

Forschungsprojekt Nr.: 6.1001

Dienstleistungstätigkeit und Qualifikationsbedarf am Beispiel des produzierenden Handwerks

- **Bearbeiter/-innen**

Dr. Kau, Winand; Gawlik, Edith; Fehér, Kálmán; Rübsaat, Ralf; Schaaf, Maria Clara

- **Laufzeit**

III/96 bis IV/97

- **Ausgangslage**

Das produzierende Handwerk hat sich in den letzten zehn Jahren zu einem dienstleistungsintensiven Wirtschaftszweig entwickelt. Aktivitäten der Markterschließung und Marktpflege, Kundenberatung in Technik-, Werkstoff-, Design- und Umweltdingen, Montage-, Service- und Wartungsarbeiten, Transport- und Entsorgungsaufträge und vieles andere mehr sind zu existenzentscheidenden Säulen der Betriebe geworden. Wenn auch der traditionellen Berufsarbeit vor- bzw. nachgelagert, prägen dienstleistungsrelevante Geschäftsvorgänge in wachsendem Umfang die Konkurrenzfähigkeit von Unternehmen. Das Problem dabei ist, dienstleistungsrelevante Bereiche liegen, soweit es sich um Sektoren handelt, die nicht per se zu den tertiären gehören, statistisch im Dunkeln; denn in Deutschland gibt es noch keine Dienstleistungsstatistik.¹ Daher kennt man weder die berufsspezifische Zusammensetzung des Service- und Beratungsgeschehens im sogenannten produzierenden Handwerk, noch weiß man, wie groß die Bedeutung der produktorientierten Dienstleistungen im beruflichen Alltag ist.

- **Ziele**

Im Lernzielkanon von handwerklichen Ausbildungsberufen steht nach wie vor die Beherrschung der Werkstatt- und Montagearbeit im Vordergrund. Würde man auch zukünftig auf die systematisierte Vermittlung dienstleistender Kenntnisse und Fertigkeiten verzichten und weiter darauf vertrauen, daß man sie beiläufig im Arbeitsvollzug erwirbt, könnte es zunehmend schwer werden, die Lehrlinge angemessen auf den späteren Beruf vorzubereiten. Das Ziel des Forschungsprojektes war, im Rahmen einer **schriftlichen Betriebsbefragung** zu ermitteln, von welcher Art die wichtigsten Dienstleistungen im produzierenden Handwerk sind und ob man die zugehörigen Qualifikationen aus der Sicht der Betriebe besser durch Aus- oder Weiterbildung bzw. durch eine Kombination beider Wege erwerben sollte. Die Betriebsbefragung hatte den Charakter einer explorativen Pilotuntersuchung: Sie sollte eine Vorstellung vom Spektrum der dienstleistenden Geschäftsvorgänge in ausgewählten Handwerksberufen vermitteln. Im Vordergrund des Interesses stand dieser Katalog sowie die Art und Weise seiner praktischen Bewältigung im beruflichen Alltag.

¹ Winand Kau: Die Bedeutung von Dienstleistungsaufgaben in traditionellen gewerblichen Handwerksberufen. In: Laszlo Alex und Manfred Tessaring (Hrsg): Neue Qualifizierungs- und Beschäftigungsfelder, Bielefeld 1996, S. 178 ff.

• Methodische Hinweise

Die Schriftlichkeit des Erhebungsinstrumentes verlangt, daß die Fragen nach Art und Umfang der wichtigsten Dienstleistungen in standardisierter Form vorliegen, d.h. fest vorgegeben sind. Dazu müßte man je nach Beruf den in der Alltagspraxis vorkommenden Dienstleistungskatalog kennen. Erst dann machen standardisierte Fragen nach der jeweiligen Wichtigkeit Sinn. Da sich zuvor noch niemand ausführlich mit diesem Problemfeld befaßt hatte, waren die diesbezüglichen Kenntnisse, trotz sorgfältiger Beratung durch ein Sachverständigengremium, sowie mündlich durchgeführter Pretests eher lückenhaft.²

Liste der standardisierten Dienstleistungen im Fragebogen: Die im produzierenden Handwerk explizit erfaßten Dienstleistungen wurden in sechs Segmente unterteilt:

- Akquisition, Auftragsbeschaffung, Kundenkontaktierung
- Kundenberatung vor und/oder bei der Auftragserteilung
- Auslieferung, Einbau und Montage
- Reparaturen, Service-, Wartungs- und Pflegeaufträge
- Beratungen und Dienstleistungen im Umweltbereich
- Sonstige Dienstleistungen (wie z.B. Projektleitungen, Finanzierungs- und Versicherungsverträge, Vermietung und Verpachtungen etc.)

Jede dieser Segmente wurde einerseits in verschiedene, fest umrissene Leistungsgruppen unterteilt. Im Falle der Kategorie „Akquisition, Auftragsbeschaffung, Kundenkontaktierung“ waren dies: Führung von Kundenkarteien; Durchführung von Werbemaßnahmen; Gerätevorführungen und Informationsveranstaltungen; Kundenbesuche und Kostenvoranschläge; Beobachtung von Wettbewerbern durch Medien Fachzeitschriften, Gespräche, Besichtigungen. Andererseits wurde jedes Leistungssegment mit der offen gestellten d.h. nicht standardisierten Frage nach anderen, nicht explizit aufgelisteten Dienstleistungen abgeschlossen. Dieser offene Teil hat sich im Nachhinein als sehr wichtig erwiesen. Es zeigt sich nicht nur, daß es neben den „gängigen“ Dienstleistungen noch eine ganze Reihe anderer gibt, sondern auch von welcher Art diese anderen sind.

