



Entwicklung eines handwerklichen Dienstleistungszentrums im ländlichen Raum

Teil 1

**Ergebnisse aus den Befragungen von Handwerksunternehmen, deren
Kundschaft sowie Expertinnen und Experten im Odenwald**

Inhaltsverzeichnis

1.	EINLEITUNG: DAS FORSCHUNGSPROJEKT „HADIL“	4
2.	PROJEKTRAHMEN: DIE MODELLREGION ODENWALD	5
3.	ERGEBNISSE AUS DER UNTERNEHMENSBEFRAGUNG.....	7
4.	ERGEBNISSE AUS DER KUNDENBEFRAGUNG	13
5.	ERGEBNISSE AUS DEN EXPERTENINTERVIEWS	21
6.	KERNAUSSAGEN UND SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	25
ANHANG 1:	FRAGEBOGEN ZUR UNTERNEHMENSBEFRAGUNG.....	30
ANHANG 2:	TABELLEN AUS DER UNTERNEHMENSBEFRAGUNG	35
ANHANG 3:	FRAGEBOGEN ZUR KUNDENBEFRAGUNG	54
ANHANG 4:	TABELLEN AUS DER KUNDENBEFRAGUNG	57
ANHANG 5:	INTERVIEWLEITFADEN FÜR DIE EXPERTENINTERVIEWS	73

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WAS SIND MOMENTAN IHRE GRÖßTEN HERAUSFORDERUNGEN?“	7
ABBILDUNG 2: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „HABEN SIE GENERELL SCHWIERIGKEITEN BEI DER GEWINNUNG VON FACHKRÄFTEN?“	8
ABBILDUNG 3: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WAS BIETEN SIE IHREN MITARBEITENDEN UND AUSZUBILDENDEN?“	9
ABBILDUNG 4: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WIE WEIT IST IHR AKTIONSRADIUS VON IHREM UNTERNEHMENSSTANDORT AUS?“	10
ABBILDUNG 5: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WAS HÄLT SIE AB, (NOCH) DIGITALER UNTERWEGS ZU SEIN?“	12
ABBILDUNG 6: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „FÜR DEN TÄGLICHEN BEDARF: BÄCKEREI, METZGEREI – WIE ZUFRIEDEN SIND SIE?“	13
ABBILDUNG 7: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WIE SUCHEN BZW. FINDEN SIE HANDWERKER AUS DEN ANDEREN BEREICHEN?“	14
ABBILDUNG 8: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WAS IST IHNEN WICHTIG BEI DER AUSWAHL EINES HANDWERKERS BZW. DER WAHL EINES BESTIMMTEN BETRIEBES?“	15
ABBILDUNG 9: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „HABEN SIE GENERELL SCHWIERIGKEITEN BEIM FINDEN GEEIGNETER HANDWERKER?“	15
ABBILDUNG 10: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „IN WELCHEM UMGEBUNGSRUM UM IHREN WOHNORT SUCHEN SIE NACH HANDWERKERN?“	16
ABBILDUNG 11: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WIE ALT SIND SIE?“	19
ABBILDUNG 12: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WIE VIELE PERSONEN LEBEN IN IHREM HAUSHALT?“	19
ABBILDUNG 13: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WIE WEIT WOHNNEN SIE VON ERBACH/ MICHELSTADT ENTFERNT?“	20
ABBILDUNG 14: ANTWORTEN AUF DIE FRAGE „WIE VIELE EINWOHNER HAT DER STADTTEIL BZW. DER ORT, IN DEM SIE WOHNNEN?“	20
ABBILDUNG 15: ANREGUNGEN UND IMPULSE AUS DEN EXPERTENINTERVIEWS	23
ABBILDUNG 16: ANREGUNGEN AUS DEN PERSÖNLICHEN KONTAKTEN BEI DER BEFRAGUNG UND BEI DEN VORSTANDSSITZUNGEN	24
ABBILDUNG 17: ANREGUNGEN UND IMPULSE AUS DEN UNTERNEHMENSBEFRAGUNGEN	25
ABBILDUNG 18: ANREGUNGEN UND IMPULSE AUS DEN KUNDENBEFRAGUNGEN	26

1. Einleitung: Das Forschungsprojekt „HaDiL“

Der vorliegende Bericht stellt die ersten Arbeitsergebnisse aus dem Forschungsprojekt „Konzeption und Erprobung von handwerklichen Dienstleistungen im ländlichen Raum (HaDiL)“ vor. Dieses vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft im Rahmen des Bundesprogramms Ländliche Entwicklung geförderte Projekt hat das Ziel, den Kreislauf von Abwanderung und wirtschaftlicher Schwächung der Bevölkerung im ländlichen Raum mithilfe eines handwerklichen Dienstleistungszentrums in einer Modellregion zu durchbrechen.

Ländliche Räume in Deutschland sind vielfach gekennzeichnet durch Abwanderung der Bevölkerung und mangelnde Versorgung mit handwerklichen Dienstleistungen. Diese Entwicklungen bedingen und verstärken sich oftmals wechselseitig: Menschen verlassen die Region, da sie sich nicht ausreichend versorgt sehen. Fehlen diese Abwandernden als Kundschaft und als mögliche Mitarbeitende, geraten Handwerksbetriebe in wirtschaftliche Schieflage. Wenn daraus zusätzlich Folgeprobleme (z.B. ungelöste Betriebsnachfolge) entstehen, kann das bis hin zu Betriebschließungen führen. Dieser Entwicklung will das Projekt HaDiL entgegenwirken: Betriebe in ländlich geprägten Regionen zukunftsfähig erhalten durch innovative Konzepte (für neuartige Wertschöpfungssysteme, Geschäftsmodelle und Netzwerke) und Schulungsangebote, dazu die Versorgung der Bevölkerung mit „smarten“ (intelligenten) handwerklichen Dienstleistungen sichern und dadurch ländliche Räume auch für junge Menschen attraktiver gestalten.

In einer ersten Arbeitsphase konnten in der Modellregion im Odenwald im Frühjahr 2022 zwei schriftliche Befragungen durchgeführt werden. Einerseits wurden die Handwerksbetriebe in der Region befragt. Insgesamt wurden den Handwerksbetrieben 20 Fragen gestellt. Wichtige Fragen waren dabei beispielsweise „Was sind momentan Ihre größten Herausforderungen?“, „Haben Sie generell Schwierigkeiten bei der Gewinnung von Fachkräften?“ oder „Was hält Sie ab, digitaler unterwegs zu sein?“. Insgesamt 99 ausgefüllte Fragebogen konnten ausgewertet werden. Die Ergebnisse sind in Kapitel 3 zusammengefasst.

Andererseits erfolgte, um die Kundenbedürfnisse zum Thema „handwerkliche Dienstleistungen“ zu erfassen, eine Kundenbefragung, bei der es besonders auf die Fragen „Was ist Ihnen wichtig bei der Auswahl eines Handwerkers bzw. der Wahl eines bestimmten Betriebes?“, „Haben Sie generell Schwierigkeiten beim Finden geeigneter Handwerker?“ oder „In welchem Umkreis um Ihren Wohnort suchen Sie nach Handwerkern?“ ankam. Insgesamt haben 139 Kundinnen und Kunden geantwortet (siehe Kapitel 4). Der anschließende Abgleich der jeweiligen Befragungsergebnisse miteinander dient schließlich dazu, Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wie die Angebots- und Nachfrageseite mithilfe des handwerklichen Dienstleistungszentrums in Zukunft besser zusammengebracht werden können.

Zusätzlich zu den Befragungen wurden zehn Expertinnen und Experten identifiziert und anhand eines Leitfadens interviewt. Bei der Auswahl der Experten war deren Bezug zu Wirtschaft, Politik, Bildung oder Kreativszene in der Odenwald-Region von Bedeutung. In den Interviews ging es vor allem um den Bezug des Experten zum Handwerk, um die Einschätzung der

Dienstleistungsversorgung (insbesondere durch das Handwerk) in der ländlich geprägten Odenwald-Region sowie um konkrete Wünsche und Ideen zur Ausgestaltung des handwerklichen Dienstleistungszentrums in Erbach im Odenwald (siehe Kapitel 5).

Die hier zusammengetragenen Ergebnisse bilden die Basis für die weitere Projektarbeit, nämlich die Entwicklung eines tragfähigen Geschäftsmodells für das Dienstleistungszentrum, die Entwicklung einer bedarfsorientierten Dienstleistungs-Plattform und deren konkrete Ausgestaltung. Dafür ist es zusätzlich beabsichtigt, einen Bericht, Teil 2, mit den entsprechenden Projektergebnissen im nächsten Projektjahr zu erstellen.

Mitgewirkt an diesem vorliegenden Bericht (Teil 1) haben neben dem Institut für Betriebsführung im DHI e.V. (itb) die Kreishandwerkerschaft Odenwaldkreis und S3 Medien. Ihnen und all den Personen, die an den Befragungen teilgenommen haben, sei an dieser Stelle herzlich gedankt! Die wichtigsten Kernaussagen, die das Projektteam auf Basis der Befragungsergebnisse zusammengefasst hat und die Schlussfolgerungen, die es daraus zieht, sind dem Kapitel 6 zu entnehmen. Das sich nun anschließende Kapitel 2 befasst sich zunächst mit den Besonderheiten der Modellregion im Odenwald.

2. Projektrahmen: Die Modellregion Odenwald

Entwickelt und erprobt werden diese innovativen Konzepte modellhaft in der Odenwald-Region.¹ Die ländlich geprägte Modellregion Odenwaldkreis im Süden von Hessen gilt als ein typischer ländlicher Mittelgebirgsraum mit Flusstälern kleinerer Flüsse und oft bewaldeten Höhen. Neben einigen vitalen Kleinstädten finden sich vor allem kleine Dörfer. Der Odenwaldkreis ist einerseits stark land- und forstwirtschaftlich, andererseits aber auch von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) geprägt. Wirtschaft und Arbeitswelt zeichnen sich durch einige KMU in den Kleinstädten und eine relativ hohe Anzahl von Menschen aus, die über teils weite Entfernungen zur Arbeit pendeln. Handwerksbetriebe stellen nicht nur einen wesentlichen Motor für das Wirtschaftswachstum, sondern auch eine wichtige gesellschaftliche Stütze in der Region dar.

Nach Schätzungen des Hessischen Statistischen Landesamtes ist im Odenwaldkreis ein Bevölkerungsrückgang von fast 12 % in den nächsten ca. 20 Jahren vorhergesagt mit negativen Auswirkungen sowohl auf das Angebot an Nachwuchs- und Fachkräften als auch auf die Anzahl der KMU und Betriebe. Die verbleibenden Handwerksunternehmen im Odenwaldkreis verzeichnen eine so hohe Auslastung, dass ihre Auftragsbücher bereits für viele Monate gefüllt sind. Für die Bevölkerung bedeutet dies lange Wartezeiten auf einen Handwerker. Vielfältige Tätigkeiten, welche die Handwerker als Dienstleister, Zulieferer für Industrieunternehmen oder Handelsbetriebe normalerweise schnell erledigen, können aus Zeitgründen nicht mehr erbracht werden. So häufen sich Kundenanfragen auch bei der Kreishandwerkerschaft Odenwaldkreis.

¹ Die Odenwald-Region umfasst zwei Landkreise: Den Odenwaldkreis und den Landkreis Darmstadt-Dieburg. Weil Teile des Landkreises Darmstadt-Dieburg auch städtisch geprägt sind, werden die statistischen Daten in diesem Kapitel nur für den Odenwaldkreis betrachtet.

Aufgrund dieser Entwicklung ergeben sich als Herausforderungen für das Handwerk: Trotz oder gerade wegen voller Auftragsbücher ist es für die Handwerksbetriebe der Region dringend geboten, aktiv um Nachwuchs- und Fachkräfte zu werben. Dazu gehört vor allem die Anpassung an veränderte Produktions- und Dienstleistungsprozesse, da zwischen diversen Wirtschaftsakteuren neue vernetzte Wertschöpfungssysteme entstehen. Zusätzlich verändern sich im Zuge der Digitalisierung die Arbeitsabläufe in den einzelnen Betrieben. Weiterhin muss sich das Handwerk verstärkt um die Integration von Zuwandernden in Ausbildung und Arbeit kümmern, um dem hohen Arbeitskräftebedarf nachzukommen. Auch die demografischen Faktoren im Odenwaldkreis sind nicht günstig: Negativer Wanderungssaldo und eine Überalterung der Bevölkerung führen zu einem Bevölkerungsrückgang (Bevölkerungsentwicklung im Odenwaldkreis: Entwicklung 2005 bis 2020: -3,4 %; Prognose bis 2040: -11,8 %), der im Gegensatz steht zum Landesschnitt von Hessen (Bevölkerungsentwicklung im Land Hessen: Entwicklung 2005 bis 2020: +3,3 %; Prognose bis 2040: +1,3 %).² Der in den Industrieländern im Allgemeinen – und im ländlich geprägten Raum im Besonderen – typische demografische Trend hin zur älterwerdenden Gesellschaft ist im Odenwaldkreis deutlich zu erkennen. Das Handwerk ist ein traditionell gewachsener und sehr bedeutender Wirtschaftszweig im Odenwaldkreis. Jedoch ergeben sich aus dem Bevölkerungsrückgang Nachwuchsprobleme und Fachkräftemangel für den Odenwald als Handwerksregion. Hierbei sind die Kleinbetriebe besonders betroffen, da sie nicht die Mittel haben, Problematiken selbstständig anzugehen.

Darüber hinaus gibt es aber auch Vorteile in der Handwerksregion Odenwald. Die Immobilienpreise sind im Verhältnis zu anderen Gebieten niedriger und es herrscht eine familiäre Arbeitsatmosphäre in den Betrieben, außerdem ist man hier bodenständig und zuverlässig. „Hier wird was geschafft“ – das ist ein Teil des Selbstverständnisses sowie ein Ausdruck von Fleiß und Stolz. Laut Kreisentwicklungskonzept 2021 des Odenwaldkreises sind der Übergang Schule und Beruf und die Integration von Menschen mit Migrationshintergrund schon besetzte Handlungsfelder, um Fachkräftesicherung und eine demographische Stabilisierung zu erreichen. Die Maßnahmen und die daraus resultierenden Effekte reichen allerdings für beide Zielsetzungen bisher noch nicht aus.³ Chancen bieten zudem sowohl die Kooperation mit dem Forschungs- und Hochschulstandort Darmstadt als auch die direkte Zusammenarbeit der Kreishandwerkerschaft Odenwaldkreis mit der Handwerkskammer Frankfurt-Rhein-Main.

All diese Aspekte gilt es bei der Projektarbeit im Forschungsprojekt HaDiL zu berücksichtigen. Um mehr zu erfahren, wurden die Befragungen von Handwerksunternehmen, deren Kundschaft sowie Expertinnen und Experten durchgeführt. Das methodische Vorgehen hierbei wird wissenschaftlich begleitet und – wie auch die inhaltlichen Ergebnisse – dokumentiert, damit es anderen Regionen in Deutschland als Modell dienen kann.

² Bevölkerungszahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes für den Odenwaldkreis: Im Jahr 2005: 100.174 Personen; im Jahr 2020: 96.754 Personen; Entwicklung 2005 bis 2020: -3,4 % sowie Bevölkerungszahlen des Hessischen Statistischen Landesamtes für das Land Hessen: Im Jahr 2005: 6.092.354 Personen; im Jahr 2020: 6.293.154 Personen; Entwicklung 2005 bis 2020: +3,3 %

³ Kreisausschuss des Odenwaldkreises (Stabstelle Gremien und Behördenleitung, Michelstädter Straße 12, 64711 Erbach) (Hrsg.): Kreisentwicklungskonzept des Odenwaldkreises 2021

3. Ergebnisse aus der Unternehmensbefragung

In diesem Kapitel werden ausgewählte Ergebnisse der Unternehmensbefragung dargestellt. Der komplette Fragebogen ist im Anhang 1 einzusehen. Der Fragebogen wurde von allen Projektpartnern gemeinsam konzipiert und als Online-Version zur Verfügung gestellt. Insgesamt kamen 99 auswertbare Fragebögen zurück.⁴ Die genaue Anzahl der Nennungen auf einzelne Fragen ist durch „n=...“ angegeben. In allen Abbildungen von Kapitel 3 ist auf der y-Achse jeweils die absolute Zahl der Nennungen dargestellt.

Bei der ersten Frage ging es um die derzeit größten Herausforderungen für die Betriebe. Von den 99 Unternehmen in der Odenwald-Region, die im Rahmen der schriftlichen Befragung geantwortet haben, nennen mehr als 70 % der Betriebe „Steigende Preise“ sowie mehr als 60 % „Neue Fachkräfte finden“ und mehr als 30 % „Gesetzliche Vorgaben“ als ihre momentan größten Herausforderungen (vgl. Abbildung 1).

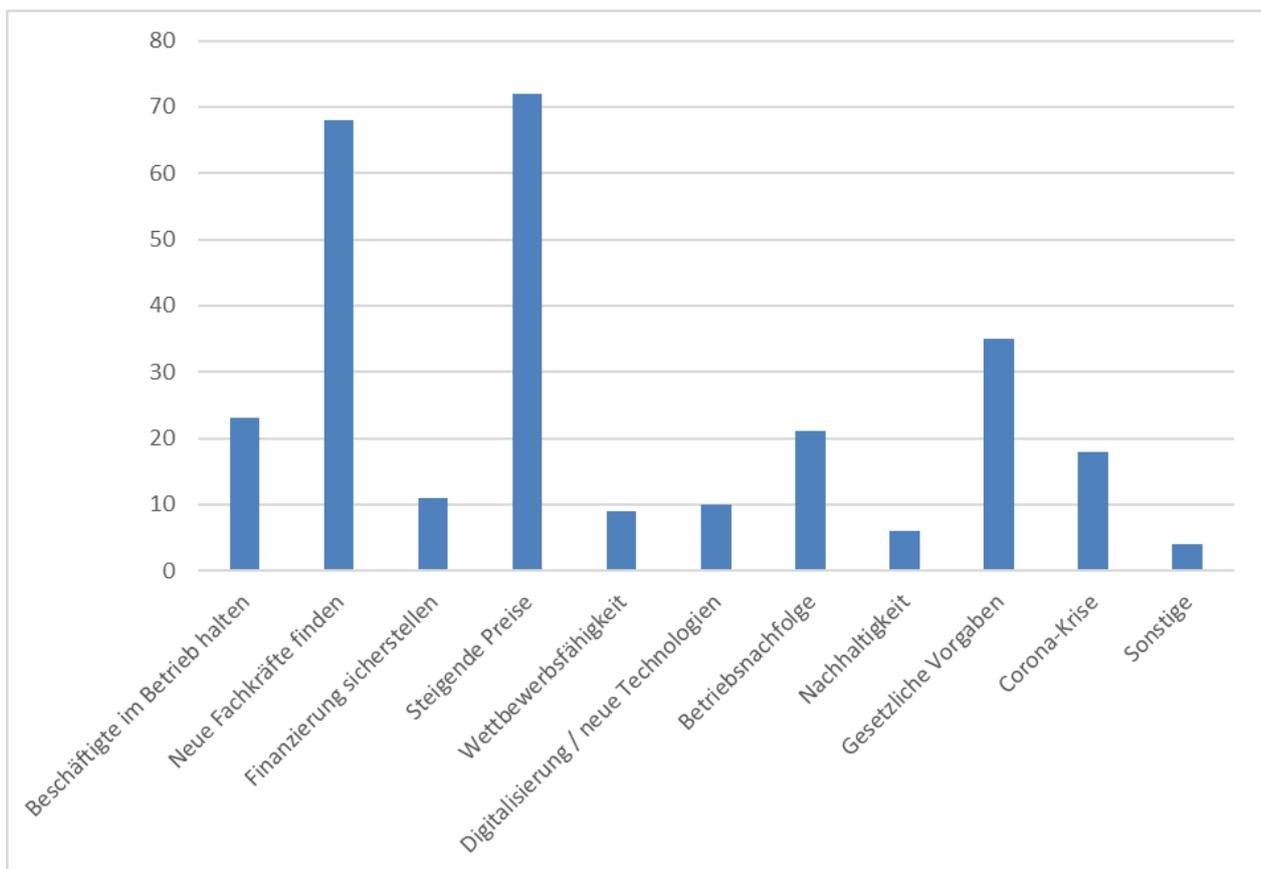


Abbildung 1: Antworten auf die Frage „Was sind momentan Ihre größten Herausforderungen?“ (n=97)

⁴ Aufgrund der Tatsache, dass die Fragebögen fast ausschließlich online zur Verfügung gestellt und bearbeitet wurden, war es nicht möglich, eine Rücklaufquote zu ermitteln.

Bei der Gewinnung von Nachwuchskräften und Führungskräften haben fast 50 % der befragten Unternehmen „generell Schwierigkeiten“ sowie mehr als 25 % „ab und zu Schwierigkeiten“ angegeben. Nur für circa 20 % der Betriebe im Odenwald gibt es keine Probleme, Nachwuchs-, Fach- und Führungskräfte für eine Mitarbeit im Unternehmen zu gewinnen (vgl. Abbildung 2).

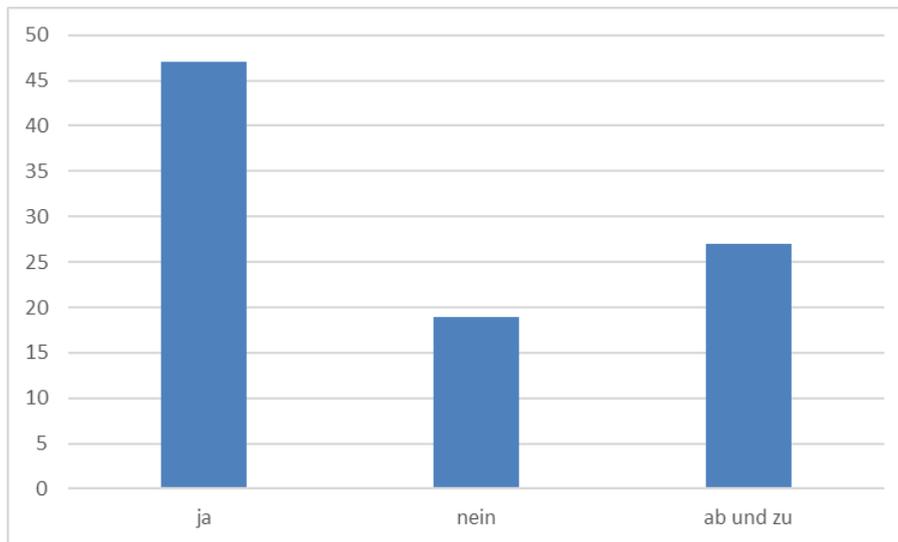


Abbildung 2: Antworten auf die Frage „Haben Sie generell Schwierigkeiten bei der Gewinnung von Fachkräften?“ (n=93)

Eine weitere Frage bezieht sich auf die Maßnahmen, um Nachwuchskräfte und Führungskräfte zu gewinnen. Hier wurde eine breite Palette an Maßnahmen genannt. Zum Beispiel werden Anzeigen sowohl in Online- als auch in Printmedien geschaltet. Neben Mund-zu-Mund-Empfehlungen werden oft Praktika und Informationsveranstaltungen an Schulen als Möglichkeit genannt, um Nachwuchskräfte zu finden. Gute Arbeitsbedingungen zu schaffen, qualitativ hochwertige Produkte zu erzeugen und ein gutes Betriebsklima zu bieten – dies scheinen effektive Maßnahmen für vielen Unternehmen zu sein, um Fach- und Führungskräfte zu finden (vgl. Anhang 2, Tabelle 1).

Um dem Fachkräftemangel zu begegnen, möchten etwa 30 % der befragten Unternehmen gezielt Menschen ansprechen, die einen Migrationshintergrund oder die Schule abgebrochen haben. 50 % der Betriebe ziehen es allerdings vor, zur Fachkräftegewinnung andere Wege zu gehen.

