



Klaus Müller

## Kundenstruktur im Handwerk

61

Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien

Seminar für Handwerkswesen  
an der Universität Göttingen

**sfh**

GÖTTINGER HANDWERKSWIRTSCHAFTLICHE STUDIEN

---

Herausgegeben von Prof. Dr. Wolfgang König  
und Prof. Dr. Gustav Kucera

BAND 61

# Kundenstruktur im Handwerk

von  
Klaus Müller

Gedruckt als Veröffentlichung des Seminars für  
Handwerkswesen an der Universität Göttingen  
Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut e. V.

---

Die Deutsche Bibliothek – CIP Einheitsaufnahme

**Müller, Klaus:**

Kundenstruktur im Handwerk / von Klaus Müller. - Duderstadt : Mecke, 2000  
(Göttinger handwerkswirtschaftliche Studien ; Bd. 61)  
(Veröffentlichung des Seminars für Handwerkswesen an der Universität Göttingen,  
Forschungsinstitut im Deutschen Handwerksinstitut e.V.)

ISBN 3-932752-46-5

---

Alle Rechte vorbehalten

Mecke Druck und Verlag · Christian-Blank-Straße 3 · 37115 Duderstadt  
Tel. 0 55 27/98 19 22 · Fax 0 55 27/98 19 39  
Internet: <http://www.meckedruck.de>  
eMail: [info@meckedruck.de](mailto:info@meckedruck.de)

Gesamtherstellung: Mecke Druck und Verlag · 37115 Duderstadt

## Inhaltsverzeichnis

1. Einführung	1
2. Datengrundlage	3
3. Ergebnisse der Handwerkszählung	14
3.1 Handwerk insgesamt	14
3.2 Kundenstruktur nach Handwerksbranchen	20
3.3 Kundenstruktur nach regionalen Gesichtspunkten	30
3.3.1 Kundenstruktur nach Bundesländern	30
3.3.2 Kundenstruktur nach verschiedenen Regionaltypen	34
4. Ergebnisse der Umfrage 1999	38
4.1 Handwerk insgesamt	38
4.2 Beschäftigtengrößenklassen	46
4.3 Handwerksgruppen	50
4.4 West- und Ostdeutschland	57
4.5 Tätigkeit als General- oder Subunternehmer	60
4.6 Absatzkonzentration im Unternehmensbereich	65
5. Gründe für die Veränderung der Kundenstruktur	70
6. Zusammenfassung und Bewertung	84
<b>Anhang</b>	<b>91</b>
- Tafeln	92
- Fragebogen	114
- Literaturverzeichnis	115

## Verzeichnis der Tafeln

		Seite
2.1:	Datenbasis der Untersuchung	4
2.2:	Rücklauf nach Handwerkskammern	7
2.3:	Rücklauf nach Beschäftigtengrößenklassen	9
2.4:	Rücklauf nach Handwerksgruppen	10
2.5:	Ermittlung der Kundenstruktur nach verschiedenen Verfahren	12
3.1:	Handwerksumsatz nach Absatzrichtungen 1994	15
3.2:	Umsatz im Handwerk nach überwiegender Absatzrichtung 1994	17
3.3:	Handwerksumsatz nach Absatzrichtungen früheres Bundesgebiet und neuen Bundesländern 1994 bzw. 1976	18
3.4:	Kundenstruktur nach Beschäftigtengrößenklassen 1994 und 1976	19
3.5:	Kundenstruktur nach ausgewählten Handwerkszweigen 1994	21
3.6:	Kundenstruktur nach ausgewählten Handwerkszweigen 1994 - früheres Bundesgebiet und neue Bundesländer -	22
3.7:	Kundenstruktur nach ausgewählten Handwerkszweigen 1994 und 1976	24
3.8:	Kundenstruktur im Handwerk nach Bundesländern 1994	30
3.9:	Kundenstruktur im Handwerk nach kreisfreien Städten und Landkreisen 1994	35
3.10:	Kundenstruktur im Handwerk und Bevölkerungsdichte nach siedlungsstrukturellen Kreistypen 1994	37
4.1:	Veränderung des Absatzes an die Kundengruppen in den letzten fünf Jahren	39
4.2:	Kundenstruktur im Handwerk 1998	41
4.3:	Veränderung des Absatzes an andere Unternehmen in den letzten fünf Jahren	42
4.4:	Aufteilung des Absatzes an öffentliche Auftraggeber 1998	44
4.5:	Anteil der Handwerksunternehmen, die Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen 1998 getätigt haben	45
4.6:	Kundenstruktur im Handwerk 1998 nach Beschäftigtengrößenklassen	47

4.7:	Anteil der Handwerksunternehmen, die Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen 1998 getätigt haben, nach Beschäftigtengrößenklassen	49
4.8:	Kundenstruktur im Handwerk 1998 nach Handwerksgruppen	51
4.9:	Anteil der Handwerksunternehmen, die Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen 1998 getätigt haben, nach Handwerksgruppen	52
4.10:	Kundenstruktur im Handwerk 1998 nach früherem Bundesgebiet und neuen Bundesländern	58
4.11:	Anteil der Handwerksunternehmen, die 1998 Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen getätigt haben nach früherem Bundesgebiet und neuen Bundesländern	58
4.12:	Anteil der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerker nach Beschäftigtengrößenklassen	61
4.13:	Anteil der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerker nach Handwerksgruppen	62
4.14:	Anteil der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerker nach früherem Bundesgebiet und neuen Bundesländern	63
4.15:	Anteil des Subunternehmerumsatzes am Gesamtumsatz nach ausgewählten Handwerksgruppen	64
4.16:	Kundenstruktur der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerksbetriebe 1998	66
4.17:	Anteil der 3 wichtigsten Auftraggeber im Unternehmensbereich nach Umsatzanteilgruppen	67
4.18:	Bedeutung der 3 wichtigsten Auftraggeber aus dem Unternehmensbereich nach Beschäftigtengrößenklassen	68
4.19:	Bedeutung der 3 wichtigsten Auftraggeber aus dem Unternehmensbereich nach ausgewählten Handwerksgruppen	69
5.1	Aufteilung des Bauvolumens und der Kundenstruktur im Handwerk	72
5.2	Verwendung von Gütern und Dienstleistungen	75
5.3	Umsatzsteigerung und Veränderung der Kundenstruktur in den Zulieferhandwerken 1976/94	78
5.4	Umsatzsteigerung und Veränderung der Kundenstruktur in den Konsumgüterhandwerken 1976/94	79

5.5	Entwicklung der Verkaufspreise im Handwerk	82
5.6	Gründe für die Veränderung der Absatzstruktur nach Handwerksgruppen	83

### Tafeln Anhang

A 2.1	Zuordnung der Handwerkszweige zu den Gruppen	92
A3.1:	Anteil der Handwerksunternehmen, die Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen getätigt haben nach Beschäftigtengrößenklassen 1994	93
A3.2:	Kundenstruktur im Handwerk nach Gewerbebezweigen 1994	94
A3.3:	Kundenstruktur im Handwerk nach ausgewählten Wirtschaftszweigen	97
A3.4:	Umsatzanteile im Handwerk nach Handwerksgruppen und Bundesländern 1994 (%)	100
A3.5:	Kundenstruktur im Handwerk nach Bundesländern und ausgewählten Gewerbebezweigen 1994	101
A3.6:	Kundenstruktur im Handwerk nach kreisfreien Städten und Landkreisen sowie siedlungsstrukturellen Kreistypen 1994	102
A4.1:	Kundenstruktur im Handwerk 1998 nach ausgewählten Handwerkszweigen	104
A4.2:	Auswertung nach Handwerkskammern	107
A4.3:	Anteil der als General- und Subunternehmer tätigen Handwerker nach ausgewählten Handwerkszweigen	110
A5.1:	Entwicklung des Gesamtbauvolumens nach früherem Bundesgebiet, neuen Bundesländern und Deutschland	111
A5.2:	Entwicklung des Bauvolumens (1976=100)	112
A5.3:	Verwendung von Gütern und Dienstleistungen, Veränderung 1976/95	113

## 1. Einführung

Das Ziel einer jeden Unternehmensführung liegt in einer konsequenten Kundenorientierung: Nur wenn das Angebot des Unternehmens den Bedürfnissen der Kunden entspricht, kann das Unternehmen längerfristig am Markt überleben. Voraussetzung hierfür sind Kenntnisse darüber, an wen die Güter und Leistungen abgesetzt werden und wie sich die Kundenstruktur im Zeitablauf verändert.

