InnoWerk

Abschlussbericht des BMBF-Projekts InnoWerk

Förderkennzeichen **01HY0410**

Handwerkskammer Hamburg

Universität Hamburg

GEFÖRDERT VOM
Bundesministerium für Bildung und Forschung

innovative arbeitsgestaltung

Schlussbericht für das Projekt InnoWerk (Innovationsförderliche Unternehmenskultur im Handwerk gestalten: Der Kunde als Impuls betrieblicher Veränderungsprozesse)

Zuwendungsempfänger: **Handwerkskammer Hamburg –** Gewerbeförderungsakademie-GFA Geschäftsbereich Wirtschaftsförderung Projekt InnoWerk Holstenwall 12 20355 Hamburg **Projektkoordination und Projektleitung für das Teilvorhaben HWK:** Frau Dipl.-Psych. Stephanie Wöste	**Förderkennzeichen:** **01HY0409**
Universität Hamburg Fakultät für Erziehungswissenschaft, Psychologie und Bewegungswissenschaft Arbeitsbereich Arbeits- und Organisationspsychologie Von-Melle-Park 11 20246 Hamburg **Wissenschaftliche Projektleitung:** Prof. Dr. Eva Bamberg (Universität Hamburg)	**Förderkennzeichen:** **01HY0410**
Vorhabensbezeichnung – Förderschwerpunkt „Aufbau innovationsförderlicher Unternehmenskulturen“ Verbundprojekt: Innovationsförderliche Unternehmenskultur im Handwerk gestalten: Der Kunde als Impuls betrieblicher Veränderungsprozesse (InnoWerk)	
Laufzeit des Vorhabens: 01.05.2005-31.07.2008	
Berichtszeitraum: - Schlussbericht	

Inhaltsverzeichnis

1 Kurze Darstellung 5

1.1 Aufgabenstellung 5

1.2 Voraussetzungen, unter denen das Vorhaben durchgeführt wurde..... 5

1.3 Planung und Ablauf des Vorhabens 6

1.4 Wissenschaftlicher und technischer Stand 9

1.5 Zusammenarbeit mit anderen Stellen..... 9

2 Eingehende Darstellung 11

2.1 a) Verwendung der Zuwendung und des erzielten Ergebnisses im Einzelnen (Handwerkskammer Hamburg) 11

2.1.1 Aktivitäten zur Gewinnung von Betrieben als Lern- und Entwicklungspartner für die Gestaltung eines Bildungsproduktes im Handwerk..... 12

2.1.2 Wesentliche Aktivitäten und erfolgreiche Vorgehensweisen des Kammer-Teams bei der Akquisition der Handwerksbetriebe..... 12

2.1.3 Die Auswahlkriterien 13

2.1.4 Die zuletzt ausgewählten InnoWerk-Betriebe mit Branchen/Gewerken im Überblick..... 13

2.1.5 Wichtige Vorüberlegungen für die gesamte weitere Steuerung des Prozesses 14

2.1.6 Das Interesse und Engagement der Handwerksbetriebe..... 14

2.1.7 Wichtige Anmerkung für die folgenden Abschnitte à Begriff „InnoWerkstatt“ 15

2.1.8 Die „InnoWerkstatt“ - Ergebnis eines erfolgreich gesteuerten Kommunikations- und Zusammenarbeitsprozesses zwischen Betrieben und Kammerprojekt bzw. Verbund..... 15

2.1.8.1 Teilergebnis aller InnoWerkstatt-Veranstaltungen: Inhaltliche interessante Fragestellungen, erfolgreiche Zugangs-Themen 16

2.1.8.2 Teilergebnis aller InnoWerkstatt-Veranstaltungen: Angewandte Methoden, für die Zielgruppe erfolgreiche Vorgehensweisen 17

2.1.8.3 Teilergebnis aller InnoWerkstatt-Veranstaltungen: Erfolgreiche Weiterentwicklungen für innovationsbereite Betriebe durch mehr Fortbildungsmotivation, strategische Kooperationen und Netzwerkbildung..... 18

2.1.9 Zentrales Endergebnis I des Teilprojektes Handwerkskammer: 19
2.1.9.1 „InnoWerkstatt“ – das Erstkonzept zur weiteren Nutzbarmachung für Bildungsmarketing und Wirtschaftsförderung im Handwerk.... 19
2.1.9.2 Die Bausteinreihe KIKKK: Entwicklung eines innovativen Fortbildungsproduktes für Unternehmer und Führungskräfte im Handwerk 20