Liste der erfaßten Handwerksberufe: Die Berufe des sogenannten dienstleistenden Handwerks gemäß Wirtschaftsstatistik waren **nicht** Gegenstand der Untersuchung. Da die Abgrenzung zwischen produzierendem und dienstleistendem Handwerk bis zu einem gewissen Grade willkürlich ist, hat man sich enumerativ auf sechs Berufe beschränkt:

- Elektroinstallateure
- Gas- und Wasserinstallateure einschließlich Zentralheizungs- und Lüftungsbauer
- Kraftfahrzeugmechaniker und Kraftfahrzeugelektriker
- Maschinenbaumechaniker und Metallbauer
- Tischler
- Maler und Lackierer

Stichprobenziehung: Zielperson der Erhebung war der Meister bzw. der angestellte Betriebsleiter. Die Stichprobe basierte auf dem Prinzip der geschichteten Zufallsauswahl von Handwerksbetrieben in zehn zufällig gezogenen Kammerbezirken (Berlin, Bielefeld, Dresden, Hamburg, Heilbronn, Kaiserslautern, Koblenz, München, Schwerin, Stuttgart). Die ausgewählten Kammern haben im zweiten Schritt aus ihren Handwerksrollen für jeden der o.g. sechs Berufe 250 Betriebsadressen ermittelt. Da es nicht nur große und kleine

² Die Projektarbeiten wurden durch ein Sachverständigengremium, in welchem unter Federführung des ZdH neben den zuständigen Bundes- bzw. Zentralverbänden, das IAB und das Institut für Technik der Betriebsführung im Handwerk (ITB) vertreten waren, beratend unterstützt.

Kammern sondern auch große und kleine Berufe gibt, hatte die Gleichverteilung implizit variable Auswahlätze bzw. eine Schichtung zur Folge. Neben der Stichprobenziehung hatten die Kammern gegen Kostenerstattung den Versand an die Betriebe vorgenommen und den Rücklauf anonymisiert an das BIBB weiter gereicht. Dieses Verfahren der Stichprobenplanung sollte sicherstellen, daß sowohl berufs- als auch kammerweise die gleichen Fallzahlen herauskommen. Nach Abschluß des Rücklaufs sollte jeder Beruf aus wenigstens 600 auswertbaren Fragebogen bestehen.

Rücklauf: Um die postalischen Kosten der Aktion in Grenzen zu halten, wurde auf Mahnaktionen verzichtet, dafür jedoch bei den Vorbereitungs- und Überzeugungsarbeiten im Verbandsbereich und vor Ort ein hoher Aufwand getrieben. Der Verzicht auf Mahnschreiben, hat sich jedoch als Nachteil erwiesen. Obwohl man die Erhebung zusätzlich zur Kammerebene durch Einschaltung der Zentral- und Landesfachverbände sowie der Innungen angestoßen und die Befragung den Betrieben allseits empfohlen hatte, war der Rücklauf mit 2651 auswertbaren Fragebogen nicht „überwältigend“. Allerdings ist die letztlich erreichte Informationsbasis dennoch tragfähig. Mit dem Projekt sollten erste Erkenntnisse in einem bislang noch nicht erfaßten Themenbereich gewonnen werden. Statt der erhofften 600 Fragebogen pro Beruf kamen im Schnitt 440 heraus.³ Die 2651 Betriebe machen im Schnitt gut 1 % der Vollhandwerksunternehmen in den sechs ausgewählten Berufen aus. Im Rücklauf sind - wie man der Übersicht 1 entnehmen kann - die größeren Unternehmen leicht überrepräsentiert. Über 70 % der auswertbaren Fragebogen kamen von Unternehmen, die nach 1975 gegründet bzw. übernommen worden sind. Jeder vierte Betrieb ist sogar erst nach 1992 entstanden.

• Ergebnisse

Der Fragebogen bestand aus zwei Teilen. Der erste diente der näheren Kennzeichnung des Unternehmens (Beruf und Größe, Personalrekrutierung, Weiterbildung, Umsatzentwicklung und Spezialisierung). Der zweite hatte das eigentliche Dienstleistungsgeschehen zum Inhalt. Die Daten des ersten Teils erfüllen lediglich Hilfsfunktionen; sie bilden die Grundlage für die Analyse des zweiten Teils. Um die Rolle der dienstleistenden Geschäftsvorgänge im Berufsalltag erfassen zu können, ist es wichtig zu wissen, wie kleinere, mittlere und große, wie hoch oder gering spezialisierte, weiterbildungsstarke oder weiterbildungsschwache, expandierende oder schrumpfende Handwerksbetriebe die verschiedenen Dienstleistungskategorien bewerten. Die folgende Darstellung ist auf die wichtigsten Ergebnisse beschränkt. Sie hat, an diesem Fragenspektrum gemessen, lediglich summarischen, sich auf Durchschnittsverhältnisse beschränkenden Charakter. Vertiefte Analysen mit kreuztabellarischen Hypothesentests und den handwerkspolitischen Schlußfolgerungen werden Gegenstand weiterer Publikation sein.⁴

³ Dieses Ergebnis zeigt die Grenzen schriftlicher Erhebungen auf. Da an die Betriebe offenbar zu viele Fragebogenaktionen herangetragen werden, werden die Verweigerungsquoten immer größer. Dies führt dann auch in Befragungen zu einem unbefriedigenden Resultat, in denen die Teilnahme - wie im vorliegenden Fall - an sich im wohlverstandenen Interesse der Betriebe gelegen hätte. Mit einer telefonischen, programmgestützten (CATI) Befragung, bei allerdings mehrfach höheren Kosten, hätte man wahrscheinlich ein besseres Ergebnis erzielt. Telefonische Befragungsmethoden sind auch dann von Vorteil, wenn man mit Mißverständnissen rechnen muß. Schriftlich gestellte Fragen bleiben häufig unbeantwortet, wenn der Angesprochene den Zusammenhang nicht begreift. Bei telefonischen Instrumenten kann man rückfragen und erläutern. Die Zahl der „missing cases“ wäre bei einer telefonischen Befragung spürbar niedriger gewesen.