Im Handwerk konnte durch die Ergebnisse der Handwerkszählung 1995 ein umfangreiches Bild über die Kundenstruktur dieses Wirtschaftsbereichs gewonnen werden. Eine der wichtigsten Erkenntnisse dieser Erhebung war, dass der Anteil des Umsatzes, den die Handwerksbetriebe mit anderen Unternehmen tätigen, seit der vorletzten Handwerkszählung (1977) beträchtlich gestiegen ist. Wurden 1977 noch 37,9 % des handwerklichen Umsatzes mit gewerblichen Auftragnehmern getätigt, so lag dieser Prozentsatz bei der Handwerkszählung 1995 bei 43,3 %.

Diese Entwicklung kann sowohl positiv als auch negative Aspekte aufweisen. Positiv wäre sicher zu bewerten, wenn das Handwerk stärker in die gesamtwirtschaftliche Arbeitsteilung eingebunden wäre (z.B. größeres Gewicht des Zuliefersektors). Wenn der höhere Anteil des Umsatzes mit gewerblichen Abnehmern allerdings nur darauf zurückzuführen wäre, dass das Handwerk zunehmend in eine Subunternehmerrolle abgedrängt würde und Umsätze daher nicht mehr direkt mit privaten Haushalten und der öffentlichen Hand, sondern über einen Generalunternehmer getätigt werden, wäre dies sicherlich negativ zu beurteilen.

Diese Frage ist Grundlage der vorliegenden Untersuchung, die auf Vorschlag des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks (ZDH) entstanden ist. Konkret ging es bei diesem Projekt um folgendes:

- Detaillierte Auswertung der statistischen Ergebnisse über die Kundenstruktur im Handwerk unter besonderer Berücksichtigung des Unternehmenssektors,
- Suche nach Gründen für die größere Bedeutung des Absatzes an andere Unternehmen.

Da die Daten der Handwerkszählung für eine Analyse nicht ausreichen, wurde zusätzlich eine Umfrage bei Handwerksbetrieben durchgeführt. Vierzehn Handwerkskammern erklärten sich bereit, an einer solchen Umfrage teilzunehmen, wobei der Fragebogen in der Regel zusammen mit der viertel- oder halbjährlichen Konjunkturerhebung verschickt wur-

de. Insgesamt konnten über 3 500 Fragebögen in die Auswertung einbezogen werden. Dieser große Rücklauf ermöglicht auch betriebsgrößen- und branchenmäßig tiefergehende Aussagen.

Insgesamt ist die Arbeit so aufgebaut, dass in Kapitel 2 zuerst die Daten Grundlagen der Untersuchung ausführlich diskutiert werden. Danach folgt im Kapitel 3 eine Analyse der Handwerkszählungsergebnisse nach verschiedenen Gesichtspunkten wie Betriebsgröße, Branche, Bundesländern oder weiteren regionalen Kriterien. Im anschließenden Kapitel 4 werden die Ergebnisse der in Zusammenarbeit mit den Handwerkskammern durchgeführten Umfrage dargestellt. Auch hier wird wieder nach den o.g. Gesichtspunkten differenziert, wobei außerdem die Frage der General- bzw. der Subunternehmerschaft im Handwerk einer genaueren Betrachtung unterzogen wird. In Kapitel 5 werden dann verschiedene Gründe für eine Veränderung der Kundenstruktur aufgelistet und diskutiert. Abschließend folgt in Kapitel 6 eine Zusammenfassung der Ergebnisse.

Die Untersuchung betrachtet im wesentlichen selbstständige Vollhandwerksbetriebe. In der empirischen Erhebung in Zusammenarbeit mit den Handwerkskammern wurden aber auch teilweise handwerksähnliche Betriebe in die Betrachtung einbezogen. Handwerkliche Nebenbetriebe wurden nicht berücksichtigt, da für sie ein anderes Absatzverhalten relevant ist.

## 2. Datengrundlage

Wie bereits in der Einleitung erwähnt, stützt sich die vorliegende Untersuchung primär auf folgende zwei Datengrundlagen, die Informationen zur Kundenstruktur im Handwerk liefern<sup>1</sup>:

- Handwerkszählungen 1995 und 1977 mit Umsatzdaten für 1994 und 1976,
- Ergebnisse einer Umfrage bei 14 Handwerkskammern.

In Tafel 2.1 findet sich eine Übersicht zu den Datengrundlagen, die im folgenden näher erläutert wird.

Bei der **Handwerkszählung** handelt es sich um eine Vollerhebung im Handwerk, wobei ausführliche Ergebnisse über die einzelnen Branchen mit Differenzierung nach Beschäftigten- und Umsatzgrößenklassen zur Verfügung stehen. Diese Daten weisen allerdings zwei Schwächen auf: Zum einen fand die letzte Handwerkszählung im Jahr 1995 statt, wobei die Umsatzzahlen für das Jahr 1994 erhoben wurden. Sie sind damit bereits etwa fünf Jahre alt; in diesem Zeitraum können sich beträchtliche Strukturveränderungen ergeben haben. Zu beachten ist auch, dass die Ergebnisse für die neuen Bundesländer zu diesem Zeitpunkt noch sehr stark von der Umstrukturierungssituation nach der Wende geprägt waren.

Zum anderen wurde die Kundenstruktur des Handwerks nur nach den vier Kategorien private Haushalte, Unternehmen, Staat und Ausland unterschieden. Diese Differenzierung ist relativ grob. Um die Kundenstruktur besser analysieren zu können, ist vor allem eine weitere Differenzierung des Unternehmenssektors notwendig.

In einem Begleitbogen zum Handwerkszählungsfragebogen wurde näher spezifiziert, welche Kundenkreise den o.g. vier Kategorien zugeordnet werden sollten:

- **Private Haushalte**, d.h. Privatpersonen, private Haushalte und private Organisationen ohne Erwerbszweck (z.B. Kirchen, Rotes Kreuz,

<sup>1</sup> Bei der Diskussion der Gründe für die veränderte Kundenstruktur im Handwerk in Kapitel 5 wurden noch weitere, meist amtliche Statistiken herangezogen, um zusätzliche Aussagen über Änderungen in der handwerklichen Absatzstruktur treffen zu können, z.B. Input-Output-Statistik, Jahreserhebung im Baugewerbe, Handwerksberichterstattung.

Caritas, Diakonisches Werk, Jugendherbergen, Sportvereine, Gewerkschaften, Parteien),

Tafel 2.1: Datenbasis der Untersuchung		
	Handwerkszählung	Zusatzfragen Konjunkturumfragen
Befragtenkreis	Vollerhebung	Stichprobe von 14 Handwerkskammern (ca. 3500 Antworten)
Befragungsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umsatz nach               <ul style="list-style-type: none"> <li>- privaten Haushalten,</li> <li>- Unternehmen,</li> <li>- öffentlichen Auftraggebern,</li> <li>- Ausland</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Absatz und Absatzentwicklung (5 Jahre) nach               <ul style="list-style-type: none"> <li>- privaten Haushalten</li> <li>- Unternehmen</li> <li>- öffentlichen Auftraggebern</li> </ul> </li> <li>• Absatz Unternehmen (und Absatzentwicklung) nach verschiedenen Gruppen</li> <li>• Absatz öffentliche Auftraggeber nach verschiedenen Gruppen</li> <li>• General-, Subunternehmer-schaft</li> <li>• Absatzkonzentration im Unternehmensbereich</li> </ul>
Basisjahr	1994, (1976)	1998 (Veränderung letzte 5 Jahre)
Probleme	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daten relativ alt</li> <li>• Daten wenig differenziert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nur begrenzt repräsentativ, da               <ul style="list-style-type: none"> <li>- größere Betriebe eher geantwortet haben,</li> <li>- Dienstleistungshandwerke waren weniger beteiligt,</li> <li>- beteiligte Handwerkskammern nur aus wenigen Bundesländern,</li> <li>- rückläufige Umsatzentwicklung im Handwerk</li> </ul> </li> <li>• Umsatzzahlen nicht direkt mit Handwerkszählung vergleichbar, da keine absoluten Umsätze erfragbar.</li> </ul>

