



Ergebnisbericht

21|01

Wertschöpfung neu denken nachhaltig. regional. digital. Umfrageergebnisse

Maria Rabadjieva & Judith Terstriep

Hinweis

Dieser Bericht ist innerhalb des Arbeitsschritts 1 des Projekts »Wertschöpfungsketten neu denken: nachhaltig. regional. digital.« entstanden. Das Projekt widmet sich folgender Frage: Inwieweit können Nachhaltigkeitsaspekte – ökonomisch, ökologisch und sozial – durch die Kooperation zwischen »Handwerk« und »Design« im gesamten Wertschöpfungsprozess einschließlich der lokalen Produktion stärkere Berücksichtigung finden? Das Projekt wird unter der Leitung des Forschungsschwerpunktes »Innovation, Raum & Kultur« des Instituts Arbeit und Technik der Westfälische Hochschule Gelsenkirchen in Kooperation mit CREATIVE.NRW, Heimatdesign Dortmund und der Folkwang Universität der Künste Essen durchgeführt.

Rabadjieva, Maria & Terstriep, Judith (2021): Wertschöpfung neu denken: nachhaltig. regional. - Umfrageergebnisse. *Ergebnisbericht des Projekts »Wertschöpfung neu denken: nachhaltig. regional. digital«*. 21/01. Gelsenkirchen: Institut Arbeit und Technik.

Inhalt

1	HINTERGRUND	1
2	MERKMALE	2
3	PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN & MATERIALIEN	5
4	KOOPERATIONEN	6
5	NACHHALTIGKEIT	9
6	RESÜMEE	11

1 Hintergrund

Sowohl das produzierende Handwerk als auch das Design haben in NRW eine lange Tradition. Nachdem sich die Zusammenarbeit beider Bereiche infolge von Industrialisierung und die Globalisierung immer mehr voneinander entfernt hat, ist seit einigen Jahren wieder eine größere Annäherung zu verzeichnen. Die Digitalisierung bietet viele neue Möglichkeiten mit innovativen Produkten und Dienstleistungen auf veränderte Kundenanforderungen an Hochwertigkeit und Nachhaltigkeit zu reagieren und sich wettbewerbsfähig im Markt zu positionieren.

Die Ausschöpfung dieser Potenziale ist jedoch nicht nur risikoreich, sondern für viele kleine und mittlere Unternehmen beider Branchen mangels finanzieller, personeller und/oder zeitlicher Ressourcen gänzlich unmöglich. Hinzu kommt, dass u. U. das erforderliche Wissen oder die erforderlichen Kompetenzen etwa hinsichtlich geeigneter Kooperationspartner/-formen, neuer Geschäftsmodelle fehlen. Nachhaltigkeitsaspekte – ökonomisch, ökologisch und sozial – finden vor diesem Hintergrund nur selten im gesamten Wertschöpfungsprozess, einschließlich der lokalen Produktion, Berücksichtigung.

Mit dem Projekt »Wertschöpfung neu denken: nachhaltig. regional. digital.« zielt der Forschungsschwerpunkt »Innovation, Raum & Kultur« unter der Leitung des Instituts Arbeit und Technik der Westfälischen Hochschule in Kooperation mit der Folkwang Universität der Künste Essen, Heimatdesign und Creative.NRW darauf ab, Bedarfe und Potenziale der regionalen nachhaltigen Produktion zu ermitteln, interessierte Akteure zu vernetzen

und in einem Forschungsvorhaben zur pilothaften Erprobung zu verbinden.

Die Vernetzung soll Designer:innen, Handwerker:innen und Materialproduzent:innen aus NRW zusammenbringen, um ein regionales, nachhaltiges und transparentes Wertschöpfungssystem zu initiieren, das es ermöglicht, Produkte/Dienstleistungen gemeinsam zu entwickeln und zu vermarkten.

Die »Bedarfs- und Potenzialanalyse« des Vorhabens zielt darauf ab, interessierte Unternehmen zu identifizieren und ihre konkreten Bedarfe und Vorstellungen zur nachhaltigen Wertschöpfung zu ermitteln. In einem ersten Schritt wurde vom 29.06.2020 bis 31.08.2020 eine Online-Kurzumfrage mit ca. 10 Fragen durchgeführt. Diese Pilotstudie stellte nicht auf Repräsentativität ab, sondern diente dazu, interessierte Akteure für das Thema zu sensibilisieren und ihnen die Möglichkeit zu geben, sich im Projekt zu beteiligen.

Die Umfrage adressierte Handwerksbetriebe, Designunternehmen und Materialhersteller. Jedoch haben ausschließlich Designunternehmen und Handwerksbetriebe daran teilgenommen. Von den 63 eingegangenen Fragebögen waren 25 vollständig ausgefüllt und flossen in die Auswertung ein.

