



Digitalisierung im Luxemburger Handwerk: Eine Standortbestimmung

Umfrage der Fédération des Artisans

Dezember 2016



UMFRAGE DER FÉDÉRATION DES ARTISANS

Digitalisierung im Luxemburger Handwerk: Eine Standortbestimmung

Einleitung.....	2
Eine digitale Grundausstattung ist flächendeckend vorhanden.....	4
Jedes 3. Unternehmen nutzt spezifische Softwareprogramme – E-Commerce wenig verbreitet	4
Internetnutzung: Kommunikation, Datenaustausch und Präsentation stehen im Vordergrund.....	5
Mobile Tools auch in kleinen Unternehmen	6
Die Hälfte der Unternehmen sind auf Facebook	7
Unternehmen sehen Handlungsbedarf bei Kundenkommunikation und Werbung.....	7
Handwerksunternehmen mehrheitlich positiv zur Digitalisierung eingestellt	8
Mangelnde Qualifikationen und fehlende Informationen sind die meistgenannten Hürden	9
Digitalisierung ist Chefsache	10
Die eigene Internetseite: Mehr Vitrine als Arbeitsinstrument	10
IT –Sicherheit: Hohes Bewusstsein auf Seiten der Unternehmen	11
Prozesse abbilden und somit besser steuerbar machen	12
60 Prozent der Unternehmen messen Kundenzufriedenheit	13
Eigene Marketplace für das Handwerk: 86 Prozent der Unternehmen sind dafür. Erreur ! Signet non défini.	
Schlussfolgerungen und Ausblick	14

UMFRAGE DER FEDERATION DES ARTISANS

Digitalisierung im Luxemburger Handwerk: Eine Standortbestimmung

Effizientere Geschäftsprozesse, eine verbesserte Kundenkommunikation bis hin zum Internet der Dinge. Von der fortschreitenden Digitalisierung sind das Luxemburger Handwerk und seine Unternehmen direkt betroffen.

Der Einsatz von Computern, Internet und E-Mailkommunikation sind für die allermeisten Unternehmen längst zum Standard geworden. Was sich über die vergangenen Jahre jedoch verändert hat, ist die Tatsache, dass die Digitalisierung nicht mehr nur unterstützende Funktionen einnimmt sondern zunehmend in Kernbereiche vieler Gewerke und Unternehmen vorgedrungen ist. Wie gestalte und vernetze ich meine Geschäfts- und Produktionsprozesse? Über welche Kanäle kommuniziere ich mit meinen Mitarbeitern und Kunden? Wo kann ich welche Technologien sinnvoll in der Wertschöpfungskette einsetzen?

Das sind Fragen, die sich Handwerksunternehmen in Zukunft verstärkt stellen und beantworten müssen.

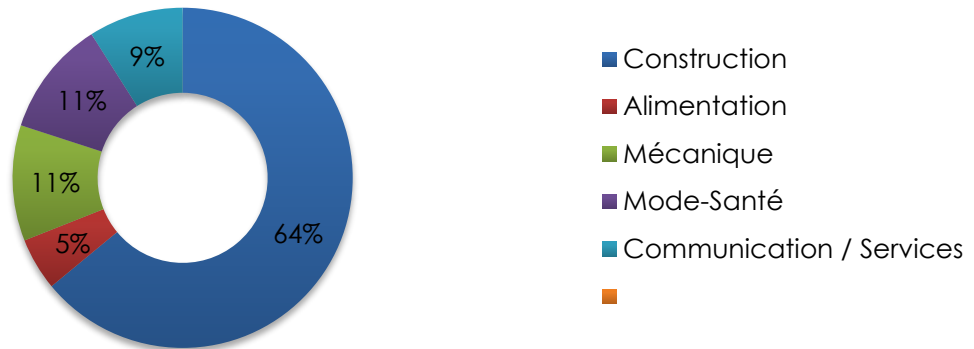
Die Digitalisierung zählt deshalb auch zu den Themenfeldern, die die Fédération des Artisans gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium im Rahmen des **Pakt Pro-Handwerk** entwickeln möchten.

Mit der vorliegenden Umfrage möchte die Fédération des Artisans eine erste Standortbestimmung vornehmen um ein Gefühl dafür zu bekommen inwieweit sich die Unternehmen an der Digitalisierung beteiligen und zu identifizieren wo konkrete Informations- und Unterstützungsformate angeboten werden könnten.

400 Unternehmen aus den Bereichen Bau, Mode-Gesundheit, Mechanik, Kommunikation-Dienstleistungen und dem Lebensmittelhandwerk haben sich an der Umfrage beteiligt. Die Verteilung hinsichtlich Aktivität und Betriebsgröße deckt sich weitgehend mit der statistisch relevanten Grundgesamtheit.

Entsprechend der Mitgliederstruktur und der Handwerkspopulation haben wir jeweils eine deutsche und eine französische Version der Umfrage angeboten.

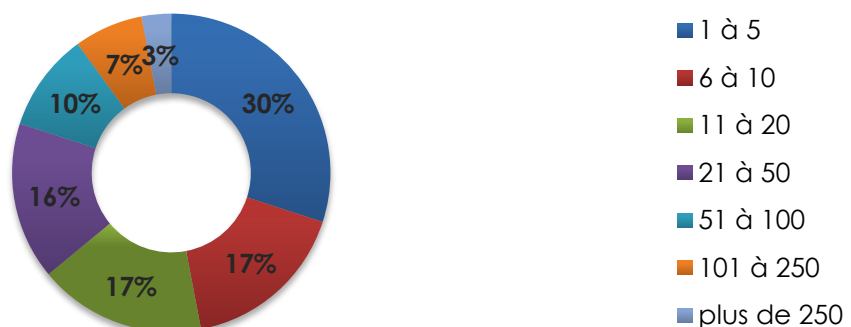
Branche



47 Prozent der befragten Unternehmen beschäftigen weniger als 11 Mitarbeiter. 33 Prozent der Unternehmen beschäftigen zwischen 11 und 50 Arbeitnehmer und Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern stellen 20 Prozent der untersuchten Stichprobe.