SfH Göttingen

- **Unternehmen**, d.h. gewerbliche Wirtschaft (u.a. Industrie, Handwerk, Handel, Verkehrsgewerbe, Banken und Versicherungen sowie das Gastgewerbe; auch Deutsche Bahn AG, Telekom, Postdienst und Postbank), Landwirtschaft sowie freie Berufe (z.B. Ärzte, Rechtsanwälte und Architekten) und die im allgemeinen für das Unternehmen tätigen Organisationen ohne Erwerbszweck, wie z.B. Arbeitgeberverbände, Wirtschaftsverbände und öffentlich-rechtliche Berufsvertretungen und
- **Staat**, also Bund, Länder, Gemeinden und andere öffentliche Auftraggeber wie z.B. Gemeindeverbände sowie Stiftungen, Anstalten und Körperschaften des öffentlichen Rechts, Einrichtungen der Sozialversicherung sowie die Bundeswehr. Bei Gesundheitshandwerkern sind Sachleistungen auf Krankenschein und Zuschüsse der gesetzlichen Krankenversicherungen Absatz an den Staat (Sozialversicherung).
- **Ausland**.

Beim Vergleich der beiden Handwerkszählungen 1995 und 1977 (mit Umsatzdaten für 1976) ist zu berücksichtigen, dass zwar die Zuordnung der Kundenkreise zu den Kategorien identisch war, jedoch eine Kategorie weniger ausgewiesen wurde: Bei der Handwerkszählung 1977 wurden die Umsätze mit dem Ausland nicht extra erfasst. Um die Zählungsdaten 1995 und 1977 dennoch vergleichbar zu machen, gab es nur den Ausweg, die 1995 ausgewiesenen Umsätze mit dem Ausland den Umsätzen mit anderen Unternehmen zuzuschlagen. Dies lässt sich insofern rechtfertigen, weil nach Meinung von Experten Auslandsumsätze überwiegend mit anderen Unternehmen getätigt werden. Umsätze mit öffentlichen Auftraggebern aus dem Ausland kommen sehr selten vor. Umsätze mit ausländischen privaten Haushalten kommen zwar in Einzelfällen vor, sie dürften jedoch nur ein geringes Gewicht aufweisen, so dass diese Umsätze vernachlässigt werden können.<sup>2</sup>

Bei der Gewerbebezweigmäßigen Aufbereitung der Ergebnisse ist zu beachten, dass zum Zeitpunkt der Handwerkszählung 1995 noch nicht die neue Gewerbebezweigsystematik aufgrund der Novellierung der Handwerksordnung zum 1. April 1998 in Kraft war. Eine Umrechnung der

<sup>2</sup> Eine genaue Analyse der Auslandsumsätze im deutschen Handwerk aufgrund der Handwerkszählungsdaten 1995 findet sich bei Müller, K. (1998).

Daten auf die neue Gewerbebezweigsystematik wurde nicht vorgenommen, da einerseits der Rechenaufwand verhältnismäßig groß geworden wäre, zum anderen ist auch zu berücksichtigen, dass durch die Reduzierung der Zahl der Handwerkszweige wichtige Erkenntnisse verloren gegangen wären.

Die Umfrage bei den **14 Handwerkskammern** fand als Zusatzumfrage zu deren Konjunkturumfrage im Frühjahr, Sommer und Herbst 1999 statt. In Tafel 2.2 sind die 14 teilnehmenden Handwerkskammern mit der Zahl der ausgewerteten Fragebogen aufgelistet. In der Regel wurde dem Konjunkturfragebogen ein Zusatzfragebogen beigelegt, wobei in dem Anschreiben der Handwerkskammern auf diesen Fragebogen gesondert mit der Bitte hingewiesen wurde, ihn auszufüllen. Teilweise wurden die Zusatzfragen jedoch auch an den bestehenden Fragebogen angehängt. Eine Rücklaufquote lässt sich leider nicht ermitteln, da die Zahl der versendeten Fragebogen i.d.R. nicht bekannt war. Sicher ist jedoch, dass mehr Betriebe den Konjunktur- als den Zusatzfragebogen ausgefüllt haben. Der Grund hierfür liegt wahrscheinlich darin, dass viele Betriebe, die zu 100 % an den Privatsektor gebunden sind, wenig Interesse an dem Zusatzfragebogen zeigten.

12 der 14 beteiligten Handwerkskammern kamen aus nur drei Bundesländern: Niedersachsen, Hessen und Sachsen-Anhalt. Diese Bundesländer wurden vollständig erfasst. Daneben waren noch die Handwerkskammern Dortmund aus Nordrhein-Westfalen und Trier aus Rheinland-Pfalz beteiligt. Der höchste Rücklauf kam aus dem Handwerkskammerbezirk Dortmund mit 640 Fragebögen vor den Bezirken Halle (420), Magdeburg (331), Wiesbaden (327) und Lüneburg-Stade (321).

Tafel 2.2: Rücklauf nach Handwerkskammern		
	Zusatzfragen ausgefüllt	
<b>Niedersachsen</b> <span style="float: right;"><b>1171</b></span>		
Ostfriesland	62	
Braunschweig	159	
Hannover <sup>1)</sup>	29	
Hildesheim	181	
Lüneburg-Stade	321	
Oldenburg	180	
Osnabrück-Emsland	239	
<b>Hessen</b> <span style="float: right;"><b>796</b></span>		
Kassel	188	
Wiesbaden	327	
Rhein-Main	281	
<b>Sachsen-Anhalt</b> <span style="float: right;"><b>751</b></span>		
Halle	420	
Magdeburg	331	
Dortmund	641	641
Trier	166	166
<b>Gesamt</b>	<b>3525</b>	<b>3525</b>

<sup>1)</sup> Extra-Umfrage

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

Ein Muster des Fragebogens findet sich im Anhang. Dort wurde ähnlich wie bei der Handwerkszählung der Anteil des Umsatzes, der mit privaten Haushalten, Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern getätigt wurde, erhoben. Daneben war die Umsatzentwicklung in den letzten 5 Jahren für diese Kundengruppen zu beurteilen.<sup>3</sup>

Der Absatz an Unternehmen wurde wiederum nach verschiedenen Gruppen wie Industrie, Handel, Handwerk, Architekten-, Planungs- und Inge-

<sup>3</sup> Für sechs niedersächsische Handwerkskammern (Ostfriesland, Braunschweig, Hannover, Hildesheim, Oldenburg und Osnabrück-Emsland) sowie für die Handwerkskammer Halle stehen keine Ergebnisse für die Umsatzentwicklung mit privaten Haushalten, Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern für die letzten fünf Jahre zur Verfügung.

nieurbüros sowie sonstigen Unternehmen unterschieden.<sup>4</sup> Auch eine Aufteilung des Absatzes mit öffentlichen Auftraggebern wurde vorgenommen, wobei hier nach Bund (einschließlich Bundeswehr und Bundesämter), Land, Gemeinden, Gemeindeverbänden, Stadtwerken etc. und sonstigen öffentlichen Trägern differenziert wurde.<sup>5</sup> Fragen nach einer Tätigkeit als General- oder als Subunternehmer und nach der Konzentration des Absatzes auf die drei wichtigsten Abnehmerbetriebe aus dem Unternehmensbereich runden den Fragebogen ab.

Die Absatzdaten für die Umfrage bei den Handwerkskammern wurden für das Jahr 1998 erhoben. Zusammen mit der erfragten Veränderung des Absatzes in den letzten 5 Jahren wird damit ein Zeitraum abgebildet, der auf das Erhebungsjahr der letzten Handwerkszählung (1994) folgt.