Der Datensatz setzt sich aus einem ausgewogenen Mix aus den Branchen »Handwerk« (12) und »Design« (13) zusammen.

2 MERKMALE

Tischlereien/Schreinereien machen rund der Hälfte der Handwerksbetriebe (5) aus. Es folgen Damen-/Herrenschneiderei (3). Daneben beteiligten sich je eine Glasbläserei, Kürschnerei/Lederschneiderei, ein Raumausstatter und ein Parkettleger an der Befragung.

Im Bereich »Design« handelt es sich bei annähernd der Hälfte der Respondenten um Industrie-/Produktdesigner (6), gefolgt von Interior-Design/Raumgestaltung und Modedesign mit je 2 Unternehmen sowie jeweils ein Unternehmen aus den Bereichen Werbung, Herstellung und Gestaltung von Accessoires sowie Grafik- und Kommunikationsdesign.

Bei der Mehrzahl der Respondenten handelt es sich um Soloselbstständige (17), gefolgt von Kleinunternehmen (4).

Handwerk
(n = 12)



**PRIMÄRE
TÄTIGKEITS-
BREICHE**



Designing
(n = 13)

TISCHLEREIEN/SCHREINEREI (5)



INDUSTRIE-/PRODUKTDESIGN (6)



DAMEN-/HERRENSCHNEIDEREI (3)



INTERIORDESIGN/RAUMGESTALTUNG (2)



GLASBLÄSEREI (1)



MODEDESIGN (2)



PARKETTLERGER (1)



WERBUNG (1)



KÜRSCHNEREI/LEDERSCHNEIDEREI (1)



HERSTELL./GESTALTUNG ACCESOIRES (1)



RAUMAUSSTATTUNG (1)



GRAFIK-/KOMMUNIKATIONSDESIGN (1)