⁴ Geplant sind zwei Aufsätze in einem der nächsten Hefte der Zeitschrift „Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis“:
 - Winand Kau und Kálmán Fehér: Dienstleistungen im produzierenden Handwerk
 - Wilfried Brüggemann: Handwerkspolitische Schlußfolgerungen aus dem Forschungsprojekt „Dienstleistungen im produzierenden Handwerk“

Übersicht 1: Prozentuale Verteilung der Vollhandwerksunternehmen nach Beschäftigtengrößenklassen in der Grundgesamtheit und in der Nettostichprobe nach Rücklauf

Beschäftigtengrößenklasse	Grundgesamtheit	Nettostichprobe
1 Beschäftigter	13,6 %	12,5 %
2 - 4 Beschäftigte	31,6 %	26,1 %
5 - 9 Beschäftigte	28,7 %	28,0 %
10 - 19 Beschäftigte	16,5 %	20,0 %
20 - 49 Beschäftigte	7,5 %	10,1 %
50 - 99 Beschäftigte	1,5 %	2,3 %
100 u.m. Beschäftigte	0,6 %	1,0 %
Zahl der Betriebe insgesamt	234.639	2651 (= 1,1%)

Ausgewählte Strukturmerkmale der antwortenden Betriebe

Ausbildungsbeteiligung: Zum Befragungszeitpunkt hatten 49 % der Betriebe keine gewerblichen Lehrlinge unter Vertrag. Von den übrigen bildeten 62 % bis zu 2, weitere 27 % 3 bis 5 und 11% der Betriebe mehr als fünf gewerbliche Lehrlinge aus. Jeder vierzehnte Betrieb hatte neben gewerblichen auch kaufmännische Lehrlinge unter Vertrag. Die Quote der Ausbildungsbetriebe dürfte jedoch größer als 51 % sein. Denn diese schließt auch Unternehmen ein, die lediglich bei Bedarf ausbilden und nur zum Befragungszeitpunkt ohne Lehrlinge waren. Fügt man diese mit ein, die Erhebung ließ dies zu, dann kommt man auf eine Ausbildungsbeteiligung von ungefähr 60 %.

Umsatzentwicklung: Knapp jeder fünfte Betrieb (19 %) gab an, in den letzten drei Jahren deutlich steigende Umsätze verzeichnet zu haben. Der Anteil der Unternehmen mit deutlich gesunkenem Umsatz war geringfügig kleiner (16 %). In 59 % der Fälle blieb der Umsatz in etwa gleich. Die übrigen Betriebe (6 %) ließen die Frage unbeantwortet. Rund 40 % der Betriebe bezogen Einnahmen auch aus dem Verkauf von Handelswaren. Der darauf entfallende Umsatzanteil lag, mit allerdings erheblichen Schwankungen von Beruf zu Beruf (KFZ: 54 %, Maler/Lackierer: 15 %), im Durchschnitt bei einem Drittel. Jeder siebte Betrieb der o.g. 40 % gab steigende und jeder fünfte sinkende Umsatzanteile im Ladenverkauf an. In knapp zwei Dritteln der handelsaktiven Betriebe stagnierte der diesbezügliche Umsatzanteil.

Spezialisierung: Das Spezialisierungstempo ist im Handwerk seit vielen Jahren sehr hoch. Die Frage lautete, ob sich das Ausmaß der bestehenden Spezialisierung seit 1992 wesentlich verändert hatte. Von den vor 1992 gegründeten (übernommenen) Betrieben hatten in den letzten fünf Jahren rund 41 % die Spezialisierung verstärkt und etwa 8 % sie wieder abgebaut. Bei jedem zweiten Unternehmen gab es diesbezüglich keine Veränderungen.

Mitarbeit des Lebenspartners: In 56 % der Fälle arbeitete die Lebenspartnerin des Meisters (bzw. der Lebenspartner der Meisterin) im Betrieb mit. Die angegebenen Funktionen reichten von einfacher Bürotätigkeit (Telefondienst, Auftragsannahme, Schriftverkehr) über die Leitung des Ladenverkaufs, über Kalkulations- und Angebotserstellung, die Durchführung von Werbemaßnahmen, über Lohn-, Finanz- und Betriebsbuchhaltung, Personal- und Rechnungswesen bis hin zur Arbeitsvorbereitung, zum technischen Zeichnen sowie zur Tätigkeit als Geselle(in), Techniker(in), Meister(in), Prokurist(in). In der weit

überwiegenden Mehrzahl der Fälle hatte die Lebenspartnerin (der Lebenspartner) eine Lehre und/oder eine Berufsfachschule, teilweise sogar ein betriebswirtschaftliches Studium absolviert bzw. zur Ergänzung sich einschlägig fortgebildet.

Weiterbildungsteilnahme: 1996 hatten knapp 40 % der befragten Meister selbst an keiner Weiterbildung teilgenommen. Von den übrigen wendete jeder zweite für sich bis zu 5 Tage, jeder dritte bis zu 10 Tage und jeder sechste mehr als 10 Tage auf. Die Weiterbildungsteilnahme der Mitarbeiter ergab ein ähnliches Resultat: In jedem zweiten Betrieb hatte 1996 kein Mitarbeiter weiterbildende Veranstaltungen (Lehrgänge/Kurse) besucht. Bei den übrigen standen die kürzeren, bis zu einer Woche dauernden Maßnahmen im Vordergrund. Es bestätigte sich erneut: Weiterbildungsaktive Meister haben auch weiterbildungsaktive Mitarbeiter.