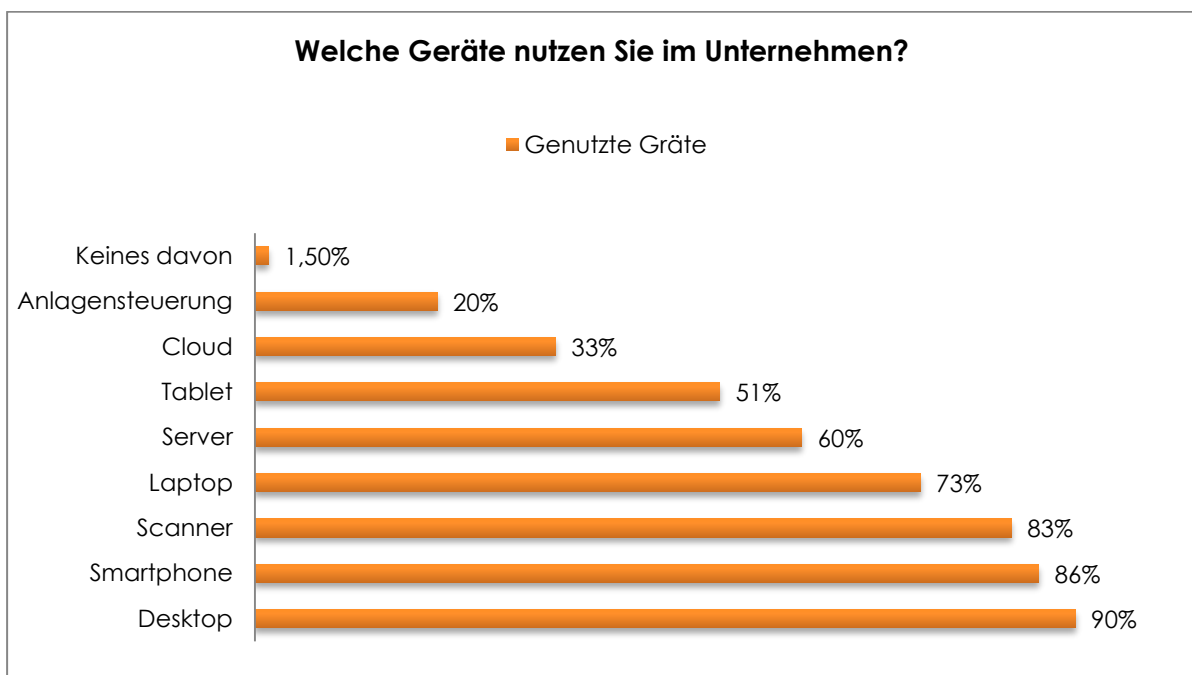
Je nach Aktivität und Betriebsgröße sind teilweise signifikante Unterschiede festzustellen, auf die wir an den entsprechenden Stellen eingehen werden. Zusammenfassend kann man jedoch zurückbehalten, dass kleine Betriebe tendenziell weniger auf digitale Anwendungen zurückgreifen als größere Strukturen. Was die einzelnen Aktivitäten betrifft, kann man sagen, dass das Lebensmittelhandwerk und die Unternehmen aus dem Bereich Mode, Hygiene und Gesundheit weniger digitalisiert sind, als Unternehmen aus dem Bau oder der Mechanikbranche.

Zahl der Mitarbeiter



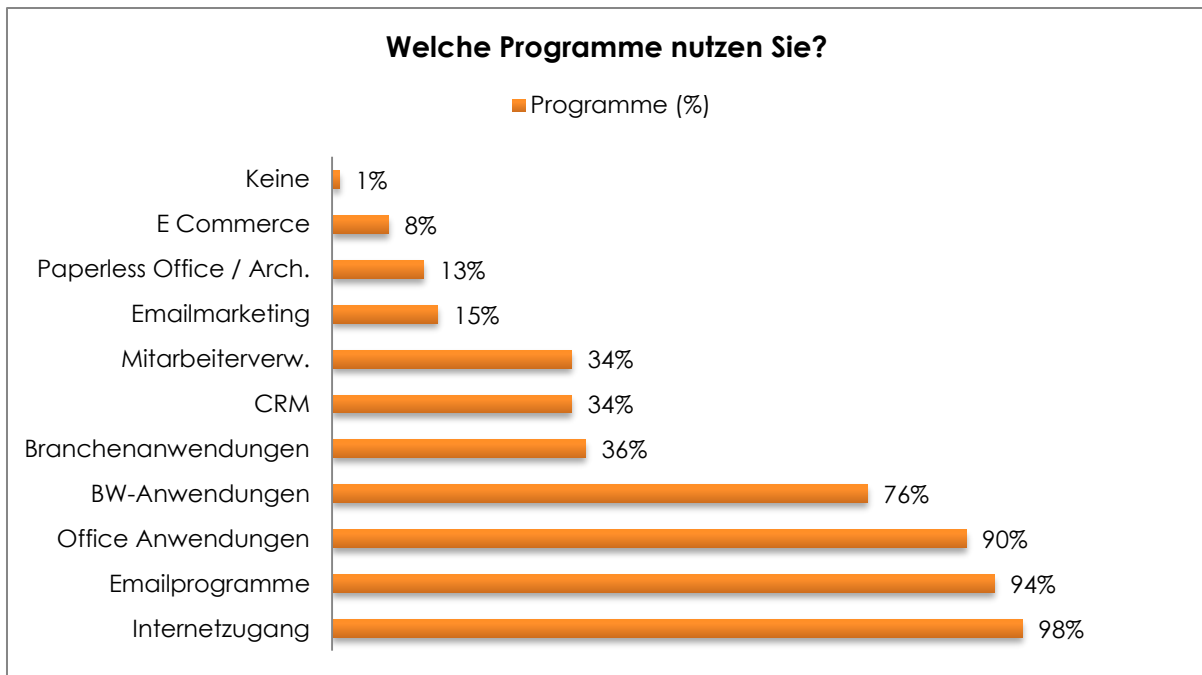
Eine digitale Grundausstattung ist flächendeckend vorhanden

In Luxemburg besitzen 96 Prozent der Haushalte einen Computer respektiv einen Internetzugang. Die Handwerksbetriebe stehen dem in nichts nach. Lediglich 1,5 Prozent der Unternehmen gaben an, kein digitales Gerät zu nutzen. Mit PC, Smartphone und Scanner sind über 80 Prozent der Unternehmen sowohl für mobile Kommunikation als auch für digitales Dokumentenmanagement gerüstet. Immerhin 60 Prozent besitzen einen eigenen Server und 20 Prozent nutzen digital gesteuerte Produktionsanlagen. Am besten sind Mechanikbetriebe ausgestattet, am wenigsten digitalisiert sind im Durchschnitt Unternehmen aus der Modebranche. Unternehmen mit weniger als 6 Mitarbeitern sind in der Regel schlechter ausgestattet als der Durchschnitt.