Damit sind die Daten der Umfrage zwar aktueller als die der Handwerkszählung, sie sind jedoch aus verschiedenen Gründen nur begrenzt repräsentativ. Erstens haben größere Betriebe eher geantwortet als kleinere (vgl. Tafel 2.3). So hatten bei der Umfrage bspw. nur etwa 35 % der Handwerksbetriebe weniger als 5 Beschäftigte. Vergleicht man dies mit den Daten der Handwerkszählung 1995, so lag dort dieser Anteil mit über 43 % beträchtlich höher. Dafür waren insbesondere die Betriebe mit mehr als 20 Beschäftigten in der Umfrage stärker vertreten<sup>6</sup>, als es der Grundgesamtheit (lt. Handwerkszählung '95) entspricht.<sup>7</sup>

<sup>4</sup> Hierunter finden sich u.a. Landwirtschaft, Banken und Versicherungen, Gastgewerbe, Verkehrsgewerbe und freie Berufe.

<sup>5</sup> Unter "Sonstigen" wurden z.B. Kirchen, Kammern und Verbände angegeben. Hier ist zu berücksichtigen, dass hier ein kleiner Unterschied zur Handwerkszählung besteht, da dort Wirtschaftsverbände dem Unternehmenssektor und Kirchen dem Privatsektor zugeordnet wurden.

<sup>6</sup> Im Gegensatz wurde die Größenklasse „100 und mehr Beschäftigte“ nicht gesondert ausgewiesen, da die Zahl der Rückmeldungen in dieser Klasse zu gering war.

<sup>7</sup> Die Daten aus dem Handwerkskammerbezirk Dortmund konnten bezüglich der Beschäftigtengrößenklasse nicht danach differenziert werden, ob es sich um Ein-Personen-Unternehmen oder um einen Betrieb mit 2 - 4 Beschäftigten handelt. Bei unserer Statistik wurden sämtliche Betriebe in der Gruppe 2 - 4 Beschäftigte berücksichtigt, so dass die Ergebnisse hier etwas zu hoch und bei der Gruppe mit einem Beschäftigten etwas zu gering ausfallen.

Tafel 2.3: Rücklauf nach Beschäftigtengrößenklassen

	Umfrage		HZ 1995 <sup>1)</sup>
	abs.	%	%
1 Besch.	303	9,1	11,6
2-4 Besch.	892	26,7	30,8
5-9 Besch.	883	26,4	28,2
10-19 Besch.	665	19,9	18,2
20-49 Besch.	431	12,9	8,6
50 u. mehr Besch.	168	5,0	2,6
<b>Gesamt</b>	<b>3342</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

SfH Göttingen

1) Handwerkszählung (Ergebnisse für Deutschland)

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999;

Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

Für eine branchenmäßige Betrachtung des Rücklaufs wurden die Handwerksbetriebe nach 11 verschiedenen Handwerksgruppen differenziert (vgl. Tafel 2.4).<sup>8</sup> Handwerksähnliche Betriebe werden nur von einigen Handwerkskammern in die Konjunkturumfrage einbezogen. Daher ist deren Zahl auch relativ gering; sie sind gegenüber dem Vollhandwerk deutlich unterrepräsentiert.

Beim Vergleich der Gruppenstärke mit den Ergebnissen der Handwerkszählung 1995 fällt auf, dass die Bauhandwerke in der Kammerumfrage deutlich überrepräsentiert sind, während insbesondere die Dienstleistungshandwerke für den privaten und für den gewerblichen Bedarf sowie die Handels- und Reparaturhandwerke seltener antworteten. Teilweise mag dies darauf zurückzuführen sein, dass die Dienstleistungs- sowie die Handels- und Reparaturhandwerke nur einen geringen Absatz mit gewerblichen Auftraggebern tätigen und daher an der Umfrage, die primär auf diese Auftraggeber abgestellt war, weniger Interesse zeigten.<sup>9</sup>

<sup>8</sup> Hierbei wurde bewusst nicht auf die Gruppen lt. Handwerksordnung zurückgegriffen, da diese Gruppen in sich sehr inhomogen sind und sich daher eine Interpretation verbietet.

<sup>9</sup> Dies trifft jedoch nicht auf die Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf zu.

Eine Zuordnung der verschiedenen Handwerkszweige zu den gebildeten Handwerksgruppen findet sich im Anhang, Tafel A2.1.

	abs.	%	zum Vergleich HZ '95 <sup>1)</sup>
Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf	426	12,6%	14,1%
Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf	100	3,0%	3,3%
Nahrungsmittelhandwerke	272	8,0%	8,1%
Kfz-Handwerke	276	8,1%	8,6%
Handels- und Reparaturhandwerke	173	5,1%	7,2%
Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf	184	5,4%	10,0%
Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf	53	1,6%	3,9%
Ausbauhandwerke	1208	35,7%	30,2%
Bauhauptgewerbe	591	17,4%	11,2%
Gesundheitshandwerke	105	3,1%	3,3%
<b>Vollhandwerk</b>	<b>3388</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Handwerksähnliches Gewerbe	108		
<b>Handwerk insgesamt</b>	<b>3496</b>		

SfH Göttingen

<sup>1)</sup> Handwerkszählung (Ergebnisse für Deutschland, abgerundet)

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

Eine Schwierigkeit für die Auswertung der Umfrage besteht auch darin, dass im gesamten Handwerk der Umsatz in den letzten fünf Jahren negativ war. Damit ist eine Differenzierung der Absatzentwicklung in den einzelnen Kundensegmenten kaum möglich (näheres hierzu in Abschnitt 3.1).

Eine Interpretation der Ergebnisse der Konjunkturumfrage wurde jedoch vor allem deshalb erschwert, weil diese nicht direkt mit den Daten der Handwerkszählung vergleichbar sind. Der Grund hierfür liegt darin, dass in der Erhebung keine Frage nach absoluten Umsätzen der Betriebe ent-

halten war. Dies wurde bewusst vermieden, um die Antwortbereitschaft der Betriebe nicht zu gefährden. Das hat allerdings zur Konsequenz, dass die Berechnung der Umsatzanteile nicht wie in der Handwerkszählung aufgrund der absoluten Umsätze jedes Betriebes erfolgen konnte.

Um diese Aussage zu verdeutlichen, soll ein Blick auf die verschiedenen Verfahren zur Ermittlung der Kundenstruktur geworfen werden. Drei verschiedene Verfahren werden häufiger angewendet:

- Arithmetisches Mittel nach absoluten Umsätzen,
- arithmetisches Mittel nach Betrieben,
- Schwerpunktprinzip.

Bei der Berechnung des **arithmetischen Mittels nach absoluten Umsätzen** werden die absoluten Umsätze, die mit den einzelnen Kundengruppen von jedem Betrieb erzielt wurden, über alle Betriebe addiert. Anschließend wird für jede Kundengruppe der Anteil am Gesamtumsatz berechnet. Dieses Verfahren hat zur Folge, dass große Handwerksbetriebe, deren Umsatz das Vielfache von kleineren beträgt, das Ergebnis dominieren. Da diese großen Handwerksbetriebe vor allem für andere Unternehmen und für öffentliche Auftraggeber tätig sind,<sup>10</sup> fallen die Anteile für diese Auftraggeber relativ groß aus. Dieses Verfahren wurde bei der Handwerkszählung angewendet.

Dagegen wurde bei der 1999 durchgeführten Handwerkskammerumfrage ein **arithmetisches Mittel nach Betrieben** gebildet. Dies geschah auf die Weise, dass die jeweiligen prozentualen Umsätze, die mit den einzelnen Kundengruppen von jedem Betrieb erzielt wurden, über alle Betriebe addiert und dann durch die Anzahl der Betriebe geteilt wurden. Dies bedeutet, dass jeder Betrieb, egal welche Größe er hat, das gleiche Gewicht aufweist. Da kleinere Betriebe eher für private Haushalte tätig sind, bedeutet dies, dass Umsätze mit privaten Haushalten bei diesen Verfahren relativ groß ausfallen.