Bedeutung von Dienstleistungen im Alltagsgeschäft des produzierenden Handwerks

Die dienstleistenden Geschäftsvorgänge wurden in sechs Dienstleistungssegmente unterteilt. In jedem Segment gibt es standardisierte und offen gestellte Fragenteile. Der standardisierte Teil wird jeweils in verschiedene Untergruppen gegliedert. Bei jeder Untergruppe sollte u.a. angegeben werden, ob sie im Alltagsgeschäft „wichtig“ ist, ob sie nur „gelegentlich vorkommt“ oder ob sie „gar nicht“ in Erscheinung tritt.

Dienstleistungssegment: Markterschließung und Kundenpflege

Wie oben bereits ausgeführt, wurden die Aktivitäten, die auf Markterschließung im weitesten Sinne abzielen, im Fragebogen standardisiert:

- Durchführung von Werbemaßnahmen (Inserate, Kundenbriefe, Telefonaktionen, Sonderangebote, Schaufenstergestaltung, Werbegeschenke)
- Gerätevorführungen und Informationsveranstaltungen
- Kundenbesuche

In der Übersicht 2 wurden durch kreuztabellarische Auszählung die erfaßten Berufe den drei genannten Kategorien in der Ausprägung „wichtig“ gegenübergestellt. Die Prozentangaben sind wie folgt zu verstehen: Jeder Betrieb hatte im ersten Dienstleistungssegment drei Antwortalternativen zur Verfügung. In der Übersicht 2 sind nur die Betriebe, die die Ausprägung „wichtig“ angekreuzt haben, enthalten. Beispiel: Bei den 434 erfaßten Elektroinstallateur-Betrieben hatten 36,9 % die Durchführung von Werbemaßnahmen in ihrer Arbeit für wichtig gehalten. Auf die Ausprägungen „kommt vor“ und „gar nicht“ - in der Übersicht **nicht** enthalten - entfiel das Komplement zu 100, also 63,1 %. Entsprechendes gilt für: Gerätevorführungen/Informationsveranstaltungen („wichtig“ 13,6 %; „kommt vor“ einschließlich „gar nicht“ 86,4 %) sowie für: Kundenbesuche (58,1 % gegenüber 41,9 %). Diese Art der Auszählung hat zur Folge, daß die Prozentsummen pro Beruf nicht gleich 100 sein können.

Übersicht 2: Bedeutung der Aktivitäten: Markterschließung und Kundenpflege in Abhängigkeit vom Beruf (prozentuale Anteile an „wichtig“)

Beruf	Werbung	Veranstaltungen	Kundenbesuche
EL	36,9	13,6	58,1
GWHL	43,0	11,4	61,2
KFZ	74,3	35,6	31,7
MM	33,7	13,3	57,1
TI	36,6	8,2	55,1
ML	33,8	a)	56,1

Legende: EL = Elektroinstallateur; GWHL = Gas- und Wasserinstallateur, Heizungs- und Lüftungsbauer; KFZ = KFZ-Mechaniker, KFZ-Elektriker; MM = Maschinenbaumechaniker, Metallbauer; TI = Tischler; ML = Maler/Lackierer
a) Fallzahlen zu gering

Die Wichtigkeitsstruktur im Dienstleistungssegment Markterschließung und Kundenpflege zeigt, daß man - wie zu erwarten war - aus den sechs Berufen näherungsweise zwei Gruppen bilden kann. Die erste besteht aus den KFZ-Mechanikern und KFZ-Elektrikern, mit herausragenden Wichtigkeitswerten für Werbemaßnahmen (74 %) und mittleren Werten für Vorführungen (36 %) bzw. Kundenbesuche (32 %). Die zweite Gruppe setzt sich aus allen übrigen Berufen zusammen. Von primärer Bedeutung ist hier die Kategorie Kundenbesuche (55 % bis 61 % für die Ausprägung „wichtig“). An zweiter Stelle kommen Werbemaßnahmen (35 % bis 47 %), gefolgt von Vorführungen und Informationsveranstaltungen (bis etwa 14 %).

Die Frage ist nun, welche Dienstleistungsarten in diesem Segment sonst noch vorkommen. Im Gegensatz zu den standardisierten Positionen wurden die „offen“ gegebenen Antworten nicht statistisch ausgezählt, sondern lediglich qualitativ aufgelistet. Statistische Häufigkeiten hätten im nicht standardisierten Fragenbereich angesichts der hohen Spezifität der Nennungen wenig Sinn. Die Auswertung der offenen Antworten ergab nach Bildung kategorialer Oberbegriffe sechs weitere Leistungsgruppen:

- Dienstleistungen, die nicht in expliziten Aktionen, sondern implizit im Bereich von Zuverlässigkeit, Produktqualität, Termintreue und Preiswürdigkeit liegen. Ziel ist das reklamationsfreie Arbeiten. Der Werbeeffekt zielt auf Weiterempfehlung und Mundpropaganda ab.
- Besondere Maßnahmen der Kundenpflege, die nur mittelbar mit den aus der Auftragsannahme sich ergebenden Kundenbeziehungen zusammenhängen und auf Werbeeffekte mit hoher Haftfähigkeit („Verblüffen“) abzielen, wie z.B. hohe Kulanzbereitschaft, Großzügigkeit beim Bring- und Holservice, kostenlose Leihgeräte zum Ausprobieren, besondere Schulung von Kundendienstmonteuren, kostenloses Fahrsicherheitstraining, Pannenkurse etc..
- Marktforschung und Aktionen der gezielten Kundenakquisition wie z.B. Mitarbeit in Vereinen und Parteien, Direktmailing, Auftragsnacherfassung und Abfrage der Kundenzufriedenheit, Aufarbeitung von Kundenkritik.
- Dienstleistungen durch jederzeitige telefonische Ansprech- und Erreichbarkeit auch für Notdienste an Wochenenden und Feiertagen.
- Produktpräsentationen auf regionalen Messen/Ausstellungen, Teilnahme an Ausschreibungen, Sponsoring.