Drei Viertel der Unternehmen nutzen spezifische Softwareprogramme – E-Commerce hingegen wenig verbreitet

Bei den benutzten Programmen zeichnet sich ein ähnliches Bild. Internetzugang, Email und Office-Anwendungen gehören in den meisten Betrieben zum Standard (jeweils über 90%). Auch betriebswirtschaftliche Anwendung wie etwa zur Buchhaltung, Rechnungsstellung oder Lagerhaltung sind mit 76 Prozent relativ stark verbreitet. Etwa jedes 3. Unternehmen nutzt Softwarelösungen bei der Kunden- und Mitarbeiterverwaltung respektiv berufsspezifische Software (Zeichenprogramme, Diagnose...). Relativ wenig verbreitet sind papierlose Archivierung (13%), E-Marketing (15%) und E-Commerce-Anwendungen (8%). Auch hier sind grössen- und sektorenspezifische Unterschiede feststellbar.



Internetnutzung: Kommunikation, Datenaustausch und Präsentation stehen im Vordergrund

Was die Nutzung von Internet betrifft, stehen Kommunikation, Datenaustausch und die Unternehmenspräsentation im Vordergrund. 95 Prozent der Unternehmen geben an, eine eigene Website zu betreiben.

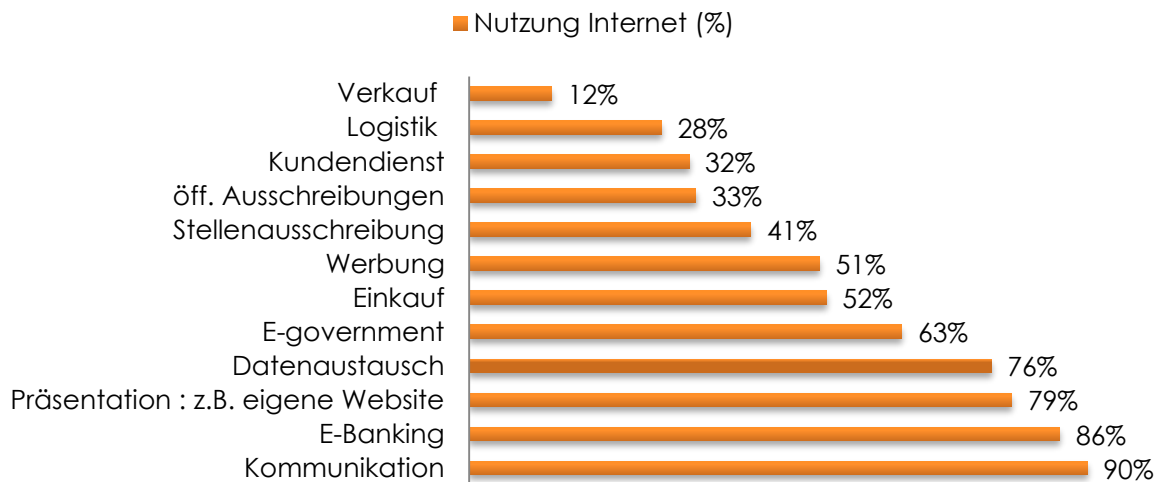
Aber auch der Zahlungsverkehr wird von 86 Prozent der Unternehmen wenigstens teilweise über E-Banking abgewickelt. 63 Prozent nutzen E-gouvernement-Angebote. Etwa die Hälfte der Unternehmen nutzen Internet zu Werbezwecken oder für Einkäufe. 4 von 10 Unternehmen setzen auch auf das Internet, wenn es darum geht neue Mitarbeiter anzuwerben.

Jedes 3. Unternehmen nutzt das Internet im Rahmen öffentlicher Ausschreibungen oder im Bereich des Kundendienstes. Der Verkauf über Internet nimmt mit 12 Prozent eine marginale Rolle ein.

Unternehmen der Mechanikbranche nutzen das Internet in den verschiedenen Hinsichten am meisten.

Auch in den kleinen Unternehmen sind die Kommunikationsfunktionen über Internet gut entwickelt. Sonstige Funktionen wie z.B. Mitarbeiterwerbung sind hingegen unterentwickelt (15% gegen rund 50 % in Unternehmen mit 21 bis 50 Mitarbeiter). Die kleinsten Unternehmen hingegen sind jene, die das Internet am regsten für den Einkauf nutzen. Eine spezifische Hemmschwelle für kleine Unternehmen das Internet zielgerichteter zu benutzen ist auf den ersten Blick nicht erkennbar.

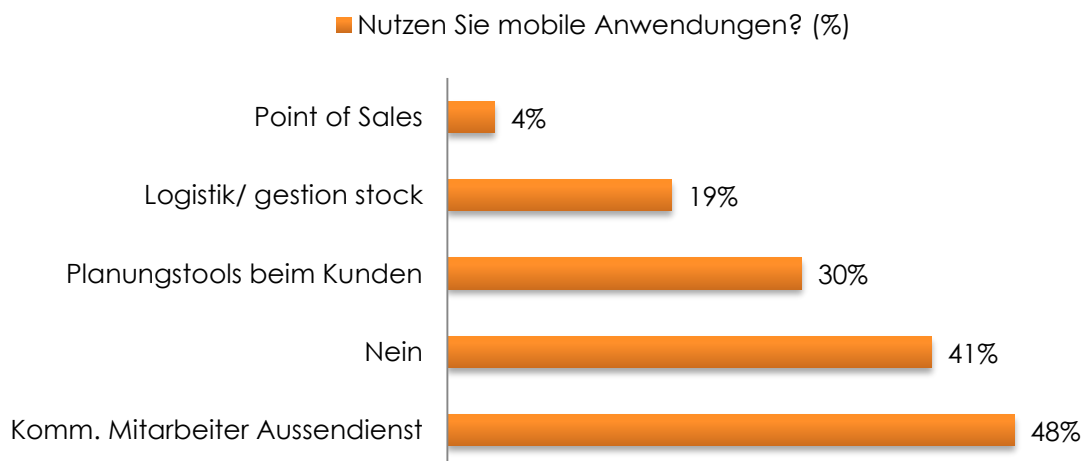
Zu welchen Zwecken nutzen Sie das Internet?



