

HANDWERKDIGITAL

Handlungsfelder & Konsequenzen
für eine smarte, kundenorientierte Organisation



Neue Wege
fürs Handwerk

DAS HANDWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT. VON NEBENAN.

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

ZDH BEIRAT

Impressum

Herausgeber:

Zentralverband des Deutschen Handwerks

Mohrenstraße 20/21

10117 Berlin

Telefon: (030) 206 19-0

Fax: (030) 206 19-460

E-Mail: info@zdh.de

Internet: www.zdh.de

Redaktion:

ZDH-Beirat

“Unternehmensführung im Handwerk”

Dr. Roswitha Theis

Wirtschaftskommunikation

Grafik und Design:

Tobias Grzesiak

Handwerkskammer Flensburg

Berlin, Mai 2018

HANDWERKDIGITAL

INHALT

KERNFRAGEN Die Digitalisierung als Herausforderung und Chance für Betriebe und Handwerksorganisationen	04
ZEITENWENDE Übergreifende Kennzeichen der Digitalisierung	10
ERFOLGSKONZEPT Was erwarten Kunden und Mitglieder im Zeitalter der Digitalisierung von der Handwerksorganisation?	12
AKTIONSRÄUME Welche Konsequenzen ergeben sich organisationsintern aus der Digitalisierung? Handlungsfelder für eine mitgliederorientierte, professionell geführte Organisation	14
HANDLUNGSFELDER: <ul style="list-style-type: none">• Smarte Mitgliederkommunikation 16• Handwerkskammern und Fachverbände weiterentwickeln 22	
WERKSTATT DIGITAL Wie kann die Handwerksorganisation die Betriebe fit machen? Angebote für Handwerker und Konsequenzen für die Organisation	
HANDLUNGSFELDER: <ul style="list-style-type: none">• Sensibilisieren der Betriebe 34• Betreuen & Beraten 36• Qualifizieren & Bilden 38• Übergreifende & fachspezifische Angebote 42	33

Kernfragen

Die Digitalisierung als Herausforderung und Chance
für Betriebe und Handwerksorganisationen

Die digitale Transformation revolutioniert Wirtschaft und Gesellschaft. Sie ist längst im Handwerk angekommen: Die Märkte des Handwerks wandeln sich tiefgreifend – Wertschöpfungsketten ebenso wie Geschäftsmodelle und Marktprozesse.

Geschäftsmodelle im Umbruch

Die Digitalisierung verändert die vertikale Integration des Handwerks in der Wertschöpfungskette und stellt sie in Frage. Immer mehr Wettbewerber treten ausschließlich über das Internet in die Märkte, auch ohne vorher in den Bereichen tätig gewesen zu sein.

Mit oftmals starker Finanzierung – zum Beispiel über Equity Funds – und massiver Werbung wird versucht, handwerkliche Märkte über das Internet zu erschließen. Dies ist bereits in einigen Gesundheits-, Lebensmittel- und SHK-Handwerken zu beobachten, Stichwort ‚Amazonisierung‘.

Stellvertretend dafür stehen Geschäftsideen wie ‚Thermondo‘, ‚easyheizung‘ für die SHK-Branche oder ‚MisterSpex‘ und ‚audibene‘ für die Gesundheitshandwerke sowie ‚homebell‘ und ‚myster‘ für den Bausektor. Sie sind konsequent vom Kundennutzen her gedacht und versprechen Bequemlichkeit, schnelle Verfügbarkeit, hohe Transparenz sowie Verlässlichkeit bei Kosten und Terminen.

Attraktive Perspektiven für Handwerksunternehmen

Neben diesen Herausforderungen eröffnet die Digitalisierung dem Handwerk dank seiner Vielfalt und Flexibilität aber auch enorme Chancen: Mehr und mehr Handwerksunternehmen nutzen die Potentiale, die sich ihnen bieten, oftmals nach der Devise: „Bei uns steht ‚digital‘ nicht drauf, bei uns steckt es drin!“



Immer mehr Tischler lassen zum Beispiel ihre Kunden Möbel individuell und bequem online konfigurieren. Maler und Lackierer ermöglichen vermehrt das Mischen des Wunschfarbtons für die eigenen vier Wände bis hin zur persönlichen Farbberatung auf ihren Internetseiten. Orthopädie-Unternehmen bieten ihren Kunden online-geführte Diagnosen für passgenaue Schuheinlagen und fertigen Prothesen mit Hilfe von 3D-Druck.

Betriebe im Bau- und Ausbaugewerbe optimieren ihre Prozesse von der digitalen Terminvereinbarung über Auftragszettel und Zeiterfassung per Smartphone bis hin zum mobilen Baustellenmanagement und digitalem Aufmaß. Selbst kleinere Betriebe stellen sich bei öffentlichen Bauvorhaben nach europäischen Vergaberichtlinien zunehmend auf das softwarebasierte ‚Building Information Modeling‘ – kurz BIM – ein, mit dem die Planung, Ausführung und Bewirtschaftung von Gebäuden optimiert wird.

Viele Zulieferer können auf eine durchgängige Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse – angefangen bei der Zeiterfassung bis hin zur Just in time-Lieferung – nicht mehr verzichten: In Echtzeit abgebildete Produktionsprozesse ermöglichen eine schnelle Information der Kunden sowie eine flexible Anpassung der Produktion.

Positiver Effekt für Fachkräftesituation im Handwerk

Das Querschnittsthema Digitalisierung besitzt enormes Potential für die Fachkräftesicherung im Handwerk. Gerade in körperlich herausfordernden Berufen kann sie dazu beitragen, Mitarbeiter erheblich zu entlasten. Beispielhaft dafür stehen der Einsatz kleiner Roboter im Gerüstbau oder neue Arbeitsabläufe im Bäckerhandwerk, durch die sich nächtliche Arbeitszeiten deutlich reduzieren lassen. Zudem können dadurch die Arbeitssicherheit in diesen Berufen erhöht und Fehlzeiten gesenkt werden. Nicht zuletzt steigert der Einsatz digitaler Helfer die Attraktivität der Berufe und Berufsbilder.



© Foto: Kathrin39
stock.adobe.com

Kernfragen für den ZDH-Beirat Unternehmensführung im Handwerk

Die Digitalisierung erfasst mehr oder weniger stark alle Branchen und Geschäftsmodelle. [Das Kompetenzzentrum Digitales Handwerk \(KDH\)](#) mit seinen fünf ‚Digitalen Schaufenstern des Handwerks‘ unterstützt deshalb gezielt die Betriebe, solche Produktions- und Automatisierungstechnologien zu nutzen, ihre Prozesse zu optimieren sowie Absatzmärkte durch neue Geschäftsmodelle und soziale Medien für sich zu erschließen. Ergänzend dazu konzentriert sich der ZDH-Beirat Unternehmensführung im Handwerk auf künftige Kernfragen für die Organisationen:

- 1.** Wie müssen sie sich generell als Dienstleister für die Mitglieder künftig aufstellen?
- 2.** Wie können sie die Chancen der Digitalisierung für ihre eigene Arbeit nutzen – für besseren Service, mehr Effizienz und mehr Akzeptanz?
- 3.** Und mit welchen Angeboten lassen sich ihre Mitglieder in den vielfältigen Prozessen der Digitalisierung unterstützen?

Vor dem Hintergrund dieser Ziele umreißt der ZDH-Beirat die Dimensionen der digitalen Welt für die Organisationen und damit deren künftige Handlungsfelder. Dazu wirft er Fragen auf, mit denen sich die

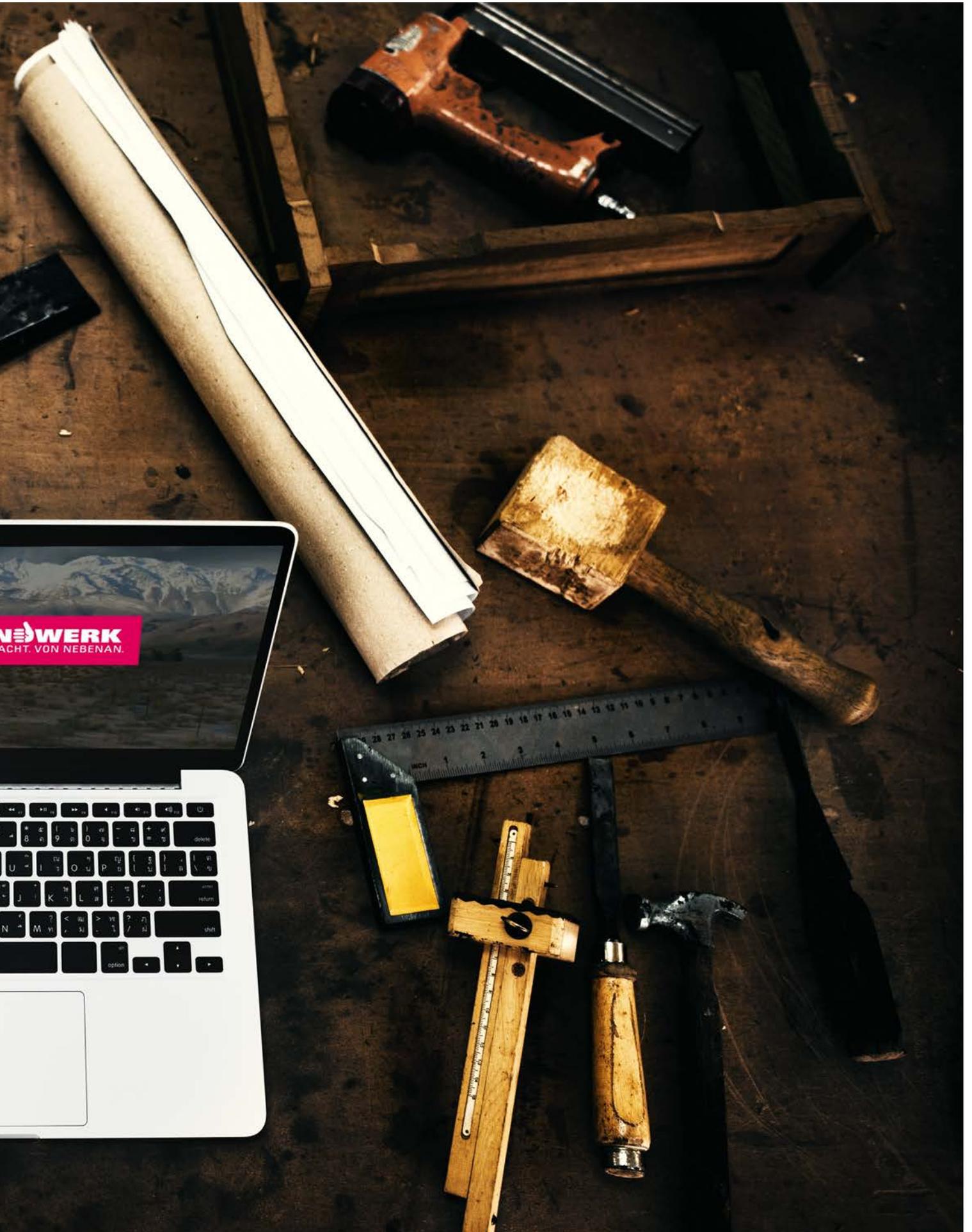
Organisationen künftig befassen müssen – oftmals unterlegt mit vielfältigen Impulsen und konkreten Beispielen von Akteuren aus dem eigenen Kreis. Diese sind bereits erfolgreich unterwegs – auf den Feldern Kommunizieren, Sensibilisieren, Beraten und Bilden ebenso wie bei der forcierten Vernetzung zwischen Handwerkskammern und Fachverbänden.