Von den befragten Betrieben bieten mehr als 40 % derzeit keine Ausbildungsplätze an, während fast 60 % in ihrem Betrieb momentan ausbilden. Auf die Frage, wie die Betriebe im Odenwald Ausbildungsplätze bewerben, wurden zahlreiche Möglichkeiten genannt. Oft werden Ausbildungsstellen über Onlinemedien angeboten, teilweise auch über Printmedien geschaltet. Vergleichsweise selten werden Praktika als Möglichkeit genannt, um Auszubildende zu finden (vgl. Anhang 2, Tabelle 2).

Um Fachkräfte zu gewinnen und zu halten, kann es von Vorteil sein, gezielte Anreize zu schaffen. Daher wurde die Frage gestellt, was die Handwerksunternehmen ihren Mitarbeitenden und Auszubildenden in dieser Hinsicht bieten. An erster Stelle stehen mit 70 % Weiterbildungsangebote und an zweiter Stelle mit 65 % Angebote zur betrieblichen Altersvorsorge. Von mehr als 50 % der Betriebe wird zudem genannt, dass regelmäßig Betriebsfeiern und Betriebsfeste sowie direkte Gespräche mit den Mitarbeitenden angeboten werden. Vergleichsweise selten von nur circa einem Drittel der befragten Betriebe gibt es Angebote von Einmalzahlungen, Privatnutzung von Firmenfahrzeuge oder flexiblen Arbeitszeiten (vgl. Abbildung 3).

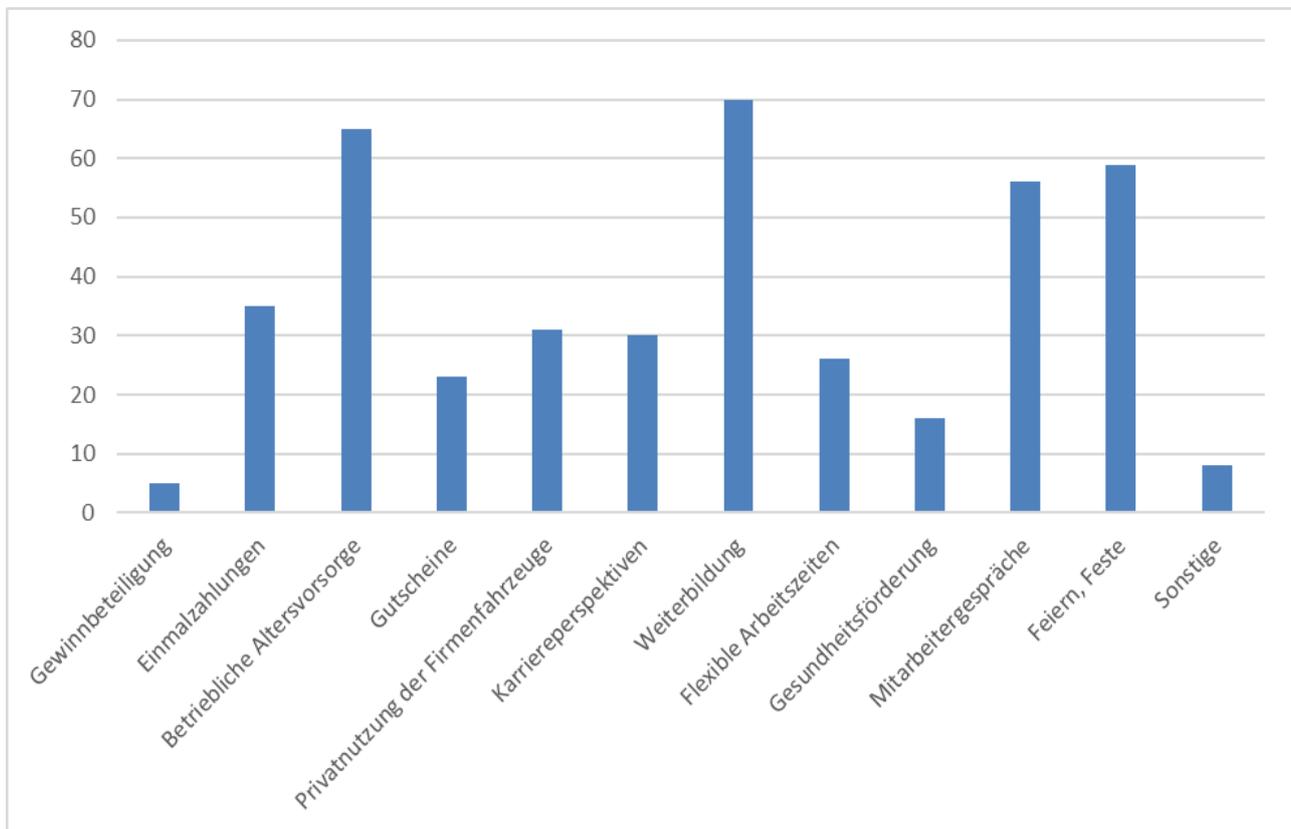


Abbildung 3: Antworten auf die Frage „Was bieten Sie Ihren Mitarbeitenden und Auszubildenden?“ (n=94)

Auf die Frage, welche Unterstützung Betriebe bei der Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterbindung benötigen, wurden verschiedene Aspekte genannt (vgl. Anhang 2, Tabelle 3). Vor allem wird Unterstützung dabei gewünscht, für das Handwerk als etwas Besonderes und Erstrebenswertes zu werben. Dies kann bereits in den Schulen und Kindergärten geschehen, aber auch die derzeit schon im Handwerk Beschäftigten und Auszubildenden sollten stärkere „Fürsprecher“ für das Handwerk sein und sich aktiv an der Mitarbeitergewinnung beteiligen.

Etwa 25 % der Betriebe im Odenwald haben einen Aktionsradius von ihrem Unternehmensstandort aus von bis zu 25 Kilometern und weitere circa 40 % einen Aktionsradius von bis zu 50 Kilometern. Das bedeutet, dass ca. zwei Drittel der befragten Unternehmen im 50 Kilometer-Radius

ihre Geschäftsaktivitäten tätigen, wohingegen der Aktionsradius bei etwa einem Drittel der befragten Betriebe auch über 50 Kilometer hinaus geht (vgl. Abbildung 4).

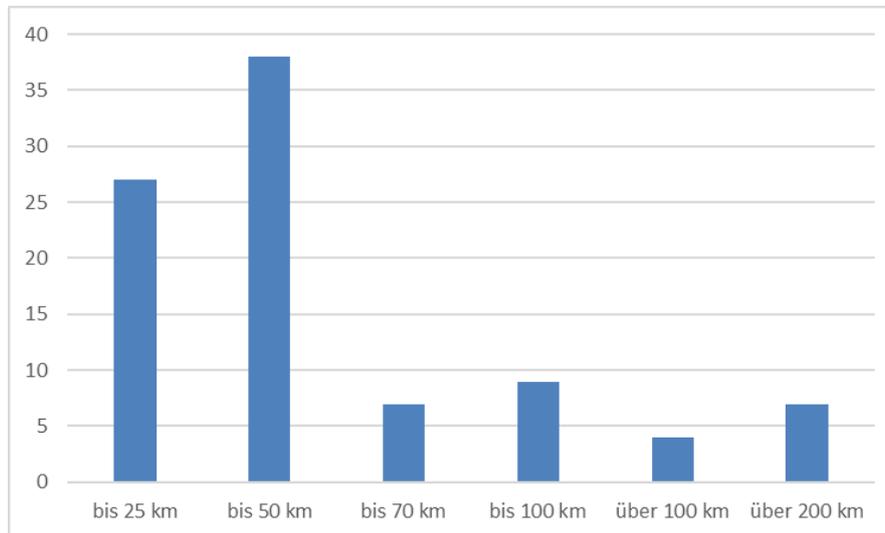


Abbildung 4: Antworten auf die Frage „Wie weit ist Ihr Aktionsradius von Ihrem Unternehmensstandort aus?“ (n=93)

Den überwiegenden Teil der Kundschaft gewinnen die befragten Handwerksbetriebe über zufriedene Kundinnen und Kunden, die den Betrieb „Mund-zu-Mund“ weiterempfehlen. Nur ein kleiner Teil der Neukunden wird auf digitalem Weg gewonnen (vgl. Anhang 2, Tabelle 4). In mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen können Kundenanfragen momentan nicht bedient werden. Hierfür wird als häufigster Grund genannt, dass es Kapazitätsengpässe gibt durch zu wenig Personal oder überlastetes Personal (vgl. Anhang 2, Tabelle 5).

Auf die Frage, ob sie ihr Leistungsspektrum erweitern möchten, antworten mehr als drei Viertel der befragten Unternehmen, dass sie dieses derzeit nicht erweitern möchten. Von den Betrieben, die sich eine Erweiterung ihres Leistungsspektrums vorstellen können, benötigen die meisten zusätzliche Kompetenzen und Fachkenntnisse im Elektro- sowie im IT-Bereich (vgl. Anhang 2, Tabelle 6).

In einer weiteren Frage ging es darum, ob die Betriebe mit Partnerbetrieben vernetzt sind und gemeinsam Dienstleistungen anbieten. Etwa ein Viertel der befragten Betriebe ist momentan (noch) nicht mit anderen Betrieben vernetzt, wohingegen circa drei Viertel der Befragten in verschiedenen Gewerken bereits gut vernetzt sind. Am häufigsten wird hierbei die Zusammenarbeit von Sanitär-Heizung-Klima-Betrieben mit Fliesenlegern, Malern, Schreibern, Elektrikern sowie Fenster- und Türenbauern genannt (vgl. Anhang 2, Tabelle 7).

Zudem wurde in einer weiteren Frage die Ausgestaltung des geplanten handwerklichen Dienstleistungszentrums im Odenwald thematisiert. Dazu gibt es seitens der Unternehmen zahlreiche Vorschläge (vgl. auch Anhang 2, Tabelle 8). Einige Unternehmen wünschen sich das Zentrum als Anlaufstelle für potenzielle Kunden, die eine handwerkliche Dienstleistung benötigen, aber nicht wissen, wie bzw. mit wem sie ihr Vorhaben angehen und umsetzen können. Andere sehen in dem Dienstleistungszentrum eher eine Anlaufstelle für Betriebe, um ggf. darüber – als Pool für freie Kapazitäten – Aufträge vermittelt zu bekommen. Zudem können sich manche der befragten Betriebe das Zentrum als Jobbörse zur Gewinnung neuer Fachkräfte und Auszubildender vorstellen.

Andere Befragte skizzieren das Zentrum als Haus mit großer Theke, an der Architekten sitzen, um Interessierte im ersten Schritt abzuholen und deren Wünsche zu katalogisieren. Im zweiten Schritt könnten die Interessierten dann im Zentrum mit den "richtigen" Fachpartnern (zum Thema Heizung, Elektro, Fliesen, Innenausbau, Fenster, Türen, etc.) einen Termin vereinbaren. Diese beraten dann in der Tiefe und erstellen die Angebote sowie wickeln nach Auftragserteilung die Aufträge auch ab. Im handwerklichen Dienstleistungszentrum als Repräsentant der Handwerksbetriebe und als Koordinator der Gewerke kann die Kundschaft somit verantwortungsvolle Ansprechpartner für den gesamten Ausbau finden und gemeinsame Projekte umsetzen.

Für eine bessere Vernetzung der Kundschaft mit dem Handwerk wird zudem vorgeschlagen, in einem solchen Zentrum auch Weiterbildungsangebote und Informationsveranstaltungen online und in Präsenz anzubieten. Darüber hinaus stellen sich einige der befragten Betriebe das Zentrum als eine Online-Plattform für Gewerke und Produkte bzw. Dienstleistungen vor, auf der auch gemeinsame Werbung für das Handwerk im Odenwald geschaltet wird.

Wie sieht es derzeit bei den befragten Betrieben hinsichtlich eines Internetauftritts und Social-Media-Aktivitäten aus? Von den befragten Handwerksbetrieben haben insgesamt etwa 85 % eine eigene Homepage (vgl. Abbildung 8). Betriebe, die keine eigene Homepage haben, haben dies teilweise damit begründet, dass Datenschutzgründe dagegensprechen bzw. dass der Betrieb zu klein ist. Mehr als die Hälfte der Unternehmen, die an der Befragung teilgenommen haben, sind in sozialen Netzwerken aktiv. Der Großteil der Befragten, die mit ihrem Betrieb in sozialen Netzwerken sind, ist auf Facebook und auf Instagram aktiv.

Eine weitere Frage bezog sich auf den Stand der Digitalisierung im Betrieb. Bei circa einem Viertel der befragten Betriebe kommt als Digitalisierungsmaßnahme „Computer-Aided-Design (CAD)“ oder 3D-Planung zum Einsatz. Etwa 10 % der Betriebe haben zudem für ihre Kundschaft Smart-Home-Digitalisierungsmaßnahmen umgesetzt. Darüber hinaus kommen beispielsweise digitales Aufmaß, Online-Wartung, Online-Überwachung oder 3D-Visualisierung im Rahmen der Angebotserstellung sowie im Rahmen der Produktpräsentation zum Einsatz (vgl. Anhang 2, Tabelle 9).

Auf die Frage, was den jeweiligen befragten Handwerksbetrieb von weiteren Bemühungen zur Digitalisierung abhält, geben mehr als 40 % als Grund „Zeitmangel“ an. Zudem sehen mehr als

25 % der Unternehmen keine Notwendigkeit, noch digitaler unterwegs zu sein und 25 % verweisen auf fehlendes Know-how oder fehlende Beschäftigte im Hinblick auf mehr Digitalisierung im Betrieb (vgl. Abbildung 5).

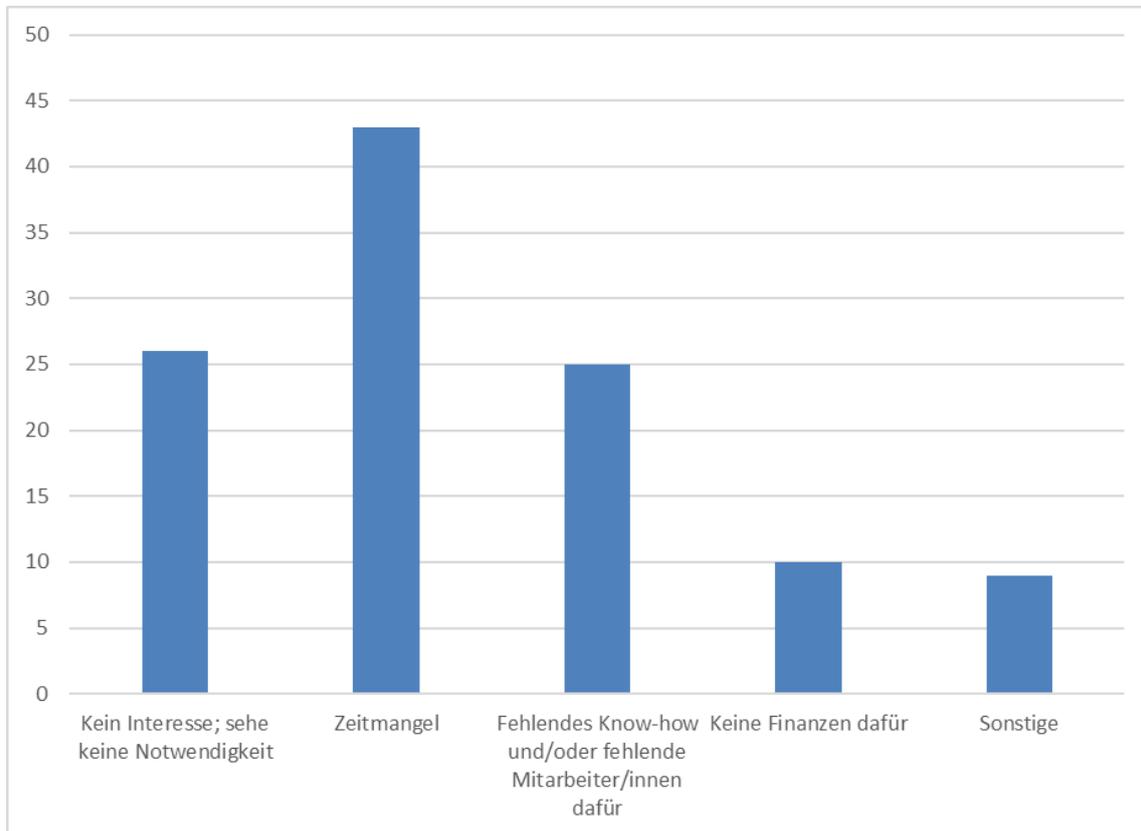


Abbildung 5: Antworten auf die Frage „Was hält Sie ab, (noch) digitaler unterwegs zu sein?“ (n=83)

Mehr als 80 % und damit die überwiegende Mehrheit der befragten Handwerksbetriebe sieht derzeit Internetanbieter wie z.B. Amazon oder MyHammer nicht als Konkurrenz an, weil sich dort zwar Anbieter gut verkaufen können, aber diese Anbieter nach Meinung der befragten Betriebe nicht fachgerecht montieren und auch nicht den After-Sales bedienen können (vgl. Anhang 2, Tabelle 10).

Bei etwa 30 % der befragten Handwerksbetriebe gibt es momentan generell Schulungsbedarf (vgl. Anhang 2, Tabelle 11). Davon sehen die meisten Betriebe Schulungsbedarf in Bezug auf Digitalisierungsthemen wie beispielsweise die Digitalisierung von Arbeitsabläufen.

4. Ergebnisse aus der Kundenbefragung

In diesem Kapitel werden ausgewählte Ergebnisse der Kundenbefragung dargestellt. Der komplette Fragebogen ist im Anhang 3 einzusehen. Der Fragebogen wurde von allen Projektpartnern gemeinsam konzipiert und als Online-Version zur Verfügung gestellt. Insgesamt kamen 139 auswertbare Fragebögen zurück.⁵ Auch hier ist die genaue Anzahl der Nennungen auf die einzelnen Fragen mit „n=...“ angegeben. In allen Abbildungen von Kapitel 4 ist auf der y-Achse jeweils die absolute Zahl der Nennungen dargestellt.

Als erstes wurden die Kunden danach befragt, wie zufrieden sie mit der Befriedigung ihres täglichen Bedarfs durch das Lebensmittelhandwerk sind. Der Großteil der 139 Kundinnen und Kunden in der Odenwald-Region, die geantwortet haben, ist ziemlich zufrieden oder sehr zufrieden mit dem Angebot an handwerklichen Dienstleistungen z.B. von Bäckereien oder Metzgereien. Allerdings haben mehr als ein Drittel der Kundinnen und Kunden geantwortet, dass das Angebot für den täglichen Bedarf sie nicht zufriedenstellt (vgl. Abbildung 6). Dies liegt vor allem daran, dass es im Odenwald immer seltener gute Bäckereien oder Metzgereien vor Ort gibt, und man oft einen weiteren Weg in Kauf nehmen muss bzw. auf die qualitativ weniger guten Angebote in den Supermärkten zurückgreifen muss.

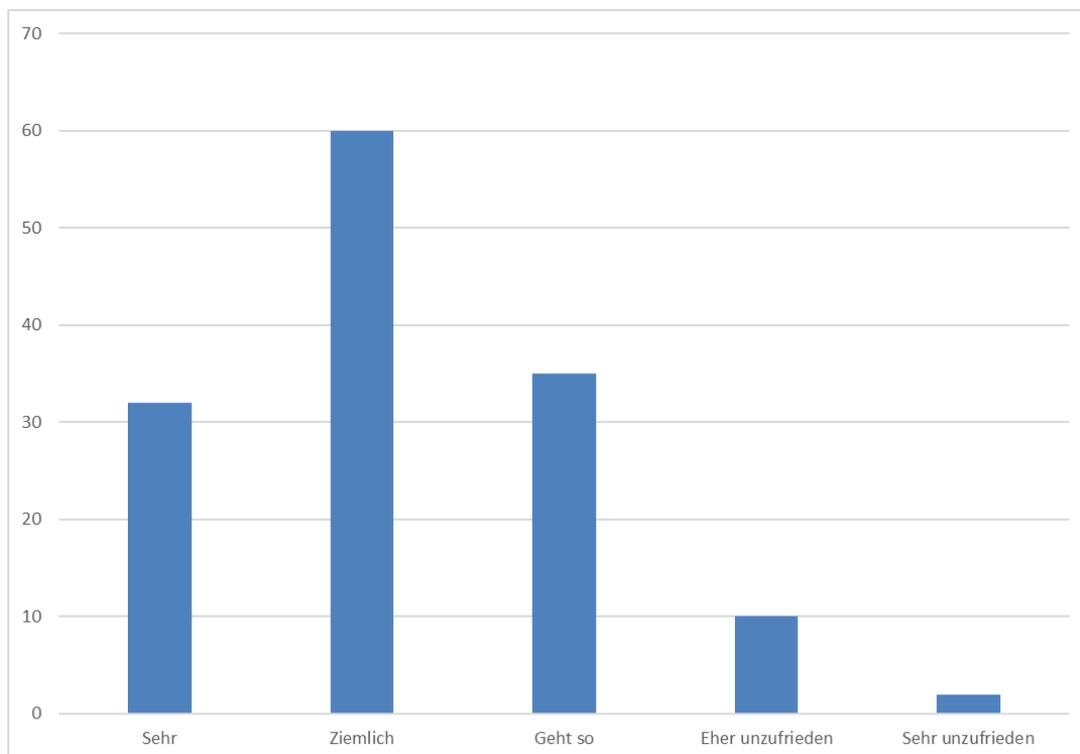


Abbildung 6: Antworten auf die Frage „Für den täglichen Bedarf: Bäckerei, Metzgerei – Wie zufrieden sind Sie?“ (n=139)

⁵ Aufgrund der Tatsache, dass die Fragebögen fast ausschließlich online zur Verfügung gestellt und bearbeitet wurden, war es nicht möglich, eine Rücklaufquote zu ermitteln.

Mehr als 80 % der befragten Kunden und Kundinnen greifen bei der Suche nach geeigneten Handwerksbetrieben auf Empfehlungen aus dem Bekannten- und Freundeskreis zurück. Dabei wird von mehr als der Hälfte der Kundschaft in unmittelbarer räumlicher Nähe nach Handwerksbetrieben gesucht. Fast zehnmal mehr Personen suchen über eine Internetrecherche nach Handwerker als über die „Gelben Seiten“ oder andere Printquellen (vgl. Abbildung 7).