Mobile Tools auch in kleinen Unternehmen

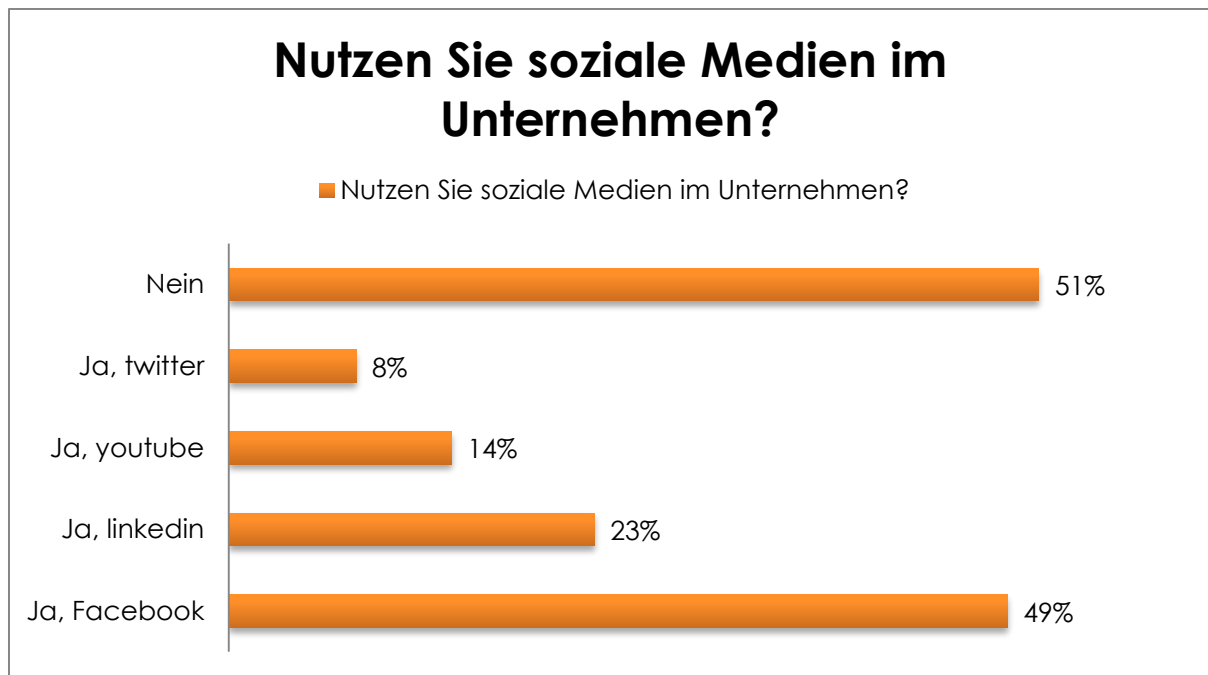
Relativ viele Unternehmen nutzen digitale Anwendungen ausserhalb ihrer Geschäftsräume, seien es Planungstools, die beim Kunden zum Einsatz kommen oder mobile Kommunikation und Datenaustausch mit den Mitarbeitern im Aussendienst oder auf Baustellen. Fast die Hälfte der Bauunternehmen benutzt z.B. Planungs- und Visualisierungstools beim Kunden. Solche Anwendungen sind natürlich im Lebensmittelhandwerk oder im Bereich Mode-Gesundheit kaum verbreitet. Mobile Anwendungen sind auch in kleinen Unternehmen verbreitet, was eventuell auf die begrenzten Supportfunktion z.B. durch administratives Personal zurückgeführt werden kann. 41 Prozent der Befragten geben explizit an, keine mobilen Anwendungen zu nutzen.

Nutzen Sie mobile Anwendungen? (%)



Die Hälfte der Unternehmen sind auf Facebook

Erstaunlich viele Unternehmen geben an auch soziale Medien für ihren Betrieb zu nutzen, allen voran Facebook mit 49 Prozent. Soziale Medien haben den Vorteil, dass es eine relativ einfach zu handhaben und kostengünstige Möglichkeit darstellt, um das Unternehmen und seine Produkte/Dienstleistungen zu präsentieren oder Mitarbeiter zu rekrutieren. Kleine Unternehmen sind dabei genau so aktiv wie grössere. Natürlich muss man sich die Frage stellen, ob die Konten die eingerichtet wurden, auch regelmässig mit Inhalt versorgt und aktiv gepflegt werden.

