

# DHI-Kooperationsprojekt

## Handwerkspanel - Laufende Beobachtung der Handwerkswirtschaft

Göttingen und München, den 15.12.2015

**Volkswirtschaftliches Institut für  
Mittelstand und Handwerk an der  
Universität Göttingen (ifh)**  
Heinrich-Düker-Weg 6  
37073 Göttingen

**Ansprechpartner:**

**Dr. Klaus Müller**  
Klaus.Mueller@wiwi.uni-goettingen.de  
**Dr. Jörg Thomä**  
Joerg.Thomae@wiwi.uni-goettingen.de  
**Dr. Petrik Runst**  
Petrik.Runst@wiwi.uni-goettingen.de



**Ludwig-Fröhler-Institut**  
Forschungsinstitut im Deutschen  
Handwerksinstitut e.V.  
Max-Joseph-Str. 4  
80333 München

**Ansprechpartner:**

**Dr. Andrea Greilinger**  
greilinger@lfi-muenchen.de  
**Dipl.-Kffr. Alexandra Zehe**  
zehe@lfi-muenchen.de



## Management Summary

Dem Handwerk fehlen verlässliche Daten. Nicht nur in der amtlichen Statistik, auch in umfangreichen empirischen Erhebungen wie dem IAB-Betriebspanel, dem Mikrozensus oder dem Sozioökonomischen Panel sind valide Informationen über Handwerksunternehmen und die dort tätigen Personen Mangelware. Diese unbefriedigende Datenlage trägt dazu bei, dass das Handwerk in der wirtschaftspolitischen Diskussion häufig keine oder nur eine untergeordnete Rolle spielt. Gleichzeitig fällt es schwer, die konkreten Wirkungen der Handwerksordnung wissenschaftlich zu untersuchen. Vorstößen wie aktuell den der Europäischen Kommission, welcher die Lockerung der Berufszugänge fordert, lässt sich in der Folge kaum etwas entgegensetzen.

Als Lösungsweg skizziert die gemeinsam vom LFI München und ifh Göttingen erstellte Konzeptstudie den Aufbau und den Ablauf eines Handwerkspanels. Konkret ist damit eine repräsentative Wiederholungsbefragung einer großen Zahl von Handwerksunternehmen gemeint, wobei der inhaltliche Schwerpunkt auf betriebs- und volkswirtschaftlichen Aspekten liegen soll. Das Paneldesign eröffnet den grundsätzlichen Vorteil, dass sich bestimmte Entwicklungen in der Handwerkswirtschaft über einen längeren Zeitraum hinweg wissenschaftlich valide untersuchen ließen. Entsprechende Erkenntnisse würden daher weit über das hinausgehen, was bereits aus den Konjunkturerhebungen und Sondererhebungen der Handwerkskammern bzw. des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) gewonnen werden kann. Um die nötigen Schritte zur Erreichung dieses Ziels aufzuzeigen, behandelt das Konzept methodische Fragen hinsichtlich der Grundgesamtheit, der Stichprobe und des Gewichtungsverfahrens sowie der Erhebungsart. Mögliche Fragebogeninhalte, die organisatorische Durchführbarkeit und die zu erwartenden Kosten bilden weitere Themenschwerpunkte.

Im Ergebnis zeigt sich das vielversprechende Potenzial, das die Verfügbarkeit eines Handwerkspanels sowohl für Handwerksforscherinnen und -forscher als auch für die Handwerksorganisation mit sich bringen würde. Gleichwohl macht das vorliegende Konzept deutlich, dass damit nur ein erster Meilenstein erreicht ist. Damit es tatsächlich zur Umsetzung kommt, ist neben der Kooperationsbereitschaft der Handwerkskammern nicht zuletzt die Frage der Finanzierbarkeit zu klären.

## Konzeptionelle Skizze zum geplanten „Handwerkspanel - Laufende Beobachtung der Handwerkswirtschaft“

### 1. Problemstellung

In der wirtschaftspolitischen Diskussion spielt das Handwerk häufig keine oder nur eine untergeordnete Rolle. Das liegt auch an der unbefriedigenden Datenlage über das Handwerk. Zwar gibt es seit 2008 eine jährlich erscheinende Handwerkszählung. Diese bietet jedoch nur Informationen über wenige Merkmale (Unternehmen, tätige Personen, Umsatz, Rechtsform, SV- und geringfügig Beschäftigte) und klammert außerdem wichtige Teile des Handwerks aus (vor allem das handwerksähnliche Gewerbe und die nicht-umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen). Weitere amtliche Datenquellen über das Handwerk (z. B. Kostenstrukturstatistik) sind in den letzten Jahren Bestrebungen zur Senkung von bürokratischen Belastungen zum Opfer gefallen. Dieses Manko kann auch nicht durch andere statistische Datenquellen kompensiert werden. So kann in größeren vorliegenden Erhebungen (z.B. IAB-Betriebspanel und andere IAB-Statistiken, Mikrozensus, Sozioökonomisches Panel, KfW-Mittelstandspanel) das Handwerk nur ungenau isoliert werden.

Dies hat zur Konsequenz, dass Informationen über die wirtschaftliche Situation des Handwerks nicht in dem Maße vorliegen, wie es eigentlich wünschenswert wäre. Auch wissenschaftliche Erkenntnisse zu den Auswirkungen von wirtschaftspolitischen Maßnahmen auf das Handwerk fehlen weitgehend. Früher stellte das kein größeres Problem dar, da handwerksspezifische Fragen politisch wenig umstritten waren. Dieser Konsens ist aber brüchig geworden. Dazu haben Tendenzen zur Deregulierung nicht zuletzt im Zuge der Europäischen Integration erheblich beigetragen. Das Handwerk muss nun immer häufiger von sich aus proaktiv aufzeigen, mit welchen Folgen bestimmte Entwicklungen einhergehen oder welche gesellschaftlich erwünschten Ziele nur unter Beteiligung des Handwerks zu erreichen sind. Zu Letzteren zählen etwa Ausbildungsanstrengungen von Unternehmen, gesteigerte Weiterbildung, Stärkung der Innovationstätigkeit, Beschäftigung von Älteren, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Umsetzung der Energiewende, Nachhaltigkeit und vieles mehr. Ein anschauliches Beispiel, dass ein solches Unterfangen auf Basis der bestehenden Datenlage nicht immer leicht ist, liefert aktuell die von der Europäischen Kommission angestoßene Debatte zur Lockerung der Berufszugangsregulierungen im Handwerk. Die größere Verfügbarkeit von verlässlichen Daten würde es sicherlich stark erleichtern, den Befürwortern einer Deregulierung des Handwerks dessen besondere Stellung im Gefüge der deutschen Volkswirtschaft zu verdeutlichen und die Auswirkungen der Novellierung der Handwerksordnung aus dem Jahr 2004 aufzuzeigen.

### 2. Ein Handwerks-Panel als Lösung

Vor dem Hintergrund der beschriebenen Ausgangssituation soll die empirische Datenlage zum Handwerk verbessert werden, indem ein Panel von Handwerksunternehmen gebildet wird, das für regelmäßige Befragungen zur Verfügung steht und solide wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen erlaubt.

Eine Panelbefragung, welche dieselben Teilnehmer regelmäßig einbezieht, hat unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten den Vorteil, bestimmte Strukturentwicklungen und Auswirkungen von wirtschaftspolitischen Maßnahmen über einen längeren Zeitraum hinweg zu untersuchen und mehr Informationen bereitzustellen als herkömmliche Querschnittsbefragungen. Die Erkenntnisse aus einer Panelbefragung gehen demnach weit über mögliche Erkenntnisse hinaus, die aus den Konjunkturerhebungen der Kammern oder Sonderhebungen des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) gewonnen werden können.

Im Ergebnis der regelmäßigen Panelbefragung wären dem Handwerk zu Gute kommende Fördermaßnahmen volkswirtschaftlich besser begründbar. Auf der Umsetzungsebene wiederum würde die handwerkliche Gewerbeförderung und die Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen der Handwerkskammern und anderer Träger von der verbesserten Informationsbasis profitieren, da Unterstützungsmaßnahmen zur Sicherung der Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit von Handwerksunternehmen zielgenauer ausgerichtet werden könnten.

### 3. Aufbau und Ablauf des Handwerkspanels

#### a. Konzepterstellung und Ziel des Projekts

Die Erstellung eines Konzepts zur Ausarbeitung des konkreten Paneldesigns wird vom DHI übernommen. Das **Volkswirtschaftliche Institut für Mittelstand und Handwerk** an der Universität Göttingen (**ifh**) und das **Ludwig-Fröhler-Institut (LFI)** in München haben sich federführend mit der Konzepterstellung auseinandergesetzt. Hierzu zählen zunächst nicht nur Fragen bzgl. der Grundgesamtheit, der Stichprobe, möglicher anzuwendender Gewichtungsverfahren, der Erhebungsart und konkreter Inhalte des Fragebogens, sondern auch Themen wie die Auswahl von zu konsultierenden Experten, die Zuweisung von Verantwortlichkeiten für die laufende Datenauswertung, Panelpflege und letztlich Finanzierungsfragen. Die beiden Institute werden im Folgenden als „**Arbeitskreis**“ bezeichnet.