Die Praxisbeispiele spiegeln die breite Vielfalt auf den verschiedenen Ebenen wider und wollen motivieren. Sie erheben keinen Anspruch, vollständig oder direkt auf die eigene Situation übertragbar zu sein. Jeder Organisation ist es freigestellt, die Impulse aufzunehmen und sie auf ihren Bedarf und auf ihre Möglichkeiten abzustimmen. Ebenso ist jede Organisation eingeladen, ihre eigenen Beispiele zur Digitalisierung auf einer eigens eingerichteten [Online-Galerie](#) einzustellen und so ein lebendiges deutschlandweites Forum wertvoller Impulse über das vorliegende eMagazin hinaus zu schaffen.

Der ZDH-Beirat Unternehmensführung hält es für dringend erforderlich, dass sich die Organisationen jetzt der Digitalisierung stellen, um jeweils ihre eigenen Chancen und Spielräume auszuloten und für sich zu erschließen. So gelingt es überzeugender, auch den Betrieben des Handwerks Zuversicht in diesen Fragen zu vermitteln – und natürlich sich selbst fit zu machen für eine erfolgreiche digitale Zukunft.







Zeitenwende

Übergreifende Kennzeichen der Digitalisierung

Die Digitalisierung ist ein tiefgreifender, gesamtwirtschaftlicher und gesamtgesellschaftlicher Prozess. Im Fokus steht der Mensch.

Die Digitalisierung muss ganzheitlich betrachtet werden, denn sie wird alle Bereiche unseres Lebens grundlegend verändern.

Neben der Wirtschaft und Technik rücken die Menschen – insbesondere die Erwartungen der Kunden – in den Mittelpunkt.

Das Denken, Zusammenleben und Zusammenarbeiten wird einem fundamentalen Wandel unterliegen. Der Trend zur Individualisierung wird sich verstärken – auch bei Produkten und Dienstleistungen. Kundenerwartungen zu adaptieren und zu erfüllen avanciert zum Schlüssel für den Unternehmenserfolg.

Disruptive Dynamik und hohe Komplexität

Die Digitalisierung vollzieht sich mit einer völlig neuen Dynamik. Möglichkeiten entwickeln sich exponentiell – real und gefühlt. Die Geschwindigkeit des Wandels wird oft unterschätzt. Zudem werden Prozesse immer komplexer. Für das Handwerk gestalten sich diese Veränderungsprozesse sowohl evolutionär als auch disruptiv. Viele Entwicklungen lassen sich kaum vorhersehen. Immer schneller und öfter gilt es, sich

anzupassen („Die Schnellen fressen die Langsamen“). Die Dynamik wird von Netzwerkeffekten verstärkt. Diese eröffnen unter anderem neue Dimensionen von Imagebildung, Marketing und Aufmerksamkeit.

Konsequenzen für das Handwerk:

1. Strategien:

Aus der Digitalisierung erwachsen für das Handwerk vielfältige attraktive Chancen. Betriebe und Organisationen des Handwerks müssen dazu entsprechende Strategien entwickeln und konsequent auf allen Ebenen umsetzen.

2. Service:

Modernes Handwerk steht für individuelle, kreative, oft sehr komplexe Lösungen, verbunden mit hochwertigem Service und ebensolcher Beratung. An diesem Anspruch muss sich auch die Handwerksorganisation messen lassen. Vor allem Kleinbetriebe werden im Wettbewerb um Kunden und Nachwuchs mehr denn je auf maßgeschneiderte Dienstleistungen angewiesen sein.

3. Selbstverständnis:

Das Handwerk braucht ein neues Selbstverständnis. Die Digitalisierung erfordert einen entsprechenden Unternehmertypus. Auch die Handwerksorganisationen müssen sich verstärkt als Dienstleister verstehen.

In den Mittelpunkt rücken immer mehr die 3 Ks: Kundennutzen, Kommunikation, Kooperationen.



Was erwarten Kunden und Mitglieder im Zeitalter der Digitalisierung von der Handwerksorganisation?



Im digitalen Zeitalter wandeln sich Bedürfnisse und Verhalten der Kunden grundlegend. Das gilt sowohl für Handwerksunternehmen als auch für Handwerksorganisationen. Das bedeutet: Produkte, Dienstleistungen und Prozesse müssen konsequent aus Sicht der Kunden und Mitglieder gedacht und umgesetzt werden.

Im digitalen Zeitalter steigen die Erwartungen der Kunden an:

- » Qualität und Komfort des Kontakts. Ganz selbstverständlich wird eine individuelle, situationsbezogene Kommunikation: auf neuen Wegen, direkt, digital, multidimensional, mobil.
- » Die direkte Verfügbarkeit von Informationen und Service-Leistungen – quasi rund um die Uhr. Stichwort: Das Mitglied, der Kunde, ist immer und überall. Erwartet wird eine Ansprechbarkeit 24/7, also an 24 Stunden an sieben Tagen der Woche.
- » Den Zuschnitt und den Zugriff auf Informationen. Erwartet wird ein Mehrwert durch Komfort und Qualität der Information sowie hohe Transparenz über Leistungen, Kosten, Prozesse etc.
- » Die Individualität in der Ansprache, bei gleichzeitig immer heterogeneren Ansprüchen und Bedürfnissen.
- » Die Angebote mit Blick auf Qualität, Tiefe sowie Lösungskompetenz. Dies gilt sowohl für die Betriebe als auch für die Organisationen. So wie sich Handwerkskunden oftmals Mobilität, Sicherheit, Wärme etc. und kein einzelnes Produkt mehr wünschen, so wollen Handwerksbetriebe ‚Unternehmenserfolg‘, Inspiration, Netzwerkzugänge oder einen Ansprechpartner bei allen Fragen.



Chancen für die Handwerksorganisationen



Die Handwerkskammern und Fachverbände müssen sich auf neue Kundenerwartungen einstellen – besser noch: sie antizipieren. Wer diese Aufgabe konsequent und kreativ angeht, dem eröffnen sich gleichzeitig enorme Chancen. Unter anderem lassen sich so künftig:

- » mehr Mitglieder und breitere Mitgliederschichten erreichen,
- » neue Mitglieder akquirieren und besser an die Organisation binden,
- » neue, komplexe Formen der Mitgliederkommunikation erschließen,
- » Ressourcen der Organisation optimal einsetzen,
- » zielgenauere Angebote für die Mitglieder schaffen.

Aktionsräume



Organisationsinterne Konsequenzen der Digitalisierung

Handlungsfelder für eine digitalisierte und mitgliederorientierte Organisation

„Digitalen“ Organisationen eröffnen sich vielfältige Vorteile: von Einsparungen bis hin zum individuellen Zuschnitt von Informationen oder Leistungen und damit der Chance, Mitglieder erfolgreich zu binden.

Wie kann sich die Organisation auf digitale Veränderungen vorbereiten?

Die optimale Route zu diesem Ziel muss jede Organisation für sich selbst abstecken und dabei ihr eigenes Tempo wählen. Bei der Routenplanung hilfreich sind oftmals die Erfahrungen derer, die bereits in diese Richtung gestartet sind. Bei Konzept und Umsetzung können Fachverbände und Handwerkskammern auch voneinander lernen.

Um entsprechende Strategieprozesse möglichst flächendeckend anzustoßen und umzusetzen, bieten sich übergreifende digitale Werkzeuge (Tools) an. So werden notwendige Ressourcen auf mehreren Schultern verteilt und ein gegenseitiger Austausch begünstigt.



© Foto: Mirmohock
stock.adobe.com

Die Vielfalt an Potentialen kann nur ausschöpfen, wer Digitalisierung nicht auf pure Technik reduziert, sondern sie als Instrument der Organisationsentwicklung begreift – am besten als Teil eines Strategieprozesses, ausgerichtet an einem Leitbild „Handwerksorganisation“.

Die Konsequenzen aus der Digitalisierung erstrecken sich für die Handwerksorganisation auf verschiedene Handlungsfelder.

Handlungsfeld

Smarte Mitgliederkommunikation

Die neuen Erwartungen der Mitglieder und Kunden erfordern von Fachverbänden und Handwerkskammern zeitgemäße Wege der Kommunikation sowie Big Data-Strategien/Dienstleistungen. Wie lassen sich die Betriebe optimal ansprechen und erreichen? Das damit verbundene neue Selbstverständnis in Zeiten konsequenter Kundenorientierung und neuer Dienstleistungs-Strategien lässt sich unter dem Schlagwort ‚smarte Mitgliederkommunikation‘ auf den Punkt bringen.

Hierbei gehen Herausforderungen und Chancen digitaler Lösungen Hand in Hand:

- » Sie ermöglichen den Mitgliedern mehr Komfort und Mehrwert und eine bessere Erreichbarkeit. Angebote sind schneller und auf verschiedenen Wegen (Multikanal) verfügbar – optimal auf den individuellen Bedarf eines Betriebes im Alltag zugeschnitten.
- » Sie erlauben zudem zielgenaue Angebote für unterschiedliche Gruppen von Betrieben. Neue und breitere Gruppen von Mitgliedern, zu denen bislang kaum Kontakt bestand, lassen sich so erreichen und an die eigene Organisation binden.

In diesem Kontext müssen die Organisationen unter anderem folgende Fragen für sich klären: Wie lassen sich die verschiedenen Wege der Mitgliederinformation vernetzen? Wie lassen sich Mitglieder gezielt ansprechen und mit gezielten Angeboten bedienen? Wie lässt sich Datenschutz gewährleisten und das Angebot insgesamt in Qualität, Breite und Tiefe verbessern?



© Foto: Fergus Coyle
stock.adobe.com

Big Data-Strategie für Handwerksorganisationen erforderlich

Große Möglichkeiten birgt eine Big Data-Strategie – selbstverständlich gemäß den geltenden Datenschutzregeln. Bei der Frage, wie sich die Fülle vorhandener und möglicher Daten optimal auswerten und nutzen lässt, können sich Fachverbände und Handwerkskammern gegenseitig befruchten.

Systematisch ausgewertet, erlauben die aus Kundenkontakten resultierenden gigantischen Datenmengen zum Beispiel, Kunden zu typisieren und so zusätzliche Bedürfnisse und Nachfrage zu motivieren. Ebenso ist es möglich, herauszufiltern, was Mitglieder von ihrer Organisation erwarten. Internet-Besucher lassen sich interesselgeleitet führen, Newsletter auf den jeweiligen Bedarf angepasst versenden.