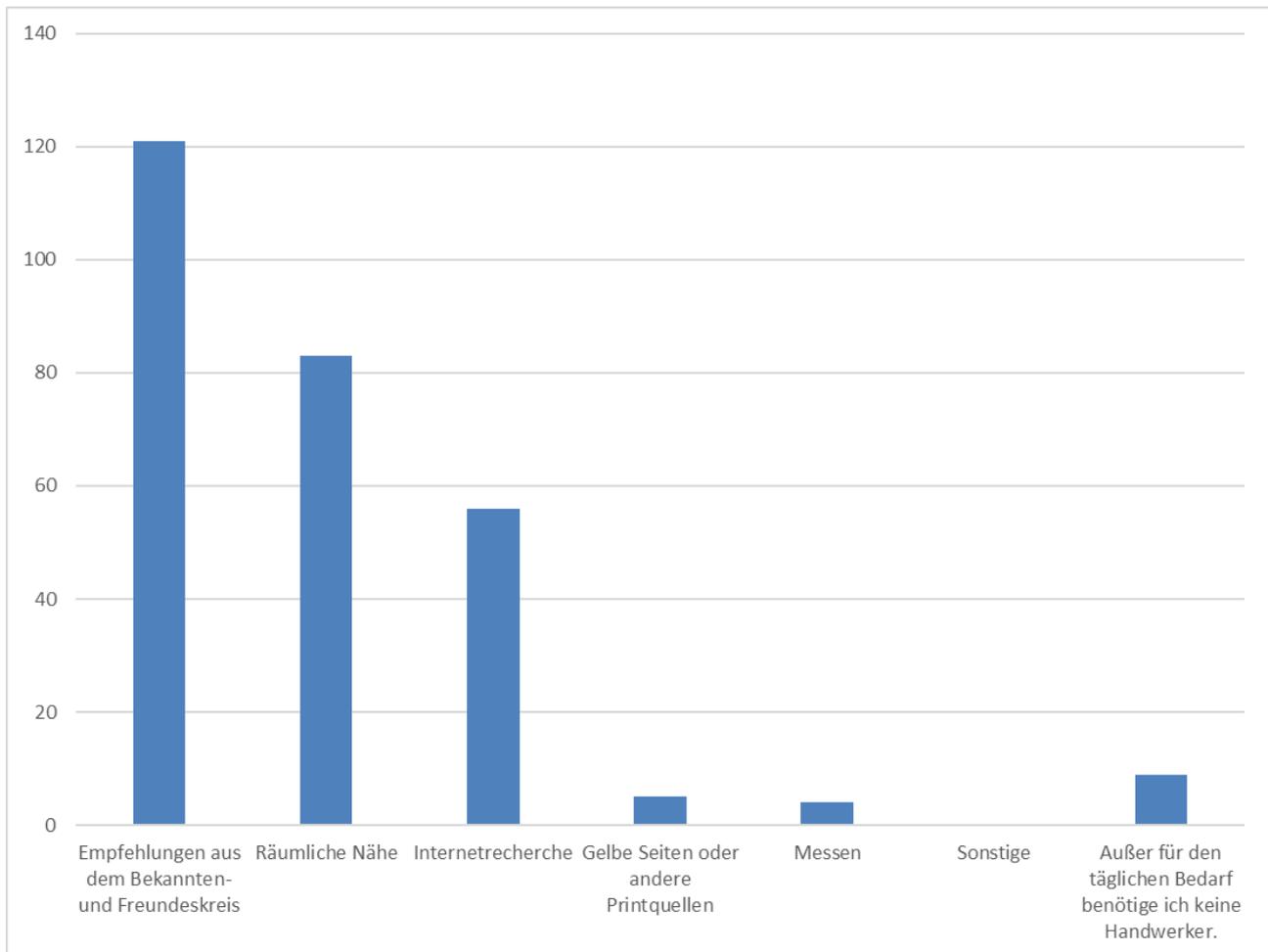


Abbildung 7: Antworten auf die Frage „Wie suchen bzw. finden Sie Handwerker aus den anderen Bereichen?“ (n=137)

Weiterhin wurde gefragt, wie die Kunden bei der Auswahl der Handwerksbetriebe vorgehen. Jeweils circa die Hälfte der befragten Kundschaft legt Wert auf zeitliche Verfügbarkeit und schnelle verständliche Kommunikation bei der Auswahl von Handwerksbetrieben. Für die befragte Kundschaft ist die terminliche Verfügbarkeit eines Betriebs und die verständliche schnelle Kommunikation mit dem Betrieb wichtiger als der günstigste Angebotspreis. Dieser ist nur für circa 10 % der Befragten bei der Auswahl eines Handwerksbetriebs ausschlaggebend (vgl. Abbildung 8).

Hier gilt es also, freie Kapazitäten bei den Handwerksbetrieben zu nutzen und diese auch für die Kundschaft transparent zu machen.

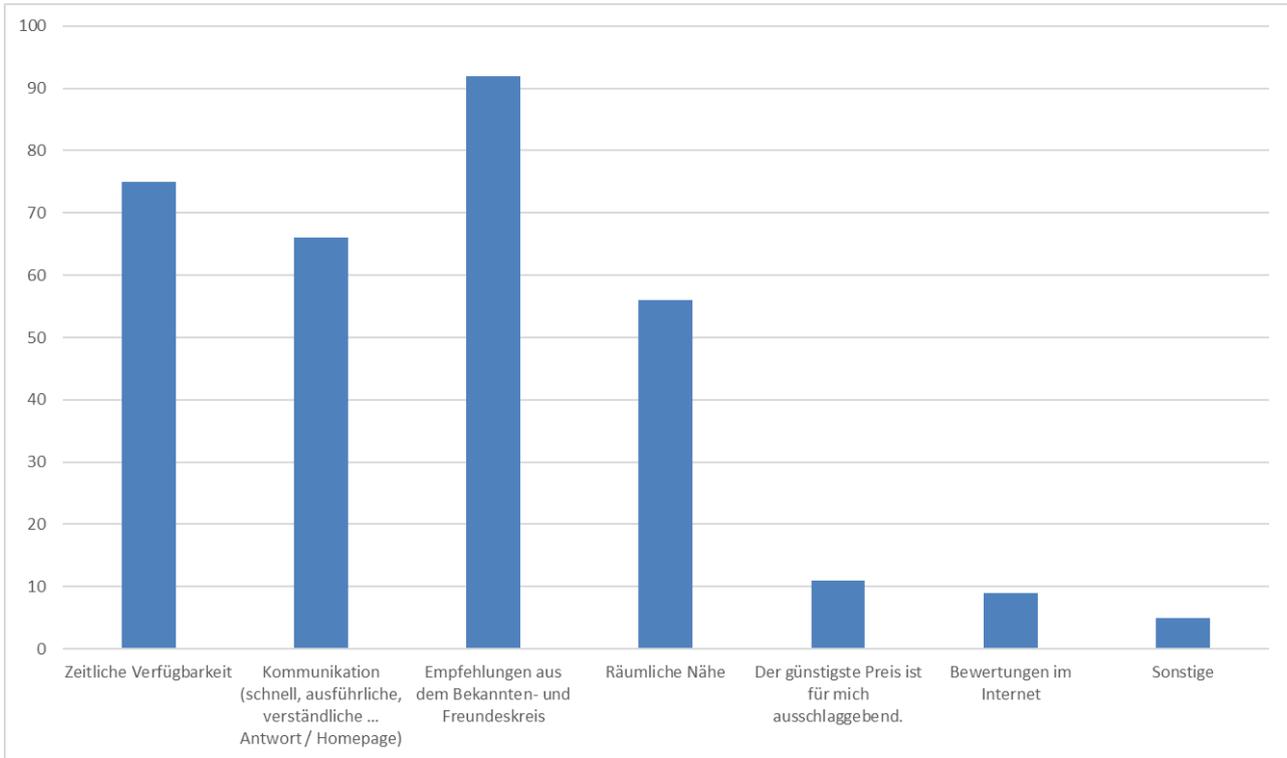


Abbildung 8: Antworten auf die Frage „Was ist Ihnen wichtig bei der Auswahl eines Handwerkers bzw. der Wahl eines bestimmten Betriebes?“ (n=136)

Ungefähr ein Drittel der befragten Kundschaft im Odenwald hat zumindest ab und zu Schwierigkeiten dabei, geeignete Handwerksbetriebe zu finden (vgl. Abbildung 9).

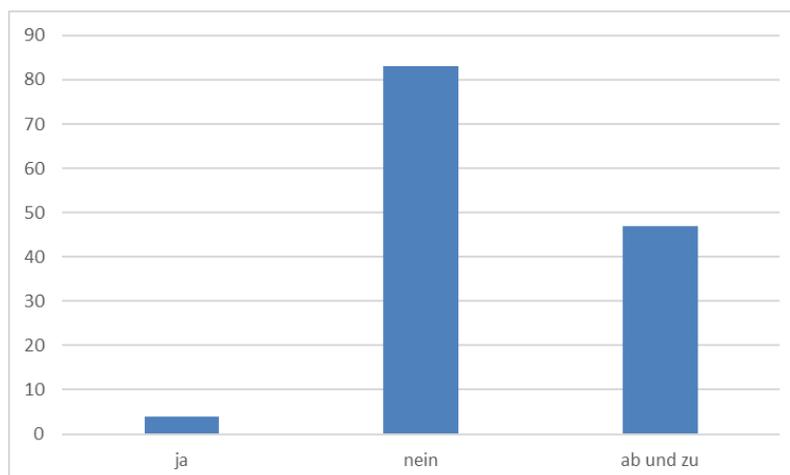


Abbildung 9: Antworten auf die Frage „Haben Sie generell Schwierigkeiten beim Finden geeigneter Handwerker?“ (n=134)

Etwa die Hälfte der Kundschaft sucht im Umkreis von bis zu 20 Kilometern von ihrem Wohnort aus nach Handwerkerinnen und Handwerkern und ein weiteres Viertel im Umkreis von bis zu 30 Kilometern. Das bedeutet, dass drei Viertel der befragten Kundschaft im 30 Kilometer-Radius nach Handwerksdienstleistungen suchen, wohingegen der Suchradius bei einem Viertel der befragten Kundinnen und Kunden über 30 Kilometer hinaus geht (vgl. Abbildung 10).

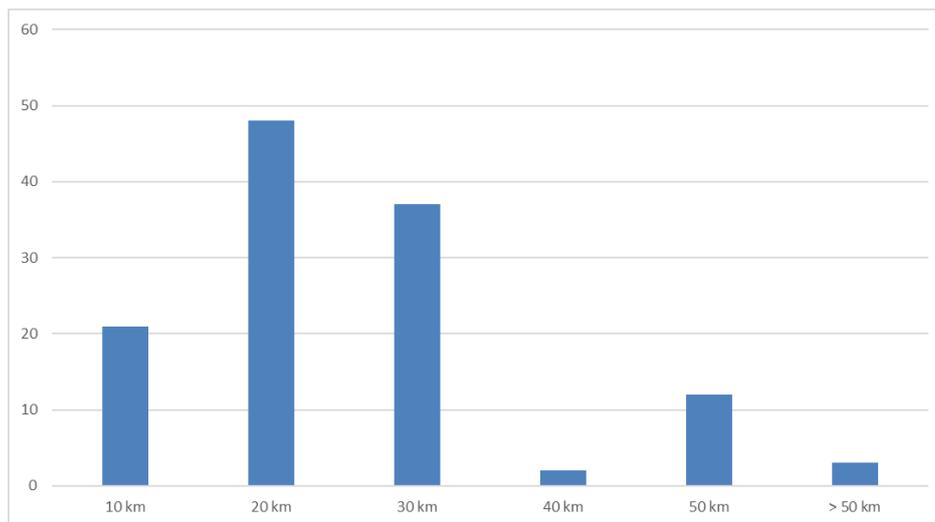


Abbildung 10: Antworten auf die Frage „In welchem Umkreis um Ihren Wohnort suchen Sie nach Handwerkern?“ (n=124)

Auf die Frage, welches Angebot im Handwerksbereich der Kundschaft das Leben einfacher machen würde, gibt es zahlreiche Ideen (vgl. Anhang 4, Tabelle 1). Deshalb soll im folgenden Text schwerpunktmäßig nur auf die Anregungen eingegangen werden, die am häufigsten genannt worden sind.

Über allem steht die Qualität der Ausführung. Dazu zählen maßgeblich auch Erreichbarkeit, Kommunikation und Termintreue. Bei komplexeren Gewerken, beispielsweise einer Badrenovierung, sollte ein Leitunternehmer die Terminabsprachen mit anderen treffen. Dies ließe sich sicher auch elektronisch mit einer intelligenten Software bewerkstelligen. Transparenz bei Terminverschiebungen und bei Abweichungen zum Planansatz wäre so auch leichter darstellbar. Der Preis ist am Ende nichts anderes als ein Leistungsentgelt. Kurze Reaktionszeiten sind wichtig sowie ein guter Informationsfluss und Transparenz.

Ein sehr häufiger Vorschlag in diesem Zusammenhang ist ein Odenwald-Onlineportal, in dem Service und Leistung des Handwerksbetriebs auf die Nachfrage der Kundschaft treffen und auf dem man idealerweise einfache Handwerksdienstleistungen bereits direkt online buchen kann.

Die Anregung hierzu für den Handwerksbereich ist, dass bisher noch eine Plattform fehlt, welche die Suche nach Fachbetrieben vereinfacht. Es braucht nicht jeder Betrieb eine ausführliche Internetseite, die auch gepflegt werden muss. Denn entscheidender sind aktuelle Angaben. Idealerweise wäre neben dem Angebot von Leistungen auch die zeitliche Verfügbarkeit des

Handwerkers vermerkt. Die Erfahrungen zeigen, dass oft versprochene Termine nicht eingehalten werden können. Eventuell könnte auch ein Suchportal helfen, das speziell auf den Odenwald zugeschnitten ist. Was dann auch die Möglichkeit bietet, der Kundschaft direkt auf einen Blick alle Handwerker in der Umgebung anzubieten.

Zudem ist aus Sicht der Kundschaft auch der Auftritt von Betrieben in den sozialen Medien ausbaubar. Neben einer guten Homepage werden zusätzlich für Handwerksbetriebe die Nutzung von Facebook und Instagram vorgeschlagen.

Auch eine informative Handwerksmesse im Odenwald wird von Kundinnen und Kunden als wichtig erachtet, damit das Handwerk noch besser wahrgenommen werden kann.

Die größten Herausforderungen bezüglich des Lebens im Odenwald sind nach Meinung der befragten Kundschaft vielfältig (vgl. Anhang 4, Tabelle 2). Oft werden die fehlenden Bus- und Bahnverbindungen sowie die schlechte Anbindung an Autobahnen und Hauptverkehrsstraßen genannt. Des Weiteren wird häufig bemängelt, dass die Wege zur Arbeit im Odenwald (zu) lang sind und dass ohne eigenes Auto die weiten Fahrten zum Arbeitsplatz nur schwer machbar sind. Auch die Internetverbindungen insbesondere in den kleinen Dörfern abseits der Zentren sind vielen Befragten zu langsam und die Netzabdeckung ist für viele zu gering.

Damit sich junge Menschen nicht nur in Richtung umliegende Städte und Ballungsräume orientieren, ist eine intakte Infrastruktur in allen Bereichen das Mittel zum Erfolg. Wenn das der Odenwaldkreis über die Grenzen der einzelnen Institutionen hinweg zusammenführen könnte, hätte der Odenwald ein wenig die Nase vorn und eventuell würden andere Landkreise von dieser Vorarbeit profitieren.

Ob das Handwerk digitaler werden soll, wird von etwa der Hälfte der befragten Kundschaft bejaht und von der anderen Hälfte verneint. Es werden verschiedene Möglichkeiten genannt, die sich die Handwerkskundschaft im Odenwald wünscht (vgl. Anhang 4, Tabelle 3).

Auf jeden Fall sollte das Handwerk mit der Zeit gehen und in der digitalen Lebenswelt präsent sein. Ein Handwerkerportal für den Odenwaldkreis könnte verfügbare Betriebe, die freie Kapazitäten haben, zu fairen Preisen koordinieren. Grundsätzlich gilt: Das Handwerk an sich ist immer analog. Der Service, die Kommunikation, die Transparenz, die Verfügbarkeit, die Terminabsprache, die Kombination mehrerer Handwerker – z.B. im Badezimmer-Bau mit Sanitär, Malerarbeiten, Fliesen, Elektroinstallationen – wäre wahrscheinlich über eine Software leichter zu gestalten. Wären die Handwerker bei größeren Vorhaben durch entsprechende Software noch besser vernetzt, könnten z.B. Ausfälle leichter kompensiert werden.

Grundsätzlich ist alles von der Kundschaft erwünscht, was an digitalen Möglichkeiten in Verwaltung und Präsentation zur Verbesserung führt. Aus technischer Sicht geht vieles sowieso nicht ohne sich ständig verändernde digitale Prozesse. Ein Online-Portal zum Buchen von

Handwerksdienstleistungen von regionalen Anbietern wäre beispielsweise hilfreich mit der Möglichkeit zur Onlinebestellung und Frei-Haus-Lieferung für Artikel des täglichen Bedarfs.

Mehr als drei Viertel der befragten Kundschaft nutzen noch keine digitalen Plattformen, um handwerkliche Dienstleistungen zu erhalten. Ungefähr 20% der Befragten suchen allgemein im Internet z.B. über Google nach Handwerksdienstleistungen. Nur etwa 5% der Befragten haben dafür schon einmal eine Online-Plattform wie beispielsweise MyHammer genutzt (vgl. Anhang 4, Tabelle 4).

Als Antwort auf die Frage, wie sie sich die Ausgestaltung eines handwerklichen Dienstleistungszentrums in der Odenwald-Region vorstellen könnte, gibt von der befragten Handwerkskundschaft einen bunten Strauß an Ideen (vgl. Anhang 4, Tabelle 5). Einige der zahlreichen Anregungen werden im Folgenden näher erläutert:

Es sollte in einem „Handwerker-Dienstleistungszentrum“ im Odenwald sowohl analoge als auch digitale Angebote geben. Ein solches Zentrum sollte Problemlöser sein. Einmal hin, alles drin. Kooperationen zwischen Unternehmen sowie gemeinschaftliches Denken anstatt Konkurrenzdenken könnten die Leitgedanken sein. Handwerksbetriebe aller Gewerke sollten auf einer Liste über eine Plattform erkennbar sein. Die Darstellung dafür neutral vorzunehmen, würde für Transparenz und Gleichbehandlung bei den Unternehmen sorgen und mehr Akzeptanz bei Kunden herstellen.

Online könnte es eine Internetplattform geben, auf der Handwerker ihre freien Kapazitäten eintragen und Kunden darüber in Kontakt kommen können. Über diese Plattform sollte ein Pool aus Handwerkern erreichbar sein, der mit einem Anruf oder einer Internet-Recherche aufzurufen ist, darin könnten Aufträge sofort vergeben und angenommen werden.

Weitere „Leistungen“ könnten eine stärkere Vernetzung der Betriebe, die Unterstützung der Startphase neuer Betriebe auch durch Patenschaften mit bestehenden Betrieben, eine besondere Förderung der Ausbildungsbetriebe, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, sowie eine Verbundausbildung und eine damit einhergehende Attraktivitätssteigerung für Auszubildende sein. Zudem wäre eine ständig eingerichtete „Handwerksmesse“ sinnvoll mit Miniausstellungen und Tablets, die beispielsweise die Webseiten der jeweiligen Handwerksunternehmen zeigen.

Darüber hinaus könnte ein solches Zentrum regelmäßige Veranstaltungen, Präsenztermine und Beratungen für Handwerkerinnen und Handwerker sowie deren Kundschaft im Odenwald anbieten. In einem „Handwerker-Dienstleistungszentrum“ im Odenwald könnten sowohl online als auch in Präsenz neutrale Beratung und Information sowie Hilfe zur Selbsthilfe großgeschrieben sein. Mit einer verbesserten Koordination, um z.B. Renovierungs- und Sanierungsmaßnahmen im privaten Bereich einfacher umsetzen zu können, könnte ein solches Zentrum dabei helfen, verfügbare Fachkräfte vor allem dort zum Einsatz bringen, wo man als Kunde handwerklich selbst nicht mehr weiterweiß.

Zum Abschluss dieses Kapitels folgen nun noch Hintergrund-Infos zu den Kundinnen und Kunden, die an der Befragung teilgenommen haben.

Etwa die Hälfte der Personen der befragten Kundschaft, die geantwortet hat, ist jünger als 50 Jahre und die andere Hälfte ist älter als 50 Jahre, wobei der höchste Anteil der Personen, die geantwortet haben, zwischen 50 und 65 alt ist (vgl. Abbildung 11).

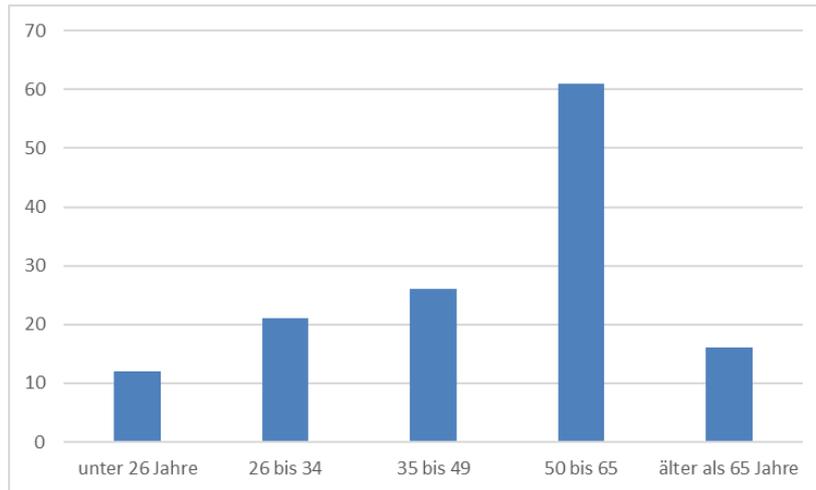


Abbildung 11: Antworten auf die Frage „Wie alt sind Sie?“ (n=136)

Mehr als drei Viertel der Personen der befragten Handwerkskundschaft, die geantwortet haben, leben in einem Haushalt mit zwei bis fünf Personen (vgl. Abbildung 12).

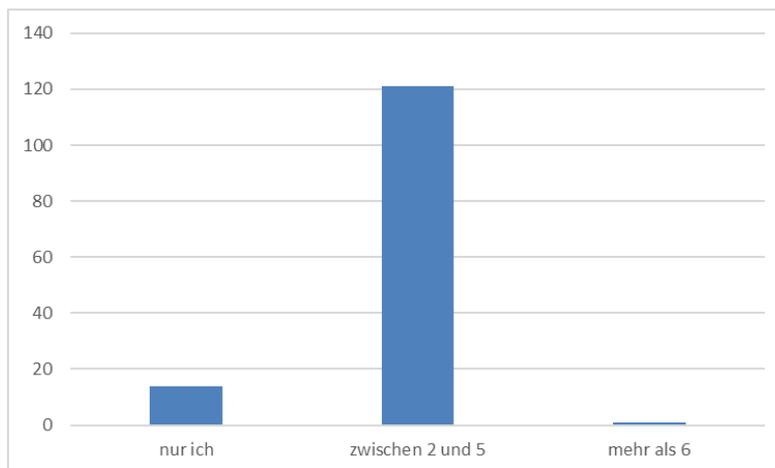


Abbildung 12: Antworten auf die Frage „Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?“ (n=136)

Eigentümer der Immobilie, in der sie wohnen, sind mehr als zwei Drittel der Personen der befragten Kundschaft. Von den befragten Personen wohnen etwa die Hälfte direkt in Erbach oder Michelstadt oder weniger als 14 Kilometer davon entfernt. Im Umkreis von mehr als 14 Kilometer um Erbach oder Michelstadt wohnt die Hälfte der befragten Personen (vgl. Abbildung 13).

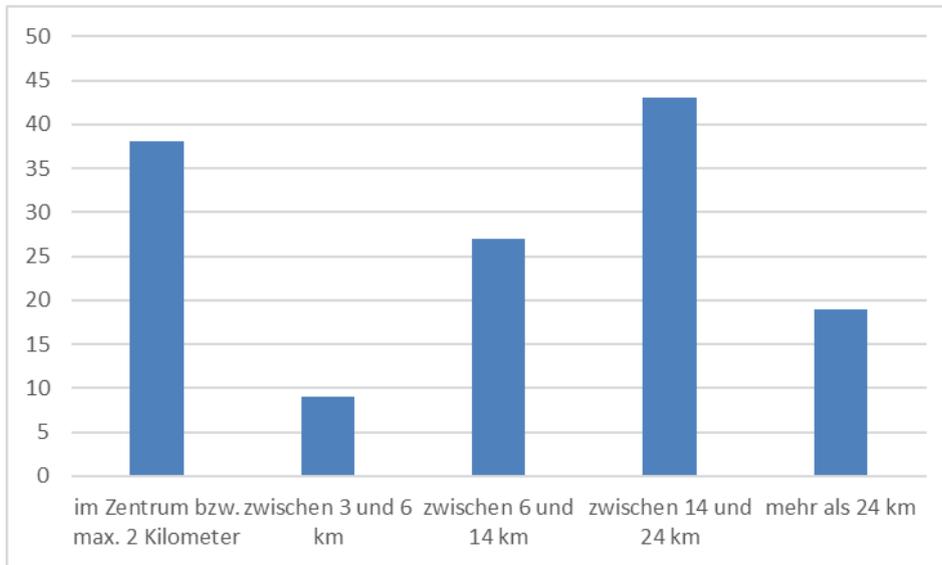


Abbildung 13: Antworten auf die Frage „Wie weit wohnen Sie von Erbach/Michelstadt entfernt?“ (n=136)

Drei Viertel der befragten Handwerkskundschaft wohnen in einem Ort im Odenwald mit mehr als 1000 Einwohnern (vgl. Abbildung 14).