- Werbung durch ansprechendes Erscheinungsbild in Werkstatt und Verkaufsräumen.

Dienstleistungssegment: Beratung vor der Auftragsannahme

Das zweite Dienstleistungssegment wurde im standardisierten Teil des Fragebogens in fünf Leistungsgruppen unterteilt:

- Ausführungs-, Qualitäts- und Wirtschaftlichkeitsberatung, Planung
- Material- und Technikberatung
- Beratung in Formgebung und Gestaltung
- Sicherheitsberatung
- Anfertigung von Zeichnungen

Übersicht 3: Die Bedeutung von Aktivitäten der Beratung vor der Auftragserteilung in Abhängigkeit vom Beruf (prozentuale Anteile an „wichtig“)

Beruf	Qualität	Technik	Formgebung	Sicherheit	Zeichnung
EL	71,4	64,1	29,3	46,3	32,0
GWHL	81,0	72,3	45,2	39,3	36,8
KFZ	54,2	48,8	7,9	31,3	a)
MM	62,5	58,4	43,5	40,2	38,9
TI	68,2	67,3	67,3	35,9	52,6
ML	60,3	60,5	67,2	13,1	8,5

Zu den Abkürzungen vgl. Übersicht 2 a) Zu geringe Fallzahlen

Qualitäts- und Technikberatungen stehen in allen Handwerksberufen in der Bedeutung ganz oben an. Die Kennziffern für ihre Wichtigkeit liegen größtenteils weit über der 50-Prozent-Marke. Bei den übrigen Leistungsgruppen (Formgebung, Sicherheit, Anfertigung von Zeichnungen) jedoch gibt es große berufsspezifische Unterschiede. Im KFZ-Bereich spielen sie nur im Fall der Sicherheitsberatung eine gewisse Rolle. Die Formgebungsberatung ist eine zentrale Angelegenheit von Tischlern, Malern und Lackierern (jeweils 67 %), die Sicherheitsberatung von EL- und GWHL- und MM-Berufen. Das Anfertigen von Zeichnungen ist vor allem bei den Tischlern (53 %) und in deutlicher Abstufung zu den Tischlern im Bereich der GWHL- und MM-Berufe eine relativ wichtige Dienstleistung (37 % bzw. 39 %).

Bei den im offenen Bereich ausgezählten Fragebogen kamen fünf weitere Kategorien vor:

- Kundenwunsch ergründen, Bedarfserfassung, Erarbeitung von Problemlösungen (Kundenwünsche haben oft nur einen sehr ungefähren Charakter)
- Erstellung von Referenzmappen, ausgeführte Arbeiten zeigen, Besichtigungen vor Ort
- Mitnahme des Kunden zu Ausstellungen und Großhändlern
- Probefahrten
- Anfertigung von Mustern, Modellen und Entwürfen

Dienstleistungssegment: Auslieferung, Einbau und Montage

Auch das dritte Dienstleistungssegment wurde in fünf standardisierte Untergruppen aufgeteilt (Übersicht 4):

- Auslieferung von Produkten, Zubringerdienste
- Einbau, Montage, Funktionstests
- Funktionsberatung bei der Übergabe
- Pflege- und Wartungsanleitung
- Abnahme und Kontrolle

Wie man der Übersicht 4 entnehmen kann, hängen die Besonderheiten dieses Dienstleistungssegments sehr stark von der jeweiligen Produktnatur bzw. davon ab, ob es physisch ausgeliefert werden muß oder nicht. Da es bei den Malern und Lackierern in der Regel weder Produktauslieferungen und Einbauten noch Funktionsberatungen und Pflegeanleitungen gibt und auch die förmliche Werkabnahme im Vergleich zu den anderen Berufen keine allzu große Rolle spielt, bewegen sich die Wichtigkeitskennziffern hier auf niedrigem Niveau. Das genaue Gegenteil sind die Installateurberufe (EL und GWHL) und etwas abgestuft die Tischler sowie die Maschinen- und Metallberufe. Hier finden sich die auf hohem Niveau liegende Kennziffern.

Übersicht 4: Die Bedeutung der Auslieferungs-, Einbau- und Montagearbeiten in Abhängigkeit vom Beruf (prozentuale Anteile an „wichtig“)

Beruf	Auslief.	Einbau	Funktionsb.	Pflegeanl.	Abnahme
EL	47,2	82,0	78,1	62,7	74,9
GWHL	36,0	84,1	81,8	78,3	74,6
KFZ	30,6	62,3	64,1	63,0	69,0
MM	44,8	70,9	54,1	37,2	65,2
TI	55,1	82,2	57,7	44,9	64,3
ML	17,0	14,6	11,1	14,4	39,1

Zu den Abkürzungen vgl. Übersicht 2

Die Liste der im offenen Fragenteil erfaßten sonstigen Dienstleistungen ist hier unbedeutend. Der Grund dafür dürfte darin liegen, daß die standardisierten Kategorien das Alltagsgeschäft verhältnismäßig erschöpfend kennzeichnen. Größere Bedeutung hatten lediglich Bauaufsichts- und Koordinierungsleistungen z.B. für andere Gewerke, Renovierungsarbeiten an Gebäuden sowie Entsorgung von Alteinbauten und Nachbetreuungsarbeiten. Erstere gehören jedoch eher zum Dienstleistungssegment 6 (Sonstige Dienstleistungen), die zweiten zu den Reparatur-, Wartungs- und Pflegedienstleistungen (Segment 4) und letztere zu den Umweltdienstleistungen (Segment 5).