“

*Wir sind nicht nur
verantwortlich für das,
was wir tun,
sondern auch für das,
was wir nicht tun.*

Molière (1622 – 1673)

“

Strategien für neue Dienstleistungen

Die Digitalisierung stellt viele Gewerke auch unter dem Aspekt Big Data vor neue Herausforderungen:

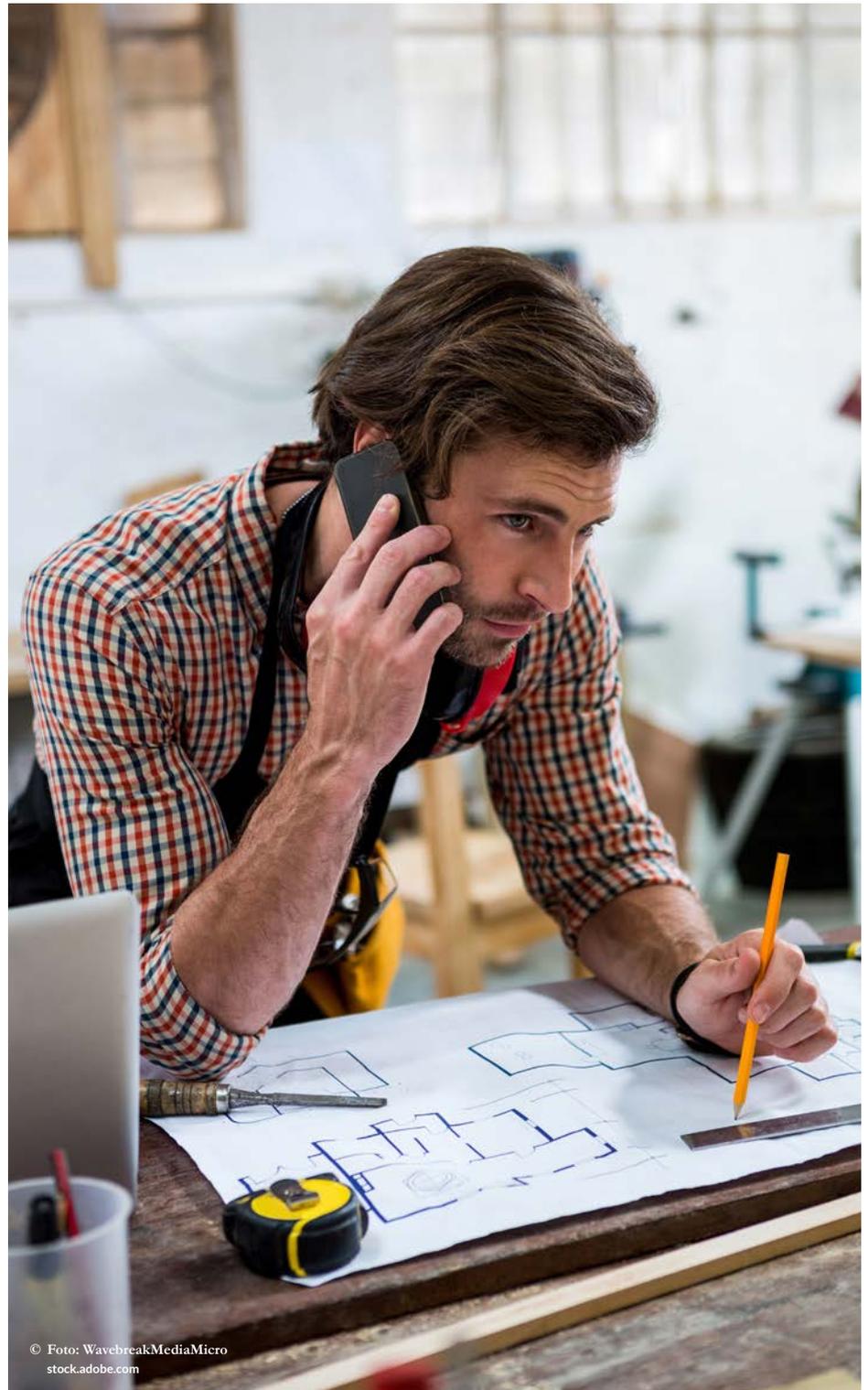
- » Wie erhalten Betriebe künftig Zugriff auf Daten, damit dieser nicht den Herstellern und anderen Akteuren vorbehalten bleibt?
- » Wie kann das Handwerk die gesammelten Daten für eigene Geschäftsmodelle nutzen und so seinen Markt auch in Zeiten der Digitalisierung sichern?

Antworten auf diese Fragen verlangen oftmals neue Strategien – insbesondere von Fachverbänden. Übergreifendes Ziel ist es, Handwerksunternehmen auch künftig in der Wertschöpfungskette zu halten und deren Positionierung auszubauen.

Impulse und Erfahrungen aus der Praxis der Handwerksorganisation

Handwerkskammer
Niederbayern-Oberpfalz
[Smarte Mitgliederkommunikation](#)

Konkrete – und bereits realisierte – Ansatzpunkte sind unter anderem mobile Apps wie der ‚[Karriere-Lotse](#)‘ als intelligenter Karriereberater und ein ‚responsives Kundenportal‘ mit Login-Angeboten. Ein weiterer Ansatz ist ein sogenanntes CRM-System (Customer-Relationship-Management), das zum Beispiel eine Segmentierung der Mitglieder erlaubt oder eine Mitglieder-Historie auf einen Blick bietet – ob in der Beratung oder der Handwerksrolle. Zudem gibt es spezielle Angebote wie Apps für die Zielgruppe Auszubildende.



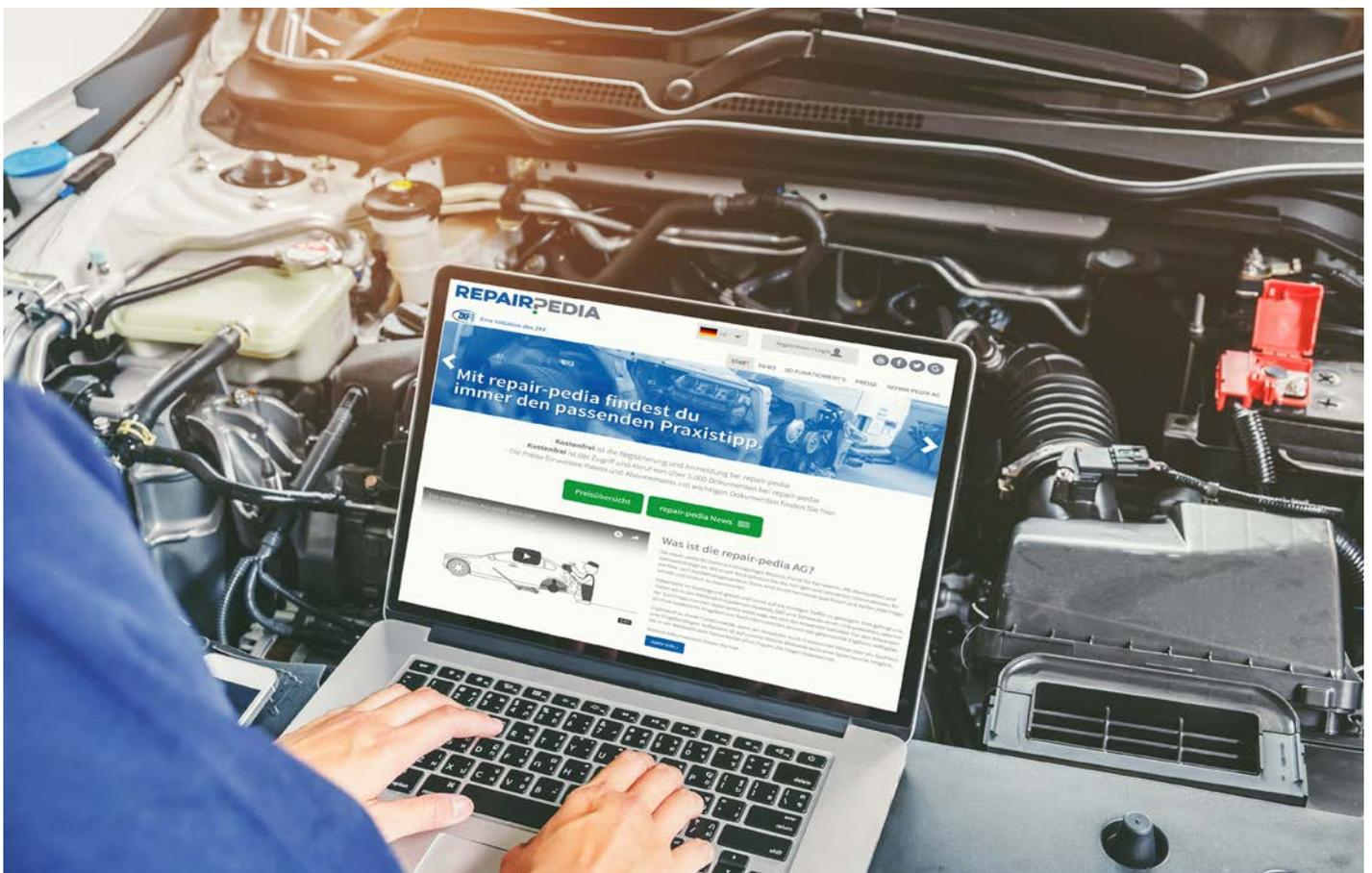
© Foto: WavebreakMediaMicro
stock.adobe.com

Zentralverband Karosserie- und Fahrzeugtechnik (ZKF) Die Kfz-Handwerke in der digitalisierten Wertschöpfungskette

Um die Position seiner Mitgliedsbetriebe in der Wertschöpfungskette zu halten und auszubauen hat der Fachverband einen Strategieprozess in Gang gesetzt. In einem ersten Schritt wurden Wirkungszusammenhänge

analysiert und beteiligte Akteure identifiziert. Erste Ergebnisse: Das Werkzeug ‚EuroDFT‘. Es ermöglicht freien Werkstätten des Karosserie- und Kfz-Handwerks Zugang zu den technischen Datenbeständen von bislang zehn

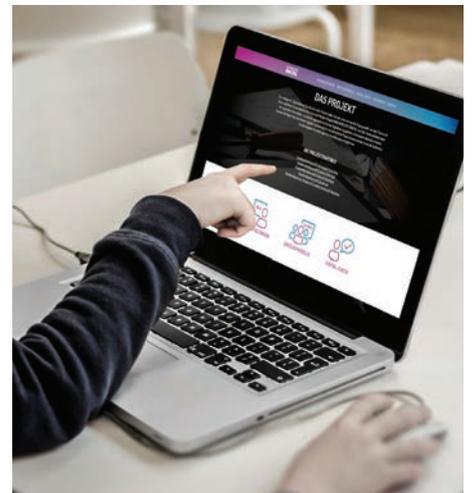
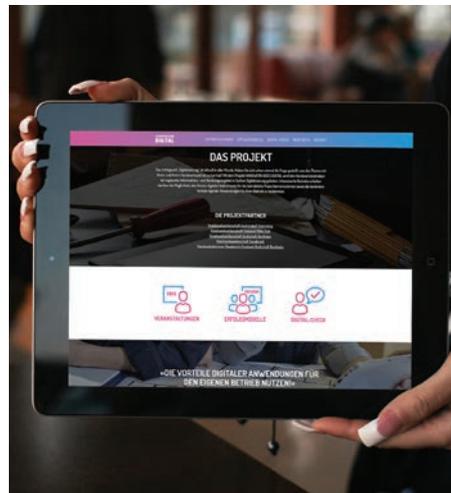
deutschen Automobilherstellern. Die kostenpflichtige Datenbank ‚repair-pedia‘ versteht sich als branchenspezifisches Wikipedia und hilft nicht zuletzt freien Werkstätten, im Wettbewerb mithalten zu können.