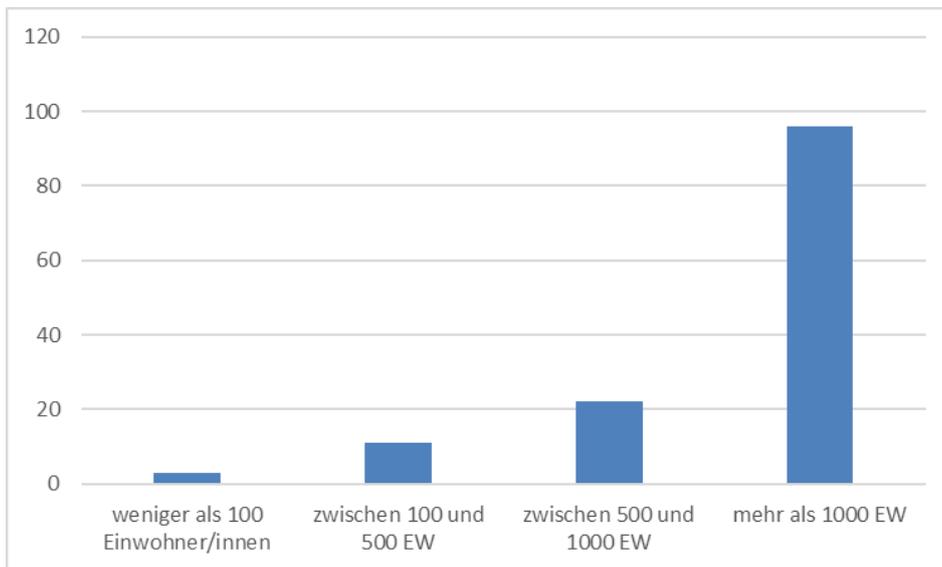


Abbildung 14: Antworten auf die Frage „Wie viele Einwohner hat der Stadtteil bzw. der Ort, in dem Sie wohnen?“ (n=132)

Abschließend soll an dieser Stelle festgehalten werden, dass nun im weiteren Projektverlauf alle Ideen und Vorschläge der befragten Handwerkskundschaft für die Ausgestaltung eines handwerklichen Dienstleistungszentrums im Odenwald inhaltlich sowie auf technische und finanzielle Umsetzbarkeit geprüft werden. Grundsätzlich sollen möglichst viele Anregungen im Geschäftsmodell für das „Handwerkliche Dienstleistungszentrum Odenwald“ Berücksichtigung finden.

5. Ergebnisse aus den Experteninterviews

Ergänzend zu den schriftlichen Befragungen der Unternehmen und der Kundschaft wurden mit Expertinnen und Experten in der Odenwald-Region Interviews durchgeführt. Bei der Auswahl geeigneter Expertinnen und Experten war deren Bezug zu Wirtschaft, Politik, Bildung oder zur Kreativszene im Odenwald von Bedeutung. Auf Basis dieser Kriterien wurden die folgenden zehn Personen für ein Interview ausgewählt:

- Landrat des Odenwaldkreises
- Expertinnen und Experten
 - des Odenwaldkreises; Entwicklung ländlicher Raum
 - der Odenwald-Regional-Gesellschaft mbH (OREG)
 - der Industrievereinigung Odenwald
 - des Beruflichen Schulzentrums Odenwaldkreis (BSO)
 - des Netzwerks Übergang Schule-Beruf im Odenwaldkreis
 - der AWO - Senioren und Pflege Odenwald gGmbH
 - der Agentur für Arbeit/Jobcenter/InAgGmbH
 - der Kreativwirtschaft im Odenwald
 - der „älteren Generation“ im Odenwald

Die Interviews wurden entlang eines dafür konzipierten Interviewleitfadens (vgl. Anhang 5) im Mai und im Juni 2022 per Telefon und in Einzelfällen im persönlichen Gespräch durchgeführt.

In den Interviews ging es zunächst um den Bezug der jeweiligen Expertinnen oder Experten zum Handwerk sowie um deren Einschätzung der momentanen handwerklichen Dienstleistungsver-sorgung in der ländlich geprägten Odenwald-Region.

Viele der Interviewten sehen sich als „Dienstleister in der Region“, sie sind tätig z. B.

- für junge Menschen in der Region mit den Aspekten: Chance für Bildung und Qualifikation, damit diese ihr Leben gestalten können,
- für deren Eltern, da „wir ihren Kindern Chancen geben“,
- für die Unternehmen der Region, damit diese für die Zukunft Fachkräfte haben oder
- generell für die Menschen der Odenwald-Region in Bezug auf Wirtschaft und gesellschaftliches Leben.

Die meisten der Interviewten sind der Ansicht, dass Odenwälder Handwerksbetriebe sowohl im Odenwald selbst als auch in den umliegenden Ballungsräumen gerne als Dienstleister in Anspruch genommen werden. Denn sie werden als leistungsfähige und zuverlässige Handwerksbetriebe mit viel Erfahrung und „Bodenständigkeit“ wahrgenommen.

Die größten Herausforderungen in der Odenwald-Region sehen die Interviewten in folgenden Bereichen: Mobilität und Transport, ärztliche Versorgung, Verfügbarkeit von Pflegekräften, Verfügbarkeit von Handwerksbetrieben sowie genügend Kita-Plätze und ÖPNV-Angebote.

Als Vorschläge für die zukünftige Ausgestaltung eines handwerklichen Dienstleistungszentrums im Odenwald wurden in den Interviews am häufigsten die folgenden Punkte genannt:

- Viele der Interviewten sehen Potenzial auf „digitaler“ Ebene und wünschen sich schnellere Informationen zur Frage: Welche Handwerker gibt es in der Region und was bieten sie?
- Häufig wurde der Vorschlag genannt, eine Anfrage über eine Webseite stellen und dort Kontaktdaten angeben zu können. Wünschenswert wären zudem ein schneller Rückruf und ein schnelles Angebot.
- Viele Interviewte haben den Wunsch geäußert, bei handwerklichen Dienstleistungen eine bessere Orientierung in Bezug auf Leistung und Preis zu bekommen. Es wäre in diesem Zusammenhang wichtig, das Gefühl zu haben, tatsächlich „gut beraten“ zu werden.
- Aus der Sicht vieler Interviewter sollte das Dienstleistungszentrum eine Anlaufstelle für die Kundschaft dahingehend sein, dass sie dadurch Zeit spart und sich darauf verlassen kann, dass sie keiner „über den Tisch zieht“.
- Viele Interviewte möchten, dass verschiedene Gewerke noch intensiver zusammenarbeiten (wenn z.B. eine Küche renoviert wird, soll oft der Boden mitgemacht werden). Es sollte mit Hilfe des Dienstleistungszentrums diesbezüglich eine ordentliche Übergabe von Gewerk zu Gewerk sichergestellt sein.
- Die Handwerker sollten aus Sicht vieler Interviewter Hilfestellung über das Dienstleistungszentrum erhalten, damit sie betriebliche Abläufe optimieren und hierbei Zeit sparen können.
- Ein oft geäußerter Wunsch der Interviewten ist es, dass in der Region noch intensiver zusammengearbeitet wird, z.B. auch im Bereich handwerkliche Aus- und Weiterbildung.
- Viele Interviewte wünschen sich, dass das Imageproblem des Handwerks behoben wird. Als Ansatz wurde eine Informationsoffensive über Stärken und Alleinstellungsmerkmale des Handwerks in der Odenwald-Region vorgeschlagen, wie z.B. holzaffine Handwerksberufe präsentieren sich Schülern und deren Eltern bei einem Tag des Handwerks.

Abbildung 15 gibt eine grafische Zusammenstellung der häufigsten Anregungen und Impulse aus den Experteninterviews wieder.⁶

⁶ In rotbrauner Farbe hinterlegt sind allgemeine Anregungen aufgeführt und in blauer Farbe hinterlegt sind konkrete Impulse zur Ausgestaltung eines handwerklichen Dienstleistungszentrums in Erbach im Odenwald näher beschrieben. Das in Abbildung 15 oben mit dem roten Stern versehene Feld wird unten links näher erläutert.

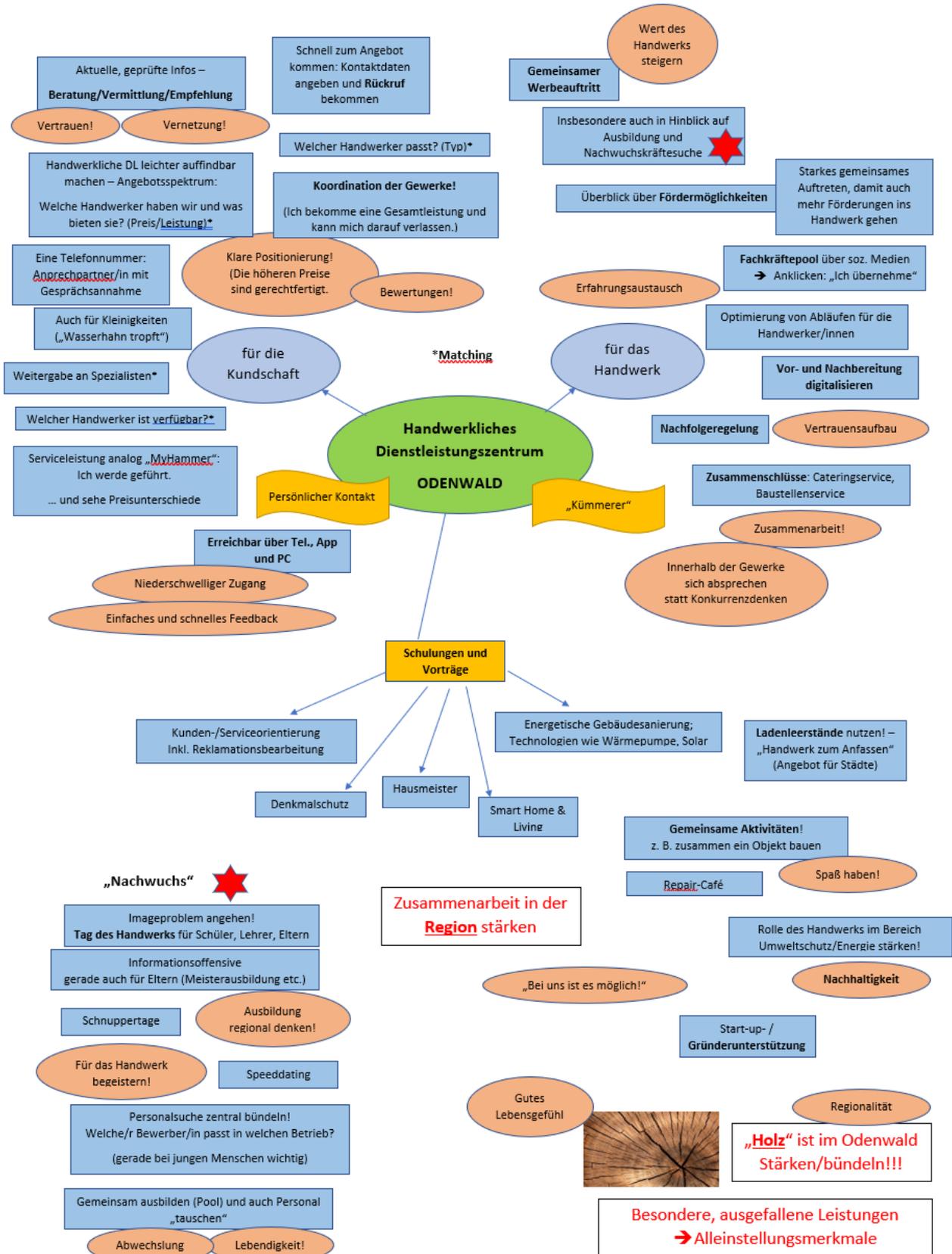


Abbildung 15: Anregungen und Impulse aus den Experteninterviews

Ergänzend veranschaulicht Abbildung 16 die Anregungen, die bei fachlichen Gesprächen des Projektteams mit Vertretern aus der lokalen Handwerksorganisation gesammelt wurden. In vertiefenden Gesprächen, z.B. in Vorstandssitzungen der Kreishandwerkerschaft Odenwald, konnten bereits vier Schwerpunkte identifiziert und einzelne potenzielle Ideen zugeordnet werden:

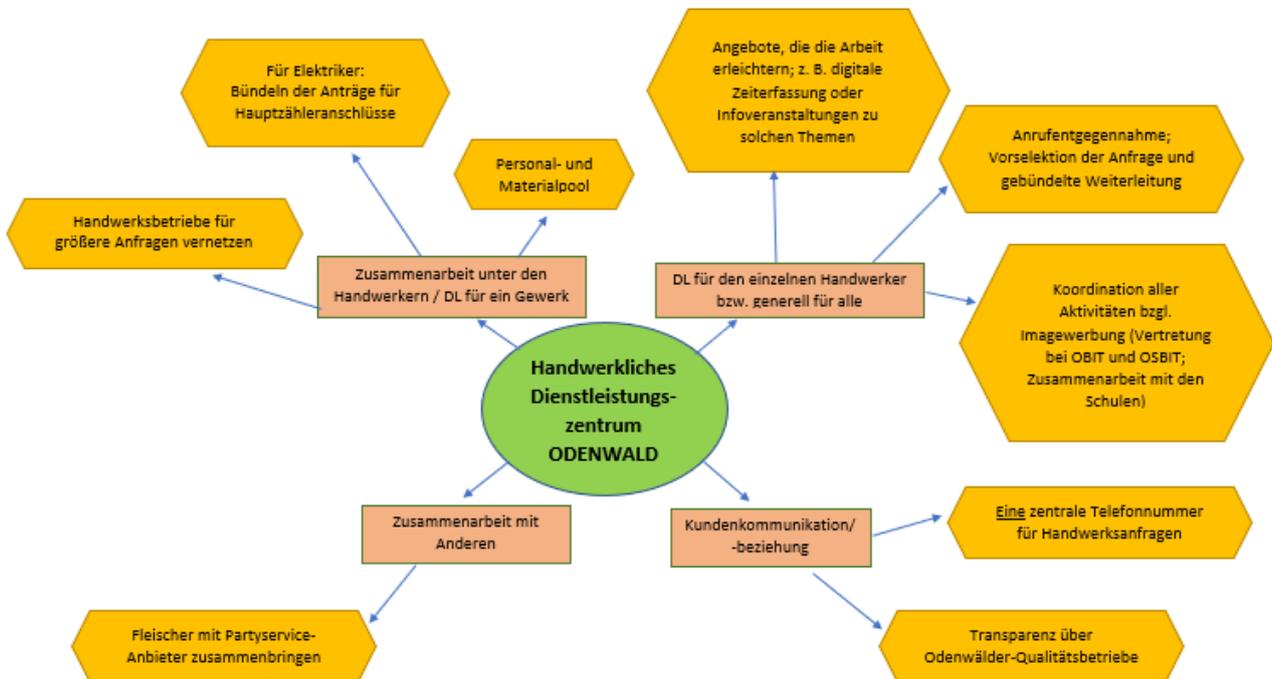


Abbildung 16: Anregungen aus den persönlichen Kontakten bei der Befragung und bei den Vorstandssitzungen

Als am häufigsten genannten Anregungen und Impulse für ein „Handwerkliches Dienstleistungszentrum Odenwald (HDO)“ aus den Experteninterviews und sonstigen persönlichen Kontakten wurden die folgenden konkreten Vorschläge gemacht:

- Im HDO soll ein digitales Odenwälder Handwerksportal entstehen und
- Das HDO soll eine Handwerksmesse Odenwald organisieren.
- Im HDO soll die Ausbildung gestärkt werden
- Das HDO soll bei der Personalbeschaffung unterstützen.
- Im HDO soll es Unterstützungsangebote zur besseren Auftragskoordination geben
- Durch das HDO sollen betriebliche Prozesse digital optimiert werden.
- Das HDO soll Schulungen und Informationsveranstaltungen anbieten
- Das HDO soll dabei helfen, Förderungen zu akquirieren.
- Das HDO soll erste Anlaufstelle für Kundenanfragen sein
- Regionale Kooperationen sollen im HDO gefördert werden.

Im Abschlusskapitel werden nun diese Vorschläge den Empfehlungen aus den Befragungen der Unternehmen und deren Kundschaft gegenübergestellt.

6. Kernaussagen und Schlussfolgerungen

In den Befragungen und in den Interviews haben Unternehmen, Kundschaft sowie Expertinnen und Experten zahlreiche Anregungen und Impulse für die Ausgestaltung eines „Handwerklichen Dienstleistungszentrum Odenwald“ gegeben. Diese Anregungen und Impulse werden nun zusammengetragen und näher beleuchtet.

In Abbildung 17 sind zunächst konkrete Anregungen und Impulse für die Ausgestaltung des „Handwerklichen Dienstleistungszentrums Odenwald (HDO)“ aus der Unternehmensbefragung dargestellt.

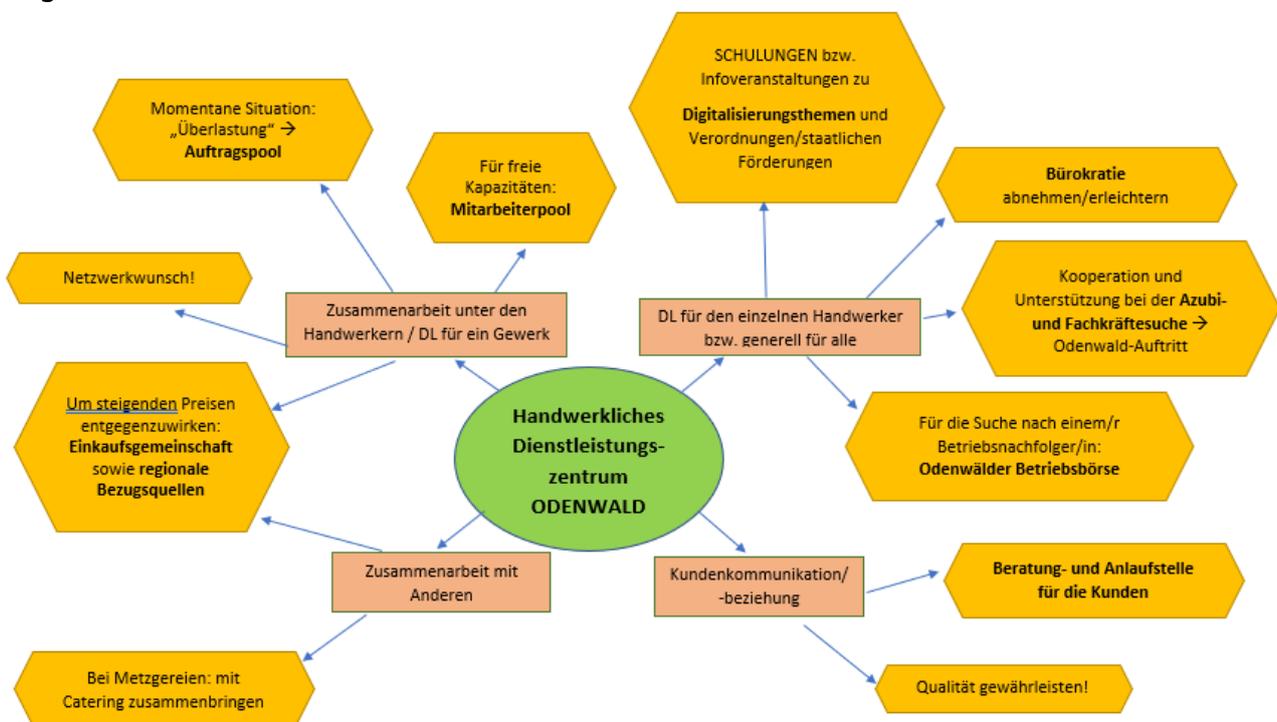


Abbildung 17: Anregungen und Impulse aus den Unternehmensbefragungen

Daraus hat das HaDiL-Projektteam folgende zehn Kernaussagen abgeleitet:

- 1) Im HDO soll es Unterstützungsangebote für Handwerksbetriebe bei der Suche nach Auszubildenden, Fachkräften und Betriebsnachfolge geben.
- 2) Ein Mitarbeiterpool für freie Kapazitäten soll im HDO gebildet werden.
- 3) Das Handwerkliche Dienstleistungszentrum Odenwald (HDO) soll die Kooperation zwischen den Handwerksbetrieben im Sinne eines Handwerksnetzwerks stärken.
- 4) Das HDO soll zum Bürokratieabbau in Handwerksbetrieben beitragen.
- 5) Mit einem Auftragspool im HDO soll der „Überlastung“ der Handwerksbetriebe in der momentanen Situation begegnet werden.
- 6) Es sollen Schulungen und Informationsveranstaltungen im HDO angeboten werden, beispielsweise zu Digitalisierungs- oder Nachhaltigkeitsthemen.
- 7) Das HDO soll eine Beratungs- und Anlaufstelle für die Kundschaft von Handwerksbetrieben sein.

- 8) Über eine spezielle digitale Plattform soll die Kommunikation der Handwerksbetriebe mit der Kundschaft im HDO auch möglich sein.
- 9) Im HDO soll eine Einkaufsgemeinschaft gebildet werden, um den steigenden Preisen entgegenzuwirken.
- 10) Es soll im HDO eine Möglichkeit geschaffen werden, vermehrt regionale Bezugsquellen zu nutzen.

Abbildung 18 veranschaulicht weitere konkrete Anregungen und Impulse für die Ausgestaltung des „Handwerklichen Dienstleistungszentrums Odenwald (HDO)“ aus der Kundenbefragung.

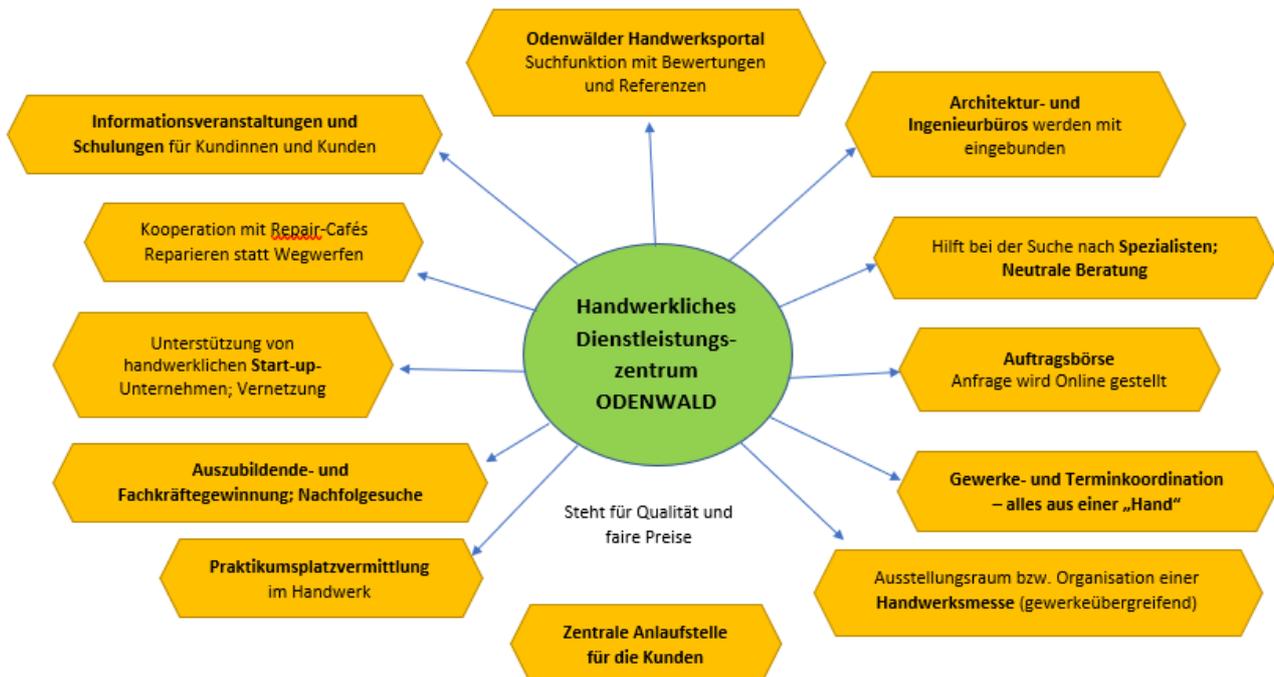


Abbildung 18: Anregungen und Impulse aus den Kundenbefragungen

Das HaDiL-Projektteam hat daraus folgende zehn Kernaussagen abgeleitet:

- 1) Das HDO soll bei der Auszubildenden- und Fachkräftegewinnung helfen.
- 2) Das HDO soll bei der Vermittlung von Praktikumsplätzen im Handwerk unterstützen.
- 3) Im HDO soll eine digitale Plattform für ein Odenwälder Handwerksportal entstehen.
- 4) Es soll eine Auftragsbörse, in der Anfragen online gestellt werden, im HDO entstehen.
- 5) Das HDO soll eine zentrale Anlaufstelle für die Kundschaft sein, die Gewerke- und Terminkoordination „aus einer Hand“ anbietet.
- 6) Im HDO soll eine neutrale Beratung stattfinden, wenn es darum geht, handwerkliche Spezialisten zu finden.
- 7) Informationsveranstaltungen und Schulungen für die Kundschaft sollen im HDO angeboten werden.
- 8) Das HDO soll Angebote zur Unterstützung von handwerklichen Start-Up-Unternehmen bereitstellen.
- 9) Es soll im HDO eine Kooperation mit Repair-Cafés entstehen.
- 10) Das HDO soll für Qualität und faire Preise stehen.