Dienstleistungssegment: Reparatur, Wartung und Pflege von Produkten

Das mit Reparatur, Wartung, und Pflege umschriebene Dienstleistungssegment unterscheidet sich von den anderen durch seine hohe Branchenspezifität. Hier ging es weniger um die mit dem Gewerbe gekoppelten Dienstleistungen als um das Gewerbe selbst. Fahrzeuge werden nur in der KFZ-Werkstatt gewartet. Vorwiegend dort kommt auch die Kategorie Einbau von Zubehörteilen vor. Wartungs- und Reinigungsverträge sind vorrangig

eine Angelegenheit der GWHL-Berufe. Reparatur-, Service- und Wartungsarbeiten im Zusammenhang mit sonstigen technischen und elektrischen Geräten werden insbesondere von Elektroinstallateuren oder von Maschinenbau- und Metallberufen durchgeführt. Die gleichen Leistungen für Wasser-, Heizungs- und Lüftungsanlagen bzw. für Bauteile und Inneneinrichtungen sind Aufgabe von GWHL-Fachleuten bzw. von Tischlern. Insofern sind die Wichtigkeitsstrukturen der Übersicht 5 - wenn auch nur bis zu einem gewissen Grade - trivial. Hohe Wichtigkeitswerte gibt es nur in Feldern mit den einschlägigen Geschäftsvorgängen. Die Fallzahlen in den übrigen Feldern der Übersicht sind größtenteils zu klein, um signifikant zu sein.

Übersicht 5: Die Bedeutung von Reparatur-, Wartungs- und Pflegearbeiten in Abhängigkeit vom Beruf (prozentuale Anteile an „wichtig“)

Beruf	An Fahr- zeugen	Einbau von Zubehör	Wartungs/ Reinig.- Verträge	An sonst. tech./elektr. Gerät	An WHL- Anlagen	An Bau- teilen und Innen- Einricht.
EL	a)	7,8	12,4	53,5	11,3	13,8
GWHL	a)	10,5	30,6	10,5	90,5	a)
KFZ	95,1	60,9	16,0	15,5	a)	a)
MM	a)	a)	a)	27,7	a)	17,9
TI	a)	a)	a)	a)	a)	53,3
ML	9,8	a)	a)	a)	a)	36,0

Zu den Abkürzungen vgl. Übersicht 2

a) Fallzahlen zu gering

Angesichts dieser Tatsache standen auch bei den Antworten im offenen Fragenteil die hier weniger interessierenden gewerblichen Tätigkeitsfelder im Vordergrund. Allenfalls die folgenden Leistungsgruppen dürften von generellerer, d.h. branchenübergreifender Bedeutung sein:

- Sofortreparaturen und Entstörungen, Kleinaufträge
- Durchführung von vorbeugenden Überprüfungen mit dem Ziel der Schadensfrüherkennung
- Inbetriebnahme von Maschinen/Anlagen, Umrüsten von Maschinen/Anlagen, Einführung technischer Verbesserungen
- Restaurierungsarbeiten, Altbausanierung, Denkmalspflege
- Übernahme von Garantiarbeiten im Auftrag von Herstellern sowie Durchführung von Werkskundendiensten, Gebäudemanagement

Dienstleistungssegment: Beratung und Dienstleistung im Umweltbereich

Zur Bestimmung der Dienstleistungsträchtigkeit von Umweltaufgaben wurden drei Kategorien vorgegeben:

- Beratung zur Umweltverträglichkeit von Produkten
- Gefahrstoffentsorgung
- Durchführung sonstiger Umweltdienste

Weil hier „Sonstiges“ standardisiert vorgegeben war, konnte man auf den offenen Fragenteil, in welchem dies ansonsten erhoben wurde, verzichten. Das Bemerkenswerte an den

Häufigkeiten ist, daß präter propter lediglich ein Drittel der Betriebe den zentralen umweltsspezifischen Dienstleistungen die Note „wichtig“ gegeben hat. Dies scheint eine Bestätigung für die häufiger zu hörende Auffassung zu sein, daß das Handwerk nicht unbedingt zu den ökologischen „Trendsettern“ gehört. Selbst bei den GWHL-Berufen sowie den Malern und Lackierern (Übersicht 6) meinte nur jeder zweite Betrieb, daß Beratungsleistungen im Hinblick auf die Umweltverträglichkeit ihrer Produkte wichtige Arbeitsvorgänge sind.

Übersicht 6: Die Bedeutung von Umweltdienstleistungen in Abhängigkeit vom Beruf (prozentuale Anteile an „wichtig“)

Beruf	Umweltverträglichkeit	Gefahrstoffentsorgung	Sonstiges
EL	26,7	27,0	9,0
GWHL	47,5	31,8	14,3
KFZ	34,0	45,8	21,3
MM	13,6	13,0	a)
TI	38,2	24,0	7,3
ML	52,2	42,6	11,6

Zu den Abkürzungen vgl. Übersicht 2 a) Fallzahlen zu gering

Restgruppe: Übrige Dienstleistungen

Um der Restgruppe eine definierte Form zu geben und nicht zuviel Raum für unbestimmte Aussagen zu lassen, wurde das Segment in sechs Kategorien aufgeteilt. Die Antwortalternativen „wichtig“ erreichten jedoch größtenteils Anteilswerte von unter 10 %. Die Betriebe konnten Angaben machen