Beim **Schwerpunktprinzip** wird jeder Betrieb nach seinem Absatzschwerpunkt einer Kundengruppe zugeordnet.<sup>11</sup> Dieses Verfahren hat zur

<sup>10</sup> Vgl. Abschnitt 3.1.

<sup>11</sup> Absatzschwerpunkt bedeutet, dass der Absatz an diese Kundengruppe von den befragten Kundengruppen am größten ist. Der Absatz an die übrigen Kundengruppen fällt damit unter den Tisch. Bei der Handwerkszählung 1995 trat dabei das Problem auf, dass die Schwerpunkte "andere Unternehmen" und "Ausland" getrennt ermittelt wurden und nur danach addiert werden konnten. Eine Addition der Umsätze an andere Unternehmen und an das Ausland für jeden einzelnen

Folge, dass auch hier jeder Betrieb das gleiche Gewicht hat und der Umsatz an private Haushalte damit relativ groß ausfällt. Da dieses Verfahren sowohl bei der Handwerkszählung 1995 als auch bei der Umfrage 1999 angewendet werden konnte, sind die Ergebnisse der beiden empirischen Erhebungen somit direkt vergleichbar.

In Tafel 2.5 sind die Ergebnisse nach den drei verschiedenen Verfahren für Deutschland insgesamt und für ein Bundesland (Niedersachsen) aufgelistet.

	Private Haushalte	Unternehmen <sup>1)</sup>	Öffentliche Auftraggeber	Gesamt
<b>Verfahren a)</b> <b>arithmetisches Mittel</b> <b>nach absoluten Umsätzen</b>				
HZ: Deutschland ('94)	43,5	43,3	13,2	100,0
HZ: Niedersachsen ('94)	46,7	41,4	11,9	100,0
<b>Verfahren b)</b> <b>arithmetisches Mittel</b> <b>nach Betrieben</b>				
Umfrage 14 HWK ('98)	53,8	35,7	10,4	100,0
Umfrage Niedersachsen ('98)	55,5	35,2	9,3	100,0
<b>Verfahren c)</b> <b>Schwerpunktprinzip</b>				
HZ: Deutschland ('94)	70,5	24,3	5,2	100,0
Umfrage 14 HWK ('98)	56,4	35,5	8,1	100,0
HZ: Deutschland ('94)	73,7	22,6	3,7	100,0
Umfrage Niedersachsen ('98)	58,6	35,1	6,3	100,0

SfH Göttingen

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999  
Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

<sup>1)</sup> incl. Ausland

HZ = Handwerkszählung

Betrieb, bevor es zur Ermittlung des Absatzschwerpunktes kam, wurde nicht vorgenommen. Dies wäre jedoch für unsere Zwecke notwendig gewesen.

Man erkennt, dass, wie bereits oben erwähnt, bei Verfahren b) der Umsatz an private Haushalte erheblich höher als bei Verfahren a) ausfällt. Wichtig ist jedoch, die Ergebnisse nach Verfahren c) zu betrachten, da hier, wie bereits erwähnt, ein direkter Vergleich möglich ist. Es zeigt sich, dass bei der Handwerkszählung erheblich mehr Betriebe einen Absatzschwerpunkt "private Haushalte" aufwiesen als bei der Handwerkskammerumfrage. Dies verdeutlicht erneut, dass die Betriebe, die primär für private Haushalte arbeiten, bei der Handwerkskammerumfrage unterrepräsentiert waren, wie es auch schon aus den Tafeln 2.3 und 2.4 deutlich wurde.

Nach dem Schwerpunktprinzip stehen allerdings nur wenige Ergebnisse zur Verfügung, so dass diese Verfahren nicht im Mittelpunkt der Betrachtung stehen kann. Da somit die Vergleichbarkeit von Zählung und Umfrage nicht direkt gegeben ist, können die Ergebnisse dieser Datenquellen nicht zusammen betrachtet werden, sondern die Diskussion erfolgt nacheinander. In Kapitel 3 wird zuerst auf die Handwerkszählung eingegangen, in Kapitel 4 stehen dann die Ergebnisse der Umfrage bei den Handwerkskammern im Mittelpunkt der Betrachtung.

### 3. Ergebnisse der Handwerkszählung

#### 3.1 Handwerk insgesamt

Betrachtet man die Aufteilung des gesamten handwerklichen Umsatzes auf die drei Absatzrichtungen, so wurde der meiste Umsatz im Jahr 1994 mit den privaten Haushalten (43,5 %) getätigt (vgl. Tafel 3.1). Danach folgen andere Unternehmen (43,3 %)<sup>1</sup> und öffentliche Auftraggeber (12,2 %). Es zeigt sich somit, dass der Privatsektor zwar insgesamt der wichtigste Kunde des Handwerks darstellt, der Unterschied zum Unternehmenssektor jedoch nur noch gering ausfällt.

Die Höhe der einzelnen Umsatzanteile hängt in sehr starkem Ausmaß von der Betriebsgröße des Handwerksunternehmens ab. Wie aus Tafel 3.1 ebenfalls hervorgeht, gilt generell, daß je kleiner der Handwerksbetrieb ist, desto größer ist der Umsatzanteil, der mit privaten Haushalten erwirtschaftet wird. Bei den Umsätzen mit Unternehmen und der öffentlichen Hand ist es genau umgekehrt. Hier erhöht sich der Umsatzanteil mit steigender Betriebsgröße. Diese Aussagen gelten sowohl nach Beschäftigten- als auch nach Umsatzgrößenklassen.

Betrachtet man die Beschäftigtengrößenklassen genauer, dominiert bis zu einer Betriebsgröße von 19 Beschäftigten je Betrieb der Umsatz mit privaten Haushalten; bei größeren Betrieben nimmt der Umsatz mit Unternehmen einen größeren Stellenwert ein. Die Umsatzanteile, die mit öffentlichen Auftraggebern getätigt werden, steigen bezüglich der Betriebsgrößenklassen von 5,5 % (weniger als 5 Personen) bis 19,5 % (Handwerksbetriebe mit 100 und mehr Beschäftigten).

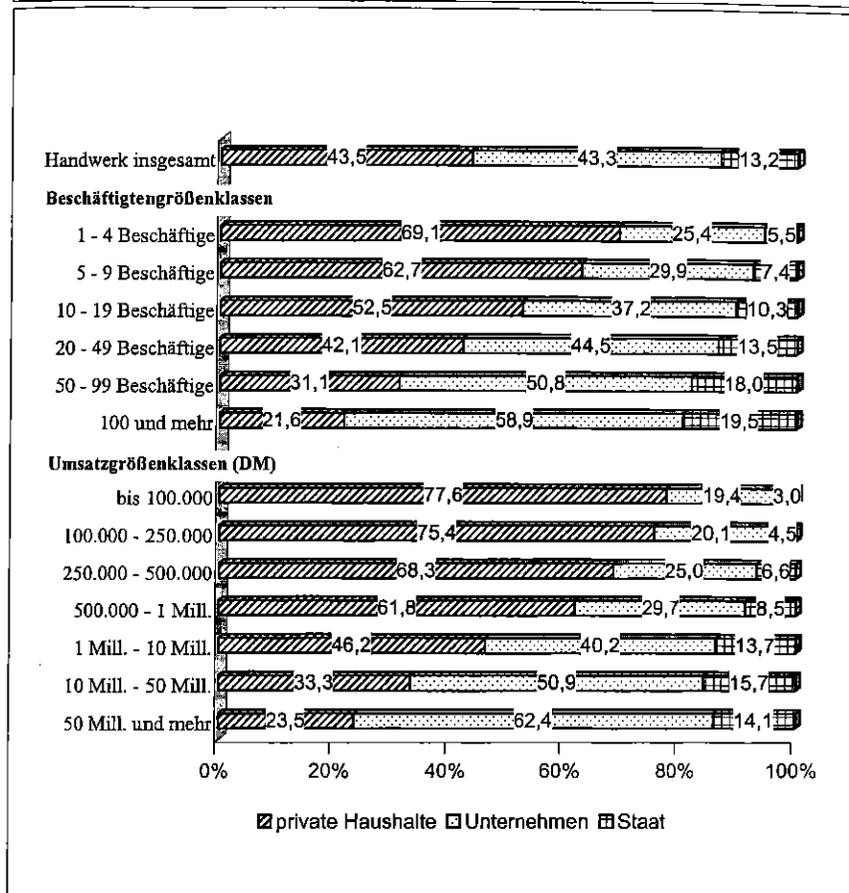
Der aufgeführte Zusammenhang zwischen den Umsatzanteilen mit privaten Haushalten, Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern und der Betriebsgröße gilt für fast alle Handwerksbranchen gleichermaßen. Hierfür können vor allem zwei Gründe angeführt werden:

- Das Volumen von Aufträgen von Unternehmen und der öffentlichen Hand ist oft relativ groß, so daß kleine Handwerksunternehmen keine Chance haben, zum Zuge zu kommen.
- Die Qualitätsanforderungen, die von Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern gestellt werden, können kleine Betriebe häufig nicht erfüllen.