Darüber hinaus hat das HaDiL-Projektteam aus den Anregungen und Impulse für die Ausgestaltung des „Handwerklichen Dienstleistungszentrums Odenwald (HDO)“ aus den Experteninterviews weitere zehn Kernaussagen abgeleitet:

- 1) Im HDO soll die Ausbildung gestärkt werden.
- 2) Das HDO soll bei der Personalbeschaffung unterstützen.
- 3) Im HDO soll ein digitales Odenwälder Handwerksportal entstehen.
- 4) Im HDO soll es Unterstützungsangebote zur besseren Auftragskoordination geben.
- 5) Durch das HDO sollen betriebliche Prozesse digital optimiert werden.
- 6) Das HDO soll Schulungen und Informationsveranstaltungen anbieten.
- 7) Das HDO soll dabei helfen, Förderungen zu akquirieren.
- 8) Das HDO soll erste Anlaufstelle für Kundenanfragen sein.
- 9) Es sollen im HDO regionale Kooperationen gefördert werden.
- 10) Das HDO soll eine Handwerksmesse Odenwald organisieren.

Die Kernaussagen aus den Unternehmens- und Kundenbefragungen sowie aus den Experteninterviews sind in den beiden HaDiL-Innovationsworkshops am 20. Juli 2022 weiterentwickelt worden, so dass als Schlussfolgerungen vier wesentliche Handlungsfelder für das „Handwerkliche Dienstleistungszentrum Odenwald“ festgelegt werden konnten:

- **Personalgewinnung:** Fachkräfte und Auszubildende finden
- **Bürokratieabbau:** Zeit sparen durch Digitalisierung
- **Kundenfreundlichkeit:** Servicequalität verbessern
- **Imagepflege:** Handwerk als Zukunftsbranche präsentieren

Folgende Aktivitäten sind nun in den vier als wesentlich definierten Handlungsfeldern für das „Handwerkliche Dienstleistungszentrum Odenwald (HDO)“ geplant:

Handlungsfeld Personalgewinnung: Fachkräfte und Auszubildende finden

- Im HDO soll es analoge sowie digitale Unterstützungsangebote für Handwerksbetriebe bei der Suche nach Auszubildenden, Fachkräften und Betriebsnachfolge geben.
- Über die digitale Plattform soll ein Beschäftigtenpool für freie Kapazitäten gebildet werden.
- Das HDO soll durch gezielte (zum Teil digital unterstützte) Aktionen bei der Auszubildenden- und Fachkräftegewinnung helfen.
- Das HDO soll durch gezielte (zum Teil digital unterstützte) Aktionen bei der Vermittlung von Praktikumsplätzen im Handwerk unterstützen.

Handlungsfeld Bürokratieabbau: Zeit sparen durch Digitalisierung

- Im HDO soll eine digitale Plattform für ein Odenwälder Handwerksportal entstehen, die unter anderem zum Bürokratieabbau beitragen soll, um auch die betrieblichen Prozesse digital zu optimieren.
- Das HDO soll die Kooperation zwischen den Handwerksbetrieben im Sinne eines Handwerksnetzwerks stärken, um unter anderem bessere Auftragskoordination zu ermöglichen.
- Es soll die Möglichkeit geschaffen werden, vermehrt regionale Bezugsquellen zu nutzen und Einkaufsgemeinschaften zu bilden.

- Eine Auftragsbörse, in der Anfragen online gestellt werden, soll der „Überlastung“ der Handwerksbetriebe entgegenwirken.

Handlungsfeld Kundenfreundlichkeit: Servicequalität verbessern

- Das HDO soll eine Beratungs- und Anlaufstelle für die Kundschaft von Handwerksbetrieben sein.
- Über eine spezielle digitale Plattform soll die Kommunikation der Handwerksbetriebe mit der Kundschaft im HDO möglich sein.
- Das HDO soll eine zentrale Anlaufstelle für die Kundschaft sein, in der die Gewerke- und Terminkoordination „aus einer Hand“ angeboten wird.
- Im HDO soll eine „neutrale“ Beratung der Kundschaft stattfinden, wenn es darum geht, handwerkliche Spezialisten zu finden.

Handlungsfeld Imagepflege: Handwerk als Zukunftsbranche präsentieren

- Es sollen Informationsveranstaltungen und Schulungen für Handwerksbetriebe angeboten werden, beispielsweise zu Digitalisierungs- oder Nachhaltigkeitsthemen.
- Das HDO soll durch Informationsveranstaltungen und Schulungen auch dabei helfen, Förderungen zu akquirieren.
- Das HDO soll Angebote zur Unterstützung von handwerklichen Start-Up-Unternehmen bereitstellen.
- Es soll eine Kooperation mit Repair-Cafés entstehen.
- Das HDO soll eine Handwerksmesse Odenwald organisieren.

Zusammengefasst soll im **Handlungsfeld Personalgewinnung** in erster Linie Handwerksbetrieben bei der Suche nach Auszubildenden und Fachkräften durch analoge und digitale Unterstützungsangebote geholfen werden. Im HDO sollen digital unterstützte Aktionen bei der Fachkräftegewinnung sowie bei der Vermittlung von Praktikumsplätzen helfen. Das **Handlungsfeld Bürokratieabbau** legt den Fokus darauf, betriebliche Prozesse digital zu optimieren, z.B. indem Anfragen online gestellt werden und eine Auftragsbörse eingerichtet wird. Auch zwischenbetriebliche Prozesse z.B. bei der Auftragskoordination sollen effizienter gestaltet werden. Im **Handlungsfeld Kundenfreundlichkeit** soll eine Beratungs- und Anlaufstelle für die Kundschaft von Handwerksbetrieben entstehen. Über eine digitale Plattform soll die Kommunikation der Handwerksbetriebe mit der Kundschaft sowie die kundenfreundliche Gewerke- und Terminkoordination „aus einer Hand“ ermöglicht werden. Das **Handlungsfeld Imagepflege** konzentriert sich darauf, im Zusammenspiel mit anderen Akteuren der Handwerksorganisationen für Betriebe Schulungen und Informationsveranstaltungen anzubieten sowie eine „Handwerksmesse Odenwald“ zu organisieren. Das HDO kann in Ergänzung zu bisherigen Aktionen der Handwerksorganisationen auch dabei helfen, Fördermittel für innovative Maßnahmen zu akquirieren und Angebote zur Unterstützung von handwerklichen Start-Ups bereitzustellen.

Es gibt darüber hinaus aus dem HaDiL-Projektteam noch weitere Ideen für Aktivitäten, die zusätzlich zu den bereits bestehenden Angeboten der Handwerksorganisationen im Rahmen des HDO geplant sind, wie beispielsweise:

- Angebot und Nachfrage in der Odenwald-Region sollen mit innovativen Mobilitätskonzepten zusammengeführt werden.
- Es soll Informations- und Beratungsangebote im HDO geben, z.B. zur Gestaltung der Webseite der Handwerksbetriebe, zum Thema Social Media oder zum Thema IT-Sicherheit.
- Auch Schulungen, z.B. zu Service Engineering, Smart Services oder Nachhaltigkeitsthemen, sollen im HDO angeboten werden.

Im folgenden Projektverlauf werden nun alle oben aufgeführten Anregungen für Einzelaktivitäten im Rahmen einer Machbarkeitsanalyse auf Umsetzbarkeit geprüft.

Parallel dazu wird vom Projektteam ein Geschäftsmodell für das „Handwerkliche Dienstleistungszentrum Odenwald“ entwickelt. Dieses Geschäftsmodell soll einerseits passgenau für die Odenwaldregion ausgestaltet werden – andererseits wird das Ziel verfolgt, ein Modell für andere ländlich geprägte Regionen in Deutschland zu erarbeiten.

Anhang 1: Fragebogen zur Unternehmensbefragung

Unternehmensbefragung zur Stärkung der handwerklichen Dienstleistungen im Odenwald

Liebe Unternehmer/innen des Handwerks im Odenwald,

bitte beteiligen Sie sich bei dieser Befragung, damit wir die Region „Odenwald“ stärken und attraktiver gestalten können.

Es geht dabei auch um eine bessere Wahrnehmung Ihres Betriebes sowie des gesamten Handwerks im ländlichen Raum, eine Stärkung der Kooperation der Betriebe untereinander und die Entwicklung neuer Dienstleistungen.

Wenn wir die Leistungen anbieten, die die Bevölkerung attraktiv und wichtig findet, wohnen die Menschen gerne hier. Durch innovative Dienstleistungen helfen wir den Odenwald interessanter zu machen für die Einwohner/innen der umliegenden Städte und Metropolen (Rhein-Neckar-Raum und Rhein-Main-Gebiet) und es wird uns leichter fallen, gute Fachkräfte zu finden und zu halten.

Wir freuen uns auf Ihre Beteiligung und bedanken uns, dass Sie an dieser Befragung teilnehmen. Sehr gerne können Sie sich auch darüber hinaus an diesem zweieinhalb jährigen Projekt beteiligen.

Frage 1: Was sind momentan Ihre größten Herausforderungen?

(Mehrfachnennung möglich)

- Beschäftigte im Betrieb halten
- Neue Fachkräfte finden
- Finanzierung sicherstellen
- Steigende Preise
- Wettbewerbsfähigkeit
- Digitalisierung / neue Technologien
- Betriebsnachfolge
- Nachhaltigkeit
- Gesetzliche Vorgaben
- Corona-Krise
- Sonstige

Welche der oben genannten Herausforderungen sind für Sie die wichtigsten?

Frage 2: Haben Sie generell Schwierigkeiten bei der Gewinnung von Nachwuchs- und Führungskräften?

- nein
- ab und zu
- ja

Frage 3: Was unternehmen Sie, um Nachwuchs- und Führungskräfte zu bekommen? Welche dieser Maßnahmen sind aus Ihrer Sicht am effektivsten?

Frage 4: Möchten Sie gezielt Migranten/Migrantinnen, Schul-/Studienabbrecher/innen ... ansprechen?

- ja
- nein

Frage 5: Bilden Sie in Ihrem Betrieb derzeit aus?

- ja
- nein

Frage 6: Wie bewerben Sie die Ausbildungsplätze?

Frage 7: Was bieten Sie Ihren Mitarbeiter/innen und Auszubildenden?

(Mehrfachnennung möglich)

- Gewinnbeteiligung
- Einmalzahlungen
- Betriebliche Altersvorsorge
- Gutscheine
- Privatnutzung der Firmenfahrzeuge
- Karriereperspektiven
- Weiterbildung
- Flexible Arbeitszeiten
- Gesundheitsförderung
- Mitarbeitergespräche
- Feiern, Feste
- Sonstige

Gerne können Sie auch einzelne Aspekten konkretisieren, was Sie (an-)bieten.

Frage 8: Welche Unterstützung benötigen Sie bei der Mitarbeitergewinnung und -bindung?

(Bitte kurz erläutern, damit wir verstehen, was Sie meinen.)

Frage 9: Wie weit ist Ihr Aktionsradius (in km) von Ihrem Unternehmensstandort aus?

Frage 10: Wie gewinnen Sie Ihre Kunden? (Marketing)

Frage 11: Haben Sie Kundenanfragen, die Sie nicht bedienen können?

- ja
 nein

Frage 12: Würden Sie gerne Ihr Leistungsspektrum erweitern und wenn ja, inwiefern und welche Kompetenzen bzw. Kooperationspartner bräuchten Sie dafür?

Frage 13: Sind Sie bereits mit anderen Partnern vernetzt und bieten gemeinsame Dienstleistungen an? Wenn ja, bitte kurz beschreiben, welche Dienstleistungen und welche Gewerke.

Frage 14: Wie könnten Sie sich die Ausgestaltung eines „Handwerker-Dienstleistungszentrums“ im Odenwaldkreis vorstellen? Gerne dürfen Sie einfach Stichworte angeben, was Ihnen dazu einfällt.

Frage 15: Haben Sie eine eigene Homepage?

- ja
 nein

Frage 16: Sind Sie mit Ihrem Betrieb in sozialen Netzwerken?

- ja
 nein

Frage 17: Welche anderen Digitalisierungsmaßnahmen haben Sie für Ihre Kunden umgesetzt? (je nach Gewerk z. B. CAD, Smart-Home, digitales Aufmaß, Drohne, Video, Online-Wartung, 3-D-Planung, Online-Überwachung ...)?

Frage 18: Was hält Sie ab, (noch) digitaler unterwegs zu sein?

(Mehrfachnennung möglich)

- Kein Interesse; sehe keine Notwendigkeit
- Zeitmangel
- Fehlendes Know-how und/oder fehlende Mitarbeiter/innen dafür
- Keine Finanzen dafür
- Sonstige

Frage 19: Wie schätzen Sie für sich die wachsende Konkurrenz von Internetanbietern wie Amazon, MyHammer etc. ein?

Frage 20: Ich und/oder meine Beschäftigten haben generell Schulungsbedarf zu folgenden Themen:

Nun hätten wir noch ein paar abschließende Fragen zu Ihnen und Ihrem Unternehmen:

Welche Funktion haben Sie in Ihrem Betrieb?

- (Mit-)Inhaber/in
- Führungskraft
- Geschäftsführer/in bzw. geschäftsführende/r Gesellschafter/in
- Sonstiges

Zu welchem Gewerk gehört ihr Betrieb?

Wie viele Beschäftigte hat Ihr Betrieb inklusive Teilzeitkräfte und Auszubildende?

- 1 bis 5 Beschäftigte
- 6 bis 10 Beschäftigte
- 11 bis 25 Beschäftigte
- 26 bis 49 Beschäftigte
- 50 und mehr Beschäftigte

Suchen Sie im Augenblick oder in naher Zukunft (d. h. innerhalb der nächsten 5 Jahre) eine/n Nachfolger/in für Ihren Betrieb?

- ja
- nein

Anhang 2: Tabellen aus der Unternehmensbefragung

Tabelle 1: Antworten auf die Frage „Was unternehmen Sie, um Nachwuchs- und Führungskräfte zu bekommen? Welche dieser Maßnahmen sind aus Ihrer Sicht am effektivsten?“ (n=66)

Alle Kanäle
an Schulen gehen
Anzeigen in den sozialen Medien. Unsere letzten drei Mitarbeiter haben wir allesamt über Facebook gefunden
Anzeigen in sozialen Medien
Anzeigen Jobcenter/Arbeitsagentur, Schulen
Anzeigen online und Zeitschriften und Arbeitsamt
Anzeigen schalten und am effektivsten Empfehlung von anderen Mitarbeitern
Anzeigen Und Arbeitsamt
Arbeitsamt, Anzeigen, Praktika anbieten, Aushänge, direkt Gespräche Am effektivsten - keine Ahnung
Arbeitsamt, Anzeigenwerbung, Homepage
Arbeitsamt, Facebook
Arbeitsamt, Werbung
Attraktiven Arbeitsplatz schaffen
Ausbilden
Ausbildungsplätze schaffen
Auszubildende gewinnen durch die positive Ausstrahlung des eigenen Betriebs
Bekanntenkreis der Mitarbeiter und auch mein eigener.
Bin nur ein 1-Mann-Betrieb mit Helfer
Branchengleiche Kollegen befragen, ansonsten ist das Arbeitsamt leider nicht hilfreich so die Erfahrung der letzten Jahre
brauch keine mehr
Digitalisierung, Schulinfotage, EQ
eigentlich nicht aktiv, das muss sich aber ändern
Events für Mitarbeiter Firmen-bindendes Verhalten
Finanzielle Anreize gute Arbeitsbedingungen gutes Betriebsklima
Frühzeitig Praktika anbieten
gute Frage hier benötigen wir Hilfe
Gutes Betriebsklima! Zu Frage 4: Derzeit nicht!
Homepage und digitale Medien
ich versuche sie positiv zu beeinflussen
Image und Standort

In den 8-9 Jahrgänge der Schulen für den Beruf werben, online.
Infoveranstaltungen an Schulen (Obit) Schulpraktika
Instagram und Facebook Ansprachen, Suche auf Monster.de usw.
Internet, Website, Betriebsklima, gute Rahmenbedingungen rund um den Arbeitsplatz -- die letztgenannte ist am effektivsten
Investieren in Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter Social Media Marketing
junge Menschen begeistern, in Schulen gehen, Homepage/Instagram/Facebook, Präsenz zeigen, "cool sein", Bildungsmessen besuchen, kreative Arbeitsplätze schaffen
Klassische Auszubildende sind keine mehr da, deswegen setzen wir verstärkt auf Quereinsteiger die wir selbst ausbilden und weiter bilden ohne Schule und ohne Überbetriebliche Bildungsstätte
Kontakt mit Schulen
Lokale Anzeigen, Werbung, Mund-zu-Mund, Pressearbeit, Facebook
Mitarbeiter werben Mitarbeiter und Internet
momentan keine Unternehmungen
Mund zu Mund
Mund zu Mund Empfehlungen
Odenwälder Berufsinformationstage in Gespräch mit der Schule vor Ort
Praktika, Girlsday, Anzeigen
Praktikum, Zeitung, modernes Auftreten - z. B. bessere Arbeitszeiten anbieten
Präsenz auf online Plattformen Arbeitsamt Stellenangebote über digitale Medien
qualitativ hochwertige Produkte herstellen und kollegiales Arbeitsklima
selbst ausbilden
Selbst ausbilden.
Sich offen präsentieren
Social Media
Social Media Werbung
Speeddating der IHK war sehr gut!
Ansonsten suchen wir selber Ideen!
Stehe da aktuell vor unlösbaren Fragen!
Stellenanzeigen auf allen Ebenen
Stellenanzeigen in sozialen Medien erstellen
trifft6 für mich nicht mehr zu
wenig
Werbung
Werbung in sozialen Medien, Kooperation mit Bildungseinrichtungen (Allgemeine Schulen sowie Fachschulen), attraktive Vergütung und Arbeitsmodelle
Wir bilden aus und schicken Mitarbeiter auf Lehrgänge

Wir haben Auszubildende eingestellt und wollen diese auch nach der Ausbildung übernehmen.
Wir nehmen an allen gängigen Messen und Speed Bewerbertagen teil.
Wir unternehmen im Moment nichts, da wir keine Nachfolger haben und bis auf weiteres auch klein Personal brauchen. Wir haben jahrelang ausgebildet, mit dem Ergebnis, das das Personal dann in die Industrie gewechselt ist, weil dort die Verdienstmöglichkeiten sehr viel höher sind.
Zusammenarbeit mit Schule, Obit, Social Media Präsenz

Tabelle 2: Antworten auf die Frage „Wie bewerben Sie die Ausbildungsplätze?“ (n=62)

Agentur für Arbeit
Aktuell gar nicht
an den ortsansässigen Schulen
Anfragen kommen per Mail und Telefonisch
Anzeigen, Schulauftritte, Ausbildungsmessen, Speeddating der IHK
Anzeigenwerbung, Homepage
Arbeitsamt
Arbeitsamt / Webseite
Arbeitsamt, Jobcenter
auf der Internetseite
Auf unserer Webseite
Beim Betriebspraktikum der örtlichen Schulen
Dieses Jahr gar nicht, sonst über soziale Medien
Direkt, online
Empfehlung
Facebook, Linked In, Webseite etc.
Gar nicht
Gar nicht
gar nicht
Gar nicht
gar nicht / Arbeitsamt
Gar nicht. Bisher bewarben sich alle Auszubildenden initiativ.
Homepage und digitale Medien
Homepage, Schulen, über Kammer und Kunden
Im Internet
im Moment gar nicht
In Presse Soziale Medien und Internet
In Schulen und auf der Website

Innungen Handwerkskammern
Inserate
instagramm, Facebook, eigene Homepage, Zeitungswerbung ...
Internet
Lehrstellenradar HWK, eigene Website
meine Azubis haben alle ein Praktikum bei mir gemacht
nein
nicht
nicht
Nicht speziell
nutze Werbung vom Verband
Online
Online (Soziale Medien, Jobbörsen, Agentur für Arbeit, Arbeitgeberverbände, etc.) sowie in Printmedien von Schulen (Jahrgangszeitungen, etc.)
persönliche Empfehlung, Mund-zu-Mund-Propaganda
Portale
Praktikum
Praktikum
Printmedien
Schule, Agentur für Arbeit, Jobcenter
Schulen und über Praktikumsplätze
schwierig, weil oft das Verständnis fehlt.
Social Media, Webseite
Social Media, Werbebanner an Schulwegen, Mund zu Mund Propaganda
Teilnahme an OBIT, Anbieten von Schülerpraktika
trifft für mich nicht mehr zu
Über Praktikanten
Website
werden im Jobcenter gemeldet
wir bewerben nicht
Zurzeit gar nicht mehr

Tabelle 3: Antworten auf die Frage „Welche Unterstützung benötigen Sie bei der Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterbindung?“ (n=37)

am besten positive Aussagen der Kollegen
Ansprache in den Schulen, Ausbildungsinformationstage in den Schulen
Attraktivität des Bäckerhandwerks steigern
Auswahl der richtigen Medien zur Ansprache der jeweiligen Zielgruppe, Beratung zur Präsentation in den Sozialen Medien, Gestaltung von Jobanzeigen, Beratung zu außerbetrieblichen Weiterbildungsmöglichkeiten, etc.