Als ersten Schritt hat der Arbeitskreis die vorliegende konzeptionelle Skizze erstellt, die als Beratungsgrundlage für die weitere Vorgehensweise dienen soll. Diese enthält auch bereits die Ergebnisse und Erkenntnisse aus einem **Workshop** mit den Schwesterinstituten des DHI, Vertretern des Zentralverbands des Deutschen Handwerks (ZDH) und einigen Kammern, der am **1. Oktober 2015** in Göttingen stattfand. Die vorliegende Konzeptskizze dient der Vorstellung des Projekts innerhalb der Handwerksorganisation und bei möglichen Förderern und Geldgebern.

Die inhaltlich-methodische Kompetenz für das DHI-Handwerkspanel soll künftig beim Arbeitskreis verbleiben, der Fokus des Panels ist **wirtschaftlich** ausgerichtet. Die inhaltlichen Schwerpunkte der anderen DHI-Institute werden jedoch durch Integration spezifischer Frageblöcke berücksichtigt. Sämtliche technischen Kompetenzen werden extern beauftragt. Zu offenen, methodischen Fragestellungen sollen Experten aus Universitätskreisen hinzugezogen werden. Letztere würden sich besonders aus dem Umfeld der Institute anbieten, also beispielsweise Einrichtungen, Institute oder Lehrstühle, die mit der Technischen Universität München oder der Universität Göttingen in Verbindung stehen. Dies würde gleichzeitig zu einer wissenschaftlichen Fundierung des Handwerkspanels beitragen und könnte für eine größere Reputation in der Forschungslandschaft sorgen. Eine abschließende Abstimmung des Konzepts mit diesen Experten macht aber vermutlich erst nach Sicherstellung der Finanzierung Sinn, da für deren Rat und Mitwirkung finanzielle Ressourcen notwendig sein dürften.

**Ziel des Projekts** ist es, das erstellte **Konzept Anfang 2016** dem DHI-Vorstand vorzustellen und über mögliche Finanzierungsquellen zu beraten. Den Kontakt zu letzteren könnte vor allem der ZDH herstellen, der über das notwendige Netzwerk und die politische Schlagkraft verfügt. Vorgesehen ist außerdem, den Präsidenten des ZDH als Schirmherren des Panels zu gewinnen. Kann die Finanzierung längerfristig sichergestellt werden, sollte ein **Gremium** bzw. ein **begleitender Beirat** als feste Institution eingerichtet werden, der mindestens **einmal jährlich** tagt. In diesem Beirat sollten sich vor allem die Finanziere und diverse andere Interessensgruppen befinden, wie beispielsweise das Bundeswirtschaftsministerium, Vertreter des ZDH, der DHI-Geschäftsstelle, der kooperierenden Handwerkskammern, der DHI-Institute und Experten aus der Hochschullandschaft. Ein großer Beirat trägt aufgrund der Beteiligung vieler Interessengruppen, die an der Gestaltung des Panels mitwirken,

zu mehr Legitimität und Akzeptanz bei. Dieser Beirat dient vorwiegend als Diskussions-, nicht aber als Entscheidungsgremium.

#### **b. Bestimmung der Grundgesamtheit und Auswahl der Panelteilnehmer durch Ziehung der Stichprobe mit kooperierenden Handwerkskammern**

In Deutschland gehören rund 583.000 Unternehmen laut **Handwerkszählung** 2012 dem Handwerk an und stellen somit die relevante Befragungszielgruppe dar.<sup>1</sup> Da in der Handwerkszählung aber Unternehmen mit einem Jahresumsatz von weniger als 17.501 Euro<sup>2</sup> nicht enthalten sind, gibt die Handwerkszählung keinen genauen Aufschluss über die tatsächliche Beschaffenheit der Grundgesamtheit. Dem wird Rechnung getragen, in dem die Größenordnung dieser Kleinstbetriebe über die Ergebnisse der bislang vierjährlich stattfindenden ZDH-Strukturuntersuchung (letztmalig 2013) hinzugeschätzt werden.<sup>3</sup> Die so ergänzten Daten der Handwerkszählung dienen als Grundgesamtheit zur Hochrechnung und Gewichtung der Ergebnisse. Sie ermöglichen jedoch keinen Zugang zu den Adressen der Unternehmen.

Dieser Zugang soll über die **Handwerksrollen der Handwerkskammern** geschehen. Jede Handwerkskammer führt eine eigene Handwerksrolle, in der alle Betriebe, welche zulassungspflichtige Handwerke der Anlage A der HWO ausüben, enthalten sind. Alle zulassungsfreien Handwerke oder handwerksähnlichen Gewerbe der Anlage B werden im "Verzeichnis der Inhaber eines Betriebes eines zulassungsfreien Handwerks oder eines handwerksähnlichen Gewerbes" erfasst, welches ebenso in der Verwaltung der Handwerkskammer liegt. Ein großer Vorteil der Handwerksrolle liegt darin, dass Informationen über die einzelnen Mitgliedsbetriebe vorliegen, welche die Handwerkszählung nicht liefert (vor allem Individualdaten wie Adresse, Geschlecht und Nationalität der Inhaber). Über die Handwerksrolle können jedoch keine Aussagen zur Unternehmensgröße getroffen werden, weshalb diese Information in einer Erstbefragung unter den teilnehmenden Panel-Betrieben gesondert abgefragt werden muss. Hierauf wird an späterer Stelle detailliert eingegangen.

Die Ziehung der Stichprobe soll in **Kooperation mit ausgewählten Handwerkskammern** bundesweit erfolgen. Konkret ist geplant, ca. **acht bis zehn** Handwerkskammern als Kooperationspartner zu gewinnen, welche gemäß der vom Arbeitskreis genannten Vorgaben (z.B. hinsichtlich der Stichprobenziehungsart, Auswahlkriterien) eine vorgegebene Zahl an Handwerksbetrieben aus ihrem Kammerkreis auswählen und deren Adressen zum Zwecke der Erstbefragung dem Arbeitskreis überlassen<sup>4</sup>. Diese Handwerkskammern wurden hinsichtlich verschiedener Indikatoren (insbesondere Urbanität (Kammern in Regionen mit hoher und geringer Bevölkerungsdichte [EW je km<sup>2</sup> per 31.12.2014]), geografische Lage der Handwerkskammern (Nord, Süd, West, Ost), Beschäftigtendichte [tätige Personen im Handwerk je 10.000 Einwohner per 31.12.2012], Gründungsintensität im Handwerk [Zahl der Gründungen 2014 je Einwohner] und Veränderung Zahl Handwerksbetriebe 2008 bis 2014) als insgesamt repräsentativ für die Kammerlandschaft Deutschlands identifiziert. Ein erster Vorschlag zur Auswahl der Kammern findet

---

<sup>1</sup> Dies gilt ohne das handwerksähnliche Gewerbe, das auch im Folgenden (leider) vernachlässigt werden muss, da diese Handwerke in der Handwerkszählung nicht erfasst werden.

<sup>2</sup> Sofern sie keinen SV-Beschäftigten enthalten, was angesichts des geringen Umsatzes nicht zu erwarten ist.

<sup>3</sup> Das DHI-Handwerkspanel soll die ZDH-Strukturuntersuchung auch in Zukunft nicht ersetzen. Daher kann auch zukünftig damit gerechnet werden, dass die Hinzuschätzung der nicht umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen in der ergänzenden Handwerkszählung mittels ZDH-Daten sichergestellt ist. Vor diesem Hintergrund muss jedoch beachtet werden, wie die Erfassung doppelter Merkmale in Panel und Strukturuntersuchung vermieden werden kann.

<sup>4</sup> In diesem Zusammenhang ist noch zu klären, wie viele der Betriebe sich bei der Rolleneintragung damit einverstanden erklärt haben, dass ihre Adresse weitergegeben werden darf.

sich in Abbildung 1. Um die Kammern nicht zu überfordern, werden nur Adressdaten für die einzelnen Gewerbegruppen abgefragt. Sämtliche B2-Gewerke sind – wie bereits erwähnt - von Vorneherein ausgeschlossen – die Übermittlung derer Adressdaten ist daher nicht notwendig. In den einzelnen Gewerbegruppen müssen ausreichend viele Adressdaten vorhanden sein, um später auch die Schichtungszellen der Befragungsstichprobe genügend befüllen zu können. Also z.B. bei den wenig zahlreichen Betrieben in den Gesundheitsgewerken müssten deshalb überproportional viele Adressen abgefragt werden. Nach Erhalt der Adressdaten aus den Handwerkskammerrollen bzw. – verzeichnissen müssen diese noch bereinigt werden. Diese **Bereinigung** muss sowohl das Identifizieren und Entfernen von Betrieben umfassen, die als handwerklicher Nebenbetrieb erfasst sind, längst liquidiert sind und die eigentlich keine reinen Handwerksunternehmen sind, sondern nur aufgrund ihrer Funktion als Ausbildungsbetrieb in der Handwerksrolle gelistet sind (wie beispielsweise Universitäten, Automobilkonzerne, Kaufhäuser). Für die spätere Ziehung der Stichprobe ist es also wichtig, dass die von den Kammern bezogenen Adressdaten um diese unbrauchbaren oder veralteten Betriebsadressen bereinigt werden.