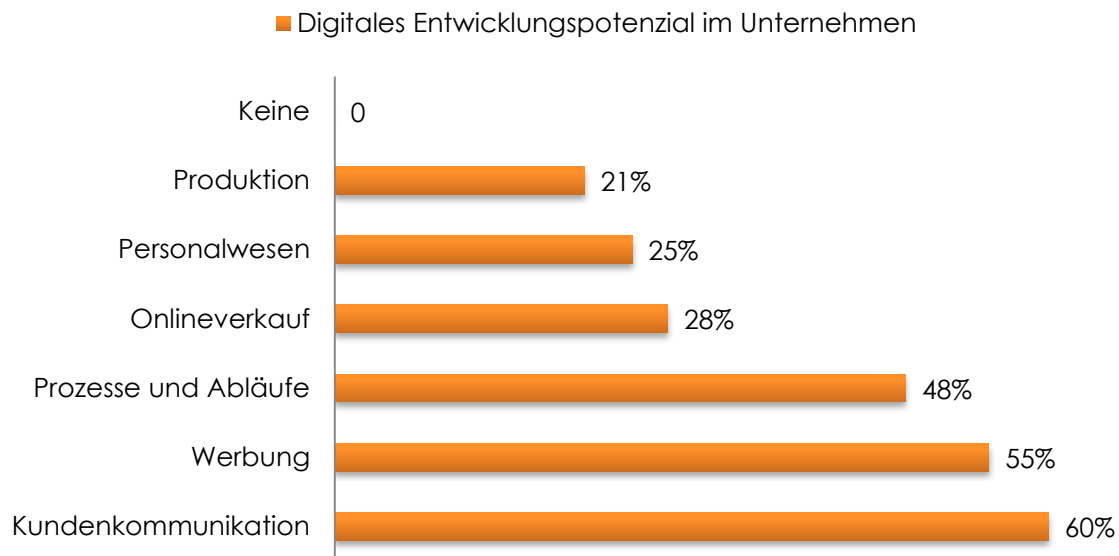


Unternehmen sehen Handlungsbedarf bei Kundenkommunikation und Werbung

Beim Stichwort Digitalisierung liegt der Focus der Unternehmen auf einer verbesserten Kundenkommunikation (60%) und Kundenakquise/Werbung (55%). 48 Prozent der Unternehmen sehen ebenfalls Potenzial im Bereich der Prozesse und Abläufe. Baubetriebe fühlen sich hier überdurchschnittlich gefordert. 55 Prozent unter ihnen sehen Handlungsbedarf bei der Abbildung und Verbesserung ihrer Prozesse.

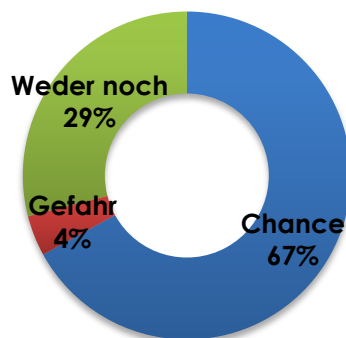
Rund ein Viertel der Unternehmen möchten im Bereich des Onlineverkaufs aktiver werden. Hier stehen besonders die Mechanikbranche und der Bereich Mode-Gesundheit heraus. Einen Digitalisierungsschub in der Produktion steht hingegen im Lebensmittelhandwerk stärker im Fokus des Unternehmen (34% zu 21% im Durchschnitt).

Digitales Entwicklungspotenzial im Unternehmen



Die digitale Gretchenfrage: Handwerksunternehmen mehrheitlich positiv gegenüber Digitalisierung eingestellt

Für mein Unternehmen sehe ich Digitalisierung als:?



Das luxemburgische Handwerk steht der Digitalisierung positiv gegenüber. 67 Prozent der befragten Unternehmen werten diesen Trend als Chance. Lediglich 4 Prozent der Unternehmen befürchten negative Auswirkungen auf ihren Betrieb und 29 Prozent der Betriebsinhaber sehen sich nicht unmittelbar betroffen.

Anknüpfend an die Frage nach den potenziellen Entwicklungsmöglichkeiten kann man davon ausgehen, dass die Unternehmen in der Digitalisierung vor allem eine

Chance sehen ihre Kommunikation zu verbessern respektive ihre interne Prozesse abzubilden und so besser steuerbar zu machen. Während diese Einschätzung in mikroökonomischer Hinsicht durchaus plausibel erscheint, muss man sich fragen, inwieweit Unternehmen das Potenzial neuer Geschäftsmodelle, insbesondere für die Industrie und Plattformen, in ihrer Bewertung berücksichtigt haben?

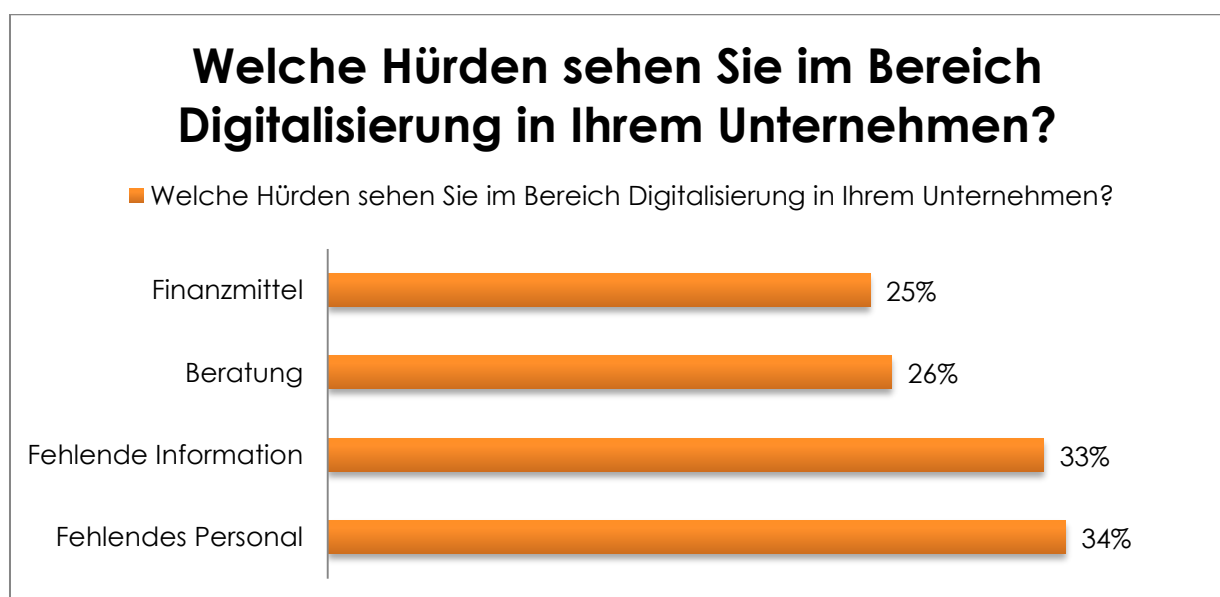
Auch wenn das einzelne Unternehmen nicht alle Variablen der Digitalisierung beeinflussen kann, ist die FDA der Überzeugung, dass jeder Betrieb ein Interesse daran hat, den Faktor Digitalisierung als wichtigen Baustein der Unternehmensstrategie zu berücksichtigen und konkret weiterzuentwickeln.