Verschiedene Handwerksorganisationen Weitere Beispiele für eine online- gestützte Mitgliederkommunikation

Der Zentralverband des Deutschen Dachdeckerhandwerks (ZVDH) mit [Dach-Holz-TV](#) sowie – stellvertretend genannt – die Handwerkskammer Dresden mit ihrer Kommunikation über [Social-Media-Kanäle](#) wie [Facebook](#).



Handwerkskammer Erfurt Zielgruppenmanagement als Strategieprozess



Die Handwerkskammer Erfurt hat sich auf vier Feldern Ziele der Organisationsentwicklung gesteckt: (1.) marktfähige Produkte/Dienstleistungen und Steigerung der Kundenzufriedenheit, (2.) effiziente und effektive Abläufe/Prozesse, (3.) kundenorientierte, kompetente Mitarbeiter, (4.) kampagnenfähige, passgenaue Kommunikation/Vertrieb. Stellschrauben des Erfolgs sind ein geschlossenes, selbstlernendes Zielgruppen-System, Beratungswerkzeuge wie Dialogbögen zur betrieblichen Standortbestimmung, die IT-Infrastruktur sowie ein systematisches Berater-Coaching, das eine einheitliche Beratungsqualität sichert und auf einem neuen Beraterselbstverständnis basiert. Im Ergebnis soll ein auf die einzelnen Zielgruppen zugeschnittenes und hocheffizientes Serviceangebot stehen.



Handwerkskammer Osnabrück- Emsland-Grafschaft Bentheim Online-Umfragen

Als flexibles Instrument der Mitgliederbindung und Interessenvertretung nutzt die Kammer Online-Umfragen im Rahmen ihrer Digitalisierungsstrategie www.handwerk-goes-digital.de. Werkzeuge, mit denen sich schnell und leicht Meinungen des Handwerks erfragen lassen, sind in der Online-Galerie zusammengestellt.



Bundesinnung der Hörakustiker (biha)

Online-Kanäle für Mitglieder- Kommunikation

Der Fachverband informiert Innungsbetriebe auf seiner Homepage sowie über Youtube-Videos zu diversen Themen – von Ergebnissen der Delegiertenversammlung bis zu Kommentaren zu Gesetzgebungsverfahren. Inzwischen wird auch die Mitgliederversammlung per Livestream an die Mitglieder gebracht.

Handlungsfeld

Handwerkskammern und Fachverbände weiterentwickeln

Die Handwerksorganisationen können ihre Mitglieder auf dem Weg zur Digitalisierung nur glaubwürdig unterstützen, wenn sie sich selbst konsequent digitalisieren.

Über diese eher (verwaltungs-) technischen Aspekte hinaus müssen sich die Organisationen des Handwerks grundsätzlich weiterentwickeln und neu denken – schon angesichts der wachsenden Kundenansprüche sowie Herausforderungen für die Betriebe.

Dies erfordert ein Hinterfragen und oftmals einen Kulturwandel in den Häusern – insbesondere unter den folgenden beiden Aspekten:

Ansatzpunkt 1: Mitglieder- und kundenorientiertes Denken stärken und optimieren

Eine Organisation stärkt ein vernetztes, innovatives und konsequent kundenorientiertes Denken hausintern zum Beispiel durch:

» Übergreifende, kundennahe Strukturen wie Service-Center bei Handwerkskammern und Fachverbänden.

» Ein Internetangebot, das die Kunden abholt und begleitet – seien es die Kunden des Handwerks oder Handwerksbetriebe. Dazu gehören auch Elemente der Beratung wie Online-Chat-Funktionen.

» Unmittelbare, passgenaue Unterstützung bietet die Ansprache eng gefasster Zielgruppen, sogenannter ‚Special Interest Groups‘ – gerade auch von Fachverbandsseite. Ein Beispiel aus dem Fleischerhandwerk sind junge Betriebsinhaber mit Interesse an Themen wie neue Dienstleistungen oder Regionalität.

Dazu eignen sich spezielle Plattformen im Internet. Diese können sowohl Fachverbände als auch Handwerkskammern ‚bespielen‘. Mit Unterstützung des KDH lassen sich Ansätze und Strategien der Digitalisierung auf die eigene Branche zuschneiden.

Online-Werkzeuge für den direkten Zugriff auf Unterlagen oder zur effizienten Selbstorganisation von Teams sind in der Online-Galerie zusammengestellt.

» Angebote von Erfahrungsräumen und zur Netzwerkorganisation – wie BarCamps für Betriebe oder neue methodische Ansätze wie Design Thinking. Sie stärken das ganzheitliche, kundenorientierte Denken in Teams und begünstigen eine neue Innovationskultur in Betrieben und Organisationen.

Die Erfahrung zeigt: Solche neuen Formate – insbesondere mit gewerkeübergreifendem Zuschnitt – sind ein guter Ansatz, Betriebe für das Thema Digitalisierung zu sensibilisieren und die damit verbundenen Facetten in das Handwerk hineinzutragen. Sie bieten sich zudem an, um junge Handwerker für eine Mitwirkung im Ehrenamt zu gewinnen oder zur Übernahme eines Betriebes zu motivieren.



**Wege entstehen dadurch,
das man sie geht.**

Franz Kafka

Impulse und Erfahrungen aus der Praxis der Handwerksorganisation

Handwerkskammer Koblenz Barcamps Digitalisierung

Bei diesen Foren werden klassische Themen aus dem Tagesgeschäft der Betriebe zum Beispiel auf Digitalisierung zugespißt und zugleich ein Dialog mit allen Interessierten aus der Region ermöglicht – also auch Nicht-Handwerksunternehmen.

KDH und Hasso-Platter-Institut Mit Design Thinking zu neuen Ideen

Auf kreative Weise werden so unter anderem neue Geschäftsideen und Angebote für Handwerksbetriebe entwickelt. Nach dem erfolgreichen Auftakt lieferte ein Folgeworkshop mit 50 international Studierenden weitere zukunftsweisende Ideen zu konkreten Fragen der Digitalisierung für das Handwerk.

Deutscher Fleischer-Verband (DFV) Zukunftswerkstatt ,Fleischerhandwerk 4.0'

Mit einem neuen Format sensibilisierte der Verband seine Mitglieder für die verschiedenen Facetten des Themas. Ziel war zudem, die Betriebe besser zu vernetzen. Dazu setzte er auf Beispiele über die eigene Branche hinaus. Rund 40 Teilnehmer erfuhren so, was heute durch Digitalisierung bereits möglich ist – unter anderem, welches Potential die Digitalisierung im Bereich Personal-

Chancen nutzen – Spielräume erschließen

#einfach

gewinnung eröffnet. Ähnliche Veranstaltungen fanden bereits auf Initiative der [Adalbert-Raps-Stiftung](#) statt.

Verschiedene Handwerksorganisationen Digitalisierung vordenken

In der **Handwerkskammer Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim** entwickelt ein neu geschaffener interner Arbeitskreis von jungen Mitarbeitern und Auszubildenden Ideen, wie eine Handwerkskammer die Digitalisierung für sich nutzen kann – von der Betreuung ihrer Mitglieder bis zur Organisation von Abläufen. Beim **Fachverband Deutscher Präzisions-Werkzeugschleifer (FDPW)** befasst sich eine Arbeitsgruppe ,Next Generation' mit der Frage, wie sich die klassische Verbandsarbeit sowie die Kommunikation mit den Mitgliedern durch moderne Technologien wie Videokonferenzen, Webinare und virtuelle Plattformen effizient und erfolgreich gestalten lässt. Ziel ist es, jüngere Mitgliederpotentiale zu erschließen, sie für ein Ehrenamt zu gewinnen oder junge Handwerker zur Übernahme eines Betriebs zu motivieren.



achen



Ansatzpunkt 2: Intelligent vernetzen – Spielregeln abstimmen – Synergien nutzen

Die Organisationen des Handwerks sind durch unterschiedliche Strukturen und Herausforderungen geprägt. Übergreifende Aufgaben wie der Strukturwandel durch Digitalisierung legen es jedoch nahe, dass sich Handwerkskammern und Fachverbände beim Bearbeiten und Umsetzen komplexer Themen ergänzen. Daher sind die Beispiele in diesem eMagazin als Impulse für beide Säulen zu verstehen. Zudem sind viele davon auf andere Fachorganisationen übertragbar.

Analog des ‚Hausarzt-/Facharzt-Modells‘ lassen sich zum Beispiel auf Kammerebene grundsätzliche, alle Gewerke betreffende Punkte angehen und auf Seiten der Fachverbände gewerkespezifische Aspekte bearbeiten. Hierbei ist es sinnvoll, sich vor Ort gemeinsam auf Kooperationen und/oder Aufgabenteilungen zu verständigen.

Die Digitalisierung sollte auch genutzt werden, um gegenseitig auf Leistungen der verschiedenen Organisationen zu verweisen, die Zusammenarbeit untereinander zu strukturieren oder Verteilmechanismen aufzubauen.

Know-how systematisch nutzen und verbreiten

Die Digitalisierung macht die Betriebspraxis zunehmend komplexer. Das erfordert ganzheitliche Ansätze im Zuschnitt künftiger Angebote.

So, wie sich viele neue – digitale – Geschäftsmodelle nur durch betriebliche Kooperationen realisieren lassen, werden sich auch die Handwerksorganisationen in Zukunft optimal vernetzen müssen. So lassen sich die damit verbundenen Herausforderungen besser stemmen und betriebsgerechte Angebote vorhalten.



Dazu gehört auch, die Wissenschaft konsequent und systematisch zu nutzen – sowohl innerhalb als auch außerhalb der Handwerksorganisationen. Wissenschaftliche Untersuchungen weisen bei vielen aus der Digitalisierung resultierenden Fragen neue Wege – wie der Zukunft der Arbeit, neuen Dienstleistungsfeldern oder Produktivitätssteigerungen durch Digitaltechnik.



Besondere Bedeutung besitzt dabei der kontinuierliche Austausch mit dem Heinz-Piast-Institut (HPI) sowie dem KDH mit seinen fünf Schaufenstern. Dort werden Angebote für die Betriebe entwickelt, die über die Fachverbände und Handwerkskammern in die Fläche getragen werden müssen.

Dieser Transfer muss auf viele Schultern verteilt werden. Von den rund 100 Organisationen sind bislang erst ein Drittel Transferpartner des KDH und seiner fünf Schaufenster.

Um weitere Partner zu gewinnen, müssen deren Ziele und Arbeit auch in der Organisation bekannter gemacht werden. Zudem sollte geklärt werden, wer jeweils was koordiniert. Der ZDH baut seine Öffentlichkeitsarbeit für die ‚Digitalen Schaufenster‘ aus. So sollen

deren vielfältigen Weiterbildungsangebote zu den unterschiedlichen Themen intern bekannter werden.