Sollte eine der Kammer nicht an einer Teilnahme interessiert sein, wird mit weniger Kammern gestartet (mindestens 8 Kammern) oder eine vergleichbare Kammer gesucht, ohne dass sich die Durchschnittswerte erheblich ändern. Im Vorfeld haben auch bereits andere Kammern ein mögliches Interesse an einer Beteiligung signalisiert, die als Ersatz zur Verfügung stehen. Die endgültige Kammerauswahl erfolgt erst, wenn die Finanzierung des Projekts gesichert ist.

Handwerkskammer	Einwohnerdichte	Beschäftigten- dichte	Gründungs- intensität	Veränderung Zahl Handwerks- betriebe	Geografische Lage
	(Einw. / km <sup>2</sup> )		Gründungen je EW	2008-2014	N, W, S, O
	31.12.2014		2014		
Hamburg	2.296,1	519,95	0,28	2,0%	N
Hannover	244,4	548,05	0,39	5,2%	N
Düsseldorf	960,1	593,51	0,35	7,2%	W
Kassel	151,1	606,19	0,36	5,4%	SW
Stuttgart	724,5	632,96	0,32	-1,2%	S
München und Oberbayern	251,9	661,34	0,42	12,9%	S
Oberfranken, Bayreuth	146,4	686,97	0,46	3,1%	S
Frankfurt/Oder	79,2	567,39	0,44	3,8%	O
Magdeburg	88,9	660,93	0,33	-6,5%	O
Erfurt	139,9	599,61	0,40	-0,5%	O
<b>Durchschnittswerte der 10 Auswahlkammern</b>	<b>263,1</b>	<b>611,34</b>	<b>0,37</b>	<b>5,6%</b>	
<b>Zahl Auswahl-HWKs</b>	<b>10</b>				
<b>Deutschland</b>	<b>225,2</b>	<b>630,64</b>	<b>0,37</b>	<b>4,1%</b>	

Abbildung 1: Vorgeschlagene Auswahl an kooperierenden Handwerkskammern

Wie aus Abbildung 1 erkenntlich wird, liefern die Auswahlkammern ein relativ realistisches Bild der Grundgesamtheit (alle deutschen Kammern) ab, da die Indikatoren für die Summe dieser Kammern nur geringfügig vom bundesdeutschen Gesamtergebnis abweichen. Abhängig davon, welche und wie viele Betriebe der jeweiligen Kammern ihre Teilnahmebereitschaft erklären, dürfte die gezogene Stichprobe relativ nah an eine Repräsentativität für sämtliche Handwerksunternehmen Deutschlands herankommen.

### c. Vergleich mit den Eigenschaften der Grundgesamtheit und anschließende Gewichtung

Im speziellen Fall der Grundgesamtheit des Handwerks in Deutschland wurde bereits an vorheriger Stelle die Hinzuschätzung der Kleinbetriebe mit einem Umsatz von weniger als 17.501€ p.a. zu den Daten der amtlichen Handwerkszählung genannt. Somit liegt in der ergänzten Handwerkszählung auch nur eine Schätzung der Grundgesamtheit vor. Das DHI-Handwerkspanel sieht vor, zunächst die Kleinbetriebe mit einem Umsatz von weniger als 17.501€ miteinzubeziehen, um einem möglichst realistischen Abbild der Handwerkslandschaft in Deutschland gerecht zu werden. Vergleichspunkt wäre demnach die ergänzte Handwerkszählung. Sollte die Rücklaufquote weitaus geringer als erwartet ausfallen, da die nichtumsatzsteuerpflichtigen Betriebe nicht für eine Teilnahme zu gewinnen sind, muss auf diesen Teil des Handwerks verzichtet werden. Die Gewichtung würde dann mit den Daten der amtlichen Statistik erfolgen.

Damit eine Stichprobe als repräsentativ für die Grundgesamtheit gilt, sollten die Anteile bestimmter Kriterien in der Stichprobe denen der Grundgesamtheit entsprechen. Bei Paneldesigns wird die Grundgesamtheit hierzu in verschiedene Schichten eingeteilt. Je stärker diese hinsichtlich der Anzahl an Schichten differenziert ist, umso größer muss die Zahl der Befragungsteilnehmer sein, da sich sozusagen jede einzelne Schichtungszelle als repräsentativ erweisen sollte.

Im Fall des Handwerkspanels schlägt der Arbeitskreis eine Unterteilung in **zwei Schichten** vor: Unterteilung in **Gewerbegruppen und Unternehmensgrößen nach Mitarbeitern**. Eine Unterteilung in Ost und West-Gebiet wird nicht vorgenommen, da über die Auswahl der Handwerkskammern bereits eine geografische Komponente berücksichtigt wird. Die Kriterien besitzen jeweils unterschiedliche Ausprägungen, die der nachfolgenden Auflistung zu entnehmen sind:

1. Gewerbegruppen (8)<sup>5</sup>
  - Bauhauptgewerbe (1)
  - Ausbaugewerbe (2)
  - Handwerke für den gewerblichen Bedarf<sup>6</sup>
    - Produzierendes Gewerbe (3)
    - Dienstleistungsgewerbe (4)
  - Kraftfahrzeuggewerbe (5)
  - Lebensmittelgewerbe (6)
  - Gesundheitsgewerbe (7)
  - Handwerke für den privaten Bedarf (8)
2. Unternehmensgröße nach tätigen Personen (6)<sup>7</sup>
  - 1 Mitarbeiter / Soloselbstständige (1)
  - 2-4 Mitarbeiter (2)
  - 5-9 Mitarbeiter (3)
  - 10-19 Mitarbeiter (4)
  - 20-49 Mitarbeiter (5)
  - 50 und mehr Mitarbeiter (6)

---

<sup>5</sup> Hierbei wird die Gruppierung des Statistischen Bundesamts verwendet.

<sup>6</sup> Diese Gruppe wird aufgespalten, weil die Handwerke für den gewerblichen Bedarf sowohl Gewerbe aus dem produzierenden Handwerk als auch Dienstleistungsgewerbe enthalten, die sich in ihren Strukturen deutlich unterscheiden.

<sup>7</sup> Die Unternehmensgrößenklassen wurden ebenfalls in Anlehnung an das Statistische Bundesamt gewählt. Die Daten gelten einschl. der Inhaber/-innen.

Insgesamt ergeben sich somit 8 x 6 Schichtungsvariablen, also **48 Schichten**. Da jede Schichtzelle **mindestens 60 Unternehmen**<sup>8</sup> zur Gewährleistung der Repräsentativität enthalten sollte, müssten insgesamt **mindestens 2880 Betriebe permanent** an der Panel-Befragung teilnehmen.

Anzahl Personen	tätiger	Gewerbegruppen							
		I	II	III.1	III.2	IV	V	VI	VII
	1	60	60	60	60	60	60	60	60
	2-4	60	60	60	60	60	60	60	60
	5-9	60	60	60	60	60	60	60	60
	10-14	60	60	60	60	60	60	60	60
	20-49	60	60	60	60	60	60	60	60
	50 und mehr	60	60	60	60	60	60	60	60

**Summe 2880**

Abbildung 2: Anzahl der Schichten und darin enthaltene Betriebe

Im Anschluss an die Befragung erfolgt im Rahmen der Datenauswertung eine Überprüfung der Stichprobe hinsichtlich der oben definierten Schichtungsvariablen, um diese mit den Eigenschaften der Grundgesamtheit abzugleichen. Stellt sich also beispielsweise heraus, dass in einer Schichtzelle prozentual zu wenig oder zu viele Betriebe enthalten sind, könnte die Stichprobe über **spezielle Gewichtungungsverfahren** so angepasst werden, dass sie für die Grundgesamtheit repräsentativ ist.

Auch wenn durch die Auswahl der kooperierenden Handwerkskammern bereits ein relativ gutes Bild der Handwerkslandschaft Deutschlands abgebildet wird, stellt sich erst nach der Erstbefragung der Betriebe heraus, ob die gezogene Stichprobe der Grundgesamtheit gemäß der ergänzten Handwerkszählung entspricht. Mit der geplanten Erstbefragung, die sowohl die Teilnahmebereitschaft als auch wichtige Daten der Betriebe abfragt, beschäftigt sich das nachfolgende Kapitel.

#### d. Zusendung der Befragung an Panelteilnehmer

Beim Aufbau kostenintensiver Studien erweist sich generell ein **Pre-Test** mit einigen wenigen Betrieben als sinnvoll. Hierzu könnte eine kooperierende Handwerkskammer in einem ersten Schritt eine kleine Auswahl an Adressdaten liefern, anhand deren das Panel-Szenario einmal komplett durchgespielt wird. Dazu gehören der Erstkontakt mit den Betrieben und die Durchführung der ersten Panel-Befragung<sup>9</sup>. Anschließend erfolgt ein Austausch mit den teilnehmenden Pilot-Betrieben über etwaige Unklarheiten oder Probleme beim Ausfüllen des Fragebogens. Eventuelle Anpassungen der Fragen können im Anschluss vorgenommen werden. Eine testweise Auswertung der gewonnenen Daten gibt außerdem Aufschluss darüber, ob die Formulierung der Fragen und die Antwortmöglichkeiten ebenfalls angepasst werden müssen oder ob diese bereits eine saubere Codierung und Eintragung in eine Datenbank ermöglichen. Nach Durchführung des Pre-Tests und gegebenenfalls Anpassung des Konzepts kann mit der **Erstbefragung** bzw. der Erhebung der ersten Panelwelle begonnen werden.