Die positive Grundhaltung der meisten Unternehmen ist in den Augen der FDA eine gute Voraussetzung für künftige Sensibilisierungsbemühungen, respektive für die Annahme konkreter Angebote, wie z.B. einer gemeinsamen Marketplace für das luxemburgische Handwerk.

Mangelnde Qualifikationen und fehlende Informationen sind die meistgenannten Hürden

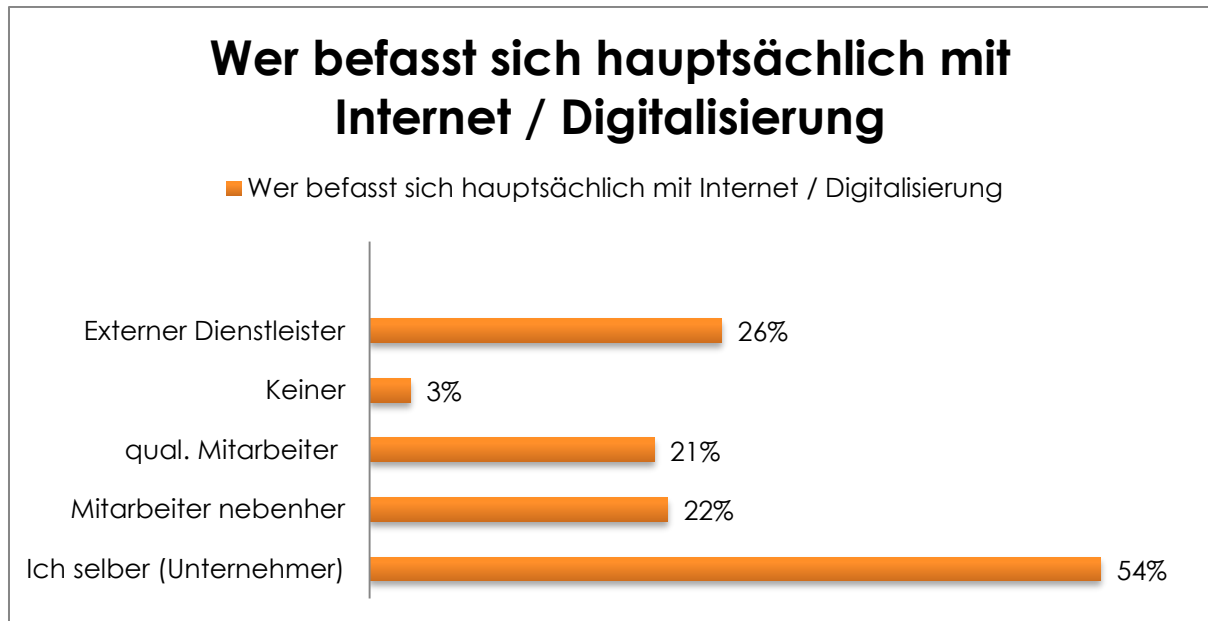
8 von 10 Unternehmen sehen Hürden, die sie auf dem Weg zu mehr Digitalisierung überwinden müssen. Wie immer im Handwerk ist der Mangel an entsprechend qualifizierten Arbeitnehmer die Hürde, die am öftesten genannt wurde, gefolgt von einem allgemeinen Informations- und Beratungsdefizit. Fehlende finanzielle Mittel stellt für rund ein Viertel der Unternehmen ein Problem dar.

Information, Beratung und Weiterbildung sind folgemässig die Bereiche, die die Fédération des Artisans im Bereich der Digitalisierung ausbauen möchte, um den Unternehmen dort eine pragmatische Hilfestellung anbieten zu können. Das gilt auch für die verschiedenen Unterstützungsmassnahmen, die bereits heute über die „Loi cadre“ angeboten werden.