Zu [Handwerkdigital.de](https://www.handwerkdigital.de)
[Aktuelle Veranstaltungen](#)
[Veranstaltungs-Archiv](#)

Die forcierte Zusammenarbeit von Verbänden und Kammerseite – einschließlich des KDH – eröffnet große Chancen. Sie ermöglicht insbesondere Betrieben einen Rund-um-Service zu bieten, den viele digitale Einzelprojekte nicht leisten können. Der Transfer stärkt zudem das eigene digitale Know-how. Durch die gezielte Kooperation mit dem KDH und seinen fünf digitalen Schaufenstern lassen sich die jeweiligen Angebote für die Gewerke optimieren und Schnittstellenprobleme lösen. Dabei ist wichtig, dass die einzelnen Organisationen ihre jeweiligen Stärken einbringen.

Impulse und Erfahrungen aus der Praxis der Handwerksorganisation

Zentralverband des Deutschen Dachdeckerhandwerks (ZVDH) Digitalisierung und Ansatzpunkte für eine forcierte Zusammenarbeit in der Organisation

Ein ZVDH-Arbeitskreis hat den speziellen Digitalisierungsbedarf eines Dachdeckerbetriebs in den nächsten 5 – 10 Jahren beschrieben – von der Angebotsphase über die Auftragsausführung bis zur Nachbearbeitung. Die existierenden Ansätze und Werkzeuge für Einzelprozesse in diesen Phasen sollen so optimiert und zusammengeführt werden. Die Kooperation mit dem KDH bringt dem Fachverband viele Vorteile: Von der professionellen Moderation des Prozesses bis zu vielfältigen Tools und digitalen Inhalten, die die Schaufenster zuliefern – vorausgesetzt, die Organisation hat ihren Bedarf konkret definiert. Der Deutsche Fleischer-Verband (DFV) hat den Impuls des ZVDH aufgegriffen und ebenfalls einen solchen [Arbeitskreis](#) ins Leben gerufen.



© Foto: BillionPhotos.com
stock.adobe.com

Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH)
[„Agenda zur Digitalisierung im E-Handwerk“](#) und [„Bonner Erklärung“](#)

Beide Projekte verstehen sich als Leitplanken für das Agieren der gesamten E-Branche im Zeitalter der Digitalisierung. Die Agenda beschreibt die wichtigsten Entwicklungen und dazu die kurz-, mittel- sowie langfristig erforderlichen Maßnahmen. Diese sollen ständig weiterentwickelt werden. Adressaten sind die elektrohandwerkliche Organisation, aber auch die Unternehmen der E-Handwerke sowie deren Marktpartner und zudem Interessierte aus Öffentlichkeit und Politik

Handwerk NRW
Konzept Digitalisierung im NRW-Handwerk

Auf die Effekte breiter Vernetzung setzt das Handwerk NRW. Das von einem Arbeitskreis Digitalisierung entwickelte Konzept beschreibt die Themen, zu denen Betriebe Unterstützung benötigen sowie entsprechende Herausforderungen und Lösungsansätze. In die Aktivitäten einbezogen werden zudem bestehende Netzwerke wie die digitalen Schaufenster des Handwerks, die Digital Hubs in NRW und das BIT-Berater-Netzwerk. Aktivitäten und Prozesse werden arbeitsteilig von den Organisationen des NRW-Handwerks realisiert.

Handwerkskammer Unterfranken
[Robonet 4.0 \(Teilprojekt von Handwerk digital Bayern\)](#)

Baden-Württembergischer Handwerkstag (BWHT), itb und ifh
[Perspektivstudie „Dialog und Perspektive Handwerk 2025“](#) und [Stabsstelle Digitalisierung](#)

Handwerkskammern für Schwaben sowie Unterfranken
[Handwerk digital Bayern](#)

Verstärkter Dialog untereinander

Synergien eröffnet unter anderem ein verstärkter Dialog zwischen Fachverbänden und Handwerkskammern, aber auch mit den Handwerksinstituten sowie externen Wissenschaftseinrichtungen – auf unterschiedlichen Ebenen und in vielfältiger Weise:

» Zum Beispiel sollten die Berater von Fachverbänden und Handwerkskammern die Beratungsschwerpunkte der jeweiligen Kollegen kennen oder abrufen können. Zudem ist der persönliche Austausch zu forcieren. Beides ermöglicht eine vertiefte und durchgängige Beratung. **BISTECH** bietet dazu eine geeignete Plattform. Die Netzwerktreffen von Beauftragten für Innovation und Technologie (BIT) als auch der gewerkespezifischen Informationstransferstellen (GIT) legen dazu die Basis.

» In der Organisation wurden bereits Grundlagen für Instrumente entwickelt, die auf eine verstärkte Zusammenarbeit von Handwerkskammern und Fachverbänden zielen. Ein Beispiel liefert das Finanz- und Informationsmanagement-System FIM. Diese sollten künftig forciert umgesetzt werden.

» Der Zentralverband des Deutschen Handwerks treibt die **Vernetzung zwischen den Beratungsstrukturen im Handwerk** voran. Dazu gehören jährliche Netzwerktreffen für die bei den



Verbänden angesiedelten Informationstransferstellen. Diese werden zudem zukünftig regelmäßig in die Treffen der Betriebsberater und der Beauftragten für Innovation und Technologie einbezogen. So diffundieren Themen und die Zusammenarbeit zwischen Handwerkskammern und Fachverbänden wird intensiviert.

Grundlagenthemen abgestimmt erarbeiten

Synergieeffekte – insbesondere für die Beratung – lassen sich zudem erzielen, wenn Grundlagenthemen aus der Praxis wie Zeiterfassung, Arbeitsplanung oder Optimierung der Arbeitsabläufe vom KDH mit einem seiner fünf digitalen Schaufenster bearbeitet werden.

Im engen Austausch mit diesen Digitalisierungswerkstätten können Handwerkskammern und Fachverbände zum Beispiel den Bedarf der Betriebe ermitteln sowie Themen zur Sensibilisierung entwickeln. Auch Studien und Strategiekonzepte zum komplexen Thema Digitalisierung legen ein gemeinsames Vorgehen von Handwerksorganisationen nahe. Eng vernetzt lassen sich zum einen Ressourcen optimal nutzen, weitere wichtige Partner aus Wissenschaft und Politik besser einbeziehen sowie Ideen und Maßnahmen abgestimmt umsetzen. Eine Win-Win-Situation für alle Akteure – letztlich auch für die Betriebe. Das gemeinsame Auftreten stärkt zudem die Wahrnehmung in Politik und Öffentlichkeit.





HANDWERK.DE

Chantal, Technische Produktdesignerin

Und? Was hast du heute gemacht?

Wer etwas Echtes erschaffen möchte, findet seinen Beruf im Handwerk.



DAS HANDWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT. VON NEBENAN.





Werkstatt digital

Wie kann die Handwerksorganisation die Betriebe fit machen? Angebote für Handwerker und Konsequenzen für die Organisation

Selbst kleine und mittlere Handwerksbetriebe müssen wichtige strategische Weichen für das digitale Zeitalter stellen. Damit steigt der Unterstützungsbedarf für diese Unternehmen. Ihrer Rolle als Impulsgeber und Begleiter in Veränderungsprozessen entsprechend, hat die Handwerksorganisation bereits vielfältige Projekte und Initiativen auf den Weg gebracht – unter anderem die [Digitalisierungsstrategie Handwerk und das KDH](#).

Diese bereiten – finanziell unterstützt vom BMWi in Kooperation mit Fachorganisationen und Handwerkskammern – ausgewählte Fragen für die Betriebe auf: Wie verändert die Digitalisierung Arbeitsweisen, Prozesse und Kooperationen? Worin liegen die Chancen für das Handwerk? Wie kann/muss Arbeit 4.0 im Handwerk aussehen?

Darüber hinaus identifizieren sie zum Beispiel geeignete Instrumente für Management- und Innovationsprozesse oder wie Handwerksbetriebe zu neuen Geschäftsmodellen gelangen.

Es bedarf aber weiterer Schritte. Denn Handwerksunternehmen benötigen sowohl auf breiter Basis als auch vertieft Unterstützung, um die vielfältigen Chancen der Digitalisierung für ihr Gewerk nutzen zu können sowie Risiken zu minimieren.

Für die Handwerksorganisationen stehen folgende Fragen im Mittelpunkt:

» Wie lassen sich die Betriebe für das Thema sensibilisieren? Wie lässt sich die Trägheitsfalle bei der Digitalisierung überwinden?

» Mit welchen konkreten Angeboten/Dienstleistungen können sie die Betriebe fit für die Digitalisierung machen? Welche transferbegleitenden Angebote müssen sie jeweils entwickeln?

» Wie lassen sich die Betriebe für diesen Prozess grundsätzlich stärken – wie lässt sich zum Beispiel vernetztes Denken auf allen Ebenen eines Betriebes fördern?

Ansatzpunkte hierzu finden sich in allen Bereichen der Handwerksorganisation: von innovativen Formen der Aus- und Weiterbildung oder einer Modernisierung der Berufsbilder sowie neuen Formen und Themen der Beratung bis zu übergreifenden oder fachspezifischen Angeboten für die Betriebe. Die folgenden Handlungsfelder sind auch beim KDH angesiedelt.

Handlungsfeld Sensibilisieren der Betriebe

Wie lassen sich die Mitgliedsbetriebe in der Breite für die Chancen der Digitalisierung sensibilisieren? Wie gelingt es, die noch häufig vorhandene Trägheitsfalle in den Betrieben zu überwinden? Diese resultiert zum Teil daher, dass das Thema für Handwerksunternehmer ausgesprochen komplex und wegen seiner vielfältigen Facetten schwer zu fassen ist.

Die Erfahrung zeigt: Praxisnahe Themen und Instrumente erweisen sich hier als zentraler Erfolgsfaktor. Betriebe lassen sich besser erreichen, wenn die Organisationen des Handwerks auf eine aktivierende Kommunikation der verfügbaren Angebote und ihres Know-hows setzen.