Bei der Mitarbeitersuche Erstellen einer Stellenbeschreibung Hilfestellung
Bessere Rahmenbedingungen, weniger bürokratischen Aufwand
Bessere Vernetzung der Betriebe untereinander
Bewerbung Ausbildungsplätze
Breite Unterstützung
da wir ein Einzelunternehmen sind ist die Arbeit überwiegend Personen bezogen
das interessierte Klientel an sich
den Beruf den Schülern vermitteln
Derzeit keine aufgrund der Bedingungen eher Beendigung meiner betrieblichen Tätigkeit
Derzeit keine.
Die Unterstützung des Bundes- und Landesverbands
Die Wertstellung des Handwerks, besserer Verrechnungslohn, Früherer Ruhestand und Ausgleichsrente ca. 500 € monatlich für die erhöhte körperliche Arbeit, damit könnte man einen Anreiz schaffen, damit die Handwerksberufe wieder mehr gefragt sind. Beamte und andere Berufe bekommen mehr Rente bei weniger körperlicher Belastung.
Empfehlungen, um mehr Bewerber für Ausbildung und Einstellungen zu gewinnen.
gezielte Suche ermöglichen
Hilfe bei der Gestaltung aussagekräftiger Werbung (Internet, Facebook, Instagramm)
Ich beauftrage Firmen für Mitarbeitergewinnung
Im Moment noch keine.
jegliche
keine
keine
Kontakte zu Schulen
Lehrlingsfindung; Zusammenarbeit mit Schulen
Mehr das Handwerk Bewerben
mehr Kinder
Mitarbeiterbindung durch die Bereitstellung von geeigneten interessanten Schulungs- und Weiterbildungsformaten
Schule - Lehrer als "Fürsprecher"!
trifft für mich nicht zu
Was ist bei der Mitarbeiterbindung rechtlich/steuerlich erlaubt?
Wenn ich das wüsste.
Werbematerialien Kontakt zu Schulen
Werbung für das Berufsbild schon in den Schulen
Wir müssen das Handwerk wieder als was Besonderes und Erstrebenswertes darstellen
Zurzeit keine

Tabelle 4: Antworten auf die Frage „Wie gewinnen Sie Ihre Kunden?“ (n=78)

Architekten Ausschreibungen
digitale Werbung und mündliche Empfehlung
Direkt vor Ort Onlinemarketing über soziale Medien
Durch die Qualität
durch gute Arbeit und zufriedene Kunden, die uns weiter empfehlen
durch Kunden werde ich weitergereicht fester Kundenstamm
Durch positive Empfehlung
eigentlich nur über Empfehlungen oder die Kunden kommen von sich aus auf uns zu
einfach durch perfekte Arbeit
Empfehlung
Empfehlung
Empfehlung
Empfehlungen von ehemaligen Bauherren. Website
Empfehlungen, Website, Messen
Entfällt da öffentlicher Auftraggeber
Facebook Instagram Mundpropaganda
Facebook instagramm Flyer
Facebook, Internet, Empfehlung
fester Kundenstamm, durch Mund-zu-Mund-Propaganda, teilweise durch Werbung, Homepage
Flyer, Anzeige, Baumesse, Netzwerke, Homepage
gute Arbeit
Gute Arbeit erbringen
gute Produkte
Gute Referenzen, ständige Kundenkontakte und Telefonakquise
gute Ware – Mund-zu-Mund-Propaganda
Hauptsächlich durch Weiterempfehlung der Bestandskunden
hauptsächlich Mund-zu-Mund-Propaganda durch zufriedene Kunden
Homepage, Instagram, Mund zu Mund Propaganda.
Internet
Internet, Onlineshop mit Reservierung, Printwerbung
langfristige Kundenbindung und folge Geschäfte. Anzeigen auf den Kunden zugeschnitten
Mund zu Mund
Mund zu Mund, Facebook, Instagram, Homepage (momentan in Arbeit)
Mund zu Mund, Homepage
Mund zu Mund, Homepage, Messen

Mund zu Mundpropaganda, Empfehlungen
Mundpropaganda
Mundpropaganda
Mundpropaganda
Mundpropaganda, Facebook
Mundpropaganda, Großer Kreis von Bestandskunden (kein Marketing notwendig), Internetpräsenz (eigene, regelmäßig gepflegte Homepage, sowie vorhandener Google-Eintrag inkl. sehr guter Bewertungen)
Mundpropaganda, Homepage, Facebook
Mundpropaganda, Werbung
Mund-zu-Mund Homepage Fahrzeuge mit Logo Klassisches Telefonbuch Annoncen
Mund-zu-Mund-Empfehlung
Mund-zu-Mund-Propaganda
Mund-zu-Mund-werbung, Internet
nur durch weiter Empfehlungen
Online-Werbung
Online, Mundpropaganda, Gerüstwerbung etc.
persönlich bekannt und durch Mundpropaganda
Qualität
Qualität
Seo-Marketing, Empfehlungsgeschäft, Direktansprachen,
Soziale Medien, Werbeflyer (überwiegend Stammkundschaft)
Stammkunden und Weiterempfehlen
Über LV's und Empfehlungen
Unnötig
unsere Internetseite
Vertrieb
Webseite, Social Media, Weiterempfehlungen
Weiterempfehlung Homepage/Instagram/Facebook
Weiterempfehlung
Weiterempfehlung, Handwerkernetzwerk
Weiterempfehlungen, Internetauftritt, Referenzen in sozialen Medien, Werbung auf Firmenfahrzeugen
Weiterempfehlungen, Zeitungswerbung, eigene Homepage, Verlinkungen mit den Herstellern der von uns verbauten Produkte, Facebook, Instagram
Werbung
Werbung
Werbung durch den Kunden

Werbung durch Kunden
Werbung in der Zeitung, Mund zu Mund Propaganda, Internetauftritt
Werbung und Empfehlung
Werbung, Kundenempfehlung
Werbung, Messe
Werbung, Weiterempfehlungen
wir pflegen unseren vorhandenen Kundenstamm, den wir aktuell aufgrund der Firmengröße schon nicht zeitnah bedienen können.
Zeitung, Mundpropaganda
Zeitungswerbung, Instagram

Tabelle 5: Antworten auf die Frage „Was sind die Gründe dafür, dass Sie Kundenanfragen nicht bedienen können?“ (n=35)

Allgemein, da Kapazitäten fehlen!
Angebote
Angebotsausarbeitungen/Leistungsverzeichnisse erstellen
Arbeiten von Neukunden, die sofort erledigt werden müssen
Aufträge
Bestimmte Torten (Bilder aus dem Netz, nicht passende Preisvorstellungen)
Catering
Catering. Da ist halt irgendwann eine Personengrenze erreicht
CNC-gefertigte Produkte
da die Wartezeit den Kunden manchmal zu lange ist
Da wir oft sehr ausgelastet sind, können wir kurzfristige Kundenanfragen oft nicht bedienen
Elektroinstallationsarbeiten - Neubau und Renovierungen
Entfernung, nicht zu meiner Branche gehörend
Es sind einfach zu viele, wir lehnen ca. 50 % aus Zeitmangel ab!
Großanfragen; zu kleiner Betrieb
größere Bauprojekte über Einfamilienhaus Größe
Hier geht es meistens um Anfragen von Neukunden, die schon einige Unternehmen abgeklappert haben. Wir beschränken uns hauptsächlich auf unseren Kundenstamm der letzten 24 Jahre und nehmen nur ausgewählte Neukunden mit auf.
In der Regel werden weniger lukrative Neukunden oder "komplizierte" Altkunden "aussortiert "
Kapazitäten sind das Problem
keine Kapazität, kein Material
keine Zeit, falsche Anfragen
Kleinaufträge, öffentliche Ausschreibungen, Reparaturen von Fremdmöbeln
Lieferungen an Wiederverkäufer
Mitarbeitermangel
Neu- und Umbauten

Neukunden aller Art
nicht genügend Mitarbeiter und der Tag hat nicht mehr als 24 Stunden
Partyservice
Partyservice (aus Zeitmangel nicht möglich)
Personalmangel so etwas gibt es immer einmal; ggf. an Kollegen weiterempfehlen
Private Kunden
Privatkunden Zum Teil auch öffentliche Hand
Privatkundenanfragen, Empfehlungsanfragen, kurzum, aus allen Bereichen
PV-Anlage, Wallbox
sehr hohe Nachfrage und zu wenig Personal alle Aufträge abarbeiten zu können selten, wenn es zeitlich nicht machbar ist.
Sonntagsbestellung -- zu wenig Freizeit
spezielle Produkte, die wir nicht im Angebot haben
Standardsachen, Internetangebot
Überdachungen und Wintergärten
Überlastung
viele
wegen zeitlicher Probleme
zu hohe Auslastung
zu viel Arbeit

Tabelle 6: Antworten auf die Frage „Würden Sie gerne Ihr Leistungsspektrum erweitern und wenn ja, inwiefern und welche Kompetenzen bzw. Kooperationspartner bräuchten Sie dafür?“ (n=59)

Derzeit nicht
Entfällt
Erstmal nicht
Erweiterung der Tätigkeiten um das Themenfeld "Baumangelbegutachtung", sowohl öffentlich bestellt als auch für Privatkunden. Benötigen würden wir dafür Zeit, um entsprechende Kompetenzen zu erwerben
Evtl. Verkaufsautomaten, wenn Stellplätze zur Verfügung stehen.
Fachpersonal im Büro und auf den Baustellen
Heizungsinstallateur in Kooperation
ja
ja
ja, Elektro und PV
ja, Kollegen mit Fachkompetenzen, die wir nicht abdecken
ja; keine konkrete Vorstellung

Joint Venture mit anderen Handwerksfirmen
Maler, Elektriker
Mehr Personal dann kann sich der Bereich erweitern Elektrotechnik
momentan nicht
Nein
Nein.

Photovoltaik (Elektrikerkooperation vorhanden)
rund ums Haus - alles aus einer Hand viele Kunden wollen die Gewerke nicht selbst koordinieren Verständnis schaffen, dass dies eine zu bezahlende Leistung ist.
Sind schon sehr breit aufgestellt
Structure Finance
Synergien im Bereich Gebäudeautomation und Smart Home. Hier werden Kompetenzen und Fachkenntnisse im Bereich Elektro sowie IT benötigt.
Zurzeit nicht

Tabelle 7: Antworten auf die Frage „Sind Sie bereits mit anderen Partnern vernetzt und bieten gemeinsame Dienstleistungen an? (Wenn ja, bitte kurz beschreiben, welche Dienstleistungen und welche Gewerke.)“ (n=69)

Abwasser, Müllentsorgung
Ausbauten/Renovierungen mit Elektriker und Maler
Bei Badsanierungen arbeiten wir mit einem Fliesenleger und manchmal auch mit einem Elektriker zusammen
die Frage geht zu weit
Ein Ansprechpartner, um die Gewerke zu koordinieren, Elektriker, sanitär, Fliesenleger
Fliesenleger
Fliesenleger, Elektriker, Maler
Fliesenleger, Fenster- und Türenbauer, kurzum, alles was zum Erstellen eines Bades benötigt wird
Fliesenleger, Installateure, Elektriker aber auch Kollegen aus der eigenen Branche
Fliesenleger, Tischler, Fensterbauer, Elektro, Sanitär, Heizung machen wir selbst
gesamter Innenausbau mit Architekten, Elektriker, Installateur, Bodenleger, Maler
Getränke und Bäcker
Ich würde gerne mit anderen Metzgereien kooperieren; statt Zukauf von Industrieware
Ja
Ja es gibt Kooperationen im Bereich der Gebäudeautomation sowie Rollladen- und Sonnenschutzarbeiten. Hier geht es hauptsächlich um Montage sowie Reparatur- und Wartungsarbeiten.
Ja, ich habe einen Partner mit Maler- und Putz-Arbeiten
Ja mit Schreiner, Elektriker, Dachdecker, Fliesenleger
Ja wir bieten Elektriker, Estrich, Gas Wasser, Schreiner, Dachdecker, Gerüstbau mit Partnern an
Ja! Beton und Straßenbau arbeiten
ja, Elektroinstallation
ja, Fliesenleger im Badsanierungsbereich
Ja, hauptsächlich gleiches Gewerk
ja, Maler, Trockenbauer, Elektriker, Raumausstatter, Gärtner, Schlosser - fast alle Handwerksberufe
Ja, mit Betrieben aus anderen Gewerken, z. B. Beschaffung

ja, mit Kollegen aus dem gleichen Gewerk -- Spezialisierung
ja, mit Schreiner, Dachdecker, Fliesenleger
ja, spezielle Werkzeuge und Software
Ja, wir arbeiten mit Fliesenlegern, Malern und Schreibern bei der Badsanierung zusammen.
Ja. Sanitärbereich. Bäderrenovierung.
Ja. Wir bieten Schlüsselfertige Massivhäuser an, erstellen den Rohbau. Den weiteren Ausbau realisieren für uns befreundete, meist ortsansässige Handwerksunternehmen.
keine
Kollegenhilfe, Kollegenunterstützung
Komplettumbauten mit Elektriker, Sanitär/Heizung, Klima, Fliesen usw.
Lebensmittelbranche. Wir sind bereit mit Partnern zusammenzuarbeiten, welche Dienstleistungen genau kann ich nicht benennen
Lieferung an Rewe und Edeka-Märkte, die inhabergeführt sind
Lose
Metzgereien
mit Elektro, Maler und Schreiner
Nein
nein, noch nicht, wäre aber toll, wenn das möglich werden würde.
nicht vernetzt, würde mich aber gerne besser austauschen
Partyservice mit Metzger aus dem gleichen Ort
sämtliche (Handwerks-)Betriebe, die nötig sind, um Kunden zufrieden zu stellen
Sehr gerne, Dienstleistungen aller Art und Baugewerk
Spenglerei
teilweise

Vernetzt sind wir hauptsächlich mit Architekten/Ingenieuren/Statikern, Erdbauern und Zimmereien. Wir als Hochbauunternehmen stehen in der beschriebenen Kette mittendrin.
Vernetzung mit Zimmereibetrieb - Herstellen von Holzrahmenbauten / Überdachungen
wir empfehlen "nur" andere Handwerker weiter
Wir greifen auf ein z.T. Jahrzehnte lang bewährtes Netz an Nachunternehmern vornehmlich aus der Region zurück
Wir kooperieren mit dutzenden Unternehmen - das ist Standard und Teil unseres Geschäftsmodells
Zimmerei, Innenausbau, Fliesenleger, Elektriker

Tabelle 8: Antworten auf die Frage „Wie könnten Sie sich die Ausgestaltung eines „Handwerker-Dienstleistungszentrums“ im Odenwaldkreis vorstellen? (Gerne dürfen Sie einfach Stichworte angeben, was Ihnen dazu einfällt.)“ (n=43)

Als Auftragspool, jedoch nur, wenn der Qualitätsstandard stimmt.
Als Unterstützung für die oft kleinen Betriebe
Architekten vor Ort
Ausbildung und Berufsschule vor Ort
Da fällt mir nichts dazu ein
Eine zentrale Anlaufstelle welche die Betriebe im Odenwald koordiniert
einfach Handhabe
evtl. Austausch von Fachpersonal
Firmen stärker miteinander vernetzen, um evtl. auch mal einen größeren Auftrag abwickeln zu können
Für mich nicht relevant
Gar nicht
Große Jobbörse, Hilfe für die AG-Attraktivität, After-Work-Format mit Partnern (z.B. Voba)
Haben wir schon, Kreishandwerkerschaft Erbach
Handwerker-Plattform -- freie Kapazitäten und Spezialisierung
Haus mit großer Theke, an der Architekten (m/w/d) sitzen, um Interessierte im ersten Stepp abzuholen und deren Wünsche katalogisieren. Im zweiten Stepp vereinbaren die mit den "richtigen" Fachpartnern (Heizung, Elektro, Fliesen, Innenausbau, Fenster- Türen usw.) einen Termin, diese beraten dann in der Tiefe und erstellen die Angebote, wickeln nach Auftragserteilung die Aufträge dann auch ab.
Ich bin mir nicht sicher, ob dies für uns tatsächlich ein Nutzen wäre.
Ja
Ja
Ja! Für gewisse Oberflächen Herstellung, Asphalt, Beton, Pflaster
Ja, kann ich mir vorstellen. Einerseits Anlaufstelle für potenzielle Kunden, die eine Handwerks-Dienstleistung suchen/benötigen, aber nicht wissen, wie bzw. mit wem sie ihr Projekt angehen sollen. Andererseits Anlaufstelle für Unternehmen, um ggf. über ein solches Zentrum Aufträge vermittelt zu bekommen, oder als Mini-Jobbörse zur Gewinnung neuer Fachkräfte/Azubis
Kann ich mir eher nicht vorstellen

keine Ahnung
Keine Ahnung! Macht mal!
Kooperation mehrere Gewerke
Kooperation mit Gleichgesinnten
Kooperationen mit anderen Gewerken für ökologischen Innenausbau (Zimmermann, Maler) - Kundenanfragen in dieser Hinsicht koordinieren (Terminierung)
mit einem Klick zum Partner, Kunden, Mitarbeiter
Netzwerk mit anderen Gewerken über freie Kapazitäten für Komplettumbauten, Freie Mitarbeiterkapazitäten, um Mitarbeiter auszuleihen
Netzwerk unter Handwerkern
Ohne weiteres Personal nicht möglich
Online-Plattform mit Gewerken oder/und Produkten/Dienstleistungen
Repräsentant der Handwerksbetriebe Kordinator der Gewerke evtl. Entwicklung einer gemeinsamen Baustellen-APP mit Bildern und Zeitplan
Schwierig da verschiedene einzelne Meister unerfahren ohne Berufserfahrung ihr Ego durchboxen teilweise mit erheblichen Mängeln in der Ausführung der Arbeit und mit VIP-Status den anderen das Leben sehr schwer machen.
Teambildung
Übergreifende Handwerkspartnerschaft
Unter den aktuellen Randbedingungen grundsätzlich denkbar und auch interessant. Wie verhält es sich aber, wenn sich die Auftragslage verschlechtern sollte und die Kooperationsbetriebe wieder um jeden Euro Umsatz kämpfen. Ist dies dann noch ein tragbares Modell?
Unterstützung gegenüber Behörden
Unterstützung in betriebswirtschaftlichen Fragen, Internetauftritt: Homepage, Facebook, Instagram
Verantwortungsvolle Ansprechpartner im gesamten Ausbau finden und gemeinsame Projekte umsetzen. Neue Wege zur Kundenzufriedenheit auf tun.
Vernetzung Kunde-Handwerk Weiterbildung des Handwerks
Vernetzung Hilfestellung gemeinsame Werbung gerne auch in einem Portal App per PDF hochladbar ein Pool für freie Kapazitäten
Webseiten

Tabelle 9: Antworten auf die Frage „Welche anderen Digitalisierungsmaßnahmen haben Sie für Ihre Kunden umgesetzt? (je nach Gewerk z.B. CAD, Smart-Home, digitales Aufmaß, Drohne, Video, Online-Wartung, 3-D-Planung, Online-Überwachung ...)“ (n=47)

3 D Planung
3-D/CAD
3D-Planung, digitales Aufmaß, Visualisierungen
3D-Visualisierung im Rahmen der Angebotserstellung sowie Produktpräsentation, Online 3-D Rundgang durch die Ausstellung, Bereitstellung von CAD-Daten, Smarte Produkte
alle genannten
Alles betriebsnotwendige ist digital umgesetzt
Bestellmöglichkeit über Homepage.
CAD
CAD
CAD
CAD, 3-D-Planung
CAD, 3-D-Planung
CAD, 3-D-Planung
CAD, digitales Aufmaß, Online-Wartung, 3-D-Planung, Digitaler Kaufberater
CAD, digitale Auftragsabwicklung (Angebot, Abschläge, Schlussrechnung, Kundenkartei)
CAD, Online-Planung, Buchhaltung
CAD, Video, 3-D-Planung
CAD, Visualisierung,
Digitales Aufmaß
Drohne
Homepage
In Zukunft CAD Zzt. GPS-Vermessung
ja
Keine
leider noch nichts
Nichts
Noch Keine
Online-Überwachung, Heizungs- und Bäder-Angebots-Rechner,
Online-Überwachung, Smart Home
Online-Überwachung
Online-Überwachung, Smart-Home

Smart Home
Smart Home
Smart-Home
Smart-Home
Smart-Home und Video
Smart-Home Video Online-Überwachung Intranet
Smart-Home, KNX-Steuerung; 3D-Planungen, Online-Überwachungen
Steuerung WLAN über VPN Verbindung, Steuerung diverser Anlagen über VPN Verbindung digitale CAD Software für Pläne und Dokumentation
Webshop/Vorbestellung
Win-Worker
Wir bieten alles voll digital an

Tabelle 10: Antworten auf die Frage „Wie schätzen Sie für sich die wachsende Konkurrenz von Internetanbietern wie Amazon, MyHammer, etc. ein?“ (n=67)

bei mir noch nicht relevant
bisher noch keine Konkurrenz
Bringt uns weiter, beflügelt unser Angebot!
Da wir Lebensmittel vertreiben sehe ich zurzeit keine Konkurrenz darin, aber das wird sich sicher mit der Zeit ändern und nur mit einer geeigneten Digitalisierung im Unternehmen wird sich das zu verhindern wissen. Angefangen von der Prozessdigitalisierung, über ERP und CRM, bis hin zu neuen online Vertriebsweg.
direkt für uns ist das kein Problem, da unsere Backwaren frisch gekauft werden und auch frisch verzehrt
Eher Billiganbieter
Eher geringer
eher keine Konkurrenz
eher weniger, da Lebensmittel
eher weniger, weil viele Stammkunden
Entfällt
es muss beides geben, da es verschiedene Kundengruppen und Ansprüche gibt
für uns kein Thema
für uns keine Bedrohung! wir liefern Qualität!
für uns nicht so problematisch
gar nicht; weites Spektrum, sehr individuell und wir decken eine breite Beratung ab
gering

gering
gering
gering
Gering, ich mache das „Lückengeschäft“ wegen meiner Firmengröße
gut aufgestellt
hier müsste den Kunden klar gemacht werden dies diese Anbieter nicht den Sportverein unterstützen usw.
hoch
hoch
Ich denke in den nächsten Jahren wird es immer weniger Fachpersonal geben- das wird die verbliebenen stärken
Ich will mit meiner Qualität überzeugen. Ich habe ein Alleinstellungsmerkmal mit Heizung, Sanitär und Elektro.
im Moment keine Konkurrenz
Im Moment sehe ich keine Gefahr aus dem Internet für mich. Gute Arbeit abliefern und die Kunden empfehlen mich weiter.
in unserem Unternehmen eher weniger
Ist keine Konkurrenz
Ist kontraproduktiv wird immer zum Preisvergleich hergenommen. Die Hersteller müssen schauen damit das unterbunden wird, sonst geht das Handwerk kaputt, was den Verkauf von Waren angeht.
Ist zurzeit keine Konkurrenz Wer billig kaufen will kommt nicht zum Handwerker
Kann ich nicht beurteilen
kein Problem
Keine Auswirkung
keine Gefahr - Nischenprodukt
keine Konkurrenz
Keine Konkurrenz da sich hier Billig-Anbieter und selten Fachbetriebe tummeln
Keine Konkurrenz da wir Fachbetrieb sind und verschiedene Beispiele haben gezeigt, dass diese Portale nur nicht die Qualität bringen, Kunden haben wieder umgeschwenkt auf Fachbetriebe
keine Konkurrenz für mich
Keine Konkurrenz für uns
kleine Geschäfte in den Innenstädten sterben aus
Leider enorm hoch
mittel
MyHammer fördert die Schwarzarbeit
Nahrungsmittel besser vor Ort kaufen

Nein
nicht so groß
Schwierig zum großen Teil bzgl. der Preise, die im Internet kursieren
Sehe ich nicht als Konkurrenz
Sehr groß, weil durch die Pandemie, diese gestärkt wurden, die Industrie gibt denen die besseren Einkaufspreise
sehr hoch
spielt für meinen Betrieb keine Rolle
Stellt keine Konkurrenz dar.
Teilweise groß
Überschaubar bis größer, Qualität vor Ort ist ein sehr wichtiger Faktor
unrelevant
Vernachlässigbar, da individuelle Produkte auf Maß mit örtlicher Dienstleistungskomponente.
weniger hoch, die können alle nur verkaufen, aber nicht fachgerecht montieren und den After-Sales bedienen
Weniger, Dienstleistungen sind vor Ort gefragt
Wir arbeiten mit regionalen Händlern zusammen, die alles für uns möglich machen, weil dem so ist. Das schafft Vertrauen und einen humanen Umgang miteinander.
Z. Zt. noch kein betriebsbeeinflussendes Thema. Wird sich aber immer mehr dazu entwickeln!