<sup>1</sup> Davon stellen 1,8 % Auslandsumsätze dar.

Obwohl der Umsatzanteil, der mit Unternehmen erwirtschaftet wird, fast genauso hoch ist wie die Umsätze mit privaten Haushalten, sind doch die privaten Haushalte für die meisten Handwerksbetriebe die weitaus wichtigste Kundengruppe. So tätigen etwa 90 % aller Handwerksbetriebe Umsätze mit privaten Haushalten, knapp 60 % mit Unternehmen

Tafel 3.1: **Handwerksumsatz<sup>1)</sup> nach Absatzrichtungen 1994**  
- nach Beschäftigten- und Umsatzgrößenklassen -



SfH Göttingen

1) nur selbständige Handwerksunternehmen

2) einschl. Auslandsumsätze

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, Fachserie 4, Heft 1, S. 163, 175, Wiesbaden 1996; unveröffentlichte Daten; eigene Berechnungen

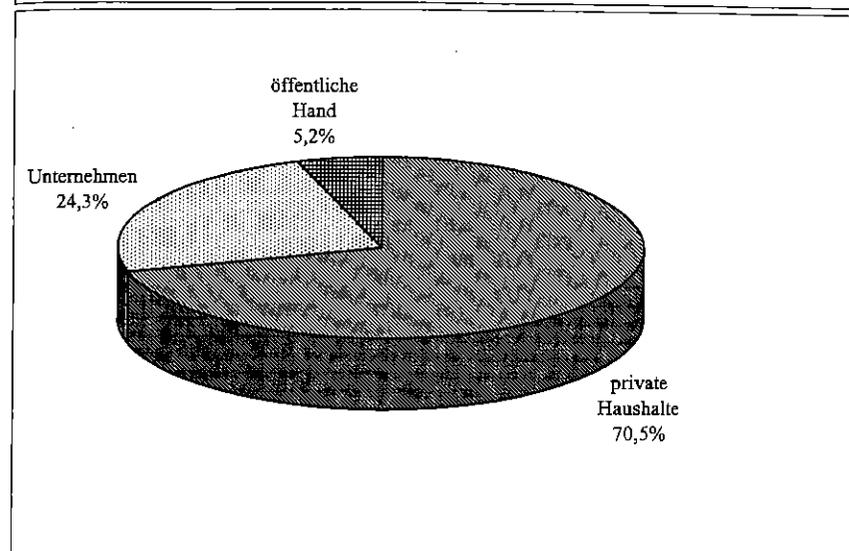
und etwa ein Drittel mit öffentlichen Auftraggebern (vgl. Tafel A3.1 im Anhang). Auch hier gilt, je größer das Unternehmen ist, desto geringer ist der Anteil derjenigen Betriebe, die Umsätze mit privaten Haushalten tätigen und je größer der Anteil derjenigen, die Umsätze mit Unternehmen bzw. öffentlichen Auftraggebern erzielen. Dieser Zusammenhang wird nur von den Ein-Personen-Unternehmen durchbrochen. "Lediglich" 90 % dieser Unternehmen tätigen Umsätze mit privaten Haushalten. Bei den etwas größeren Handwerksbetrieben liegt dieser Anteil etwas höher. Möglicherweise liegt dies daran, dass einige Einzelunternehmer fest an andere Unternehmen als Subunternehmer gebunden sind und daher keine Umsätze mit privaten Haushalten erzielen.

Vom Statistischen Bundesamt wurden die Daten der Handwerkszählung auch danach ausgewertet, welche der drei bzw. vier<sup>2</sup> Absatzrichtungen jeweils überwiegt (vgl. Tafel 3.2). Danach tätigen 70,5 % der Handwerksunternehmen die meisten Umsätze mit privaten Haushalten; die Unternehmen sind nur bei 24,3 % größter Auftraggeber. Dieses Ergebnis bestätigt, daß die Mehrheit der Handwerksbetriebe primär im privaten Bereich tätig ist. Das Gesamtergebnis des Handwerks kommt dadurch zustande, dass es von relativ wenigen, jedoch umsatzstarken Betrieben maßgeblich beeinflusst wird.

Bevor man untersuchen kann, ob sich die Kundenstruktur im Handwerk in den letzten Jahren verändert hat, muss erst die Veränderung des Gebietsstandes berücksichtigt werden, d.h. die Ergebnisse sind nach alten und neuen Bundesländern zu differenzieren. Bei einem diesbezüglichen Vergleich traten – zum Zeitpunkt der Handwerkszählung 1995 – erhebliche Unterschiede auf (vgl. Tafel 3.3). In den neuen Bundesländern waren, sicher vor allem dank der umfangreichen öffentlichen Finanzierungshilfen vor allem im Bausektor, die Umsätze mit öffentlichen Auftraggebern relativ gesehen sehr viel höher als im früheren Bundesgebiet. Der Umsatzanteil mit anderen Unternehmen lag dagegen erheblich niedriger, wofür sicher die relativ geringe Industriedichte im Beitrittsgebiet als Begründung herangezogen werden kann. Bei diesem Ergebnis sei nochmals darauf hingewiesen, dass es sich um eine Momentaufnahme des Jahres 1994 handelt. Inzwischen dürfte sich die Kundenstruktur zwischen alten und neuen Bundesländern stark angenähert haben (vgl. Abschnitt 4.4).

<sup>2</sup> Die Handwerksunternehmen mit Schwerpunkt Ausland wurden dem Unternehmenssektor zugeschlagen.

Tafel 3.2: Umsatz im Handwerk nach überwiegender Absatzrichtung



SfH Göttingen

1) incl. Ausland

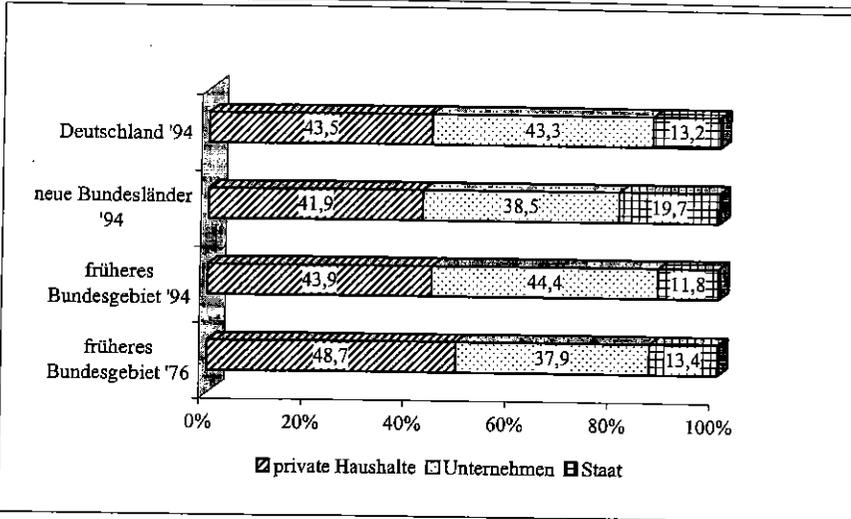
Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, Fachserie 4, Heft 1, S. 77, Wiesbaden 1996; unveröffentlichte Daten; eigene Berechnungen

Für die alten Bundesländer ist nun ein Vergleich mit den Ergebnissen der Handwerkszählungsdaten 1977 (Umsätze für 1976) möglich. Es zeigt sich - wie bereits in der Einleitung erwähnt -, dass in diesem Zeitraum der Umsatzanteil mit Unternehmen erheblich zugenommen hat (von 37,9 auf 44,4 %).<sup>3</sup> Die Umsatzanteile mit öffentlichen Auftraggebern und insbesondere mit privaten Haushalten sind dagegen gefallen.<sup>4</sup>

<sup>3</sup> Diese Entwicklung ist längerfristig betrachtet neu. Wenn man einen Blick auf die noch älteren Handwerkszählungen 1962 und 1967 wirft, ist im Zeitraum 1962 - 1976 der Umsatzanteil mit privaten Haushalten kontinuierlich gestiegen, vgl. Mecke, I. (1999), S. 298.