<sup>8</sup> Sollte das Interesse einer Teilnahme am DHI-Handwerkspanel unter den Betrieben sehr hoch sein, wäre es auch denkbar, die Anzahl der Betriebe in den einzelnen Schichtungszellen zu erhöhen. Vorteil wäre, dass damit eine größere Varianz der Merkmalsausprägungen gegeben wäre.

<sup>9</sup> Ab 01.10.2015 führt der Arbeitskreis im Auftrag der HwK Erfurt ein ähnlich gelagertes Projekt durch. Im Rahmen dieses Projekts könnte ein Pre-Test für das Bundesprojekt stattfinden.

In einem ersten Schritt sind die von den Handwerkskammern übermittelten und in Frage kommenden Betriebe auf ihre Teilnahmebereitschaft und Passung zu überprüfen. Hierzu müssten die **Handwerkskammern** für eine bestimmte Anzahl von Betrieben folgende **Daten als Auszug aus der Handwerksrolle übermitteln<sup>10</sup>**:

- Betriebs-Nr. der HWK
- Name des Betriebs
- Name des Inhabers (sofern abweichend), z.B. Geschäftsführer bei GmbH, bei GbR die Person mit großem Befähigungsnachweis bzw. Zugangsberechtigung)
- Rechtsform
- Post-Adresse
- Handwerkszweig (1. Eintragung bei mehreren) [impliziert A, B1]
- Betriebssitz
- Anzahl Niederlassungen/ Teilbetriebe

Nach Erhalt der Adressdaten von den kooperierenden Kammern erfolgt der zweite Schritt. Hier geht es um eine erste Kontaktaufnahme zu den Unternehmen, um deren Teilnahmebereitschaft abzuklären. Dies soll auf dem Postweg mittels eines **Erstanschreibens** geschehen, indem die Betriebe um ihre Teilnahme gebeten werden. Gleichzeitig erfolgt bereits an dieser Stelle die **Erstbefragung, damit von den teilnahmebereiten Betrieben unmittelbar die noch benötigten Daten erhoben werden können**. Auf dem **Briefkopf** bzw. dem Schreiben sollten die Logos der unterstützenden bzw. involvierten Institutionen erscheinen. Dies verleiht der Panelerhebung einen professionellen und offiziellen Charakter. Dazu gehören das Logo des ZDH, das DHI-Panellogo, das Logo der für den Betrieb jeweils zuständigen Handwerkskammer, die Logos der Universitäten Göttingen und München, und alle Logos der Geldgeber (z.B. des Bundeswirtschaftsministeriums). Außerdem werden den Betrieben im Anschreiben umfangreiche Informationen über das Panel und den genauen Ablauf geliefert. Auch mögliche Anreize, die die Befragten zu einer langfristigen Teilnahme animieren sollen, werden vorgestellt.

Mit ihrer **Rückantwort** können sich die Betriebe zu einer Teilnahme bereit erklären. Außerdem werden mittels der bereits erwähnten Erstbefragung in Form eines **Kurzfragebogens** weitere Informationen erfasst, welche nicht unbedingt aus den Eintragungsdaten der Handwerksrolle zu erkennen sind oder aus Datenschutzgründen nicht übertragen werden durften. Des Weiteren wird die **E-Mail-Adresse des Betriebes** abgefragt, unter der der Teilnehmer am besten zukünftig zu erreichen ist. Da die später folgende Panel-Befragung online-basiert stattfinden soll, ist es sinnvoll, den Befragten die Möglichkeit zu geben, neben einer schriftlichen Rückantwort und Rücksendung des Ausfüllens des Kurzfragebogens aus der Erstbefragung auch **online-basiert** vorzunehmen. Vorteile für den Arbeitskreis liegen in der Einsparung von Zeit und Kosten, die die Eingabe der zurückerhaltenen Fragebögen ins System erfordern würde. Technisch umgesetzt werden könnte dies mit einem Link, der den Betrieb automatisch zur Erstbefragung weiterleitet. Teilnahmebereite Betriebe würde hierzu eine individuelle Betriebs-ID verwenden, die ihnen zuvor zugewiesen wurde und welche sie dem Erstanschreiben entnehmen können. Eventuell erhöht die sofortige Zuweisung der Betriebs-ID<sup>11</sup>,

---

<sup>10</sup> Die Auswahl und Anzahl der zu übermittelnden Adressdaten richtet sich nach der Verteilung der Betriebe im jeweiligen Kammerbezirk gemäß ergänzter Handwerkszählung. Die Adressdaten werden bei den Kammern über das Schichtungskriterium „Gewerbegruppe“ abgefragt, da nicht alle Kammern zum einen eine Aussage zum zweiten Schichtungskriterium „Unternehmensgröße“ leisten können und zum anderen diese nicht überfordert werden sollen.

<sup>11</sup> Eine Verknüpfung von Handwerksrollen-Nummer des Betriebs mit einer individuell zugewiesenen Betriebs-ID ist notwendig, um die aus der Erstbefragung gewonnenen zusätzlichen Daten mit den aus der Handwerksrolle bereits vorliegenden Daten zu verknüpfen.

welche wiederum intern mit der Handwerksrollen-Nummer des Betriebs verknüpft ist, schon die Teilnahmebereitschaft der Betriebe. Schließlich müssen sich die Betriebe mit der **Verwendung und Speicherung ihrer Daten einverstanden** erklären.

**Folgende Merkmale werden** von den Betrieben in der Erstbefragung zur Abklärung der Teilnahmebereitschaft zusätzlich erhoben:

- Grundsätzliche Teilnahmebereitschaft
- Firmenname, Anschrift, Telefonnummer, E-Mail-Adresse (können teilweise aus der Handwerksrolle übertragen werden)
- Nennung der wichtigsten Produktgruppe oder Dienstleistung (zur Wirtschaftszweig-Erfassung und Überprüfung der über die Rolle ermittelten Gewerke-Zuordnung)
- Beschäftigtenzahl (inkl. Inhaber/in)
- Geschlecht, Geburtsjahr, Qualifikation und Nationalität mit etwaigem Migrationshintergrund des/r Inhabers/in

In einem dritten Schritt wird den Betrieben, die Ihre Teilnahme per Rückantwort zugesichert und die Erstbefragung online ausgefüllt haben, **nach Prüfung der Eignung** per Email der **Online-Fragebogen zur ersten Panelwelle** zugesendet. Mit der bereits zugesandten **individuellen Betriebs-ID** erhält jeder Betrieb Zugang zum Fragebogen. Diese ID ermöglicht außerdem eine eindeutige Zuordnung der Befragungsergebnisse zum jeweiligen Betrieb über mehrere Befragungszyklen hinweg. Somit wird dem Design einer Längsschnittbefragung Rechnung getragen. Das Ausfüllen des Fragebogens könnte beispielsweise über einen per E-Mail zugesandten, individuellen Link geschehen oder direkt über einen möglichen Internetauftritt (siehe unten), wo sich jeder Betrieb mit seiner Betriebs-ID und einem individuellen Passwort einloggen kann. Die technischen Möglichkeiten sind hier vielfältig.

Um ein **professionelles Bild** des Panels zu gewährleisten, muss auf ein stilvolles und authentisches Layout geachtet werden. Hierzu sollten der Schirmherr des Panels (denkbar wäre hier beispielsweise der Präsident des ZDH) und sämtliche Finanziers unbedingt genannt werden. Auch ein eigenes **Logo** oder „Wording“ mit Wiedererkennungswert, welches sich über die Jahre hinweg etablieren soll, wie beispielsweise das „**DHI-Handwerkspanel**“, könnte dazu beitragen, dem Ganzen ein professionelles und offizielles Aussehen zu verleihen. Das Logo könnte beispielsweise wie folgt aussehen:



Abbildung 3: Beispielhafter Entwurf für ein DHI-Handwerkspanel-Logo

Aus **organisatorischen Gründen**, aber auch aus **Kostengründen**, schlägt der Arbeitskreis eine reine **Online-Panel-Befragung** anstelle einer schriftlichen Paper-and-Pencil- oder Telefon-Befragung vor. Dies hat zum einen den Vorteil, dass im Gegensatz zu einer Telefonbefragung, kein externer Dienstleister beauftragt werden müsste. Des Weiteren spart eine Online-Befragung sämtliche Portokosten für Zu- und Rücksendung der Fragebögen zu den Teilnehmern. Da mittlerweile annähernd jeder Betrieb im Besitz eines Internetzugangs und einer E-Mail-Adresse sein dürfte, dürften Selektions-Effekte, die aus einer reinen Online-Befragung resultieren könnten, vernachlässigbar sein. Insgesamt sollte die Befragung nicht länger als 20 Minuten für den Befragten dauern - eine

Abschätzung der Seitenanzahl ist aufgrund des geplanten Online-Konzepts schwierig. Ein Balken am oberen und/oder unteren Ende der Seite informiert den Teilnehmer aber über den Fortschritt der Befragung (z.B. „30% bereits beantwortet“). Eine Ausnahme bildet, wie bereits erwähnt, das Erstanschreiben mit Erstbefragung, welches zwar postalisch versendet wird, optional aber elektronisch oder per Paper-and-Pencil ausgefüllt und zurückgesendet werden kann.