Tabelle 11: Antworten auf die Frage „Zu welchen Themen haben Sie und/oder Ihre Beschäftigten generell Schulungsbedarf?“ (n=26)

aktuelle moderne Haustechnik
Arbeitsicherheit, Ersthelfer-Kurs, Baumaschinenführerschein, Gebäudeabdichtung
Auf dem neusten Stand der Technik
bieten wir unseren Mitarbeitenden an.
Da fällt mir ad hoc nichts ein, aber es gibt immer Weiter- und Fortbildungsbedarf, ...
Digitalisierung
Digitalisierung generell und die Möglichkeiten für das tägliche Arbeiten, Smart Home und Internet Of Things
Digitalisierung in jedem Bereich
E-Check, Smart-Home, Hausgeräte
Elektrotechnik
E-Mobilitätsförderung; digitale Zeiterfassungsgeräte/Programme (welche?)
Fachinterne Themen
Fachliche
Führen wir regelmäßig selbst durch
Ist gedeckelt
Kommunikation untereinander

Nachwuchs
soziale Medien
Staatliche Förderanträge für Neubau- und Sanierungsmaßnahmen
Digitalisierung der Arbeitsabläufe
Ständig verschärfte Energieeinsparverordnung
technische Schulungen, z. B. Wärmepumpen
Verkauf, Umgang mit Kunden
Wir nehmen sehr oft an Schulungen teil und sind mit den angebotenen Schulungen sehr zufrieden
wir schultern mit den Herstellern unsere Fortbildungen übers Jahr
Wohin führt der Weg, welche Aussichten hat der Dienstleister, wie wird mein Arbeitsplatz gesichert!
Zeitmanagement

Anhang 3: Fragebogen zur Kundenbefragung

Kundenbefragung zur Stärkung der handwerklichen Dienstleistungen im Odenwald

Liebe Kunden des Handwerks im Odenwald,

mit Ihrer Beteiligung an dieser Befragung können Sie dazu beitragen, die Region „Odenwald“ zu stärken und attraktiver für ihre Bürgerinnen und Bürger zu machen.

Das Handwerk hat im Odenwald eine große Bedeutung und wir alle nutzen handwerkliche Leistungen, zum Beispiel in der Bäckerei und der Metzgerei, vom Elektriker, Tischler, Zimmerer, Maler/Lackierer, vom Heizungsbauer, Baugewerbe oder auch in der KFZ-Werkstatt.

- Welche konkreten Wünsche haben Sie bezüglich handwerklicher Dienstleistungen?
- Welche Ideen haben Sie für innovative handwerkliche Dienstleistungen?
- Welche handwerklichen Dienstleistungen würden Ihnen das Leben „erleichtern“?

Ziel der Befragung ist, die Handwerksleistungen in der Region Ihren Bedürfnissen und Bedarfen anzupassen. Nutzen Sie die Gelegenheit, diesen Prozess mitzugestalten.

Frage 1: Für den täglichen Bedarf: Bäckerei, Metzgerei – Wie zufrieden sind Sie?

- Sehr
- Ziemlich
- Geht so
- Eher unzufrieden
- Sehr unzufrieden

Können Sie Ihre Angabe bitte kurz begründen?

Frage 2: Wie suchen bzw. finden Sie Handwerker aus den anderen Bereichen?

(Mehrfachnennung möglich)

- Empfehlungen aus dem Bekannten- und Freundeskreis
- Räumliche Nähe
- Internetrecherche
- Gelbe Seiten oder andere Printquellen
- Messen
- Sonstige
- Außer für den täglichen Bedarf benötige ich keine Handwerker. (→ weiter bei Frage 6.)

Frage 3: Was ist Ihnen wichtig bei der Auswahl eines Handwerkers bzw. der Wahl eines bestimmten Betriebes?

(Bitte wählen Sie die ZWEI wichtigsten Aspekte.)

- Zeitliche Verfügbarkeit
- Kommunikation (schnell, ausführliche, verständliche ... Antwort / Homepage)
- Empfehlungen aus dem Bekannten- und Freundeskreis
- Räumliche Nähe
- Der günstigste Preis ist für mich ausschlaggebend.
- Bewertungen im Internet
- Sonstige

Frage 4: Haben Sie generell Schwierigkeiten beim Finden von geeigneten Handwerkern?

- nein
- ab und zu
- ja

Frage 5: In welchem Umkreis um Ihren Wohnort (in km) suchen Sie nach Handwerkern?

Frage 6: Welche Ideen bzw. Anregungen haben Sie speziell für den Handwerksbereich? Oder anders gefragt: Welches Angebot würde Ihnen das Leben hier im Odenwald einfacher machen?

Frage 7: Was ist für Sie die größte Herausforderung in Bezug auf das Leben im Odenwald bzw. im ländlichen Raum?

Frage 8: Soll das Handwerk digitaler werden und wenn ja, welche Möglichkeiten wünschen Sie sich?

Frage 9: Gibt es schon Plattformen oder digitale Angebote, die Sie bereits nutzen, um handwerkliche Dienstleistungen zu erhalten und wenn ja, welche?

Frage 10: Wie könnten Sie sich die Ausgestaltung eines „Handwerker-Dienstleistungszentrums“ im Odenwaldkreis vorstellen? Gerne dürfen Sie einfach Stichworte angeben, was Ihnen dazu einfällt.

Frage 11: Damit wir Ihre Antworten besser zuordnen können: Wie alt sind Sie?

- unter 26 Jahre
- 26 bis 34
- 35 bis 49
- 50 bis 65
- älter als 65 Jahre

Frage 12: Wie viele Personen leben in Ihrem Haushalt?

- nur ich
- zwischen 2 und 5
- mehr als 6

Frage 13: Ich bin Eigentümer/in der Wohnung bzw. des Hauses, in dem ich wohne:

- ja
- nein

Frage 14: Wie weit wohne ich von Michelstadt/Erbach entfernt?

- im Zentrum bzw. max. 2 Kilometer
- zwischen 3 und 6 km
- zwischen 6 und 14 km
- zwischen 14 und 24 km
- mehr als 24 km

Frage 15: Wie viele Einwohner hat der Stadtteil bzw. Ort in dem ich wohne?

- weniger als 100 Einwohner/innen
- zwischen 100 und 500 EW
- zwischen 500 und 1000 EW
- mehr als 1000 EW

Anhang 4: Tabellen aus der Kundenbefragung

Tabelle 1: Antworten auf die Frage „Welche Ideen bzw. Anregungen haben Sie speziell für den Handwerksbereich? Oder anders gefragt: Welches Angebot würde Ihnen das Leben hier im Odenwald einfacher machen?“ (n=84)

Anlaufstelle, die Interesse hat, kleinere Arbeiten/Reparaturen aus verschiedenen Handwerksbereichen zeitnah in Augenschein zu nehmen und durchzuführen.
Apps
Attraktivität für Auszubildende, Geförderte Firmenübernahme oder Gründung, Meisterprüfung kostenlos
Auf der eigenen Webseite eigene Arbeitsbereiche und Schwerpunkte klarer benennen
Beratung, Fördertöpfe, speziell im Energiebereich der ja gerade doppelt an Gewicht beginnt. Hier sollte es noch mehr Vortrags- und Informationsangebote geben.
Bessere Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel
bessere Auflistung einzelner Handwerksbetriebe; bessere Erreichbarkeit der Firmen; bessere Absprache bei Aufträgen mit mehreren Gewerken
Bessere Digitalisierung der Handwerksbetriebe, sodass ich mir vorab schon einen guten Eindruck verschaffen kann.
Bessere Homepages und mehr Onlinewerbung.
Bessere schnellere Verbindungen nach Darmstadt, da hier oft die Ausstellungen der Firmen sind, die mit Handwerkern der Region zusammenarbeiten
bessere Transparenz für die verschiedenen handwerklichen Anbieter angemessene und tragbare Preisangebote
Bessere Zusammenarbeit von Handwerkern. um gezielter Tätigkeiten auch zeitlich koordinieren zu können.
Bevor man einen Handwerker beauftragen möchte, müsste man die zeitliche Verfügbarkeit abfragen können um so besser planen zu können.
Bin selbst Handwerker
Bin zufrieden
bin zufrieden
Buchungsportal für regionale Handwerksbetriebe, mit Verfügbarkeiten
Da ich in einem Handwerksbetrieb arbeite und wir mit anderen Fachbereichen zusammenarbeiten, fehlt es mir an nichts.
Das Handwerk hier vor Ort fördern
Der Auftritt in den sozialen Medien ist ausbaubar, Instagram Facebook und eine gute Homepage ist Pflicht.
Die Fragestellung finde ich schwierig ? Anregung: Ausbildung in den bestehenden Handwerksberufen stärken! Umfangreiches Angebot zur Umsetzung erneuerbarer Energie im Privatbereich
Ein Einkaufsmarkt, aller Direkterzeuger im Odenwald, z.B. in den Bierhallen Erbach. Es ist so schade, dass wir hier in Hüttental eine Molkerei haben, in Beerfurt Saft und Lebkuchen in der Unterzent oder in der Oberzent gute Metzger oder Bäcker....aber ein Wochenendeinkauf mit 200 km ist nicht möglich... ein Direktvermarktermarkt, ggf. als Genossenschaft wäre hierfür echt top.

Ein Suchportal das speziell auf den Odenwald zugeschnitten ist. Was dann auch die Möglichkeit bietet junge Unternehmer besser hervorzuheben und den Kunden direkt auf einen Blick alle Handwerker in der Umgebung anbietet und so die Region zu unterstützen.
Eine gemeinsame Homepage mit allen Handwerkern im odenwaldkreis. Außerdem wäre ein Gemeinschaftsmarkt z.B. in den Bierhallen super! So müsste man nicht nach Hüttental, Reichelsheim, hell usw. Fahren
eine Plattform, die die Suche nach Fachbetrieben etwas vereinfacht. Es braucht nicht jeder Betrieb eine ausführliche Internetseite, die auch gepflegt werden muss. Denn entscheidend sind aktuelle Angaben. Idealerweise wäre neben dem Angebot von Leistungen auch die zeitliche Verfügbarkeit des Handwerkers vermerkt. Die Erfahrungen zeigen, dass oftmals versprochene Termine nicht eingehalten werden können.
Eine Übersicht in der ersichtlich ist was welcher Betrieb macht. Eventuell, ob er verfügbar ist
Einen Ansprechpartner in der Handwerkskammer, der mir bei handwerklichen Problemen die richtigen Handwerker aus dem Odenwald empfiehlt. Dies wäre eine Win-Win-Win Situation. Kunde, Handwerker, Odenwald.
Es stellt sich die Frage wie können Handwerksunternehmen entlastet und gefördert werden, um einen besseren Stellenwert in der Gesellschaft zu erlangen. Dieser würde sich in puncto bessere Bezahlung der Angestellten, dadurch sich reduzierender Fachkräftemangel, mehr Interesse für eine Selbstständigkeit im Handwerk, als auch bei der Unternehmensnachfolge positiv bezahlt machen. Das bezieht sich auf den ersten Teil der Fragestellung. Die zweite Frage bezieht sich eigentlich auf das was in Frage 7 zum Beantworten aufgefordert wird?
Flächendeckend Metzger Bäcker mit "Tante Emma" Ergänzung. Plattform mit „allen' Handwerkern.... eine Art myhammer für die Region
Förderung von mehr Handwerksbetrieben.
Gemeinsames Internetportal, Vermittlung auch für kleinere Arbeiten bzw. Aufträge Mehr Kommunikation, über Terminprobleme / Lieferschwierigkeiten sollten frühzeitig informiert werden
größere Transparenz zur zeitlichen Verfügbarkeit - ein Portal, in dem ich meine Anfrage einstellen kann
Handwerkerbörse Odenwald Zusammenstellung aller Odenwälder Handwerker
Handwerksbetriebe brauchen ein Vollzeit funktionierendes Büro
Handwerksmesse
Handwerksmesse
Handwerksmesse, um sich über Neuerungen und Fähigkeiten informieren zu können
Hausmeistertätigkeit
hier finde ich keine Verbesserungsvorschläge
Ich versuche erst beim lokalen Händler zu kaufen. Wenn der Preis zu hoch ist, spreche ich mit dem Händler und bis heute haben wir uns immer einigen können. Immer nach dem Motto: leben und leben lassen.
Ich würde gerne im Bereich von Lebensmittelverarbeitung mehr von den Rohstoffen wissen. Bei der Suche versch. Handwerker würde ich mir mehr Referenzen auf den Webseiten wünschen.
Im Lebensmittelhandwerk das alt bewährte erhalten. Im Bauhandwerk mehr die Leistungsfähigkeit herausstellen
Imagepflege bzw. in die Lebenswelt der jungen Leute gehen für die Nachwuchsgewinnung.
In Schulen Werbung machen und attraktive Praktikumsplätze anbieten

Innovative Betriebe, die auf dem neuesten Stand sind: Umweltbewusstsein, Nachhaltigkeit, individuelle Beratung
Innovative Betriebe, die auf dem neuesten Stand sind: Umweltbewusstsein, Nachhaltigkeit, individuelle Beratung
Keine
Kfz-Werkstatt
Kooperation der Betriebe untereinander
Kooperation von Handwerkern
Koordination von verschiedenen Handwerkern für ein Projekt: Beispiel Badsanierung - Elektriker, Fliesenleger, Maler, Sanitär
Kurze Reaktionszeiten, guter Informationsfluss und Transparenz ist hilfreich. Vorschlag: EIN Onlineportal, wo Service und Leistung auf Nachfrage treffen und wo man einfache Dienstleistungen direkt online buchen kann.
Lehrstellen und Ausbildung in handwerklichen Berufen fördern (Bund, Land) Wertschätzung von handwerklichen Leistungen zeigen - Märkte, Messen
Mehr Fachkräfte, weniger Wartezeiten
Mehr für die Nachwuchsförderung tun, bessere Bezahlung
Mehr Gastronomie
Mehr Geschäfte in Ortschaften. Lebensmittelladen in Günterfürst
Mehr online Informationen
Mehr Personal müsste zur Verfügung stehen.
Mehr Präsenz im Internet, Zentrales Portal für die verschiedenen Branchen zur Handwerkersuche
Mehrere Geschäfte des täglichen Bedarfs (Bäckereien, Metzgereien)
Nachwuchs fehlt
Noch sind wir hier ganz gut aufgestellt. Der Mangel an Nachwuchs kann jedoch zum Problem werden.
ÖPNV
Passt alles
Präsenz in zusammenfassenden Informationsmedien verbessern
Preistransparenz, Zusammenspiel verschiedener Handwerker bei einem Projekt
Repair-Cafe
Schnelle und unkomplizierte Antwort per Mail oder WhatsApp
Schnellere Verfügbarkeit der einzelnen Gewerke, aber ich verstehe schon, dass Personal bezahlt werden muss und nicht mal für alle Fälle vorgehalten werden kann. Deshalb muss und kann ich damit leben zu warten und muss halt vorplanen bei den Sachen bei dem es geht.
Supermarkt im Ort
Transparenz
Über allem steht die Qualität der Ausführung. Dazu zählt auch maßgeblich die Erreichbarkeit/Kommunikation und Termintreue. Bei komplexeren Gewerken, z.B. Badrenovierung, hat bei uns ein Leitunternehmer die Terminabsprachen mit anderen getroffen. Dies ließe sich sicher auch elektronisch mit einer intelligenten Software bewerkstelligen. Transparenz bei Terminverschiebungen und bei Abweichungen zum Planansatz wäre so auch leichter darstellbar. Der Preis ist am Ende nichts anderes als ein Leistungsentgelt.
Übersichtsseite mit Handwerkern.
Verfügbarkeit vermehren, Handwerk attraktiver machen für junge Menschen (junge Handwerker fehlen)
Verständliche Beratung, gute Kostenkalkulation, Zuarbeit von Kunden mit einbeziehen

Weniger Hektik in der Gesetzgebung (Heizung) Weniger Vielstimmigkeit zu den technischen Lösungen (Wärmepumpe, Photovoltaik etc.). Ma weiß nicht mehr wem oder was man glauben sollte.
Wenn die Handwerker nicht so überlastet wären.
Wenn es vielleicht noch einen Drogeriemarkt und Textil/Kleidergeschäft in der Oberzent geben würde.
Wenn so manche Dienstleistungen aus „einer Hand“ wären (z.B. neue Tür + neuer Fußboden + Wand verputzen + neue Leuchten ...)
Wichtigkeit / Unverzichtbarkeit des Handwerks öffentlich mehr anpreisen, um Wertschätzung zu steigern in der Bevölkerung
Wir sind zufrieden und finden die Angebote ausreichen
Zeitnahe Energieberatung und entsprechende Fachfirmen
Zentrale Handwerkerliste je nach Gewerk die es auf der Odenwaldkreisinternetseite zu finden gibt.

Tabelle 2: Antworten auf die Frage „Was ist für Sie die größte Herausforderung in Bezug auf das Leben im Odenwald bzw. im ländlichen Raum?“ (n=86)

Als Neubürger standen wir damals vor dem Problem, nur auf die "Gelben Seiten" zugreifen zu können. Das Angebot war klein und nicht transparent, den richtigen Partner zu finden reine Glückssache. Die Betriebe andererseits waren oft genug schlecht organisiert, Terminabsprachen wurden manches Mal nicht eingehalten und am schlimmsten war die Erreichbarkeit und Kommunikation. Der Zwang, kundenfreundlicher zu agieren, nimmt mit Konkurrenzdruck zu, den es bei wenigen Anbietern kaum gibt.
Als Rentner bin ich durchaus zufrieden!
Anbindung an Autobahn
Anbindung an Hauptverkehrsstraßen, Lieferantenkosten, Internetschnelligkeit, Grundstückspreise
Anfahrtsweg
angemessene wirtschaftliche Weiterentwicklung der Unternehmen und der Bildungsangebote
Auf einen Pkw angewiesen zu sein
Ausbau der Odenwaldbahn. Verbindungen im S Bahn Takt. Nicht nur nach Darmstadt und Frankfurt. Auch die Anbindung nach Heidelberg, Mannheim, Ludwigshafen. Schnellbahn. !
Auto ist Voraussetzung
Bahnanbindung & generell öffentlicher Nahverkehr.
Baumärkte zu erreichen
Baustoffhändler zu finden in der Oberzent gibt es keinen mehr
Bessere Öpnv
Bessere Öpnv
Besseres Internet, ÖPNV
Bus und Bahn Verbindungen könnten besser sein
Das man aufs Auto angewiesen ist und dafür mittlerweile von der Regierung als Land Bewohner durch immer mehr Steuern gestraft wird
Demographischer Wandel (Überalterung), abgehängt sein zu den Ballungsgebieten und dadurch immer geringere Einwohnerzahlen.

Den Arbeitsmarkt für die Bevölkerung aufrecht zu erhalten. Im speziellen die Industriebetriebe +200 MA sind nicht an dem Standort Odenwald fixiert und investieren nicht in den Ausbau der Standorte. Auch neue größere Unternehmen siedeln sich nicht in unserer Region an
Der Fachkräftemangel
Der ÖPNV, man braucht eigentlich 2 Autos pro Familie.
Die Anbindung an den öffentlichen Verkehr. Buslinien wird eingestellt, statt ausgebaut
Die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel
Die bescheidene Infrastruktur
Die Infrastruktur, erreichen mit öffentlichen Verkehrsmitteln, DSL, fehlendes handynetz
Die Interessen der Städte werden höher bewertet.
die langen Autofahrten
Die Mobilität und Kommunikationswege (schnelles Internet)
die Spritpreise; meist längere Autofahrten
Die Überalterung zu stoppen und junge Leute zu animieren, die Weiterentwicklung im Kreis voranzutreiben und den Odenwaldkreis für junge Menschen attraktiv zu gestalten.
Die weite Fahrt, bis man auf eine Schnellstraße, bzw. Autobahn kommt.
die weiten Wege; inzwischen keine Busse mehr am Wochenende; keine Geschäfte vor Ort
Einen Überblick über Handwerksbetriebe finden
Entfernung zur Arbeitsstätte und Kultur.
Entfernungen
Es gibt gewisse Dinge, die man gerne selbst erledigen kann/will. Hierzu fehlt es aber in 80% der Fälle am Material. Welches ich nur zu überteuerten Preisen bekomme, sofern sie überhaupt verfügbar sind. Hier würde ein Baumarkt das Problem lösen. OBI wäre mal hier in Michelstadt oder Erbach erstrebenswert.
Fehlender, zu wenig öffentlicher Verkehr
für mich im Moment noch keine
Handwerker die wirklich Arbeit suchen und Kunden möchten. Ebenso fehlt mir ein kompetenter Hausarzt
Handwerker oft zeitlich schlecht verfügbar
Handwerker zu finden die Zeit haben.
Infrastruktur, Digitalisierung
Infrastruktur, Versorgung auf den Dörfern, fehlende Industrie (Arbeitsplätze) STÜNDLICHE Busverbindungen auf allen Ortschaften wäre gut.
Internet-Geschwindigkeit
Kann alles handhaben, für mich ist der Odenwald top
Kann ich nicht beantworten
Keine
Keine Autobahn
Keine Autobahn-Anbindung, zu wenig Polizei Kontrollen bezüglich Motorräder wohne an der B45 Zuviel Lärm!
Keine! Wer im ländlichen Raum will und kann es. Man kennt sich aus.
Lange Fahrstrecken dadurch hohe Anfahrtskosten Wenig Auswahl dadurch hohe Preise
Lange Fahrtwege zur Arbeit, wenig gastronomische Vielfalt

Mangelnde Betriebsbereiche und Fähigkeiten der Betriebe nach außen.
Mir fehlt eine bessere öffentliche Anbindung zur Bergstraße.
Mobilität
Mobilität
Mobilität
Mobilität in den Stadt- und Ortsteilen, daher Odenwald mobil konkret auf diese Zielgruppe zuschneiden Leihfahrräder, car-sharing-Angebote überall im ländlichen Raum, Mitfahrgelegenheiten schaffen Grundsatz: ein Ansprechpartner für alle Mobilitätsvarianten Die Seite der Handwerkskammer Erbach hat eine komfortable Suchmaske, die sicher nur wenige kennen - Werbung schalten und darüber sprechen.
Mobilität wenn man kein Autofahren kann. Einkauf erledigen - kein! Online-Angebot für den täglichen Bedarf
Mobilität, folglich bezahlbare Kraftstoffe. Ärztliche Versorgung
Nachwuchs und Nachfolgeregelung
Netzabdeckung Verkehrsanbindung
Nicht Handwerker, sondern Aktivitäten für Kinder.
Noch bessere und schnellere Internetverbindung Weitere Modernisierung öffentliche Nahverkehr z.B. Umstellung Antriebsart Odenwaldbahn von Diesel auf Energieträger Wasserstoff, Wiederaufforstung
Öffentliche Verkehrsmittel
Öffentlicher Nahverkehr
Oftmals sind die Wege deutlich länger und die Erschließung unzureichend. Dies gilt auch für die Abdeckung im handwerklichen Bereich.
ÖPNV
Passt alles
Personenbeförderung mit Bus und Bahn.
Ruhe in das Berufsleben bringen
Schlechte Infrastruktur, wenig Arbeitsplätze, schlechter Internetempfang.
schnelles Internet
Sehe ich keine
Sterbende Gastronomie und damit einhergehend Verwahrlosung der Innenstadt
Steuern und Abgaben, Qualität der Straßen.
Verbesserte Mobilität- auch im Alter
Verfügbarkeit schnelles und leistungsfähiges Internet
Verkehrsanbindungen
Viele junge Leute hält es nicht hier, sondern zieht es in die Stadt
von A nach B zu kommen
Weg zur Autobahn
Weite Fahrwege die Gefahren werden müssen
Weite Wege, Abhängigkeit vom Auto

Wenig Kulturangebote, lange Wege zur Arbeit.

Wie kann man junge Menschen dazu bewegen sich nicht in Richtung Stadt und Ballungsräume zu orientieren. Hier ist eine intakte Infrastruktur in allen Bereichen das Mittel zum Erfolg. Wenn das der Odenwaldkreis über die Grenzen der einzelnen Institutionen hinweg zusammenführen könnte, hätten wir ein bisschen die Nase vorne dran. Andere Landreise würden uns als Vorbildregion betrachten und von unserer Vorarbeit profitieren. Dazu benötigen wir motivierte innovative Personen, die aus solchen Prozessen zu Persönlichkeiten werden. War zum Schluss etwas visionär formuliert, ist aber inhaltlich richtig.