- zur Übernahme von Projektleitungen und Einsatz von Subunternehmern
- zur Vermietung/Verpachtung z.B. von beweglichen Maschinen, Fahrzeugen, Werkstatt-Teilen, Lagerkapazitäten
- zur Ausführung von Transport- und Speditionsleistungen
- zum Abschluß von Finanzierungs- und Versicherungsverträgen
- zur Kooperation mit anderen Betrieben
- zur Belieferung von Betrieben

Die vergleichsweise kleinen Zahlen hängen in der Regel damit zusammen, daß diese Kategorie primär eine Angelegenheit größerer, d.h. zahlenmäßig in der Minderheit befindlicher Handwerksbetriebe ist. Das gilt insbesondere für „Übernahme von Projektleitungen/Einsatz von Subunternehmen“, für „Kooperation mit anderen Betrieben“ und mit Abstrichen für „Beliieferung von anderen Betrieben“ (Übersicht 8). Die Fallzahlen der Leistungsgruppe „Transport- und Speditionsleistungen“ liegen in allen Berufen unterhalb der Signifikanzschwelle von 30 Fragebogen. Sie wurde daher gar nicht erst in die Übersicht 7 aufgenommen.

Übersicht 7: Die Bedeutung der Restgruppe sonstige Dienstleistungen in Abhängigkeit vom Beruf (prozentuale Anteile an „wichtig“)

Beruf	Projekt- leitung	Vermietung Verpachtung.	Finanzier. Versich.	Kooperat. m. and. B.	Belieferung v. and. Betr.
EL	13,8	a)	a)	12,4	7,8
GWHL	14,9	a)	a)	16,7	a)
KFZ	a)	25,7	37,0	20,1	11,3
MM	9,2	a)	a)	15,2	13,3
TI	9,4	a)	a)	19,2	9,6
ML	a)	a)	a)	12,4	a)

Zu den Abkürzungen vgl. Übersicht 2 a) zu geringe Fallzahlen

Im offenen Teil der Frage wurden folgende Dienstleistungen als wichtig benannt:

- Erstellung von Komplettangeboten, Übernahme von Gesamtaufträgen, Service „alles aus einer Hand“
- Vor-Ort-Einsatz von Fachleuten aus der Industrie
- Leasingverträge
- Unterstützung privater Bauherrn auf Do-it-yourself-Baustellen
- Gutachtertätigkeit, Erstellung technischer Unterlagen

Dienstleistungen in Abhängigkeit von der Betriebsgröße

Bislang wurden die Wichtigkeitswerte innerhalb der Dienstleistungssegmente in Abhängigkeit vom Beruf untersucht. Gegenstand der Übersicht 8 sind die Wichtigkeitswerte in Abhängigkeit von der Beschäftigtengrößenklasse. Sie zeigt, daß die Dienstleistungsintensität im Handwerk in hohem Maße betriebsgrößenabhängig ist. In der Leistungsgruppe „Gerätevorführung/Informationsveranstaltungen“ ergab sich beispielsweise bei den Unternehmen mit bis zu 4 Beschäftigten ein Wichtigkeitsanteil von 9 %. (d.h. 9 % der befragten Kleinbetriebe hatten ausgesagt, daß Werbemaßnahmen für sie wichtige Geschäftsvorgänge sind). Die Kennziffer steigt kontinuierlich an: 13 % - 18 % - 26 % und erreicht in der Größenklasse von 50 und mehr Beschäftigten den Wert von 35 %. Bei den „Kundenbesuchen“ läuft die Reihe von 44 % bis 82 %. Eine der wenigen Ausnahmen ist die „Formgebungsberatung“. Hier liegt der Spitzenwert nicht bei den großen, sondern eher bei den mittleren Unternehmen (10 - 19 Beschäftigte). Der Grund dafür dürfte sein, daß es sich hierbei um ein zentrales Tätigkeitsmerkmal vor allem für Tischler, Maler und Lackierer handelt.

Übersicht 8: Dienstleistungen in Abhängigkeit von der Beschäftigtengrößenklasse
(prozentuale Anteile an „wichtig“)

Dienstleistung b)	1 - 4	5 - 9	10-19	20-49	50 u.m.
<i>Markterschließung:</i>					
Werbemaßnahmen	31	46	52	59	58
Gerätevorführung	9	13	18	26	35
Kundenbesuche	44	52	59	69	82
<i>Beratung vor Auftragserteilung:</i>					
Qualitätsberatung	59	68	71	76	84
Technikberatung	56	63	69	68	71
Formgebungsberatung	42	46	45	42	38
Sicherheitsberatung	31	36	34	42	38
Anfertigung v. Zeichnungen	23	27	33	40	45
<i>Auslieferung, Einbau, Montage:</i>					
Produktauslieferung	34	39	41	46	46
Einbau, Funktionstests	60	67	71	72	72
Funktionsberatung	53	57	63	66	68
Pflege-, Wartungsanleitung	47	49	56	58	60
Abnahme, Kontrolle	58	63	70	76	79
<i>Reparatur, Service, Wartung:</i>					
von Kraftfahrzeugen	15	21	21	26	35
Zubehöreinebau	10	17	18	18	24
Wartungsverträge	7	9	18	22	15
Rep. v. techn/elekt. Gerät	17	18	17	23	35
WHL-Anlagen	17	17	23	26	25
Bauteile, Inneneinricht.	20	21	22	17	15
<i>Umweltdienstleistungen:</i>					
Umweltverträglichkeit	36	35	37	40	39
Gefahrstoffentsorgung	26	32	33	39	47
sonstige Umweltdienste	9	11	12	17	25
<i>Sonstige Dienstleistungen:</i>					
Projektleitung	6	6	12	21	26
Vermietung/Verpacht. 4	5	8	12	a)	
Transport, Spedition	a)	a)	a)	a)	a)
Finanzierungsverträge	3	7	11	15	22
Kooperation m. and. Betr.	15	17	16	18	23
Belieferung v. and. Betr.	5	8	8	13	16

a) Fallzahlen zu gering; b) Um ausreichende Fallzahlen zu erreichen, wurden jeweils die beiden kleinsten und die größten Betriebsgrößenklassen zusammengefaßt.

