für die Zielgruppe der älteren Menschen in Richtung Beratung und Umbau zu altersgerechtem bzw. barrierefreiem Wohnen und dessen Finanzierung über Förderprogramme kann verkaufsfördernd wirken.

Wirtschaftswandel als Chance

Schreinerbetriebe, die die Megatrends in den Blick nehmen, sich auf die bereits bestehenden Herausforderungen einstellen und die Chancen konsequent nutzen, haben beste Aussichten, zu den Gewinnern des wirtschaftlichen Wandels zu zählen. ■

Der Autor

Prof. Dr. Jürgen Wagenmann ist Leiter des Instituts für KMU und Handwerk an der Allensbach Hochschule Konstanz und arbeitet als externer, wissenschaftlicher Projektleiter im Fachbereich Bildungsmanagement und Fortbildungsprüfungen an der HWK Konstanz.



Modellprojekt-Studie

New Work

Die Studie analysiert am Beispiel des Schreinerhandwerks, welche aktuellen und zukünftigen Herausforderungen sich aus den Megatrends für Handwerksbetriebe ergeben, wo Bedrohungs- und Chancenpotenziale liegen, welche Geschäftsmodellinnovationen sich daraus ableiten lassen und ob die Handwerksorganisation für diese Herausforderungen gut gewappnet ist. Aus den Analysen werden Denkanstöße und Handlungsempfehlungen für Handwerksbetriebe, die Handwerksorganisation sowie die Politik formuliert.



/ New Work: Der Einfluss von Megatrends und Geschäftsmodellinnovationen auf die Arbeit im Handwerk der Zukunft, 2022.



Heidelbarg Coatings Dr. Rentsch GmbH
 PROLIGNUM Natural Oil
 Höchste Qualität für naturnahe Oberflächenbeschichtungen



Initiative Furnier + Natur e.V. (IFN)
 Handbuch Furnier im Innenausbau
 Grundlegendes Wissen über Furnier