Tabelle 3: Antworten auf die Frage „Soll das Handwerk digitaler werden und wenn ja, welche Möglichkeiten wünschen Sie sich?“ (n=97)

Angebote, Aufmaße, digitale Entwürfe Apps, um einen fachlich geeigneten Handwerker zu finden
Angebotsabgabe, Verfügbarkeit, ...
Auf jeden Fall sollte das Handwerk mit der Zeit gehen und in der digitalen Lebenswelt präsent sein. Handwerkerportal Odenwaldkreis (Koordinierung der verfügbaren Betriebe, die freie Kapazitäten haben, zu fairen Preisen (keine Dumpingpreise und Löhne) für die Kunden)
Auf keinen Fall!!! Anrufen Treffen Termin vereinbaren!
bessere Erreichbarkeit, Übersicht des Angebots und Preise
Bessere Internetauftritte
Da ich maximal nur die erste Information digital einholen und danach ein persönliches Gespräch vorziehen kann ich dies nicht beantworten.
das genannte Online-Portal, in dem ich sehe, welche Firmen Kapazitäten haben, wäre sehr hilfreich und in dem ich meine Anfrage an mehrere Firmen gleichzeitig schicken kann
Das Handwerk an sich ist immer analog. Der Service, die Kommunikation, die Transparenz, die Verfügbarkeit, die Terminabsprache, die Kombination mehrerer Handwerker (Beispiel Badbau mit Sanitär, Malerarbeiten, Fliesen, Elektroinstallationen) wäre über eine Software leichter zu gestalten. Wären die Handwerker bei größeren Gewerken vernetzt, könnte leichter manche Betriebe einspringen, wenn andere ausfallen und die Steuerung würde die Software übernehmen.
Detailliertere Angaben zu den Dienstleistungen auf den Homepages und mehr Kommunikationsmöglichkeiten.
Durchaus, vieles gibt es, 3D-Druck, digitale Kundenakten Das Internet of things ist für Familienunternehmen sicher lohnend, von Seiten der Kammern sollte hier Fortbildung und Know-How angeboten werden. Wie bei Friseuren könnte auch bei anderen Handwerksbetrieben ein Online-Termin-Tool für Kunden bereitgestellt werden.
Ein zentraler Online-Auftritt ähnlich zu den Handwerkerseiten im Telefonbuch
Eine Gemeindame Homepage aller Handwerker des Kreises
Eine gemeinsame Homepage. Wo ich auf Anhieb alle Dachdecker, Ofenbauer, Fliesenleger usw. Finde
Eine Plattform, wo man leicht regionale Anbieter findet und ihr Angebot einsehen kann
Es soll vor allem gut werden.
Es sollte jedes Unternehmen mehr Mühe und Zeit in die Internet-Auftritte investieren, um alles gleich zu erkennen welches Leistungsspektrum zu sehen

Finde das persönliche Gespräch wichtig
Für ältere Menschen ein Problem in allen Bereichen. Kein Computer, keine e-Mail, kein Online- Konto.
Für mich ist es ausreichend.
Für mich ist es so o.k.
Für mich nicht
Für mich nicht
Für mich nicht unbedingt wichtig
gerne digitale Plattform mit Anbietern, die auch handwerkliche Leistungen als Paket zu bezahlbaren Preisen anbieten
Gerne, z.B. Kommunikation über Messenger
gescheite Apps
Gute Homepage und einfache Kundenberatung online Bei Anfragen schnellere Antwort
Gute online Auftritte
Handwerk ist (der Name deutet es an) analog. Vielleicht wäre es gut, wenn die Firmen eine aktuelle Webseite haben.
Homepage und Social Media ist für einen seriösen Auftritt heutzutage fast schon Pflicht
Ich denke Handwerk lebt auch vom persönlichen Kontakt und von Vertrauen. Handwerk sollte nicht zum Forum digitaler Preisvergleiche verkommen.
Internetauftritt der immer aktuell bearbeitet wird
Internetauftritte und E-Mail-Kontakt besser ausbauen
Ist in Ordnung so.
Ja
Ja
ja
Ja
Ja ... zentrale regionale Kontaktbörse
Ja auf jeden Fall, online Termine machen zum Beispiel.
Ja das ist für junge Menschen und der momentanen Entwicklung der Welt unausweichlich. Die Digitalisierung gehört mittlerweile zum „Überleben“ eines Unternehmens dazu.
Ja digitaler und somit auch kurzfristiger über Informationen verfügbarer
Ja, eine Auftragsbörse, damit die Betriebe sich mit den Kunden in Verbindung setzen müssen
Ja Instagram Facebook Werbung und online Handwerker bestellen auf einer Homepage
Ja Facebook, Instagram
Ja, Ausbau des Netzes (Internetanbindung)
Ja, bereits das schnelle Antworten auf E-Mails wäre hier ein Fortschritt
Ja, dass die Betriebe Ihre Leistungen im Internet zeigen.
Ja, insbesondere bei der Kundenberatung und Kundenbetreuung.
Ja, insbesondere für die jüngere Generation.
Ja, Internetseiten
Ja

Ja, schnelle Umstellung auf G5- Standard
Ja, verbesserter Internet-Auftritt, erleichterte Kontaktaufnahme
Ja, von der Kontaktaufnahme bis zur Bestellung eine bessere direkte Anbindung
Ja.
Ja. Eine Interseite mit einer Übersicht wäre super
Ja. Zentrales Portal zum Aussuchen von Betrieben
Kann ich nicht abschätzen
Kann mir nicht vorstellen, was das für mich als Kunde verbessern soll...vielleicht mehr Transparenz in der Preisgestaltung bereits vor dem Auftrag? ... Möglichkeit, ein Foto des Problems / des Auftrags vorab als ersten Eindruck zu senden?
Keine Ahnung
Keine Ahnung
Mehr Plattformen
Mind. Homepage, digitale Kommunikation
Muss nicht
nein
Nein, persönliches Auftreten ist wichtiger.
nein! persönlicher Kontakt wichtig
Nein, die Digitalisierung ist an anderen Stellen wichtiger.
Nein, nicht zwingend
Nein.
Nein. Es muss Zeit haben.
Nicht unbedingt, wenn dann aber auch konsequent. Anfrageformulare im Internet auf die der Betrieb nie antwortet bringen keinem was.
Online-Anfrage mit Rückrufservice
Onlinebestellung und Lieferung für Artikel des täglichen Bedarfs, eine MyHammer Plattform der regionalen Anbieter. Plattform zur schlagwortsuche... welcher Handwerker deckt was ab.
Persönliche Kommunikation ist im Handwerk wichtiger. Eine gepflegte Website mit Leistungsumfang und Kontaktmöglichkeiten reicht aus.
Plattform für Handwerksunternehmen, Architekten u. ä.
schneller Kundenkontakt und Antworten
siehe Antwort zu Frage 6
Störungen an Heizungen z. B. über ein Video-Störungs-Call beseitigen
Terminabsprache

Trotz der digitalen Reform bleibt Handwerk immer auch noch Handwerk. Was an digitalen Möglichkeiten in Verwaltung und Präsentation zur Verbesserung führt - gerne. Aus der technischen Sicht geht vieles sowieso ohne sich ständig veränderte digitale Prozesse nicht.
Über eine Seite mehrere Angebote zu finden
Übersicht im Internet über Angebote und Leistungen
Übersichtliche Webseite mit allen Betrieben zum Vergleich und Angebote einholen einfach gestaltet
Viele gute Handwerker sind nicht digital und brauchen es auch nicht. Viele handwerkliche Leistungen sind gar nicht vernetzt, da nicht in der Handwerkskammer organisiert. Mehr Digitalisierung heißt nicht, dass es besser wird. Mir fehlt nicht mehr Digitalisierung. Für "Nicht-Odenwälder" ist es schwerer.
Weiß nicht, kann ich mir noch nichts vorstellen
Wie erwähnt: Onlineportal zum direkten Buchen von Dienstleistungen.
Wie weit die Dienstleistung digital unterfüttert werden muss, kann ich nicht sagen. Digitale Planbarkeit auf jeden Fall
Wir sind dafür, um die Firmen besser einschätzen zu können.
Zentral organisierte, regionale Plattform zum Finden der Handwerker ohne gefälschte Bewertungen und mit Qualitätsstandards / -kontrolle

Tabelle 4: Antworten auf die Frage „Gibt es schon Plattformen oder digitale Angebote, die Sie bereits nutzen, um handwerkliche Dienstleistungen zu erhalten und wenn ja, welche?“ (n=79)

Ab und zu Homepage
Bisher nicht
Da ich maximal nur die erste Information digital einholen und danach ein persönliches Gespräch vorziehen kann ich dies nicht beantworten.
Elektrofirmer, Heizungsbauer Installationsbetriebe.
Google
Google
Google
Google
Google allgemein
Google Suche oder direkte das Unternehmen suchen
Hin und wieder Internet
Ich bevorzuge den persönlichen Kontakt.
Ich kenne keine
Ich kenne keine.
Ich schaue nach den Webseiten und versuche über die Aufmachung der Seite Rückschlüsse zu ziehen, ob es mich anspricht. Vertrauen erzeugt. Dabei schaut Mannschaften mal nach Bewertungen andere Kunden.
Instagram und Facebook

Internet. Aber nur selten, da man den Bewertungen nicht trauen kann
Internetseiten der Handwerker
Ja MyHammer hat aber nichts gebracht
Ja, E-Mail-Verbindung.
keine
keine
Keine große Plattform Ökonomie - das wäre der Tod der Odenwälder Handwerker
Keine zu finden
klassische Stichwortsuche im Netz
My Audi App, Service-Terminbuchung-Online
MyHammer
Myhammer
Nein

Nein
Nein davon halte ich nichts!
Nein, das Beste, was wir erlebt haben, war ein stets zuverlässiger und transparenter Generalunternehmer, der die Koordination übernommen hat.
Nein, momentan noch kein Bedarf.
nein, wäre interessant
Nein, wende mich direkt an die Handwerker.
Nein.
Nein. Es fehlt an Infos hierzu. Keine Kommunikation in den Medien.
nein
Nur das Internet, ansonsten frage ich persönlich an den fachspezifischen Quellen nach
Nur Google
Nur Homepages der Handwerker
Nutze ich nicht
Nutze ich nicht
Suche nach Anbieter im Internet
Was jetzt Odenwald
Webseiten der Unternehmen

Tabelle 5: Antworten auf die Frage „Wie könnten Sie sich die Ausgestaltung eines „Handwerker-Dienstleistungszentrums“ im Odenwaldkreis vorstellen? (Gerne dürfen Sie einfach Stichworte angeben, was Ihnen dazu einfällt.)“ (n=80)

<ul style="list-style-type: none"> - Suche nach Fachfirmen - Eine Anfrage stellen - alle teilnehmenden Handwerksbetriebe haben die Möglichkeit zu antworten - Moderation / Vermittlung bei nicht beantworteten Anfragen - Planungshilfe gegen separate Rechnung unabhängig vom Auftrag - Fachliche Unterstützungsleitungen (Beratung) auf Stundenbasis für Selbstermacher
Allgemeiner Ausstellungsraum Möglichkeiten für Betrieb Kundengespräche durchzuführen
Allrounder in Zusammenarbeit mit Handwerks-Spezialisten.
Als Art Online-Marktplatz, ähnlich Ebay-Kleinanzeigen Wer bietet was? Wer sucht was?
Auf alle Fälle dezentral, um Fahrstrecken nicht unnötig zu verlängern.

Auftragsbörse; Koordinierung verschiedener Gewerke, Ansprechpartner bei Problemen
Benötige ich nicht. Halte ich für zu kostspielig.
Beratungsstelle, Vermittlung von „freien“ Handwerkern
Braucht man nicht, man braucht nur Handwerker, die sich gut miteinander absprechen
Buchbare Termine/Anzeige freier Termine, Angebote verschiedener Firmen aus der gleichen Branche, professionelle Vorstellung und transparente Bewertungen von Firmen, virtueller Zusammenschluss bei größeren Gewerken mit mehreren beteiligten Firmen
Buchungsportal, Workshops und/oder Hilfestellungen (Hotline, Videogespräche oder in Person) um einfache Arbeiten selbst erledigen zu können, Beschaffung von Ersatzteilen
Darstellung aller Betriebe Hilfe beim Suchen; für mein Problem den passenden Betrieb
Das sollten die Handwerker selbst bestimmen
Der Ort muss Problemlöser sein. Einmal hin, alles drin. Kooperationen zwischen Unternehmen, gemeinschaftliches anstatt konkurrenzdenken
Ein gemeinsamer Anlaufpunkt wie z.B. an einem Ort wie den Bierhallen wo sich die Dienstleister einmieten können als Alternative zum nicht so tollen Wochenmarkt.
Ein guter Handwerker muss nicht vermittelt werden! Die Auftragsbücher sind voll!
Ein solches Zentrum sollte auch ein Kompetenzzentrum sein. Eigentlich müssen hier die „Besten“ arbeiten. Aber das Handwerk hat ein zu breites Spektrum, um die Breite so gut auch in persönlicher Beratung abbilden zu können. Das ist sicher leider nicht machbar. Eventuell mit Clustern wie Ernährung, Energie, Innenausbau und Design ...
Ein zentraler Bereitschaftsdienst für die wichtigsten Firmen.
Ein Zusammenspiel zwischen Bestandsfirmen und Ausbildung
Eine Ansprechstelle, korrekte Preisgestaltung
Eine Plattform, wo man z.B. Partyservice eingeben kann. Dann kommen die Anbieter mit Standort Ob sie Abholung oder Lieferung anbieten können Ihr Angebot An welchen Tagen und Uhrzeiten Wo man ein Angebot erfragen kann das einem dann zugesendet wird.
Einfach ohne großen finanziellen Aufwand eine telefonische Anlaufstelle, die schnell und bequem das Problem für den Kunden löst.
-einfach zu erreichen -arbeitnehmerfreundliche Öffnungszeiten
Einfach zugänglich Online erreichbar Vergleichbar in der preislichen Gestaltung
Engere Zusammenarbeit bei der Ausbildung, professionalisierte Fachkräftewerbung
evtl. könnte man eine Art Notdienst für verschiedene Sparten einrichten. z.B. jedes Wochenende hat jemand anders Dienst
Fehlanzeige
Gemeinsames Büro, Generalunternehmer durch Zusammenschluss einzelner Fachhandwerker

<p>Handwerksbetriebe aller Gewerke sollten auf einer Liste über eine Plattform erkennbar sein. Die Darstellung dafür ganz neutral vorzunehmen, würde für Transparenz und Gleichbehandlung bei den Unternehmen führen und für mehr Akzeptanz bei Kunden herstellen. Beschwerden gegen ein Unternehmen könnte seriös und zunächst vermittelnd ebenso über diese Stelle abgewickelt werden. Architekturbüros und Fachingenieure über eine oder die gleiche Plattform mit den gleichen Grundsätzen zu veröffentlichen könnte ein zusätzliches Angebot sein.</p>
<p>Hier könnte ich mir vorstellen, dass es eine Internetplattform gibt, auf der Handwerker ihre freien Kapazitäten eintragen und Kunden darüber in Kontakt kommen können.</p>
<p>Hotline, oder auch Internetseite, die, falls der Handwerksbetrieb ausgelastet ist, sofort einen anderen verfügbaren Betrieb nennt.</p>
<p>Industrieloft für Start-Ups Markthalle für regionale Lebensmittel Kostengünstige (Fördergelder einbeziehen) Räume für Erweiterung von bestehenden Unternehmen, um den Standorterhalt zu sichern Geschäftsstelle mit regelmäßigen Veranstaltungen, Präsenzterminen und Beratungen</p>
<p>Informationen, Ansprechpersonen, Tipps</p>
<p>Ja</p>
<p>Ja das könnte eine gute Anlaufstelle sein. Geballte Kompetenz Finden von Spezialhandwerkern</p>
<p>Ja, schnelle Hilfe im Notfall, auch bei Kleinigkeiten</p>
<p>Ja, schnelle Hilfe im Notfall, auch bei Kleinigkeiten</p>
<p>Kann ich mir eher schlecht vorstellen da dies mit Sicherheit wieder in Mümlingtal angesiedelt werden würde und mir beziehungsweise uns im oberen Gersprenztal nichts bringt außer das Gefühl abgehängt vom Odenwaldkreis zu werden</p>
<p>Kann ich mir nicht vorstellen, dass so etwas zustande kommt, da einfach Personal fehlt im ganzen Handwerk</p>
<p>keine Vorstellung</p>
<p>Könnte ich mir gut vorstellen! - Vernetzung - Kooperation - Alles auf einen Blick - zentral - effektiv</p>
<p>Leistungsangebot aller Handwerker</p>
<p>Leistungskatalog Verfügbarkeitsübersicht</p>
<p>Nach Anfrage zu einer Dienstleistung melden sich Betriebe bei mir zur Auswahl</p>
<p>nach Gewerken, Bewertungen, Referenzen, Stärken bzw. Schwerpunkte, Betriebsgröße, wie lange am Markt, ...</p>
<p>Nach zwei Jahren Corona warte ich auf eine Handwerksmesse, z.B. die in Darmstadt. Ein Handwerkszentrum, ob Messe oder digital, sollte alles an einem Ort bündeln. Wenn ich mich über Handwerkerleistungen informieren möchte, sollte ich nicht zehn verschiedene Orte aufsuchen müssen, nur weil ich mich über verschiedene Handwerkerleistungen informieren möchte.</p>
<p>Nein</p>
<p>Netzwerk</p>

Neutrale Beratung und Information. Hilfe zur Selbsthilfe bzw. die begrenzt verfügbaren Fachkräfte vor allem dort zum Einsatz bringen, wo man selbst nicht mehr weiterweiß. Steuern senken, um die Rechnungen bezahlbarer zu machen. Arbeitsaufwand steht oft in einem ungünstigen Verhältnis zum Materialaufwand.
Persönliche Gespräche.
Regionalsiegel mit geprüften Kooperationsketten mit Planungstool
S. Punkt 8 Mehr online-Kommunikation
S. VORNE hinsichtlich Lebensmittel
Schulungsort
sehr gut - gute Ansprechbarkeit z. B. per Telefon
Siehe oben.
Sinnvoll wäre ein Pool aus Handwerkern, die mit einem Anruf oder einer Internet-Recherche aufzurufen ist und Aufträge sofort vergeben und angenommen werden können (ähnlich dem Portal "MyHammer").
Ständig eingerichtete „Messe“ mit Miniausstellungen und Tablets, die die Webseiten der jeweiligen Unternehmen zeigen. Anfrage, die aus dem Zentrum gestellt werden, werden bevorzugt bearbeitet.
stärkere Vernetzung der Betriebe, Unterstützung der Startphase neuer Betriebe/Patenschaften mit bestehenden Betrieben, besondere Förderung der Ausbildungsbetriebe, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, Verbundausbildung/Attraktivitätssteigerung für Auszubildende
Tag der offenen Türe
toll wäre, als Kunde dort auch Beratung zu bekommen
Übersicht über Anbieter, Leistungen, Referenzen und Preisen ggfs. Möglichkeit digital Angebote von mehreren Anbietern abzufragen (Transparenz herstellen)
Übersichtlich nach Gewerken
Vergleich, Angebote zwischen Betrieben einzelner Gewerke Kundenservice, indem verschiedene Gewerke kooperieren.
Vermittlung von Handwerkern und umgekehrt Verzeichnis von Handwerkern in der Umgebung
Viele auch kleine Dienste werden angeboten.
Vielleicht wie eine zentrale Informations-Vermittlung
Weiß ich nicht
Werbereich Nachwuchsgewinnung Nachfolgesuche Anwerbung von handwerklichen Leistungsträgern, obwohl diese nicht Mitglied der Handwerkskammer sind (Stichwort: Gardinenfachgeschäft statt Raumausstattung)
wie bereits genannt: verbesserte Koordination, um z.B. Renovierungs- und Sanierungsmaßnahmen im privaten Bereich einfacher umsetzen zu können.
Z.B. Abrufbereitschaft 24-48 Std. / Interesse auch kleinere Probleme zeitnah und mit Kostentransparenz durchzuführen.

Zentral kontrolliert hohe Qualität Alles aus einer Hand Zentrale Koordination
zentraler Ansprechpartner und Hilfe bei der Suche und Koordination verschiedener Handwerker
Zentraler Ansprechpartner, Koordinator
Zentraler Online-Auftritt, der die verschiedenen Kooperationspartner vorstellt. Z. Bsp. Badausbau: Elektro-Sanitär-Fliesenleger
Zu Gewerken mit kürzerer Wartezeit weiterleiten klare Aussagen, wenn Auftrag zeitlich nicht ausgeführt werden kann.
Zusammenarbeit Absprache einzelner Handwerker Termine zusammen absprechen
Zusammenfassung von allen möglichen Branchen, Ansprechpartnern, Adressen und Erreichbarkeit.

Anhang 5: Interviewleitfaden für die Experteninterviews



Interviewleitfaden für die Experten-Interviews

Interview-Teilnehmer*in: _____

Datum: _____

Interviewer*in: _____



Themenblöcke	Konkrete Fragen
<p>Themenblock 1</p> <p>Umreißen des jeweiligen Arbeitskontextes der Gesprächspartner/innen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Was ist Ihre genaue Position in Ihrer Institution? • Was genau sind Ihre Aufgaben in der Institution? • Für welche Personen/Zielgruppen arbeitet Ihre Institution? • Wo bzw. wie ist Ihre Verortung in der Odenwald-Region? • Wie stellt sich Ihre Vernetzung in der Odenwald-Region dar?
<p>Themenblock 2</p> <p>Bezug des Experten/der Expertin zum Handwerk</p>	<ul style="list-style-type: none"> • In welchen Bereichen haben Sie in Ihrer Funktion mit dem Handwerk zu tun? • Wie suchen Sie bzw. Ihre Institution Handwerker/innen? Und wie (schnell) finden Sie diese in Ihrer Region? • Was ist Ihnen besonders wichtig bei der Auswahl eines Handwerksbetriebs? • Wie zufrieden sind Sie und Ihre Kolleginnen/Kollegen mit den erbrachten handwerklichen Leistungen? • Welche negativen und welche positiven Erfahrungen haben Sie bisher in der Beauftragung von Handwerkern gemacht?

<p>Themenblock 3</p> <p>Einschätzung der Dienstleistungsversorgung (insbesondere durch das Handwerk) im ländlichen Raum</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Was ist für Sie die größte Herausforderung in Bezug auf das Leben im Odenwald bzw. im ländlichen Raum? • Wo gibt es Handlungsbedarf? • Soll das Handwerk digitaler werden und wenn ja, welche Möglichkeiten sehen Sie? • Gibt es schon Plattformen oder digitale Angebote, die Sie bereits nutzen, um (handwerkliche) Dienstleistungen zu erhalten und wenn ja, welche?
<p>Themenblock 4</p> <p>Konkrete Wünsche und Ideen zur Ausgestaltung des handwerklichen Dienstleistungszentrums in Erbach</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wie könnten Sie sich die Ausgestaltung eines „Handwerklichen Dienstleistungszentrums“ für die Odenwald-Region vorstellen? • Welche (handwerklichen) Dienstleistungen würden das Leben im Odenwald erleichtern? • Können Sie sich eine aktive Beteiligung an einem „Handwerklichen Dienstleistungszentrum“ in Erbach vorstellen? • Wenn ja, wie könnte diese aussehen? • Wie würden Sie gerne dieses Zentrum für sich privat oder in Ihrem Arbeitskontext nutzen? • Welche Synergieeffekte vom Handwerk zu Ihrer Institution können Sie sich vorstellen und wo könnte Mehrwert entstehen?
<p>Ergänzende Fragen</p> <p>(Auch Raum für Ergänzungen von Seiten des Interviewten)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wer könnte Ihrer Meinung nach gute, kreative Beiträge zum Projekt leisten? Aus Ihrer Organisation oder Personen, die Sie kennen? • Wo sehen Sie generell Überschneidungen/Berührungspunkte unserer Projekte zu anderen Akteuren bzw. Aktivitäten im Odenwald? • Wir planen einen moderierten Workshop, heterogen besetzt; Dauer zweieinhalb Stunden. Wären Sie bereit daran teilzunehmen? • Welche andere Person aus Ihrem Arbeitskontext sollte Ihrer Meinung nach noch daran teilnehmen? • Haben Sie Vorschläge für andere Personen/Institutionen?
<p>Abschluss und Dank</p>	