



Consulting
Die Unternehmensberater



Handwerk

Trends, Chancen und Potentiale

1. Das Handwerk verdient mehr Aufmerksamkeit

2. Trends gehen mich nichts an

3. Die Trends und Potentiale im Handwerk

a. Ältere Menschen treffen Handwerk

b. Umwelt trifft auf Handwerk

c. Geschwindigkeit trifft auf Handwerk

d. Individualisierung trifft Handwerk

e. Die Welt trifft auf das Handwerk

4. Ausblick

1. Das Handwerk verdient mehr Aufmerksamkeit

Während in den vergangenen Jahren der Handel, das Internet oder die Produktion 4.0 im Focus der Öffentlichkeit gestanden haben, wurde das Handwerk als krisenfeste Institution gesehen und nicht sonderlich beachtet.

Dabei verdient das Handwerk mehr Aufmerksamkeit.

In Deutschland gibt es insgesamt rund 3,6 Mio. Betriebe, davon sind rund 1. Mio. Handwerksbetriebe (zulassungspflichtige, zulassungsfreie und handwerksähnliche Betriebe) (Quelle: Statista für 2013). Nimmt man nur die ersten beiden Gruppen, handelt es sich um rd. 580.000 Betriebe mit rund 5 Mio. Beschäftigten und einem Jahresumsatz von 510 Milliarden Euro (Quelle: Statistisches Bundesamt für das Jahr 2012, Wiesbaden 2015). Dabei sind mehr als 90% aller Betriebe, wie für Deutschland insgesamt typisch, Unternehmen unter 10 Beschäftigte.

Im Handwerk macht der Spruch die Runde, „wer jetzt kein Geld verdient ist selber schuld“. Vor allem nach 2008 mit dem Einsetzen der Niedrigzinsphase und dem ständigen Gerede über Krisen und in dessen Folge den Run auf Betongold. Wohnimmobilien erzielen Rekordpreise und man hat den Eindruck der Aufschwung hält an. Genießen wir ihn, solange er dauert.

Das Handwerk befindet sich auch weiterhin in einer hervorragenden Verfassung. Nur 5,7% der Handwerksbetriebe gehen von einer negativen Entwicklung in den kommenden Monaten aus, so die Handwerkskammer Freiburg in ihrer Konjunkturumfrage zum dritten Quartal 2015.

Veränderungen werden im Handwerk am wenigsten erwartet, denn dem Internet kann es ja nicht gelingen, eine Steckdose oder einen Wasserhahn zu installieren. Und auch sonst hat man den Eindruck, der Kreislauf aus Kunden, Angeboten und Auftragserteilung würde sich in den nächsten Jahren nicht ändern. Ein Monteur muss eben zum Kunden gehen, was soll sich da auch ändern.

Wir wollen mit diesem Whitepaper die Trends und Chancen der kommenden Zeit darstellen.

2. Trends gehen mich nichts an

Oft entsteht der Eindruck, Trends sind Modeerscheinungen die wieder vorbeigehen, für den Einzelnen aber nichts bringen.

Trends, Chancen und Potentiale für Unternehmen ergeben sich aber aus den Veränderungen der Umwelt. Viele davon sind heute schon erkennbar oder bekannt.

Man weiß heute beispielsweise sehr genau, wie viele Menschen in Deutschland leben und zwar vom Säugling bis zum Greis. Zusammen mit der durchschnittlichen Lebenserwartung und der durchschnittlichen Geburtenrate, kann man also sehr genau sagen, wie viele Menschen zu einem bestimmten Zeitpunkt ein bestimmtes Alter erreicht haben werden.

Es gibt Untersuchungen die zeigen, dass es sich lohnt möglichst frühzeitig auf Trends aufzuspringen, da man dann als innovatives modernes Unternehmen auf der Höhe der Zeit wahrgenommen wird und die Umsätze und Erträge steigen damit erheblich.

Es gibt sicher noch Handwerker ohne Email und ohne Homepage, aber die Umwelt hat sich verändert oder anders gesagt, wie viele Faxe bekommen Sie noch im Monat ☺.

3. Die Trends und Potentiale im Handwerk

a. Ältere Menschen treffen Handwerk

Die Bevölkerung altert zunehmend, während derzeit 17,1 Mio. Menschen 65 Jahre und älter sind, werden dies in 10 Jahren knapp 20 Mio. sein.