2.1.10 Zentrales Endergebnis II des Teilprojektes der Handwerkskammer: Die Bausteinreihe „KIKKK- Mit Kundenorientierung zum innovativen Handwerksunternehmen“; Dozentenleitfaden und Materialien 24

2.1.11 Kommunikation und Transfer: Aktivitäten des Kammer-Teams 24
2.1.11.1 Die besonderen Transferaktivitäten zum Ergebnis I: „InnoWerkstatt“ oder: Gewerke übergreifender Ansatz vor gewerke- und betriebsspezifischem Ansatz beim Transfer der Ergebnisse ins Handwerk 26
2.1.11.2 Der Transfer des zentralen Endergebnisses II: Bausteinreihe KIKKK 28

2.1.b) Verwendung der Zuwendung und des erzielten Ergebnisses im Einzelnen (Universität Hamburg)..... 29

2.2 Wichtige Positionen des zahlenmäßigen Nachweises..... 30

2.3 Notwendigkeit und Angemessenheit der geleisteten Arbeit 30

2.4 Voraussichtlicher Nutzen (Verwertbarkeit des Ergebnisses)..... 31

2.5 Fortschritt auf dem Gebiet des Vorhabens bei anderen Stellen 34

2.6 Veröffentlichungen und graue Papiere 35

1 Kurze Darstellung

1.1 Aufgabenstellung

Die Veränderung gesetzlicher Regelungen und die zunehmende Konkurrenz industrieller Anbieter zwingen das Handwerk zu Innovationen und einer strategischen Neupositionierung. Neue Kundenbedürfnisse, die Nachfrage nach individualisierten Leistungen und Service bieten dabei zugleich große Chancen. Kunden suchen nicht nur das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, sondern auch die verlässliche Beziehung zu einem möglichst umfassend anbietenden Handwerksbetrieb.
Abgeleitet aus dieser Situationsanalyse betraf das Ziel des Projektes die Förderung einer innovativen Unternehmenskultur in Handwerksbetrieben. Als Ausgangspunkt für den Innovationsprozess sollten Kundenimpulse genutzt werden. Die Aufgabe bestand vor allem darin, eine für Handwerksbetriebe geeignete Intervention zu entwickeln, um diese Ziele zu realisieren. Zur Bearbeitung der Fragestellung sollten praktische Implikationen und theoriegeleitete Konzepte gesichtet, empirisch analysiert und weiterentwickelt werden. Die Kundenorientierung war auch im Hinblick auf die Möglichkeit individuelle Kundenbedürfnisse zu berücksichtigen (demografischer Wandel) zu betrachten.

1.2 Voraussetzungen, unter denen das Vorhaben durchgeführt wurde

Das Projekt wurde als Kooperationsprojekt angelegt. Die Handwerkskammer Hamburg, die Universität Hamburg und Hamburger Handwerksbetriebe waren beteiligt. Da kein Rückgriff auf Erfahrungen mit Kooperationen dieser Art möglich war und kaum wissenschaftliche Arbeiten zur Analyse der Thematik für die spezifische Situation im Handwerk vorlagen, mussten viele grundsätzliche Überlegungen, Modellvorstellungen und Herangehensweisen für eine empirische Analyse erarbeitet werden.
Die zur Antragstellung eingebundenen Betriebe standen nach einem längeren Zeitraum zwischen Akquisition und Projektbewilligung nicht mehr alle als Partner zur Verfügung. Die Gewinnung von Handwerksbetrieben zur aktiven Mitarbeit an den Projektinhalten verzögerte zu Beginn des Projektzeitraumes die Untersuchung. Die Notwendigkeit der Suche nach Handwerksbetrieben wurde gleichzeitig genutzt, um die Stichprobe über den Antragsrahmen hinaus auszuweiten damit noch verlässlicherer Informationen durch eine Bestandsaufnahme gewonnen werden konnten. Durch diese aufwendige Arbeitsphase zu Beginn des Projektzeitraumes verschob sich die Projektplanung. Das Projektziel wurde zum Ende des Bewilligungszeitraumes jedoch wie vorgesehen erreicht.