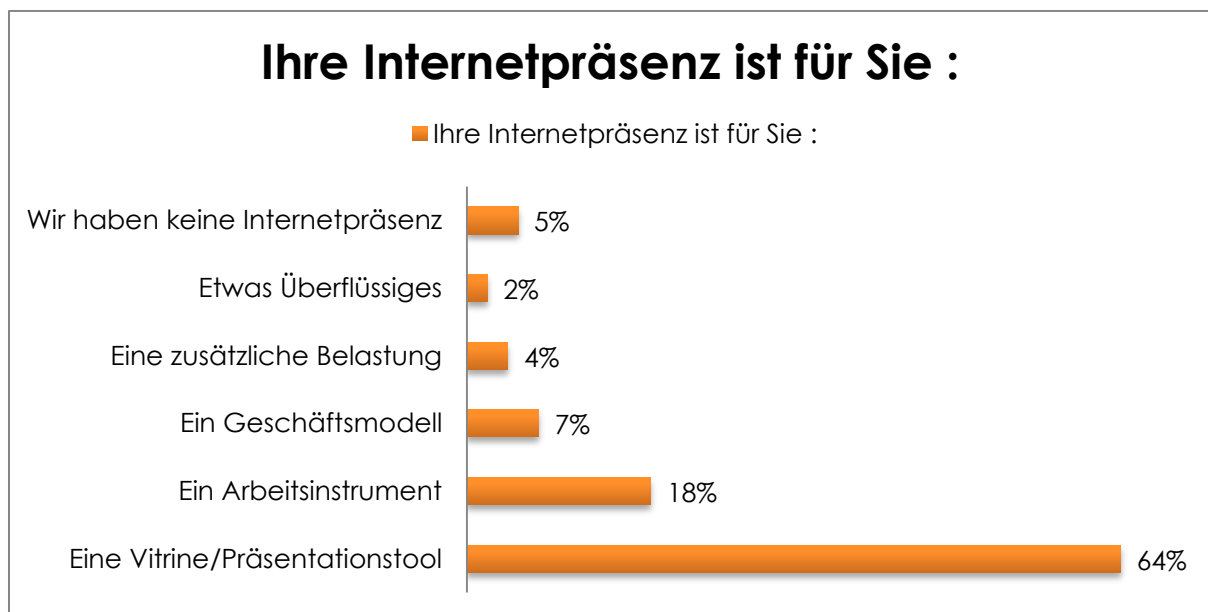


Digitalisierung ist Chefsache

In 54 Prozent der Unternehmen ist es vor allem der Geschäftsführer (über 70 Prozent in Unternehmen mit weniger als 10 Mitarbeitern), der sich um Internet und Digitalisierung kümmert, respektiv ein Mitarbeiter erledigt diese Aufgaben „en passant“ (22 Prozent). In 8 von 10 Fällen steht kein qualifizierter Mitarbeiter im Betrieb zur Verfügung, der diesen Geschäftsbereich betreuen und entwickeln könnte. Ein Viertel der Unternehmen haben die sich daraus ergebenden Aufgaben teilweise an einen externen Dienstleister ausgelagert.



Die eigene Internetseite: Mehr Vitrine als Arbeitsinstrument



Für die Mehrheit der Unternehmen ist die Internetseite vor allem eine digitale Visitenkarte im Netz. Für nur rund jedes 5. Unternehmen ist ihre Internetseite zusätzlich ein Arbeitsinstrument, um z.B. aktiv Kunden zu gewinnen.

Ein eigenes Geschäftsmodell rund um die Internetseite haben lediglich 7 Prozent der befragten Unternehmen entwickelt.

Im Handwerk gibt es also noch reichlich Luft nach Oben, um das Internet zielgerichteter und aktiver für bestehende und neue Geschäftsmodelle zu nutzen.

IT –Sicherheit: Hohes Bewusstsein auf Seiten der Unternehmen

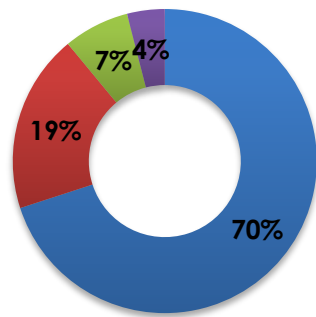
Ein vermehrtes Datenaufkommen, sei es von Kundenseite oder durch eigene Prozesse, bedingt natürlich auch ein erhöhtes Mass an Absicherung. Hier hat es den Anschein als seien sich die Unternehmen dieser Thematik sehr wohl bewusst. 95 Prozent haben ihren Internetzugang in irgendeiner Form abgesichert. 70 Prozent verfügen über eine Firewall und 85 Prozent über einen aktualisierten Virenschutz. Jedes 5. Unternehmen verschlüsselt zusätzlich seine Kommunikation.



Internet der Dinge: Noch ein Randphänomen

Vom 3D Drucker bis hin zu vernetzten und kommunizierenden Gebrauchsgegenständen ist das Internet der Dinge auf dem Vormarsch. In den meisten Handwerksbetrieben ist diese Technologie jedoch noch nicht angekommen. Für 70 Prozent der befragten Betriebschefs ist das Internet der Dinge kein Begriff. Knapp 20 Prozent können zumindest den Begriff einordnen. 7 Prozent denken aktiv über Einsatzmöglichkeiten im Unternehmen nach und 4 Prozent haben bereits konkrete Anwendungen im Unternehmen implementiert.

Haben Sie schon vom Internet der Dinge gehört?



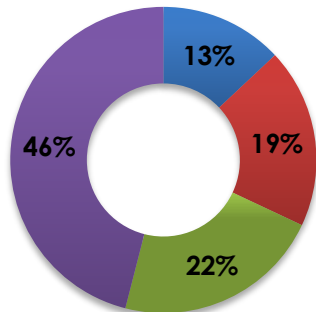
■ Nein, das ist mir kein Begriff

■ Ich habe darüber gelesen

■ Ich denke darüber nach, wie ich es im Unternehmen nutzen könnte

Prozessmanagement: Prozesse abbilden und somit besser steuerbar machen – Eine Herausforderung für das ganze Handwerk

Haben Sie sich mit Prozessmanagement beschäftigt?



■ Alle Prozesse sind formalisiert

■ Wir haben eine Übersicht über unsere Prozesse

■ Jeder kennt seine Aufgaben auf seinem Platz

■ Nein

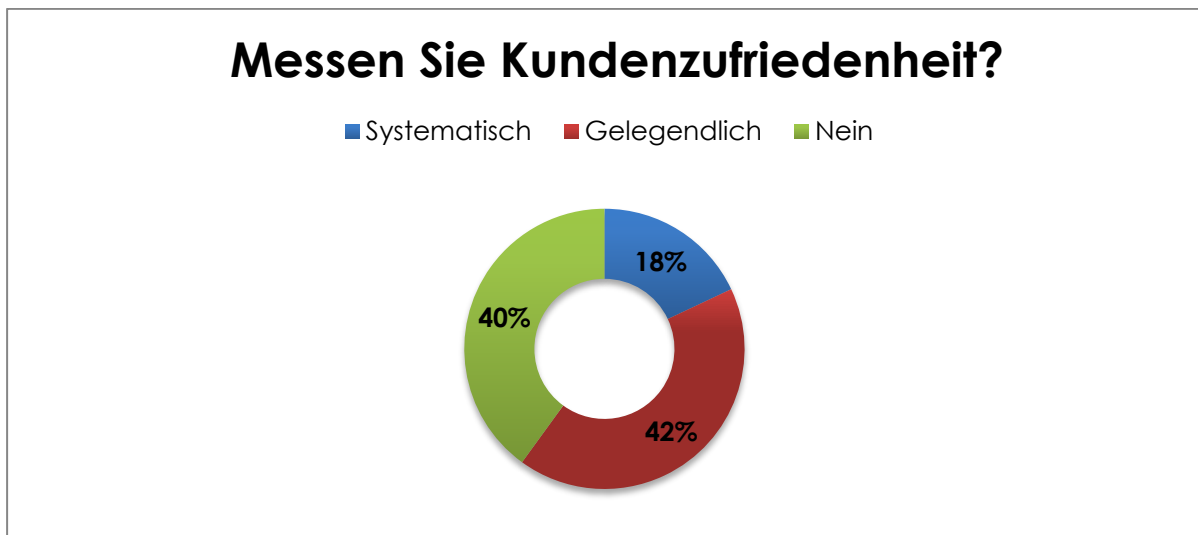
45 Prozent der Unternehmer gaben an, sich noch nicht mit Prozessmanagement beschäftigt zu haben. In 13 Prozent der Unternehmen sind alle Prozesse formalisiert und schriftlich dokumentiert. In jedem 5. Unternehmen hat der Unternehmenschef eine Übersicht über die verschiedenen Produktions- und Geschäftsprozesse. In 22 Prozent der Unternehmen sind Teilprozesse erfasst. Wegen fehlender Formalisierung ist die Prozesskompetenz jedoch oft genug lediglich in den Köpfen einiger Mitarbeiter verankert, deren Wegfall eventuell kritische Folgen haben könnte.