Zusammenfassung und Schlußfolgerungen

Die statistische Analyse hat ergeben, daß Dienstleistungen im produzierenden Handwerk insbesondere von den Merkmalen Beruf/Branche und Betriebsgröße des befragten Unternehmens abhängen. Man kann natürlich auch beide Variablen weglassen und nur auf die durchschnittliche Bedeutung der einzelnen Leistungsgruppen abstellen. Sortiert man die mittleren Prozentanteile der „wichtig“-Antworten in sinkender Reihenfolge, dann ergibt sich die folgende Liste:

-	Ausführungs-, Qualitäts-, Wirtschaftlichkeitsberatung, Planung	66 %
-	Einbau, Montage Funktionstests	65 %
-	Abnahme, Kontrolle	64 %
-	Material- und Technikberatung	62 %
-	Funktionsberatung bei der Übergabe	58 %
-	Kundenbesuche	53 %
-	Pflege- und Wartungsanleitung	50 %
-	Beratung in Formgebung und Gestaltung	44 %
-	Durchführung von Werbemaßnahmen	43 %
-	Auslieferung von Produkten, Zubringerdienste	38 %
-	Beratung in der Umweltverträglichkeit von Produkten	36 %
-	Sicherheitsberatung	34 %
-	Gefahrstoffentsorgung	31 %
-	Anfertigung von Zeichnungen für Kunden	28 %
-	Reparatur, Service, Wartung, Pflege:	
o	von Bauteilen, Inneneinricht.	20 %
o	von Kraftfahrzeugen	20 %
o	von Wasser-, Heizungs- und Lüftungsanlagen	19 %
o	von technischen und elektrischen Geräten	18 %
-	Kooperation mit anderen Betrieben	16 %
-	Einbau von Zubehörteilen	15 %
-	Gerätevorführung, Informationsveranstaltungen	14 %
-	Sonstige Umweltdienste	12 %
-	Wartungs- und Versicherungsverträge	11 %
-	Übernahme von Projektleitungen	9 %
-	Abschluß von Finanzierungs- und Versicherungsverträgen	8 %
-	Belieferung von anderen Betrieben	8 %
-	Vermietung/Verpachtung v. Masch./Fahrz./Werkst./Lagerkapaz.	6 %
-	Ausführung von Transport- und Speditionsleistungen	2 %

Sie vermittelt eine Vorstellung vom Rang der einzelnen Dienstleistungen. In mindestens zwei von drei Fällen sind sie die Hauptaufgabe des Meisters. Andere Fachkräfte werden zwar auch, jedoch in weitem Abstand zum Betriebsleiter eingesetzt, was möglicherweise an der unzureichenden Schulung dieses Personals liegt. Die häufig beklagte Überlastung der Meister könnte hier eine ihrer Ursachen haben.

Welche Schlußfolgerungen zieht man aus dem gesammelten Datenmaterial? Die Betriebe wurden am Ende des Erhebungsbogens, d.h. nachdem sie sich durch alle Aspekte des Programms durchgearbeitet hatten, mit zwei Schlüsselfragen konfrontiert. Erstens: Soll man schon den Lehrlingen beibringen wie man Kunden berät und überzeugt und wenn ja, macht es Sinn, diese Kenntnisse und Fertigkeiten in den Ausbildungsordnung festzuschreiben? Zweitens, sollte man die Fähigkeit, mit Kunden umzugehen zum Gegenstand von Weiterbildungslehrgängen für Meister, Gesellen, Bürofachpersonal machen oder erwirbt man diese Fähigkeit am besten durch Berufserfahrung?

Die Antworten waren sehr aufschlußreich: Über vier Fünftel haben die erste Frage bejaht

und von diesen wiederum drei Viertel, das sind 62 % aller Betriebe, die explizite Verankerung in der Ausbildungsordnung für wünschenswert gehalten. Auch die gezielte Weiterbildung des eigenen Fachpersonals wurde von der weit überwiegenden Mehrheit der Betriebe befürwortet. Daß es sich hierbei schon jetzt um einen akuten Punkt handelt, kann man auch daran erkennen, daß mehrere Betriebe auf eine der offenen Fragen nach sonstigen Dienstleistungen ausdrücklich auf einschlägig erfolgte Weiterbildungen von Mitarbeitern hingewiesen hatten. Nur rund 13 % der 2651 Betriebe wollten sich allein auf den Kompetenzerwerb durch Berufserfahrung verlassen.

- **Bisherige Auswirkungen/Veröffentlichungen**

Es war nicht Ziel des Forschungsprojektes, aus dem zusammengetragenen Datenmaterial bildungspolitische Konsequenzen zu ziehen bzw. Empfehlungen für die weitere Verbesserung der Berufsausbildung abzuleiten. Dies ist vielmehr die verbleibende Aufgabe des Handwerks selbst. Dieser Kurzbericht wird in leicht gestraffter Form allen an der Erhebung beteiligten Kammern mit dem Vorschlag der Veröffentlichung in kammereigenen Organen zur Kenntnis gebracht. Die Projektergebnisse werden - auch im Hinblick auf eine eventuell abzuhaltende Fachtagung - mit dem Sachverständigenrat nach der Sommerpause diskutiert. Erst danach werden die Schlußveröffentlichungen erstellt (vgl. Fußnote 4).