**UNTERNEHMENS-
GRÖSSE**

SOLOSELBSTÄNDIGE



1-9 BESCHÄFTIGTE



10-49 BESCHÄFTIGTE

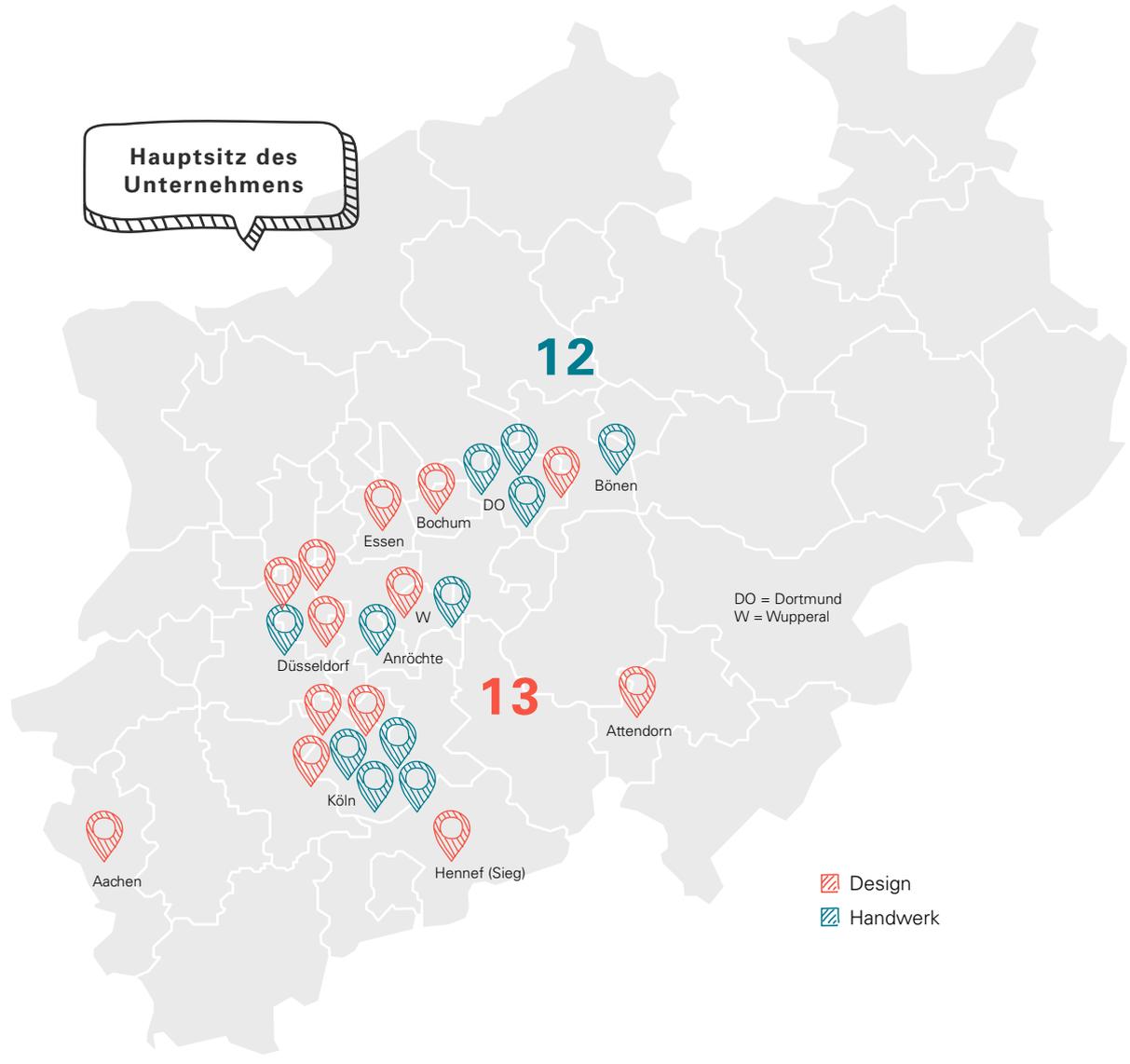


50-249 BESCHÄFTIGTE



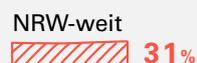
>249 BESCHÄFTIGTE





3 PRODUKTE, DIENSTLEISTUNGEN & MATERIALIEN

Die überwiegende Mehrheit der Handwerksbetriebe bietet Ihre Produkte und Dienstleistungen lokal (72%) und/oder regional (17%) an. Demgegenüber bieten die Designer:innen ihre Dienstleistungen gleichermaßen lokal, landes-, europaweit und international (je 31% der Nennungen) sowie bundesweit (41%) an. Handwerker:innen und Designer:innen bieten ihre Produkte und Dienstleistungen zu annähernd gleichen Anteilen über Internet an.



Wo bieten Sie Ihre Produkte/DL primär an?

Mehrfachauswahl möglich



Handwerk (n = 12)

Design (n = 13)

Woher beziehen Sie Ihre Materialien/Vorprodukte primär?

Mehrfachauswahl möglich

4 KOOPERATIONEN

Kooperationen sind sowohl im Handwerk als auch in der Designwirtschaft gängig Praxis. Lediglich 8% der Handwerker:innen und 6% der Designer:innen gab an nicht zu kooperieren. Besonders ausgeprägt sind Kooperationen innerhalb der eigenen Branche. Rund 69% der Handwerker:innen kooperierte mit Betrieben im eigenen Gewerk, im Design sind dies 64% die mit anderen Unternehmen der Designwirtschaft zusammenarbeiten.

Ähnlich stark ausgeprägt sind in beiden Branchen die Kooperationen mit Kunden. Während die Designer:innen zudem vielfach mit Materialherstellern zusammenarbeiten (64%), erfolgen diese Kooperationen mit 15% der Nennungen eher selten.

Mit Blick auf künftige Kooperationen gaben 58% der Handwerksbetriebe an, Interesse an einer Ausweitung der Zusammenarbeit mit Betrieben im eigenen Gewerk und mit anderen Gewerken zu haben. Annähernd dreiviertel der Designer:innen strebt eine Ausweitung der Zusammenarbeit innerhalb der eigenen Branche interessiert.

Daneben besteht ein starkes Interesse von Designer:innen künftig verstärkt mit Handwerksbetrieben, Materialherstellern, Kund:innen und Vertriebspartnern kooperieren zu wollen (je 69% der Nennungen).

Aber auch die Handwerksbetriebe sind an einer Intensivierung der Zusammenarbeit mit dem Design interessiert (48%).

Kooperieren Sie im Rahmen ihrer Tätigkeit mit anderen?

Mit wem würden Sie gerne künftig vermehrt kooperieren?

Nein, wir kooperieren nicht / auch nicht künftig

Mehrfachauswahl möglich



Ja, mit andere Handwerker:innen aus meinem Gewerk / Tätigkeitsfeld



Ja, mit andere Handwerker:innen aus anderen Gewerken / Tätigkeitsfeldern



Ja, mit Designer:innen



Ja, mit Materialhersteller:innen



Ja, mit Kund:innen



Ja, mit Vertriebspartner:innen



Handwerk
(n = 12)

Design
(n = 13)

Kooperationen bieten Optimierungspotentiale für die eigenen Prozesse ...