<sup>4</sup> Zu beachten ist, dass auch die Umsätze mit privaten Haushalten und öffentlichen Auftraggebern absolut gestiegen sind. Der Anstieg fiel jedoch unterproportional aus.

Tafel 3.3: Handwerksumsatz nach Absatzrichtungen nach alten und neuen Bundesländern 1994 bzw. 1976



Quelle: Statisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, Fachserie 4, Heft 1, Wiesbaden 1996; unveröffentlichte Daten; eigene Berechnungen

Differenziert man dieses Ergebnis nach Beschäftigtengrößenklassen (vgl. Tafel 3.4), erkennt man, dass bei kleineren Handwerksbetrieben (bis 10 Beschäftigte), die gegenwärtig etwa 75 % aller Handwerksbetriebe ausmachen (1976 sogar über 80 %), der Umsatzanteil mit privaten Haushalten gesunken und dafür der Anteil mit Unternehmen gestiegen ist. Der Umsatzanteil, der mit der öffentlichen Hand erwirtschaftet wurde, ist fast gleich geblieben, wobei bei den Betrieben bis 4 Beschäftigten sogar eine leichte Erhöhung festzustellen ist.

Bei den Handwerksbetrieben zwischen 10 und 20 Beschäftigten (ca. 15 % aller Betriebe) ist die Kundenstruktur 1994 gegenüber 1976 fast unverändert geblieben, wobei ein leichter Anstieg des Umsatzanteils mit Unternehmen zu Lasten der öffentlichen Auftraggeber zu beobachten ist.

Tafel 3.4: Kundenstruktur nach Beschäftigtengrößenklassen 1994 und 1976

	Umsatz TDM	private Haushalte %	Unternehmen %	öff. Hand %	Anteil jew. Größenklasse	
					nach Betrieben	nach Umsatz
1976						
1	2.535.921	75,3	21,3	3,4	17,7%	1,1%
2-4	28.718.696	74,6	21,1	4,3	39,0%	12,2%
5-9	47.119.687	66,9	26,4	6,7	25,7%	20,0%
10-19	46.438.957	53,5	36,1	10,3	11,2%	19,7%
20-49	48.416.704	40,7	44,5	14,8	4,8%	20,6%
50-99	27.360.596	29,7	48,8	21,5	1,1%	11,6%
100 u. mehr	34.701.129	20,1	53,4	26,5	0,5%	14,7%
<b>Insgesamt</b>	<b>235.291.690</b>	<b>48,7</b>	<b>37,9</b>	<b>13,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
1994						
1	4.292.732	70,2	26,0	3,8	13,7%	0,7%
2-4	42.789.286	69,9	25,2	4,9	33,6%	6,5%
5-9	97.993.287	63,5	30,1	6,4	27,8%	14,9%
10-19	131.870.173	53,1	37,9	9,0	15,5%	20,1%
20-49	153.447.067	42,6	45,7	11,7	7,0%	23,4%
50-99	85.329.492	31,5	52,6	15,9	1,5%	13,0%
100 u. mehr	140.882.940	21,8	60,2	18,0	0,9%	21,5%
<b>Insgesamt</b>	<b>656.604.977</b>	<b>43,9</b>	<b>44,4</b>	<b>11,8</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
Veränderung 76/94	%	% - Punkte				
1	69,3%	-5,1	4,7	0,4	-4,0%	-0,4%
2-4	49,0%	-4,7	4,1	0,6	-5,5%	-5,7%
5-9	108,0%	-3,4	3,7	-0,3	2,1%	-5,1%
10-19	184,0%	-0,4	1,8	-1,3	4,4%	0,3%
20-49	216,9%	1,9	1,2	-3,1	2,2%	2,8%
50-99	211,9%	1,8	3,8	-5,6	0,4%	1,4%
100 u. mehr	306,0%	1,7	6,8	-8,5	0,4%	6,7%
<b>Insgesamt</b>	<b>179,1%</b>	<b>-4,8</b>	<b>6,5</b>	<b>-1,6</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>

nur früheres Bundesgebiet  
Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

Bei den knapp 10 % größeren Betrieben (mit 20 und mehr Beschäftigten) haben wiederum größere Verschiebungen stattgefunden. Die Bedeutung der öffentlichen Auftraggeber ist bei diesen Betrieben rapide gesunken. Dafür haben die Umsätze mit Unternehmen, teilweise auch mit privaten Haushalten, eine größere Bedeutung bekommen. Der Grund für die Umsatzverluste mit öffentlichen Auftraggebern dürfte darin liegen, dass die öffentliche Hand ihre Investitionen stark gekürzt hat. Dies scheint die

sehr großen Handwerksbetriebe mit über 100 Beschäftigten am meisten getroffen zu haben. Die kleineren Handwerksbetriebe werden vom öffentlichen Sektor eher für Reparatur- und Renovierungsarbeiten beauftragt. Diese Arbeiten sind weniger stark gekürzt worden.

Tendenziell waren die Unterschiede in der Kundenstruktur zwischen den einzelnen Größenklassen 1976 stärker ausgeprägt als 1994. Insbesondere gilt dies für die privaten und öffentlichen Auftraggeber. Man kann daher von einer Nivellierungstendenz sprechen.

Die Gründe für diese Entwicklung können vielschichtiger Art sein. Einen weiteren Aufschluss hierüber gewinnt man, wenn man sich die Kundenstruktur nach branchenmäßigen Gesichtspunkten ansieht.

### 3.2 Kundenstruktur nach Handwerksbranchen

Für die Analyse der Kundenstruktur nach Handwerksbranchen werden drei verschiedene Tafeln herangezogen:

- Ergebnisse für Deutschland, 1994 (Tafel 3.5),
- Vergleich Ergebnisse alte und neue Bundesländer, 1994 (Tafel 3.6),
- Vergleich Ergebnisse 1976 und 1994 für die alten Bundesländer (Tafel 3.7).

In den Tafeln werden die 36 wichtigsten Handwerkszweige berücksichtigt.<sup>5</sup> Diese Handwerkszweige wurden 10 verschiedenen, in sich relativ homogenen Gruppen zugeordnet.<sup>6</sup> Die Ergebnisse für die einzelnen Gruppen werden im folgenden diskutiert.

Die **Produzierenden Handwerke für den gewerblichen Bedarf** arbeiten – wie es schon der Name ausdrückt – vor allem mit anderen Unternehmen zusammen. Teilweise wird hier ein Umsatzanteil von über 80 % erreicht. Etwas geringer ist dieser Anteil bei den Metallbauern. Dies dürfte vor allem daran liegen, dass die Betriebe dieses Handwerkszweiges zu einem nicht unbeträchtlichen Teil im Ausbaugewerbe tätig sind.

Aus dem Rahmen fallen ebenfalls die Landmaschinenmechaniker, wo inzwischen jede siebte Markt mit Privatkunden verdient wird und dieser

<sup>5</sup> Eine Auflistung der Ergebnisse aller Handwerkszweige (für 1994) findet sich im Anhang Tafel A3.2. Eine Differenzierung nach Wirtschaftszweigen wird in Tafel A3.3 im Anhang vorgenommen.