Aufgaben der Handwerksorganisation und Angebote für Betriebe sind unter anderem | in Stichworten:

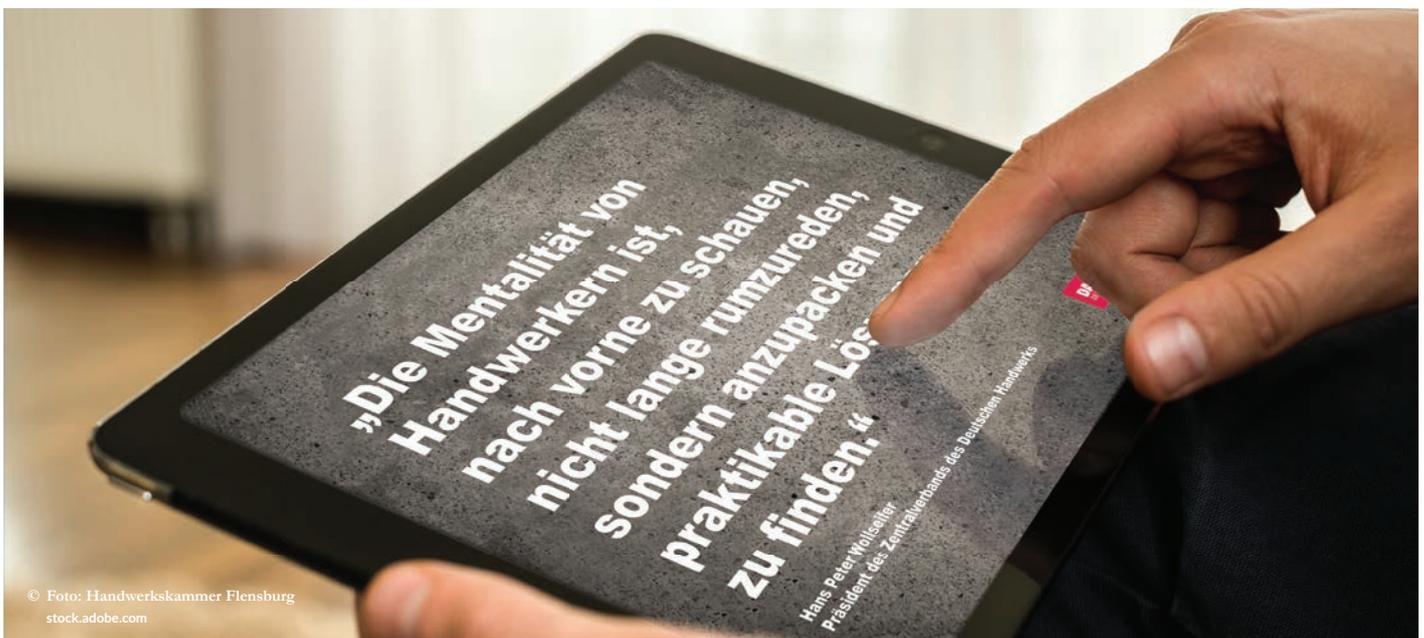
Praxisnahe Instrumente und Themen

» Instrumente: Zielgruppen möglichst niederschwellig und praxisnah ansprechen – zum Beispiel mit Roadshows, Business-Workshops, Wettbewerben und Pilotprojekten oder über Veranstaltungsformate wie World Café und Open Space.

Darüber hinaus bieten sich praxisnahe Instrumente zur Bedarfsanalyse an – wie zum Beispiel der ‚Digi-Check‘ des KDH.

» Themen: Veranstaltungen oder Weiterbildungsangebote zum komplexen Thema Digitalisierung jeweils auf den konkreten Bedarf der Betriebe herunterbrechen.

Zum Beispiel durch konkrete Fragen aus dem Alltag der Betriebe wie: Zeiterfassung, Prozessoptimierung, oder: Wie mache ich meinen Betrieb attraktiv für neue Mitarbeiter? Wie steigere ich meinen Ertrag mit digitalen Medien? Wie erreiche und binde ich neue Kunden? Der praktische Zugang demonstriert den Betrieben die Digitalisierung als selbstverständliches Hilfsmittel und steigert so die Akzeptanz.





© Foto: Pressmaster
stock.adobe.com

Impulse und Erfahrungen aus der Praxis der Handwerksorganisation

Handwerkskammer
Osnabrück-Emsland-Grafschaft Bentheim
Aktionsprogramm 2017 – 2020 Digitalisierung
der regionalen Handwerkswirtschaft

Das Programm wurde unter Beteiligung der Kreishandwerkerschaft aufgelegt. Unter anderem sollen so die Mitgliedsbetriebe auf unterschiedlichen Wegen für das Thema sensibilisiert werden. Hierzu dient auch – ergänzend zur bundesweiten Plattform handwerkdigital.de – das kammereigene Angebot www.handwerk-goes-digital.de mit einem Digital-Check.

Deutscher Fleischer-Verband (DFV)
[Zukunftswerkstatt ‚Fleischerhandwerk 4.0‘](#)

Handwerkskammer für München
und Oberbayern und Munich Startup
(Startup-Portal der Stadt München)
[‚Startup trifft Handwerk‘](#)

Die Veranstaltungsreihe führt Handwerksbetriebe mit innovativen Jungunternehmen der Digitalisierungsbranche zusammen, deren Produkte und Dienstleistungen für die Handwerker interessant sein könnten. Leitfragen können sein: Wollt Ihr wissen, wie der Einsatz von 3D-Datenbrillen im Handwerk funktioniert? Interessiert Euch, wie Lagerbestände schnell in Geld umgewandelt werden können?

Handlungsfeld Betreuen & Beraten

Wie sieht die Beratung der Zukunft aus? Welche neuen Aufgaben wachsen der Beratung in Zeiten der Digitalisierung zu? Wie können Handwerkskammern und Fachverbände besser kooperieren und sich ergänzen? Wie muss das künftige Selbstverständnis der Berater aussehen, Stichwort Nutzwert-Verständnis? Wie lassen sich vermehrt Betriebe gewinnen?

Aufgaben der Handwerksorganisation und Angebote für Betriebe sind unter anderem | in Stichworten:

Zuspiel in der Organisation und Spezialisierung

» Zusammenarbeit: Die neuen Richtlinien für die organisationseigene Beratung sind bereits auf eine intensiviertere Zusammenarbeit von Handwerkskammern und Fachverbänden ausgelegt. Diese sollte konsequent fortgeführt werden.

» Berater und Infostellen der Kammern enger zusammenbringen.

» Experten vermitteln – zum Beispiel in Fachverbänden und Hochschulen.

» Bessere Kenntnis und vermehrte Nachfrage des technischen Wissens von Beratern anderer Organisationen – also anderer Handwerkskammern, Fachverbände oder Institute.

» Spezialisierung: Schaffen eines Pools von Beratern, die sich auf zentrale Themen konzentrieren und als Referenten bei dezentralen Veranstaltungen auftreten.

» Qualifizierung: Berater und Mitarbeiter der Handwerksorganisation für das Thema Digitalisierung generell qualifizieren, Stichwort: Mitarbeiter 4.0.

Auf verstärktes Sensibilisieren und Begleiten der Betriebe vorbereiten

» Kunden- und Dienstleistungsorientierung: ‚Umparken im Kopf‘ unterstützen und auf den Weg bringen. Unternehmen befähigen,

konsequenter vom Kunden her zu denken – also weniger vom Produkt oder ihrem Unternehmen her.

» Beratungspraxis: Berater, die in die Betriebe gehen und verstärkt in Prozessen denken – also in Abläufen und Konstruktionsentwicklungen – sowie diese Prozesse analysieren und anschieben, insbesondere in Richtung digitaler Optimierung und entsprechenden Investitionen.

» Geschäftsmodelle: Wie lassen sich Handwerksbetriebe zu eigenen digitalen Geschäftsmodellen anreizen?

» Praxisnahe Methoden aufzeigen.

Aktiv auf Betriebe zugehen und ganzheitlich denken

» Ansprache: Aktiveres und zielgruppenspezifisches Zugehen der Berater auf die Betriebe.

» Ansatz: Ganzheitliche Beratung stärken – zum Beispiel Themen wie Personal – einschließlich Personalentwicklung, Digitalisierung, Recht, Finanzierungsfragen/Risikokapital etc. zusammenhängend denken.

**Probleme kann man niemals
mit derselben Denkweise lösen,
durch die sie entstanden sind.**

Albert Einstein

Impulse und Erfahrungen aus der Praxis der Handwerksorganisation



© Foto: Bäckerjunge
stock.adobe.com

Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)

Neue Formate in der Beratung

Erprobt werden aktuell neue Formate, um die Beratung weiterzuentwickeln. So findet für die Berater zum zweiten Mal eine Weiterbildung zum Design-Thinking-Ansatz statt.

Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)

Optimal vernetzte Beraterstrukturen

Derzeit treibt der ZDH entsprechende Wege in der Organisation voran. So wurde für die Gewerbespezifischen Informationstransferstellen (GIT) ein erster Erfahrungsaustausch

durchgeführt, der nun regelmäßig stattfindet. In einem zweiten Schritt sollen die GITs in die Expertenkreise der Beauftragten für Innovation und Technologie (BITS) eingebunden werden und in einem dritten Schritt mit den Beratern zusammenkommen. Ziel ist es, die Berater miteinander zu vernetzen und voneinander profitieren zu lassen.

Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)

Ganzheitliche Beratung in Digitalisierungsfragen

Mit einer Seminarreihe bildet der ZDH technische und betriebswirt-

schaftliche Berater in punkto Digitalisierung fort. Das umfangreiche Angebot wurde zum Teil in Zusammenarbeit mit dem KDH entwickelt und befasst sich unter anderem mit Kommunikation und Prozessentwicklung in Betrieben.

Deutscher Fleischer-Verband (DFV)

Zukunftswerkstatt 'Fleischerhandwerk 4.0'

Handlungsfeld Qualifizieren & Bilden

Wie verändert die Digitalisierung diesen Kernbereich der Handwerksorganisation? Wie verändern sich Berufsbilder und wie sind diese attraktiver zu gestalten, um Nachwuchs für das Handwerk zu sichern? Wie lassen sich zum Beispiel Themen wie Arbeitsorganisation, Kommunikation und Kooperation weiterentwickeln und so die entsprechenden Fähigkeiten in den Unternehmen stärken? Mit welchen Formen und Methoden können Mitarbeiter künftig geschult werden?

Praxisnahe Antworten auf diese und weitere Fragen ermöglichen insbesondere Schnittstellen und Kooperationen zur ZWH und zum KDH.

Aufgaben der Handwerksorganisation und Angebote für Betriebe sind unter anderem | in Stichworten:

Ausbildung

ÜLU – Inhalte und Instrumente:

- » Bedarf ermitteln: Anpassung der ÜLU an die digitalisierte Welt.
- » Digitales Berichtsheft – auch über die ÜLU hinaus.
- » Passende Unterstützungsangebote der Organisationen.

Aus- und Weiterbildung der Ausbilder:

- » Konzept zur laufenden Qualifizierung der Ausbilder im Bereich Digitalisierung (Instrumente/Inhalte).

Berufsbilder:

- » Berufsbilder in Richtung Digitalisierung modernisieren und/oder anpassen. Siehe auch ‚Übergreifende & fachspezifische Angebote‘
- » Handwerk als Vorreiter bei neuen Berufsbildern im Zuge der Digitalisierung.
- » Neue Querschnittsberufe wegen aufweichender Gewerkegrenzen schaffen.

Seminare für Auszubildende:

- » Umgang mit digitaler Technik verstärken.
- » Kurse E-Learning – im Dialog mit Berufsschule und mit Betrieben.

Weiterbildung der Unternehmer und Mitarbeiter

- » Prüfen, ob sich digitalisierungsspezifische Fortbildungen für die jeweiligen Gewerke erarbeiten lassen – einschließlich der Frage der Verbindlichkeit.
- » Prozess- und vernetztes Denken in Ausbildungs- und Meisterprüfungsordnungen einbeziehen.
- » Vernetztes Denken in den Betrieben fördern.
- » Technische Schulungen der Betriebe verstärken und zwischen Handwerkskammern und Fachverbänden abstimmen.