Nein



Materialbeschaffung



Planungsprozesse



Prototyping



Produktions- / Herstellungsverfahren



Qualitätssicherung



Vertrieb



Weiterentwicklung des Geschäftsmodells





**Handwerk und Design
sind sich einig:
Kooperationen helfen
die eigenen Prozesse
zu optimieren.**



Sowohl Handwerker:innen als auch Designer:innen gehen davon aus, dass sich die eigenen Prozesse durch Kooperationen verbessern ließen. Rund 54% der Handwerker:innen und 50% der Designer:innen Kooperationen als hilfreich, um die Materialbeschaffung zu optimieren. Ebenso schreiben beide Gruppen der Zusammenarbeit mit Partner ein hohes Optimierungspotenzial im Bereich der Produktions-/Herstellungsverfahren zu. Unter den Designer:innen wird das Verbesserungspotenzial

mit 79% der Nennungen als besonders hoch eingeschätzt. Dies gilt analog für den Vertrieb. Nach Auffassung von 54% der Handwerker:innen und 79% der Designer:innen ließen sich außerdem die eigenen Geschäftsmodelle durch eine Zusammenarbeit optimieren.

Geringere kooperationsinduzierte Verbesserungspotenziale werden dagegen den eigenen Planungsprozessen und der Qualitätssicherung zugeschrieben.

5 Nachhaltigkeit



Ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeitsaspekte sind für das Handwerk und Design gleichermaßen wichtig.

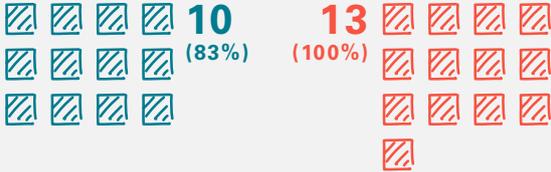
Nach eigener Aussage berücksichtigen zehn der zwölf Handwerksbetriebe Nachhaltigkeitsaspekte in der Produktion. Unter den Designer:innen sind es sogar 100%.

Auch besteht ein sehr hohes Interesse mit neuen Materialien, Entwürfen und Produkten zu experimentieren und diese regional zu fertigen.

NACH- HALTIG- KEIT



Berücksichtigung
von Nachhaltigkeit
in der Produktion/
Leistungs-
erstellung



Interesse am Ex-
perimentieren mit
nachhaltigen Materialien,
Entwürfen & Produkten
und deren regionalen
Fertigung

6 Resümee

Diese Pilotstudie hat erste Anhaltspunkte für das Interesse des Handwerks und der Designwirtschaft am »nachhaltiger Wertschöpfung« geliefert. Handwerker:innen und Designer:innen schreiben Kooperationen ein hohes Potenzial zur Optimierung ihrer eigenen Wertschöpfungsprozesse zu.

Unklar bleibt jedoch was die Befragten konkret unter Nachhaltigkeit verstehen, wie solche Kooperationen ausgestaltet werden können und wo sie ansetzen sollten. Zur Beantwortung dieser Fragen haben sich 21 Handwerker:innen und Designer:innen zu einem vertiefende Interviews bereit erklärt.

Für gelingende kooperative Forschung und Entwicklung von Handwerk und Design sowie das gemeinsame Experimentieren ist es – gerade mit Blick auf Soloselbstständige und Kleinstbetriebe – essentiell, ihre konkreten Bedarfe, Erwartungen und Herausforderungen zu kennen. Nur so lassen sich Synergien ausschöpfen, neue Ideen entwickeln und in nachhaltige Innovationen umsetzen.

Zur weiteren Fundierung dieser ersten Ergebnisse ist daher eine repräsentative Umfrage im Handwerk und Design geplant.

IMPRESSUM

Herausgeber

Westfälische Hochschule Gelsenkirchen
Institut Arbeit und Technik
Munscheidstr. 14
D-45886 Gelsenkirchen

Fon +49 (0) 209.17 07
Fax +49 (0) 209.17 07 110
Web www.iat.eu

Projektpartner

Folkwang Universität der Künste Essen
CREATIVE.NRW
HEIMATDESIGN

Autorinnen

Maria Rabadjieva
Judith Terstriep

Bildnachweis

Das Titelbild und alle anderen in diesem Bericht verwendeten Bilder sind frei nach CCO.

Titelbild	RhodaK Native Florida Folk Artist auf Unsplash
Seite 2	Awesome Sauce Creative auf Unsplash
Seite 5	Daria Gorbacheva auf Unsplash
Seite 7	Dean szwvbcnhnxo auf Unsplash
Seite 8	Michael Fallon auf Unsplash
Seite 9	Susan Wilkinson auf Unsplash
Seite 11	Thom Masat auf Unsplash

© IAT 2021