Zuletzt sei noch zu erwähnen, dass eine Online-Befragung mit einer entsprechenden Software die Datenauswertung in erheblichem Maße erleichtert, da die Ergebnisse der Befragung sofort digital im System vorliegen und nicht erst vom Papier übertragen werden müssen. Dies spart zum einen Zeit und Personalkosten, die eine Übertragung der Ergebnisse aus einer schriftlichen Erhebung in ein digitales System erfordern würde. Selbst wenn zur Erfassung der Fragebögen eine Software (z.B. TeleForm) benutzt würde, wären die Lizenzkosten zur Anschaffung der Software mit erheblichen Kosten verbunden. Zum anderen werden die Datenauswertung und -analyse so erheblich erleichtert und Fehlerquellen, die bei der Übertragung passieren könnten, von Vorneherein ausgeschlossen.

Die Teilnehmer des Workshops am 01. Oktober 2015 in Göttingen haben die möglichen Vorteile einer reinen Online-Befragung bestätigt. Gleichzeitig gab es aber auch skeptische Stimmen, sowohl hinsichtlich des Risikos von Verzerrungen als auch im Hinblick auf die Möglichkeit einer geringeren Rücklaufquote. Allerdings dürfte eine rein schriftliche Befragung mit erheblichen zusätzlichen Kosten verbunden sein. Die finale Entscheidung hinsichtlich der Erhebungsart wäre daher in der Durchführungsphase zu treffen.

Des Weiteren könnte ein **eigener Web-Auftritt mit eigener Domain** (z.B. [www.deutsches-handwerkspanel.de](http://www.deutsches-handwerkspanel.de)) dazu beitragen, die Außenwirkung des Panels deutlich zu erhöhen. Hier könnte noch einmal über die Inhalte des Panels, die Teilnahmebedingungen und Anreizsysteme informiert werden. Auch Teilergebnisse der vergangenen Erhebungswellen könnten hier bereitgestellt werden. Sollten Handwerksbetriebe sich für eine Teilnahme interessieren, könnten sie in einer speziellen Eingabemaske ihre Daten eingeben und Interesse bekunden. Diese Betriebe wären ggf. für spätere Auffrischungsmaßnahmen interessant.

Die Befragung sollte **einmal jährlich** zum selben Zeitpunkt (z.B. Januar) stattfinden. Bei der Festlegung des Befragungszeitraums sollte darauf geachtet werden, dass keine zeitlichen Überschneidungen mit den Konjunkturumfragen der Handwerkskammern und der Strukturumfrage des ZDH bestehen. Dies würde die Handwerksbetriebe unnötig belasten und könnte zu einer verminderten Teilnahmebereitschaft führen. Eine frühe Befragung im Jahr würde dieses Risiko zwar mindern, hätte aber zum Nachteil, dass wichtige Finanzdaten zu dieser Zeit noch nicht zur Verfügung stünden. Diese sind meistens erst im vierten Quartal vorhanden. Erfahrungsgemäß weisen Befragungen im ersten Quartal jedoch höhere Rücklaufquoten auf als Erhebungen im späteren Verlauf des Jahres.

Die Befragung sollte sich maximal auf einen Zeitraum von fünf Wochen erstrecken, wobei nach circa 2-3 Wochen eine erste Erinnerungs-E-Mail an die Teilnehmer versendet wird, welche die Umfrage noch nicht ausgefüllt haben. Eine letzte Erinnerung erfolgt kurz vor Ablauf der fünf Wochen und Schließung der Online-Befragungsmaske.

Eine Nutzung der Adressdaten für ad-hoc-Befragungen zu relevant gewordenen Themen lehnt der Arbeitskreis eher ab. Hierbei entsteht die Gefahr, dass Panel-Betriebe das ständige Zusenden von Einladungen zu Umfragen als Belästigung empfinden könnten und daher möglicherweise die Teilnahme am Panel abbrechen. Die Panelmortalität könnte sich dadurch erhöhen, weil Teilnehmer nicht zwischen Zusatz- und Panel-Befragung unterscheiden können. Zudem besteht über den Block 4

der Befragung bereits im Rahmen des regulären Panel-Designs regelmäßig die Möglichkeit, aktuelle Themen in die Befragung mit aufzunehmen.

#### e. Inhalte der Panelbefragung

**In Block 1** werden grundlegende **demographische Angaben** zur Person des Betriebsinhabers und allgemeine Fragen zum Betrieb zusammengefasst. Die Daten werden entweder aus dem Handwerksrollenauszug oder der Erstbefragung übernommen. Noch fehlende Angaben können ergänzt bzw. Änderungen vermerkt werden. Für zukünftige Befragungen ist die erneute Eingabe der Angaben dann hinfällig, diese können aber jederzeit von den Teilnehmern überprüft und ggf. aktualisiert werden.

Da es sich um eine Längsschnittbefragung handelt, folgen unmittelbar auf die demographischen Angaben diverse **Basisfragen** (ebenfalls **Block 1**), die in jedem Erhebungszeitraum identische Fragen umfassen. Dies ermöglicht eine Beobachtung der langfristigen Entwicklung hinsichtlich der abgefragten Aspekte. Insgesamt sollen die grundlegenden Angaben und Basisfragen circa 50-60% des Fragebogens ausmachen.

Um der inhaltlichen Breite der DHI-Institute gerecht zu werden, greift **Fragenblock 2** die inhaltliche Struktur der Institute auf. Diese Strukturblöcke (20 bis 30% des Fragebogens) werden alternierend alle drei Jahre erfragt und erhalten somit stärkeres Gewicht. Eine mögliche Aufteilung der Themen auf die drei Jahre könnte sein: Block A: Wirtschaft, Block B: Technik und Innovation, Block C: Bildung und Qualifizierung. Somit können sich alle DHI-Institute hinsichtlich der Befragungsinhalte einbringen.

Zuletzt gibt es einen Zusatzfragen-Block (**Block 3**) mit einem Anteil von ca. 10-20%. In diesem Teil des Fragebogens werden tagesaktuelle und wirtschaftspolitische Themen aufgegriffen, die zu diesem Zeitpunkt von besonderem Interesse sind und nicht über die Konjunkturbefragung der Handwerkskammern oder die ZDH-Strukturumfrage abgedeckt werden. Hierbei muss jedoch besonders darauf geachtet werden, dass diese sich nicht mit den Inhalten aus den anderen Umfragen überschneidet. Die genaue prozentuale Verteilung der Befragungsinhalte auf die einzelnen Blöcke steht jedoch noch nicht fest und ist daher als Vorschlag anzusehen.

Die **Basisfragen** beinhalten Themen wie die aktuelle Wirtschafts- und Geschäftslage, betriebswirtschaftliche Kennzahlen, Personal- und Finanzierungsstruktur und das Investitionsverhalten der Unternehmen. Die alternierenden **Strukturblöcke** des Fragebogens greifen jährlich wechselnd einen bestimmten inhaltlichen Schwerpunkt auf, wie beispielsweise Fragen zu Wirtschaft (Absatz- und Vertriebsstruktur, Investitionsverhalten etc.), Technik und Innovation (Anzahl und Art von Innovationen, Investitionen in F&E etc.), und Bildung und Qualifizierung (Personalstruktur, Entlohnungsparameter etc.). Eine detaillierte Auflistung möglicher Themeninhalte befindet sich in Anhang 1. In den Zusatzfragen könnten Themen wie Digitalisierung, Inklusion und Integration, die aktuelle Flüchtlingsproblematik etc. eine Rolle spielen.

#### f. Auswertung der Panelbefragung und Aufbereitung der Inhalte

Der Arbeitskreis, aus LFI und ifh bestehend, übernimmt gemeinsam bzw. nach interner Absprache die Datenauswertung und -aufbereitung (siehe auch den Punkt Personalkosten in Kapitel *h. Finanzierung des Panels*). Als Ergebnis steht ein standardisierter Projektbericht, der als öffentlichkeitswirksame Publikation online zur Verfügung gestellt wird. Diese Publikation enthält, hochgerechnet auf die Grundgesamtheit, die wichtigsten **deskriptiven Ergebnisse der Befragung**. Tieferegehende Analysen für wissenschaftliche Papiere – vor allem der Basisfragen und der Strukturblöcke – bleiben dann allen Instituten des DHI vorbehalten, da hier eventuell Synergien zu den aktuellen Forschungsprojekten der Institute vorhanden sind.