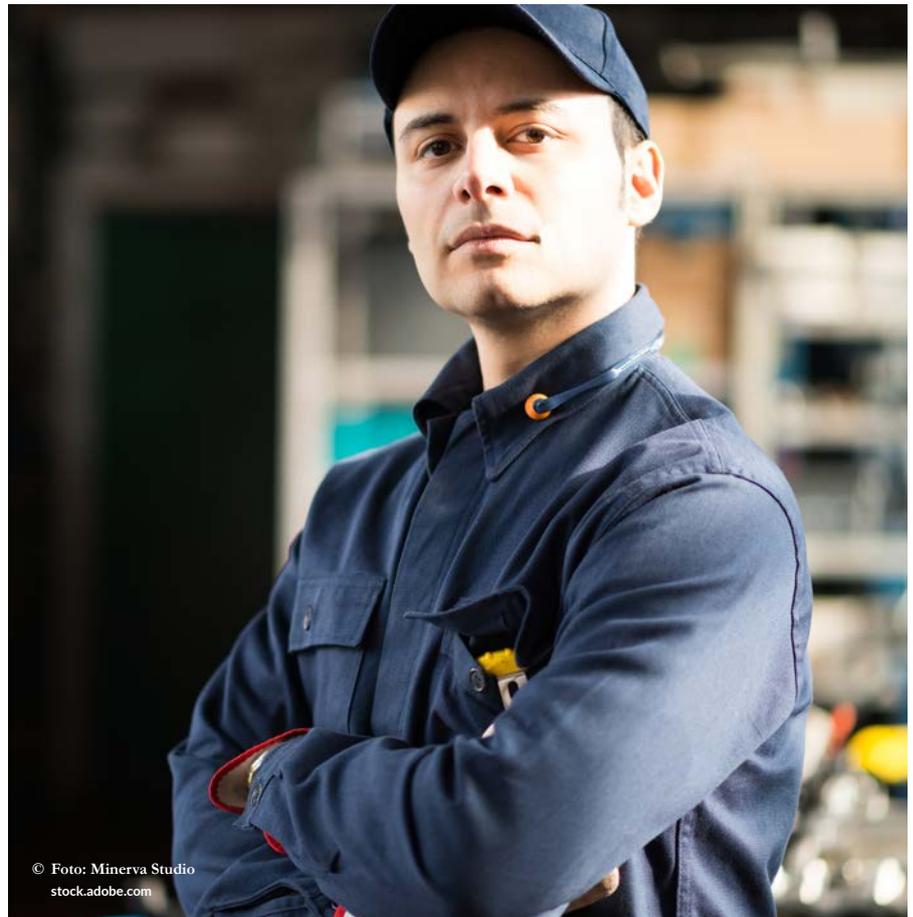
Das KDH hat entsprechende Informations- und Fachveranstaltungen entwickelt – unter anderem zu Themen wie 3D-Druck, Einsatz von Drohnen, Optimierung und Digitalisierung von Betriebsabläufen, Online Marketing, Einsatz von Smartphones im Geschäftsalltag, Online Recht, IT-Sicherheit (E-Mail, Cloud, Betriebsdaten etc.), Online-Shops und bargeldloser Zahlungsverkehr, eRechnung, virtuelle Inbetriebnahme, Digitalisierung in der Produktion und Fertigung sowie IT-Sicherheit für Betriebe

Darüber hinaus bietet das KDH Schulungen und Webinare unter anderem zu Prozessdigitalisierung, VOIP, Digitalisierung in der Wissensgesellschaft, betriebliche Prozesse optimieren, sicherer Fernzugriff auf Unternehmensdaten, Digitales Vermessen am Fahrzeug.

- » Neben den eigenen Veranstaltungen bietet das KDH auch Informations- und Sensibilisierungsveranstaltungen in Kooperation mit anderen Kammern und Verbänden an. Zudem arbeitet es Veranstaltungskonzepte so auf, dass die Handwerksorganisationen diese künftig auch eigenständig durchführen können.
- » Seminare Internetauftritt sowie Umgang mit Bewertungsportalen, Online-Marketing, Impressumspflicht Webauftritt etc.
- » Seminare Wettbewerbsrecht und Datenschutz.
- » Digitales Kundenmanagement/ Kundenpflege.
- » Seminare, die Soft-Skills und die Dienstleistungskompetenz stärken.

Weiterbildungsbereitschaft durch neue Kommunikationswege stärken

- » Wie lässt sich die zurückhaltende Weiterbildungsbereitschaft der Betriebe durch Digitalisierung des Angebots erhöhen – zum Beispiel durch E-Learning und Blended E-Learning, modulare Lerninhalte, Learning Analytics, Mobile Devices etc.?
- » Wie können junge Menschen für Weiterbildung begeistert werden?



Impulse und Erfahrungen aus der Praxis der Handwerksorganisation



HPI und Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH)

Reallabore ÜLU

In sogenannten Reallaboren werden gemeinsam mit dem BMWi Möglichkeiten erprobt, ob und wie sich in der überbetrieblichen Lehrlingsunterweisung (ÜLU) ergänzende Lehrgänge zu digitalen Themen – wie Smart Home – entwickeln und teilweise digital durchführen lassen. Das Experiment wird vom HPI evaluiert. Zudem wird geprüft, inwieweit das Modellvorhaben auf andere Gewerke übertragbar ist und ob die Inhalte alternativ besser als Fortbildung angesetzt werden sollten.

Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)

Digitalisierung und Berufsbildung im Handwerk

Eine Arbeitsgruppe beim ZDH klärt zu diesem Thema notwendige Anpassungen und Konsequenzen für die berufliche Bildung im Handwerk – einschließlich der Infrastruktur der Bildungsstätten. Ziele und Herausforderungen für drei zentrale Aktionsfelder wurden bereits in einem Positionspapier festgehalten. Die einzelnen Aktivitäten werden nun konkretisiert und umgesetzt.

HPI und ZDH

Qualifizierungskonzept für überbetriebliche Ausbilder

Im ersten Schritt wird in einer flächendeckenden Befragung ermittelt, wie die Qualifizierung der überbetrieblichen Ausbilder zum Thema Digitalisierung angelegt sein muss, damit diese angenommen wird und ihre Wirkung erreicht.

handwerkdigital.de in

Kooperation mit zahlreichen Handwerkskammern

Praxisnahe Angebote zu digitalen Fragen

Ob Online-Marketing, Online-Recht sowie Themen wie ‚Sicher im Unternehmen – Regeln zu Datenschutz und Datensicherheit‘ – die Seminare des bundesweiten Netzwerks sind bei Mitgliedsbetrieben gefragt, weil praxisnah und informativ aufbereitet.

Zentralverband der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH)

E-Marken-Konzept

Beteiligte Betriebe verpflichten sich zu regelmäßiger Fortbildung von Meistern und Mitarbeitern – auch zu ‚weichen‘ Themen wie Qualität und kundenorientiertes Verhalten. Denn die Fachbetriebe mit diesem Markenzeichen stehen für besten Service.

Zentralstelle für Weiterbildung im Handwerk (ZWH)

Digitale Angebote machen Weiterbildung attraktiver

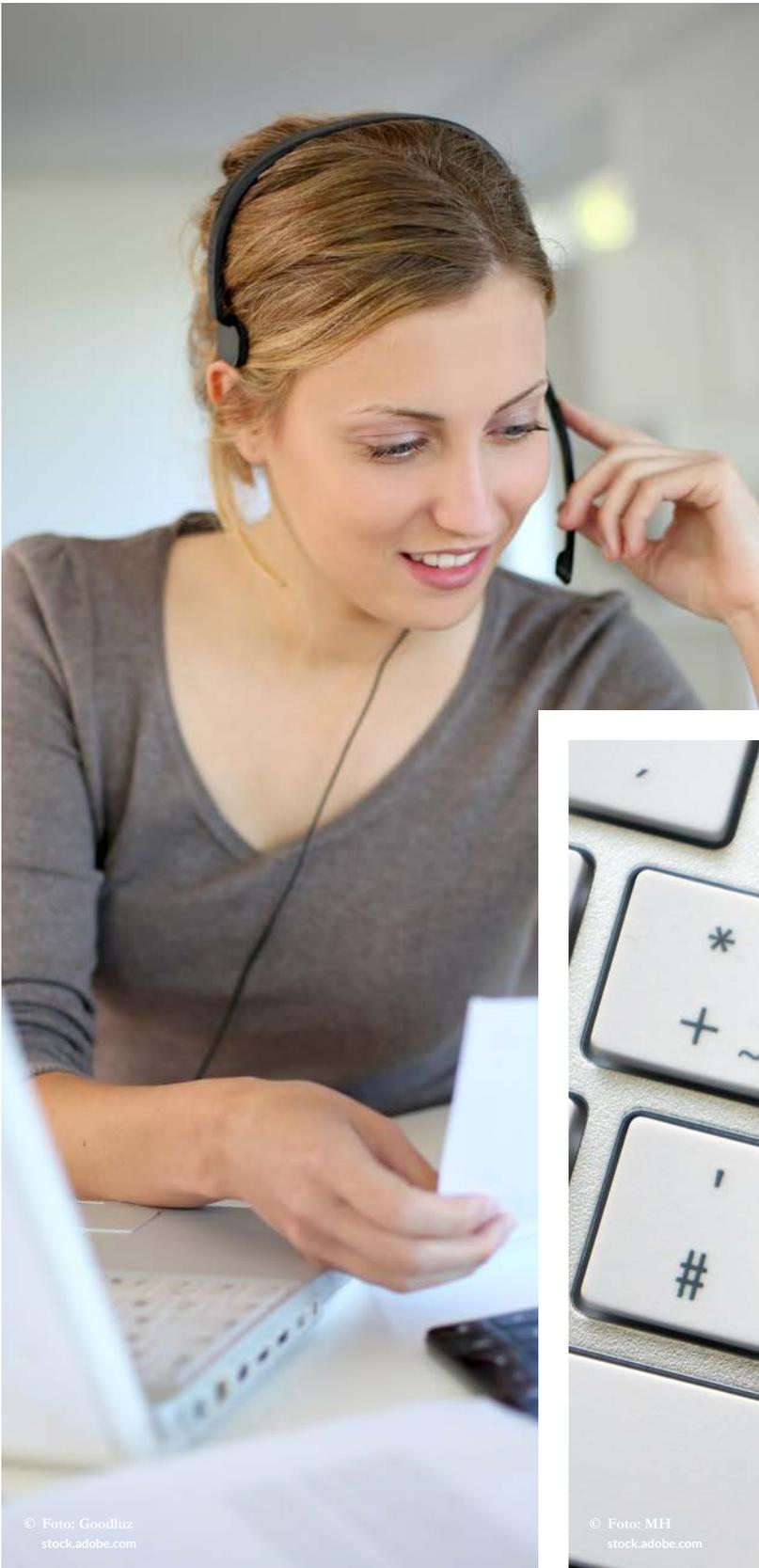
Eine Vielfalt neuer Angebote soll insbesondere die Weiterbildungsbereitschaft junger Menschen steigern. Hierzu gehören mehrere Projekte zum E-Learning und Blended E-Learning. Beispielhaft dafür stehen die E-Learning Projekte ‚DiLiAH‘ und ‚ARSuL‘ sowie der Lehrgang ‚Digitalisierung im Handwerk‘.