Gerade im Prozessmanagement birgt die Digitalisierung durch verschiedene Visualisierungsmöglichkeiten der Prozesse und der Schnittstellen und Teilautomatisierungen grosses Potenzial zur Effizienzsteigerung und zur Fehlervermeidung. Dies gilt auch für das Qualitätsmanagement, wo oft Schnittstellenproblematiken für mangelhafte Leistungen verantwortlich sind.

In diesem Bereich sieht die Fédération des Artisans besonderen Handlungsbedarf, um die Unternehmen über die verschiedenen Möglichkeiten und Nutzen von einem formalisierten Prozessmanagement zu informieren und eventuell durch ein entsprechendes Weiterbildungsangebot zu begleiten.

60 Prozent der Unternehmen messen Kundenzufriedenheit

6 von 10 Unternehmen messen systematisch oder wenigstens sporadisch die Zufriedenheit ihrer Kunden. Auch hier sind digitale Anwendungen zur Erfassung der Kundenzufriedenheit denkbar. Da die Verbesserung der Dienstleistungsqualität ein Themengebiet darstellt, das im Pakt Pro-Artisanat behandelt wird, könnte man sich auch vorstellen den Unternehmen standardisierte Erfassungstools zur Verfügung zu stellen, um die Messung der Kundenzufriedenheit zu erleichtern.



Schlussfolgerungen und Ausblick

Schaut man heute auf die Altersstruktur der Betriebsinhaber wird schnell klar, dass die Generation der *Digital Natives* noch nicht im Handwerk angekommen ist. Gleichzeitig besteht kein Zweifel daran, dass die Digitalisierung der Gesellschaft und damit auch der Wirtschaft zu den Megatrends gehört, dessen Entwicklung sich in Zukunft voraussichtlich noch beschleunigen wird.

Auch wenn der jetzigen Unternehmergegeneration nicht zu den sogenannten „Digital Natives“ und ihnen oft der intuitive Zugang zur digitalen Welt fehlt, muss sie sich wohl oder übel „digitale“ Kompetenzen erwerben und im Betrieb implementieren um sich in diesem dynamischen Umfeld positionieren. Eine „gute handwerkliche Leistung“ alleine riskiert in Zukunft nicht mehr auszureichen, um das Unternehmen erfolgreich zu entwickeln. Genauso selbstverständlich werden digitale Anwendungen nicht handwerkliches Können, Kreativität und unternehmerisches Geschick ersetzen können. Das gilt auch für Unternehmer über 50, die sich schon mit dem Verkauf oder der Übernahme ihres Betriebes auseinander setzen. Auch da müsste ein Interesse bestehen, das Unternehmen zukunftsfähig aufzusen.

Die Digitalisierung, so wie sie für Luxemburg u.a. im sogenannten Rifkin-Prozess antizipiert wird, wird auch zu neuen Beschäftigungs-, Konsum- und Produktionsformen führen, die von der Politik gestaltet werden müssen, damit tragfähige und verträgliche Rahmenbedingungen entstehen. Dazu zählen einheitliche Regelungen zum Datenschutz und zur Datensouveränität der Konsumenten. Ohne einen gleichberechtigten Zugang zu Daten und zu Datenströmen - nicht zuletzt der Hersteller - drohen die Handwerksbetriebe von neuen Geschäftsmodellen und Wertschöpfungsstrukturen ausgeschlossen zu werden.

Genau so klar ist, dass kleine Handwerksunternehmen finanzielle Anreize erhalten müssen, damit sie bei knapper Ressourcenlage verstärkt in Digitalisierung investieren.

Gleichzeitig müssen möglichst zahlreiche Handwerksunternehmen auf Marktebene den Einstieg respektive ihr Weiterkommen in der digitalen Welt bewerkstelligen.

Die Umfrage zeigt, dass die luxemburgischen Handwerksbetriebe in der Regel bereits heute einen Fuß in der digitalen Tür haben. Die absolute Mehrheit benutzt digitale Geräte und Softwareanwendungen. Besonders im Bereich der Kommunikation und bei der Gewinnung neuer Kunden sehen die Unternehmen Potenzial. Die Umfrage zeigt aber auch, dass die digitale Komponente von den meisten Betrieben noch nicht als integraler Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie gesehen wird. Als FDA erkennen wir einen großen Handlungsbedarf im Bereich der aktiven Gestaltung der Geschäfts- und Produktionsprozesse. Nur ein Unternehmen, das vom ersten Kundenkontakt, bis zum Begleichen der Rechnung seine Prozesse kennt und steuern kann, wird digitale Anwendungen in der Wertschöpfungskette gezielt und wirksam einsetzen können.

67 Prozent der Unternehmen fühlen sich von der Digitalisierung betroffen und sehen darin gleichzeitig eine Chance. Dieses Bewusstsein und positive Grundeinstellung werten wir als günstige Voraussetzungen damit Initiativen, die die Fédération des Artisans und ihre Partner in dem Bereich ins Leben rufen wollen, von den Unternehmen positiv auf- und angenommen werden.

Kontakt:

Fédération des Artisans

Christian Reuter

Secrétaire général adjoint

T : 42 45 11-28

E : c.reuter@fda.lu

I : www.fda.lu – www.fda.lu/digital