Außerdem erfolgt eine **Bereitstellung detaillierter Ergebnisse** für die teilnehmenden Betriebe und die kooperierenden Kammern im **Online-Bereich** der Panel-Homepage, auf welchen alle Teilnehmer mit ihrem persönlichen Zugangscode Zugriff haben. Diese Ergebnisse sind individuell für jeden Betrieb und jede Handwerkskammer aufbereitet und unterscheiden sich daher von den zuvor publizierten Gesamtergebnissen der Panelwelle. Spezifische Betriebsauswertungen oder Benchmarks zu Betrieben des gleichen Gewerks dienen als **Anreizsetzung** für eine Teilnahme am Panel. Die Bereitstellung dieser Ergebnisse sollte den beteiligten Betrieben und Ansprechpartnern der Kammern jeweils deutlich kommuniziert werden.

Die Verbreitung der Ergebnisse erfolgt außerdem auf einer **jährlich stattfindenden Pressekonferenz**. Diese sollte unmittelbar im Anschluss an die Fertigstellung der Datenauswertung erfolgen, also voraussichtlich im Sommer jeden Jahres. Auf der Pressekonferenz sollte der Schirmherr des Panels, ein Professor bzw. akademischer Leiter eines der Institute sowie ein Fachexperte des LFI oder ifh vertreten sein, der oder die inhaltlich und methodisch mit dem Panel vertraut sind. Die Pressekonferenz dient vor allem der Information und Ergebnispräsentation gegenüber den Geldgebern des Panels und der medialen Verbreitung und Bekanntmachung der Umfrageergebnisse. Hierbei gilt besondere Aufmerksamkeit dem Frageblock 3, der tagesaktuelle und wirtschaftspolitische Zusatzfragen aufgreift. Ansonsten dürfte es schwierig sein, das öffentliche Interesse aufrecht zu erhalten.

#### **g. Pflege und Auffrischung des Panels und mögliche Anreize für Betriebe und Kammern**

Mit jeder Befragungswelle fallen aufgrund der natürlichen Panelsterblichkeit einige der ursprünglich teilnehmenden Betriebe weg. Eine geringe Panelmortalität ist allerdings ein wichtiges Qualitätskriterium für ein Panel.

Zunächst einmal müssen die Betriebe, die aus bestimmten Gründen nicht mehr an der Befragung teilgenommen haben, hinsichtlich ihrer Eigenschaften und hier besonders hinsichtlich der Schichtungskriterien identifiziert werden. Anschließend ist die Suche nach einem Unternehmen möglich, der den ausgeschiedenen Betrieb in derselben Zelle ersetzt. Um Informationen zu **Überlebensraten** der Handwerksunternehmen zu erhalten oder **systematische Merkmale** der ausscheidenden Betriebe zu ermitteln, wäre es wissenschaftlich von Interesse, den **Grund des Ausscheidens** zu ermitteln. Hier könnte über die E-Mail-Adresse oder möglicherweise die Telefonnummer genauer nachgefragt werden, aus welchem Grund der Betrieb nicht mehr an der Umfrage teilnehmen möchte.

Zur generellen Vermeidung von Panelsterben ist es sinnvoll, den Befragten **Anreize zur Teilnahme** zu setzen, damit der Kern der Panelstichprobe möglichst konstant gehalten wird. Der Arbeitskreis hat sich hierzu über verschiedene Anreizsysteme Gedanken gemacht:

Zunächst einmal wären **geldwerte Anreize** denkbar, d.h., die Befragten erhalten Gutscheine oder kostenlose Abonnements von Magazinen und Zeitschriften mit Handwerksbezug. Gutscheine erfordern jedoch umfangreiche finanzielle Mittel, die vermutlich nicht bereitgestellt werden können. Sie sollten daher nur in Betracht gezogen werden, wenn die Rücklaufquote komplett einbricht. Des Weiteren wären auch **Versicherungen** als Kooperationspartner vorstellbar, die den Teilnehmern Rabatte oder spezielle Aktionsangebote für diverse Versicherungsarten (Berufshaftpflicht-, Lebens-, Unfall-, Berufsunfähigkeitsversicherung) anbieten könnten. Rabatte oder Gutscheine für **Weiterbildungsseminare der Handwerkskammer** könnten ebenfalls lukrativ für die Teilnehmer sein und gleichzeitig positiv zu deren Weiterbildung beitragen. Allerdings müssten hierzu die 8-10 kooperierenden Handwerkskammern, die auch die Adressdaten der Betriebe zur Verfügung stellen,

bereit sein, entsprechende Rabatte zu gewähren. Auch eine **Verlosung** wäre möglich, beispielsweise von Smartphones, Tablet-PCs oder anderen elektronischen Endgeräten – auch in Kooperation mit einem Sponsor. Wer über die Jahre hinweg regelmäßig an der Befragung teilnimmt, könnte zusätzliche Lose erhalten und somit seine Gewinnchancen erhöhen.

Generell sollte die Motivation der Teilnehmer jedoch nicht in erster Linie im Erhalt geldwerter Vorteile begründet liegen. Dies verdeutlicht noch einmal, wie wichtig es ist, den Nutzen des Panels für die Teilnehmer möglichst deutlich im Anschreiben zu Beginn hervorzuheben. Hierzu zählt vor allem der Zugriff auf **spezielle Auswertungen** über einen **Exklusiv-Bereich** auf der Handwerkspanel-Homepage. Vorstellbar wären hier z.B. betriebsindividuelle Auswertungen oder Benchmarks zu Betrieben der gleichen Branche.

Auch den Handwerkskammern, die als Kooperationspartner zur Verfügung stehen, müssen spezifische Anreize gesetzt werden, um diese dauerhaft für eine Kooperation gewinnen zu können. **Kammerspezifische Auswertungen** wären hier denkbar, die es den Handwerkskammern ermöglichen, Informationen über die Betriebe ihres Kammerbezirks (bspw. im Vergleich zum Gesamtergebnis) zu erhalten und somit ihr Dienstleistungsangebot noch zielgruppenspezifischer zu gestalten (z.B. Aussagen über Betriebsstruktur, Absatzradius, Qualifizierungsniveau). Diese könnten den Kammern, ähnlich wie den Betrieben, auch in einem **persönlichen Online-Zugangsbereich** zugänglich gemacht werden. Außerdem könnten die Hauptgeschäftsführer der kooperierenden Kammern oder deren Vertreter in den **Beirat** eingeladen werden (vgl. S. 2), um hier inhaltlichen Input zu leisten. Ein weiterer wichtiger Punkt betrifft die **Auffrischung der Adressdatendatei**. Da es erwartungsgemäß zu Problemen bei der Kontaktaufnahme zu den Betrieben nach Überlassen der Adressen durch die HWK kommen kann, würden die Kammern davon profitieren, wenn ihre Mitgliederdatei durch das Panel wieder aktualisiert würde, beispielsweise durch das Hinzufügen der E-Mail-Adressen der Betriebe oder die Aktualisierung von Telefonnummern<sup>12</sup>.

All diese Anreize sind jedoch mit erheblichem Finanzierungsbedarf verbunden und sollten daher mit dem Beirat und den Geldgebern diskutiert werden.

#### **h. Finanzierung des Panels und Kostenschätzung**

Nachfolgend erfolgt eine grobe Aufstellung aller Kosten, die im Rahmen der geplanten Panelbefragung entstehen könnten. Eine detaillierte Kostenplanung mit genauer Aufschlüsselung der Kosten befindet sich im Anhang 2. Anschließend bietet sich ein Überblick über mögliche Einnahmequellen zur Finanzierung der anfallenden Kosten.

- Kosten für externe Beratung, z.B. Experten von Universitäten, die mit methodischem Rat zur Verfügung stehen.
- Etwaige Kosten für den Zugang zu Adressdaten. Sofern eine Kooperation mit Handwerkskammern umgesetzt werden kann, fallen hierfür keine Kosten an. Allerdings stellt auch das Bereitstellen und Aufbereiten der Adressdaten in verwendbarer Form Aufwand für die Kammern dar, sodass auch hier Anreize gesetzt werden müssten, die eine kostenlose Bereitstellung rechtfertigen.
- Kosten, die bei der Erneuerung des Adressdaten-Pools entstehen (für Ergänzungs- oder Aufstockungss Stichproben), z.B. Versendung Erstanschreiben.

---

<sup>12</sup> Vor diesem Hintergrund müssen auch die juristischen Gegebenheiten beachtet werden. Es ist zu klären, ob ein Abgleich der Adressdaten bzw. Austausch von Daten zwischen HWK und Panel-Verantwortlichen möglich ist, oder ob nur die Übermittlung der Adressdaten nach dem Einbahnstraßenprinzip von HWK zum Arbeitskreis datenschutzrechtlich erlaubt ist.