Damit verändert sich das Umfeld des Handwerks in zwei Bereichen, zum einen der Bereich der Mitarbeiter, neue Mitarbeiter werden immer schwieriger zu finden sein, ältere Mitarbeiter sollen im Betrieb bleiben und länger arbeiten. Zum anderen werden die Kunden auch immer älter und wollen altersgerechte Angebote.

Zum ersten Bereich finden sich zahllose Äußerungen in der Presse und im Netz, im zweiten Bereich sind diese vereinzelt und beziehen sich oft auf Betreutes Wohnen und Essen auf Rädern. Zwei wichtige Bereiche und für Handwerker nicht uninteressant.

Aber was ist mit den Menschen zwischen 55 und 75 Jahren? I.d.R. wirtschaftlich gesichert, benötigen sie Angebote die altersgerecht mit hohem Service- und Qualitätscharakter ausgestattet sind.

Große Unternehmen spielen Manufakturen, was sie aber nicht sein können, denn eine Massenproduktion schließt Qualität und Service aus. Diese Chance sollten sich Handwerker nicht entgehen lassen.

Ein Handwerker der Termine nicht einhält, der meint sagen zu können, er komme nächste Woche oder schicke mal jemanden vorbei, arbeitet nicht mehr zeitgerecht. Oder die, die 50 Euro für die Lieferung eines Gerätes haben wollen, welches Internetfirmen bereits kostenlos liefern und mittlerweile schon kostenlos aufstellen. Dies sind Beispiele von Handwerksbetrieben, die noch nicht verstanden haben, dass diese Kundengruppe die Zeit, aber vor allem das Geld haben, sich ihren Handwerker zu suchen.

Diese Kunden haben in den vergangenen Jahren gelernt, dass Kundenbindung da endet, wo der Service nicht mehr passt, was der Handel in den vergangenen Jahren schmerzhaft lernen musste.

b. Umwelt trifft auf Handwerk

Ob es die Förderung CO2 neutraler Gebäude, Energieeffizienzprogramme oder Fahrzeuge (trotz VW) sind, die vernünftiger mit unserer Umwelt umgehen, die Zukunft wird sich noch stärker mit der Ressourcenschonung beschäftigen.

In diesem Bereich haben die Handwerksbetriebe in den vergangenen Jahren die meisten Fortschritte gemacht. Davon ausgehend, dass weiterhin hohe Investitionen in diesem Bereich notwendig sein werden um die Klimaziele zu erreichen, wird der Bereich der Umweltschonung auch in der Zukunft eine erhebliche Rolle für das Handwerk spielen.

Und dies sowohl im Bereich der privaten Wohnimmobilie, als auch im Bereich der öffentlichen Gebäude.

c. Geschwindigkeit trifft auf Handwerk

Während die Industrie bereits an der Produktion 4.0 arbeitet, müssen Handwerksbetriebe oft noch lernen, dass die Digitalisierung auch ihrer Arbeitsprozesse begonnen hat.

Der demografische Wandel (siehe oben) bedeutet, dass die Internetgeneration alt wird. Eine Generation von Menschen die gelernt hat, dass Güter und Dienstleistungen jederzeit zur Verfügung stehen. Diese Generation hat gelernt, wenn man ein Gerät jetzt bestellen will, dann bestellt man es jetzt. Lieferung erfolgt am nächsten Tag.

Und die Geschwindigkeit und das Handling die sie bis jetzt gewohnt sind, erwarten sie auch im Umgang mit ihrem Handwerksbetrieb. Beispiele: Termine innerhalb ein bis zwei Tagen, Angebote ebenso und diese sind zu digitalisieren, wie sieht der Kühlschrank oder das neue Möbelstück im Raum aus, nutzen Sie ein Tablett, Sie werden erleben, dass die Kunden damit umgehen können.

Diese Generation informiert sich im Internet über Aussehen und Preis, dann rufen sie den Handwerker an und diese Generation hat gelernt, dass sie ihre Leistung dann sofort bekommen.

Für Betriebe, die sich auf diese Zielgruppe einlässt, bestehen damit große Potentiale.

d. Individualisierung trifft Handwerk

Die Menschen werden immer individueller. Dies zeigen ihre Lebensläufe, aber auch ihr Umfeld. Beispielsweise die Autos die sie fahren, jeder will sich abheben und zeigen, dass er etwas Besonderes ist. Vor allem die japanischen PKW-Hersteller (Quelle: Lean Management Pfeiffer/Weiß von 1994) und in jüngerer Zeit die französischen Hersteller, haben dies früh erkannt und folgen diesem Trend. Problematisch ist aber, dass industrielle Produkte nie individuell sein können, denn sonst sind die Lohnstückkosten zu hoch (vgl. auch die derzeitige Diskussion bei VW).