Handwerkskammer Niederbayern-Oberpfalz

Karriere-Lotse 2.0

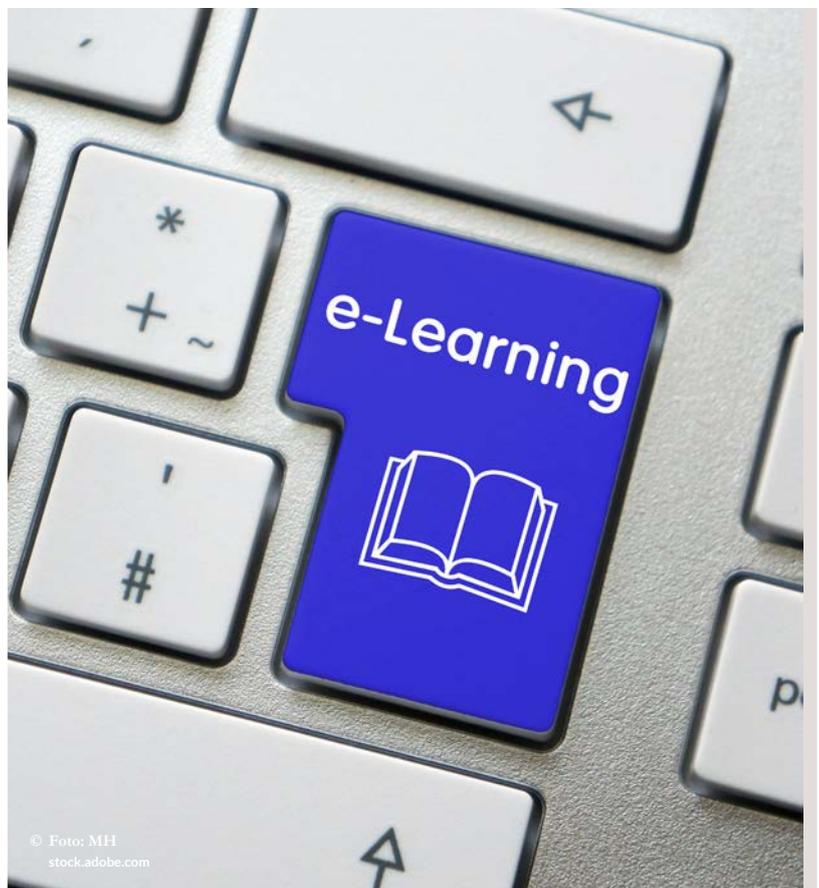
Fachverband Deutscher Präzisions-Werkzeugschleifer (FDPW)

Elearn!



© Foto: Goodluz
stock.adobe.com

Digitale Kompetenzen stärken



© Foto: MH
stock.adobe.com

Handlungsfeld Übergreifende & fachspezifische Angebote

Auf welche übergreifenden oder fachspezifischen Angebote müssen sich die Organisationen des Handwerks in Zeiten der Digitalisierung einstellen? Zu welchen zentralen Herausforderungen bedarf es rascher Lösungen und Angebote, die dem Handwerk auch in Zukunft attraktive Chancen auf digitalisierten Märkten erhalten? Auf welche Fragen müssen sie Antworten für die Betriebe finden?

Aufgaben der Handwerksorganisation und Angebote für Betriebe sind unter anderem | in Stichworten:

Fachkräftesituation verbessern – Attraktivität von Berufsbildern steigern

- » Generell: Digitalisierung als Chance nutzen, die Betriebe in der aktuellen Fachkräfte-Situation entlastet.
- » Berufsbilder: attraktiver gestalten – insbesondere durch Entlastung von schweren, eher unattraktiven Arbeiten. Das KDH mit seinen fünf

digitalen Schaufenstern entwickelt hierzu entsprechende Ansätze. Die Fachverbände und Handwerkskammern fungieren dabei als Transferpartner in die Praxis

- » Kommunikation nach außen: Alle Organisationen sollten das Handwerk spannend darstellen – gerade auch beim Thema Fachkräfte – und die Leistungen des Handwerks selbstbewusst herausstellen.

Digitale Technologien zur Kundengewinnung

- » Bewertungsportale: Handwerksbetriebe auf die moderne Form der ‚Mund-zu-Mund-Propaganda‘ vorbereiten.
- » Social Media: Kundengewinnung durch Netzwerkgruppenbegleitung oder Aktionen. Nutzung in Betrieben forcieren und Aufwand für diese reduzieren.
- » CRM-Systeme (Kundenbeziehungsmanagement): Angebote entwickeln, Spezifika für Handwerksbetriebe klären und Betriebe bei Einführung und Einsatz unterstützen – insbesondere Kleinbetriebe.

- » Plattformen und Vertriebsmodelle für Kleinhandwerker schaffen, Kooperationsmöglichkeiten prüfen.

Transfer in die Betriebe

- » Pilotprojekte: Mit ihrer Hilfe lassen sich praxistaugliche standardisierte Prozesse, Produkte und An-

gebote herausfiltern und in Betrieben einführen. Jeder Handwerker muss dann seine passenden Anwendungen finden – wie den Einsatz von ‚Virtual-Reality-Brillen‘ bei der Badplanung.

Handwerk in der Wertschöpfungskette halten

- » Digitale Planungs- und Produktionstechniken: Betriebsübergreifende (Schnittstellen-)Lösungen – insbesondere für Betriebe, die in gewerblich-industrielle Wertschöpfungsketten eingebunden sind.
- » Datenschutz: Informationen und Beratungsangebote sicherstellen, IT-Sicherheitsbotschafter qualifizieren.

- » Datenhoheit: Sicheren und offenen Zugang zu Datenströmen gewährleisten, aus denen sich neue Geschäftsmodelle ergeben können.

Online-Portale

- » Handwerksbetriebsbörsen, -vermittlung und -beurteilungen.
- » Online-Auftragsvergabe.
- » Handwerks- oder gewerkespezifische Wissensportale.

Einkaufsgesellschaften

- » Online-Angebote geeigneter Einkaufskonditionen, zum Beispiel für Fahrzeuge und Maschinen.
- » Handyverträge, Energie-Einkauf etc.

Impulse und Erfahrungen aus der Praxis der Handwerksorganisation



Zentralverband der Elektrohandwerke (ZVEH)

E-Plattform

Mit ihr gewährleistet der Verband eine abgestimmte Kommunikation und einen einheitlichen Auftritt (Corporate Design) für die Internetpräsenz von Verbänden, Innungen und Mitgliedsbetrieben. Die zentrale Entwicklung und Pflege über alle Verbandsstrukturen hinweg sichert eine hohe Kosteneffizienz. Verbandsintern optimiert der digitale Service die Information, Beratung und Weiterbildung der Mitgliedsbetriebe. Der hohe Nutzen der vielfältigen Leistungen dieser Plattform stärkt zudem die Bindung der Mitglieder.

Bundesinnung für das Gerüstbauer-Handwerk

Gerüstbau 4.0 - Transportroboter für Baustellen

Das Forschungsprojekt, bei dem der Verband mit einem Forscherteam kooperiert, zielt auf einen mehrfachen Nutzen. Ziel ist ein kleiner Roboter, der auf dem Gerüst Teile transportiert und von schweren Arbeiten entlastet. Der digitale Helfer soll die Arbeitskraft der Fachleute erhalten und Fehltagel reduzieren. So trägt die Digitalisierung auch dazu bei, das Image bestimmter Berufsbilder bei Mitarbeitern und potentiellen Nachwuchskräften attraktiver zu gestalten.

Institut für Technik der Betriebsführung im Handwerk (itb)

Zukunft der Arbeit

In Kooperation mit dem Fraunhofer IAO und weiteren Partnern soll in einem BMBF-Projekt untersucht werden, wie künstliche Intelligenz zur Unterstützung der Prozessabläufe in der Sachbearbeitung von Handwerksbetrieben eingesetzt (SmartAIwork | AI = Artificial Intelligence) und zur Steigerung von Effektivität und Effizienz der administrativen Abläufe beigetragen kann.

Handwerkskammer Unterfranken
[Robonet 4.0 \(Teilprojekt von Handwerk digital Bayern\)](#)

BMBF-Verbundprojekt
[Prävention 4.0 – die neue Arbeitswelt präventiv gestalten](#)

Zentralverband Karosserie- und Fahrzeugtechnik (ZKF)
[Raster für den Internetauftritt von Mitgliedsbetrieben](#)

Zentralverband Karosserie- und Fahrzeugtechnik (ZKF)
[„EuroDFT“ sowie Kfz-Handwerke in der digitalisierten Wertschöpfungskette.](#)

Handwerkskammern für Schwaben sowie Unterfranken
[Handwerk digital Bayern](#)

Unter dem Motto ‚Viele Partner für ein Ziel‘ kooperieren beide mit verschiedenen Forschungseinrichtungen. Das Ziel lautet, unterschiedliche Gewerke des Handwerks für digitale Techniken zu sensibilisieren und an diese heranzuführen. Das Teilprojekt ‚Robonet 4.0‘ der Handwerkskammer Unterfranken untersucht modellhaft für das Metallhandwerk, wie Roboter in kleineren und mittleren Betrieben eingesetzt werden können. Ein gewünschter Begleiteffekt: Digitale Techniken können gerade ältere Mitarbeiter entlasten und so die Fachkräftesituation im Handwerk entschärfen. Das Teilprojekt ‚Dienstleistungen 4.0‘ der Handwerkskammer für Schwaben lotet aus,

wie sich digital optimierte Methoden der Industrie 4.0 für die Fertigung, Montage und Logistik auf das Handwerk übertragen lassen. Der Einsatz von Cloud Technologien, künstlicher Intelligenz (KI), QR-Codes oder Augmented Reality bietet sich zum Beispiel für die Bau-, Kfz- und Elektrohandwerke an.

Handwerkskammer Oberfranken
[Elektronische Geschäftsprozesse im Malerhandwerk.](#)

Zentralverband des Deutschen Dachdeckerhandwerks (ZVDH)
[Lenkungsausschuss unter Beteiligung der Industrie](#)

Zentralverband Karosserie- und Fahrzeugtechnik (ZKF)
[Datenbank ‚Wiki- Repair/repair-pedia‘](#)

Deutscher Präzisions-Werkzeugschleifer (FDPW)
[Managementtool \(FMT\) und Zertifizierung 4.0](#)

Das Werkzeug ermöglicht FDPW-Mitgliedern ein effizientes Prozessmanagement. Der Verband organisiert die zentrale Zertifizierung auf Basis eines eigens entwickelten Tools. Die Management-Lösungen werden laufend weiterentwickelt. Der QM-Baustein ist bereits umgesetzt. Geplant ist, das Werkzeug um die Bausteine Energie-/Umweltmanagement und Datenschutz zu erweitern.





“

*Wind und Wellen
sind immer
auf der Seite des
besseren Seefahrers.*

Edward Gibbon

“



Erfolg hat 3 Buchstaben:

TUN!