- Kosten, die für die Nutzung der Software entstehen, mit welcher die online-Befragung durchgeführt wird (z.B. EFS Panel, Ingress, Netigate). Diese Software wird permanent benötigt – nicht nur für die Durchführung der Befragung, sondern auch für die Erstellung der Fragebögen, die sich zumindest in den Strukturblöcken und Zusatzfragen von der vorherigen Welle unterscheiden. Eine reine online-Befragung wurde als Szenario A in der Kostenschätzung dargestellt.
- Kommt es zu einer durchgehend schriftlichen Befragung (Szenario B), fallen zwar keine Kosten für die Software der online-basierten Variante an, dafür aber Druck- und Versandkosten. Bei der Fülle an Betrieben ist es vermutlich sogar sinnvoll, eine externe Druckerei mit dem Versand der Fragebögen zu beauftragen. In diesem Szenario muss außerdem eine Software beschafft werden, welche die zurückerhaltenen Fragebögen ausliest und in digitales Format umwandelt.
- Für die Software, welche für die Datenauswertung genutzt wird, fallen außerdem Lizenzgebühren an (z.B. Stata).
- Kosten für die Vorbereitung und Durchführung der Befragung; z.B. Portokosten, die im Rahmen der Zusendung des Erstanschreibens anfallen; eventuell Kosten für die Auslagerung der Durchführung an einen externen Dienstleister.
- Personalkosten für die über Jahre hinweg konsistente Pflege des Panels und Auswertung der Daten. Die Errichtung und dauerhafte Pflege des Panels sollte als **Daueraufgabe** beim ifh Göttingen und LFI München fest verankert werden. An beiden Instituten könnte hierzu jeweils eine halbe Stelle implementiert werden. Die Aufgaben müssten jedoch klar getrennt sein und zugewiesen werden. Insgesamt fällt geschätzt eine **volle Stelle** an, deren Aufgabenbereich nachfolgende Tätigkeiten umfassen würde:
  - o Pflege und Auffrischung der Adressdatei
  - o Kontakt zu Handwerkskammern und Kooperationspartnern
  - o Erstellung der Anschreiben an Betriebe
  - o Organisation der Anreize für Teilnehmer und Handwerkskammern
  - o Erstellung der jeweiligen Fragebögen
  - o Versand der E-Mails in jeweiliger Befragungswelle
  - o Kontrolle des Rücklaufs (Abgleich der Antworten mit Adressdatei und Identifikation/Eliminierung der Nicht-Antworten)
  - o Durchführung der Nachfassaktionen
  - o Vornahme der Grundauswertung (soweit nicht automatisch)
  - o Erstellung und Formulierung Ergebnisbericht
  - o Zusatzauswertungen für Betriebe und Handwerkskammern
  - o Erneuerung der Adressdatei je Panelwelle aufgrund von Panelmortalität
  - o Evtl. Erstellung von Aufsätzen etc. mit tiefgehenden wissenschaftlichen Auswertungen
- Kosten für Server, Datenschutz, System-Back-Ups: In einem der beiden Institute müsste außerdem der Server stationiert werden, der sämtliche sensiblen Daten enthält. An Experten ausgelagert werden sollten Themen wie Datensicherheit, Datenschutz, Back-Ups, etc.
- Für Fragen rund um Datenschutz, Datenspeicherung, Anonymisierung und Vergabe von Zugriffsrechten wird rechtlicher Rat benötigt, der durch den Rechtsbereich des LFI zum Teil zur Verfügung gestellt werden kann. Datenschutz ist auch für die Handwerkskammern ein sehr wichtiges Thema, wenn es beispielsweise um die Übermittlung der Adressdaten an den Arbeitskreis geht. Doch auch die inhaltlichen Fragen der einzelnen Frageblöcke sollten eine genaue juristische Begutachtung durchlaufen, auch wenn Wissenschaftler per se weniger strengen Auflagen und Restriktionen unterliegen als beispielsweise Kammern. Die jeweilig zu

beachtenden Datenschutzbestimmungen dürften somit auch davon abhängig sein, wer der juristisch Verantwortliche für die Durchführung der Studie ist – ob also das DHI die Panelbefragung selbst durchführt oder die kooperierenden Kammern im Auftrag des DHI handeln.

Für die Finanzierung des Handwerkspanels sollen überwiegend Drittmittel dienen. Eine **Förderung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie** über mehrere Jahre hinweg wäre hierfür denkbar. Zumindest sollte es Ziel sein, das BMWi für eine Anschubfinanzierung zu gewinnen. Die restlichen, fehlenden Mittel könnten aus DHKT-Geldern zur Verfügung gestellt werden. Eine Finanzierung aus DHI-Mitteln wurde von den Workshop-Teilnehmern jedoch mehrheitlich abgelehnt.

Der **Zentralverband des Deutschen Handwerks** könnte ebenfalls als Finanzier zur Verfügung stehen, dient aber in erster Linie als Aushängeschild mit ideeller Unterstützung. Die Einwerbung von **Drittmitteln** über andere Projektpartner, wie beispielsweise Versicherungsunternehmen (IDUNA, Münchner Verein, Handwerkerversicherung), wäre ebenfalls denkbar, birgt jedoch die Gefahr, dass diese ihre eigenen Interessen aufgrund der finanziellen Beteiligung stärker durchzusetzen versuchen und die Inhalte der Befragung beeinflussen könnten. Auch industrielle Firmen, die eng mit dem Handwerk zusammenarbeiten, wie beispielsweise Würth, Engelbert Strauss etc., kämen als Drittmittelgeber in Frage oder könnten zumindest als Sponsoren für geldwerte Anreize fungieren.

Der Verkauf von Daten aus dem Panel an Firmen wird vom Arbeitskreis eher abgelehnt, da dies einen Widerspruch zum wissenschaftlichen Anspruch des Panels darstellt. Eine Bereitstellung an andere Forschungseinrichtungen oder Universitäten wird allerdings weniger kritisch gesehen, solange die Anonymisierung der Daten nicht gefährdet wird und besondere Sorgfalt beim Datenschutz angelegt wird.

## Anhang 1: Fragenkomplexe

### A) Anzufordernde Daten aus der Handwerksrolle

- Betriebs-Nr. der HWK
- Name des Betriebs
- Name des Inhabers (sofern abweichend), z.B. Geschäftsführer bei GmbH, bei GbR die Person mit großem Befähigungsnachweis bzw. Zugangsberechtigung)
- Rechtsform
- Post-Adresse
- Handwerkszweig (1. Eintragung bei mehreren) [impliziert A, B1]
- Betriebssitz
- Anzahl Niederlassungen/ Teilbetriebe

### B) Erstbefragung der Betriebe (aus Kurzbefragung der Unternehmen in Kombination mit Erstanschreiben zur Teilnahmebereitschaft)

- Grundsätzliche Teilnahmebereitschaft
- Firmenname, Anschrift, Telefonnummer, E-Mail-Adresse (können teilweise aus der Handwerksrolle übertragen werden)
- Nennung der wichtigsten Produktgruppe oder Dienstleistung (zur Wirtschaftszweig-Erfassung und Überprüfung der über die Rolle ermittelten Gewerke-Zuordnung)
- Beschäftigtenzahl (inkl. Inhaber)
- Geschlecht, Geburtsjahr, Qualifikation und Nationalität mit etwaigem Migrationshintergrund des Inhabers

➔ **Block 1: Grundlegende Angaben** (kombiniert aus A) Handwerksrolle und B) Erstbefragung)

### C) Fragenkomplexe der Panelerhebung (beispielhafte Aufzählung möglicher Inhalte)

**Block 1: Basisfragen** (jährlich identisch und fix; zusätzlich zu den grundlegenden Angaben A) und B) // 50-60%)

- Aktuelle Wirtschafts- und Geschäftslage (Qualitative Einschätzung zur aktuellen Wirtschaftslage, Jahresumsatz, ...)
- Betriebswirtschaftliche Kennzahlen (Bilanzsumme, Jahresüberschuss, -fehlbetrag, Geschäftsführergehalt, ...)
- Personalstruktur (Anzahl Vollzeit- und Teilzeitbeschäftigte<sup>13</sup>, Anzahl Auszubildende, Fluktuationsrate, Übernahmerate Auszubildende, ...)
- Finanzierungsstruktur (Anteil Eigenkapital, kurz- und langfristige Verbindlichkeiten, Finanzierungsquellen, ...)
- Investitionsverhalten (Investitionsarten, -volumen)

---

<sup>13</sup> Hier stellt sich die Frage, ob eine detaillierte Erfassung von Mitarbeitermerkmalen (Vollzeit, Teilzeit, Minijobs) regelmäßig im Basisblock oder nur alle 3 Jahre im Strukturblock erfolgen soll. In den anderen beiden Jahren würde im Basisblock lediglich eine Erfassung der „absoluten Köpfe“ erfolgen. Eine jährliche Befragung böte die Möglichkeit von Arbeitsmarktanalysen im Hinblick auf die Konjunktur. Zudem stellt sich die Frage der Einsortierung der Betriebe in die MA-Kategorien (z.B. 1 VZ + 2 Minijobber) – hier müssen noch exakte Regelungen getroffen werden.