Die Uniformität der Städte, der Bekleidung und weite Teile der Umwelt, entsprechen nicht dem Wunsch der Menschen nach Individualisierung sowie Anders und Besonders zu sein. Die Menschen können dies nur in ihrem privaten Umfeld ausleben und tun dies auch.

Eine individuelle Leistung war immer das herausragende Merkmal eines Handwerkers. Die Menschen wollen ein individuelles Möbelstück oder ein Bad als Wellness-Oase, welches nicht aus vorgefertigten Teilen besteht.

In diesem Bereich hat der Handwerksbetrieb ein enormes Potential und will er sich abheben, sollte er diesem Trend folgen.

e. Die Welt trifft auf das Handwerk

Ob es die derzeitige Zuwanderung in Deutschland ist oder ausländische Unternehmen die Leistungen bei uns anbieten, ebenso wie Ketten die handwerksnahe Leistungen oder Produkte verkaufen, der geografische Markt auf dem sich Handwerksbetriebe bewegen, wird nach und nach einem erhöhten Wettbewerbsdruck ausgesetzt sein. Dies beinhaltet Chancen, aber auch Risiken.

Die unmittelbare Grenznähe in der wir hier alle leben zeigt uns deutlich, im Moment sind die Unternehmen Gewinner dieser Situation. Der Handel macht in der Region Schweiz-Frankreich-Deutschland in Deutschland riesige Umsätze.

Und Handwerksbetriebe die in der Schweiz Aufträge erhalten, profitieren vom hohen Lohnniveau in der Schweiz.

Aber deutlich wird auch, dass der Wettbewerbsdruck zunehmen wird und größere Betriebe versuchen werden, an diesem Vorteil ihren Nutzen zu ziehen, Beispiele hierfür sind Franchise-Konzepte wie Portas mit seinen Renovierungsdienstleistungen.

4.Ausblick

Das Handwerk wird allem Anschein nach auch in den kommenden Jahren gute Geschäfte machen.

Vorteil ist die Bevölkerungsentwicklung, so dass immer weniger Handwerker einer grundsätzlich größeren Nachfrage gegenüberstehen.

Greifen diese Betriebe noch die Trends der Zukunft aus Kundensicht auf, wie

- Demografischer Wandel
- Umwelt
- Service und Geschwindigkeit
- Individualisierung

und verstehen es damit trotz der Globalisierung ihre Nische zu finden, wird das Handwerk auch in der Zukunft „Goldenen Boden“ haben.

Über ATB Consulting:

ATB Consulting, Büttner & Partner, ist eine Unternehmensberatung, die seit 1994 mittlere Unternehmen in allen Fragen der Betriebswirtschaft unterstützt. Ob Handel, Handwerk, Produktion oder Dienstleistung, wir haben uns in vielen Jahren das Wissen erarbeitet, um die Unternehmen mit dem Notwendigen zu unterstützen. Unsere Schwerpunkte sind: Überprüfung von Unternehmen, Strategie- und Organisationsberatung, Umsetzung, Begleitung.

ATB Consulting, Büttner & Partner, ist seit 1999 Mitglied im Bundesverband Deutscher Unternehmensberater e.V. (BDU), Herr Florian Büttner, Partner, ist seit 1999 als CMC unter der Nr. 54968-1 zertifiziert. Herr Joachim Leber, Partner, ist seit September 2012 Mediator und seit 2014 zertifizierter Sanierungs- und Restrukturierungsberater (Ifus-Institut).

Wir arbeiten ausschließlich auf der Basis der „Qualitätssicherung in der Unternehmensberatung“ und der „Grundsätze ordnungsgemäßer Planung“ des BDU.

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.atb-die-unternehmensberater.de.

Haftungsausschluss/Disclaimer:

Alle Angaben sind sorgfältig geprüft. Im Zeitablauf oder durch Gesetzesänderungen können sich aber Änderungen ergeben. Bitte haben Sie deshalb Verständnis, dass wir für die Richtigkeit und/oder Vollständigkeit des Inhalts keine Haftung übernehmen.

ATB Consulting, Büttner & Partner, Unternehmensberatung,
Brückleweg 5, 79426 Buggingen, Tel.-Nr. 07631-7482960
Registergericht: Amtsgericht Freiburg i. Br. PR 700156