**Block 2: Strukturfragen** (jährlich, Blöcke alternieren // 20-30%)

- Block A: Wirtschaft
  - Detailliertes Investitionsverhalten (z.B. Investitionsstau, Finanzierungsquellen)
  - Absatz- und Vertriebsstruktur (Absatzradius, Abnehmerstruktur, ...)
- Block B: Technik und Innovation
  - Innovationsverhalten
  - Innovationstrends und Rahmenbedingungen für Innovationen
- Block C: Bildung und Qualifizierung
  - Detaillierte Personalstruktur (nach Qualifikation, Nationalität, Geschlecht, ...)
  - Arbeitsorganisation

**Block 3: Zusatzfragen** (wechselnde tagesaktuelle Themen, einmalig // 10-20%)

- Digitalisierung
- Inklusion und Integration
- Kooperations- und Netzwerkverhalten
- Inanspruchnahme öffentlicher Förderungen / anderer Serviceleistungen (z.B. durch Kammern)
- Innungsverhalten / ehrenamtliches Engagement des Inhabers
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Work-Life-Balance
- Unternehmenskultur / Werteorientierung
- Personalpolitik (Familienfreundlichkeit, Arbeitszeiten, Tarifbindung, Anreizsysteme/ Vergütung, Arbeitsschutz)
- Energie
- Unternehmensführung und Betriebsstrukturen
- Betriebliche Nachfolge und Familienunternehmen

Anhang 2: Kostenschätzung

	Szenario		Anmerkung	für 1. Welle	ab 2. Welle (laufende Kosten)
<b>Externe Beratung</b>		Methodischer Rat (Experten aus Universitätskreisen)	2 Experten für 4 Tage á 1250 €/Tag	10.000,00 €	2.500,00 €
<b>Personalstelle</b>		100% Stelle, die auf ifh und LFI gleichermaßen aufgeteilt wird	inkl. Gemeinkosten	80.000,00 €	80.000,00 €
<b>Homepage / Internetauftritt</b>		Kosten für Internetdomain		5,00 €	5,00 €
		Aufsetzen, Aktualisierung und Pflege der Internetseite	extern	5.000,00 €	1.000,00 €
		Erstellung DHI-Panellogo	extern	400,00 €	- €
<b>Durchführung der Befragung</b>		Versandkosten Erstanschreiben (Porto + Briefumschlag)		12.800,00 €	
		Druckkosten Erstanschreiben	ausgehend von 20.000 Erstanschreiben á 3 Seiten	6.000,00 €	
		Versandkosten Erstanschreiben Panelmortalität (Auffrischung) (Porto + Briefumschlag)	ausgehend von 2.000 Betrieben, die mit jeder Welle neu angeschrieben werden müssen		1.280,00 €
		Druckkosten Erstanschreiben Panelmortalität (Auffrischung)	ausgehend von 2.000 Betrieben, die mit jeder Welle neu angeschrieben werden müssen		600,00 €

DHI-Projekt: Handwerkspanel - Laufende Beobachtung der Handwerkswirtschaft

	<b>Szenario A</b>	Durchführung einer rein online-basierten Befragung (Erstellung der Fragebögen, Umsetzung in online-Portal, Aufbereitung Datensatz, Beratung etc.)	Auslagerung an externen DL denkbar, z.B. EMNID	5.000,00 €	2.500,00 €
	<b>Szenario B</b>	Rein schriftliche Befragung	ausgehend von 3000 jährlich teilnehmenden Betrieben		
		Druckkosten	ausgehend von Fragebogen mit 5 Seiten	4.500,00 €	4.500,00 €
		Porto + Briefumschlag		4.410,00 €	4.410,00 €
		Externer Abwickler (Druck, Eintüten, Versand)		500,00 €	500,00 €
<b>Anreize für Teilnehmer</b>		geldwerter Anreiz		5.000,00 €	5.000,00 €
		Verlosung von Tablets, Smartphones, PCs	5 Gadgets á 500€	2.500,00 €	2.500,00 €
<b>Software</b>		Auswertung der Daten (Stata, R, ...)	2 Lizenzen Stata/SE: \$ 1395 both (up to 2.14 billion number of observations) Stata/MP: 2-cores \$ 2090 (up to 20 billion)	2.000,00 €	
	<b>Szenario B</b>	Software zur Erfassung der Fragebögen (z.B. TeleForm)		10.000,00 €	
<b>IT, Server</b>		Anschaffung von Server incl. Einrichten	-	6.600,00 €	
		Auslagerung von Back-Ups/Sicherung, Wartung, ...	externer DL		1.000,00 €
<b>Rechtlicher Rat</b>		bzgl. Datenschutz, Datenspeicherung, Zugriffsrechte, ...		3.000,00 €	- €

DHI-Projekt: Handwerkspanel - Laufende Beobachtung der Handwerkswirtschaft

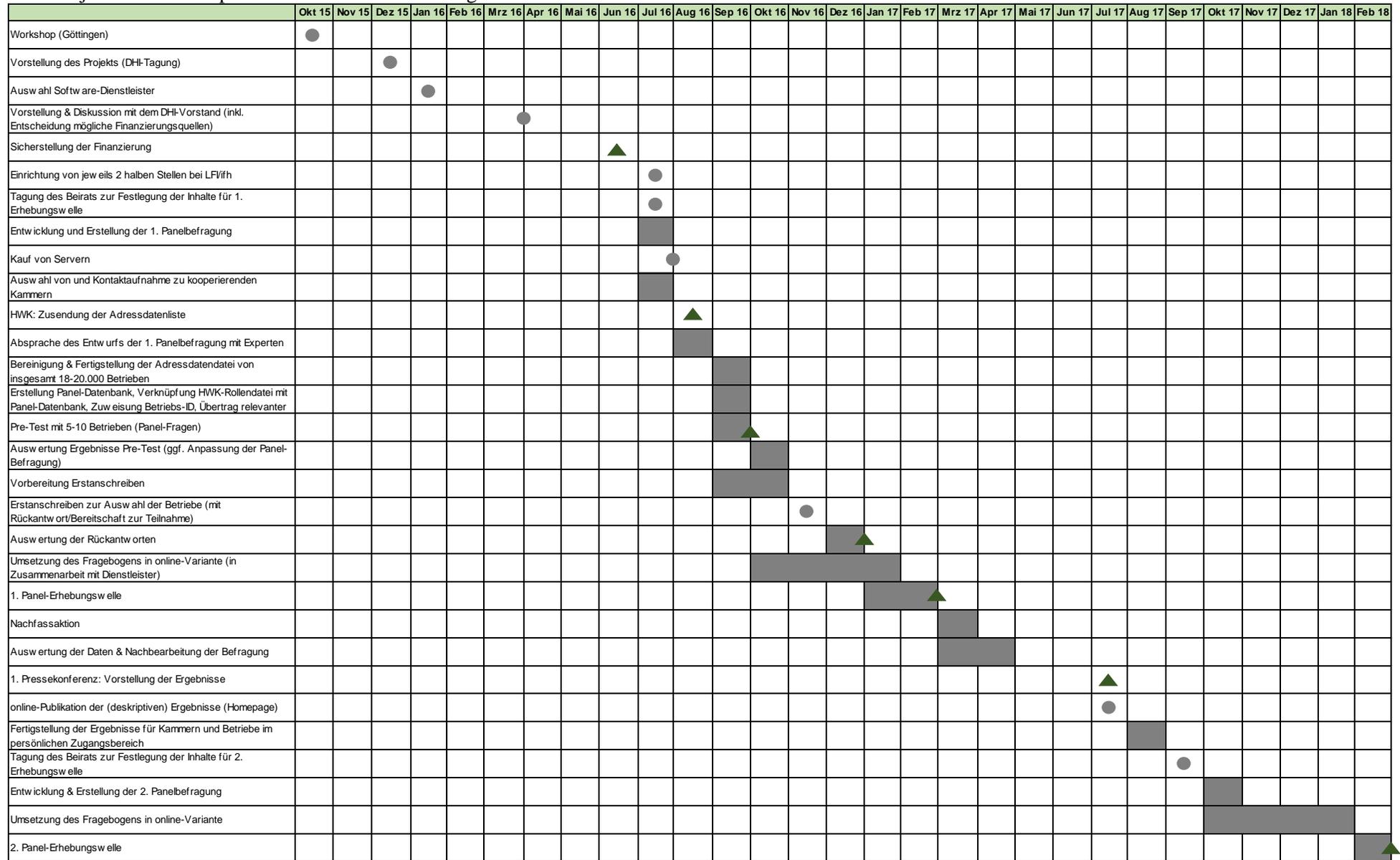
<b>Publikation der Ergebnisse</b>		Organisation und Durchführung der Pressekonferenz		1.500,00 €	1.500,00 €
		Publikationsdruck (falls gewünscht)	Auflage von 1000 Stück á 5€	5.000,00 €	5.000,00 €
			<b>Summe Szenario A (online)</b>	<b>144.805,00 €</b>	<b>102.885,00 €</b>
			<b>Summe Szenario B (schriftlich)</b>	<b>159.215,00 €</b>	<b>109.795,00 €</b>

DHI-Projekt: Handwerkspanel - Laufende Beobachtung der Handwerkswirtschaft

Anhang 3: Weiterer Zeitplan

Auf der nachfolgenden Seite befindet sich ein detaillierter Zeitplan über den weiteren Ablauf des Projekts.

# DHI-Projekt: Handwerkspanel - Laufende Beobachtung der Handwerkswirtschaft



Legende: ▲ Meilenstein  
● Termin