<sup>6</sup> Zur Gruppenbildung vgl. Kapitel 2 und Tafel A2.1 im Anhang.

Tafel 3.5: Kundenstruktur nach ausgewählten Handwerkszweigen 1994

	Betriebe abs.	Umsatz TDM	Private Haush.	Unter- nehmen %	Öffentl. Hand
<b>Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf</b>					
Metallbauer	26 625	39 008 436	16,6	69,0	14,3
Maschinenbaumechaniker	8 171	19 347 712	2,9	92,5	4,6
Werkzeugmacher	3 051	5 747 550	3,0	96,6	0,4
Landmaschinenmechaniker	4 837	8 561 669	13,8	80,7	5,5
<b>Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf</b>					
Damenschneider	3 998	431 873	60,4	38,7	0,8
Goldschmiede	3 515	1 552 013	74,3	25,4	0,3
<b>Nahrungsmittelhandwerke</b>					
Bäcker	22 757	25 064 688	83,4	16,0	0,7
Konditoren	3 356	3 188 793	75,0	24,7	0,3
Fleischer	22 117	37 212 119	54,9	44,2	0,9
<b>Kfz-Handwerke</b>					
Kraftfahrzeugmechaniker	40 176	142 860 262	64,1	33,6	2,3
Karosserie- u. Fahrzeugbauer	3 787	8 338 312	25,0	68,6	6,4
<b>Handels- und Reparaturhandwerke</b>					
Radio- und Fernstechniker	9 235	8 902 740	64,9	32,1	3,0
Uhrmacher	4 101	2 247 296	84,9	14,3	0,9
Schuhmacher	6 282	1 163 399	94,5	3,2	2,2
Raumausstatter	9 066	5 579 853	59,7	32,2	8,1
<b>Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf</b>					
Friseure	54 085	9 358 632	99,0	0,9	0,1
Fotografen	4 142	1 925 402	55,4	41,6	3,0
<b>Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf</b>					
Gebäudereiniger	4 388	13 062 026	6,5	59,5	33,9
Textilreiniger	1 657	1 703 655	36,1	46,6	17,3
<b>Ausbauhandwerke</b>					
Maler und Lackierer	36 108	23 927 692	39,8	42,5	17,7
Gas- u. Wasserinstallateure	22 761	29 061 232	50,9	31,9	17,2
Zentralheizungs- und Lüftungsbauer	17 560	33 698 361	43,1	38,9	18,0
Elektroinstallateure	42 326	45 802 851	30,3	52,4	17,3
Tischler	39 071	42 142 894	41,6	47,9	10,6
Fliesen-, Platten- und Mosaikleger	9 350	9 645 006	45,7	40,1	14,2
Stukkateure	5 346	6 968 475	45,9	37,8	16,3
Glaser	4 284	5 241 828	43,8	45,2	11,0
<b>Bauhauptgewerbe</b>					
Maurer	32 313	94 478 511	46,2	34,3	19,5
Zimmerer	10 846	14 374 129	58,8	30,0	11,2
Dachdecker	10 983	17 952 170	49,5	33,6	16,9
Straßenbauer	5 162	26 641 835	9,9	27,0	63,1
<b>Gesundheitshandwerke</b>					
Augenoptiker	7 584	6 445 347	75,5	1,5	23,0
Hörgeräteakustiker	556	826 305	39,3	15,2	45,5
Orthopädiemechaniker und Bandagisten	1 420	3 098 638	41,2	6,9	51,9
Orthopädienschuhmacher	2 200	1 163 314	51,6	4,2	44,2
Zahntechniker	7 017	6 865 163	9,7	87,5	2,9
<b>Handwerk insgesamt</b>	<b>563 204</b>	<b>800 606 477</b>	<b>43,5</b>	<b>43,3</b>	<b>13,2</b>

SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählungen 1995 und 1977

Tafel 3.6: Vergleich der Kundenstruktur nach ausgewählten Handwerkszweigen 1994  
früheres Bundesgebiet und neue Bundesländer

Teil 1

	früheres Bundesgebiet				neue Bundesländer					
	Betriebe abs.	Umsatz TDM	Private Haush.	Unter- nehmen %	Öffentl. Hand	Betriebe abs.	Umsatz TDM	Private Haush.	Unter- nehmen %	Öffentl. Hand
<b>Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf</b>										
Metallbauer	19 734	32 394 312	16,5	70,3	13,2	6 891	6 614 124	16,9	63,1	20,0
Maschinenbaumechaniker	6 849	18 290 378	2,5	93,1	4,4	1 322	1 057 334	9,5	81,8	8,7
Werkzeugmacher	2 757	5 590 875	2,9	96,7	0,3	294	156 675	5,7	91,5	2,7
Landmaschinenmechaniker	4 072	6 897 158	14,9	80,2	4,9	765	1 664 512	9,1	82,9	8,0
<b>Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf</b>										
Damenschneider	3 149	360 372	55,4	44,2	0,3	849	71 500	85,4	11,3	3,2
Goldschmiede	3 053	1 427 335	72,4	25,2	2,4	462	124 677	97,2	2,7	0,1
<b>Verkehrsmittelhandwerke</b>										
Bäcker	18 539	22 163 944	82,8	16,5	0,6	4 218	2 900 744	88,0	11,0	1,0
Konditoren	2 951	2 954 733	73,8	23,3	2,9	405	234 060	89,9	7,6	2,5
Fleischer	19 093	33 445 810	52,4	46,8	0,8	3 024	3 766 309	76,5	22,1	1,4
<b>Kfz-Handwerke</b>										
Kraftfahrzeugmechaniker	32 016	114 655 879	64,4	33,6	2,0	8 160	28 204 383	63,1	33,4	3,5
Karosserie- u. Fahrzeugbauer	2 974	6 959 395	21,9	71,5	6,7	813	1 378 918	40,9	53,8	5,3
<b>Handels- und Reparaturhandwerke</b>										
Radio- und Fernsehtechniker	7 550	7 598 287	62,2	35,2	2,6	1 685	1 304 453	80,6	14,2	5,2
Uhrmacher	2 910	1 900 626	82,5	16,7	0,8	1 191	346 670	97,7	1,4	1,0
Schuhmacher	5 216	1 040 830	95,6	2,7	1,7	1 066	122 569	85,3	7,7	6,9
Raumausstatter	7 222	4 735 539	60,6	32,4	7,0	1 844	844 314	54,5	31,0	14,5
<b>Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf</b>										
Friseur	47 564	7 982 055	99,1	0,8	0,1	6 521	1 376 576	98,4	1,3	0,3
Fotografen	3 197	1 649 396	51,1	46,1	2,8	945	276 006	81,5	14,6	3,9

Tafel 3.6: Vergleich der Kundenstruktur nach ausgewählten Handwerkszweigen 1994  
früheres Bundesgebiet und neue Bundesländer

Teil 2

	früheres Bundesgebiet				neue Bundesländer					
	Betriebe abs.	Umsatz TDM	Private Haush.	Unter- nehmen %	Öffentl. Hand	Betriebe abs.	Umsatz TDM	Private Haush.	Unter- nehmen %	Öffentl. Hand
<b>Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf</b>										
Gebäudereiniger	3 286	11 085 305	6,6	61,2	32,2	1 102	1 976 721	6,0	50,2	43,7
Textilreiniger	1 322	1 479 317	35,6	47,8	16,6	335	224 338	39,2	35,6	25,2
<b>Ausbauhandwerke</b>										
Maler und Lackierer	30 810	19 701 403	42,9	41,5	15,6	5 298	4 226 289	25,4	47,0	27,5
Gas- u. Wasserinstallateure	18 049	22 505 519	53,4	31,7	14,8	4 712	6 555 712	42,2	32,3	25,4
Zentralheizungs- und Lüftungsbauer	13 404	24 475 754	44,6	40,2	15,2	4 156	9 222 608	38,9	35,7	25,4
Elektroinstallateure	32 854	35 503 415	31,0	53,8	15,1	9 472	10 299 436	27,8	47,5	24,6
Tischler	31 966	36 436 582	41,1	49,8	9,1	7 105	5 706 312	44,3	35,8	19,9
Fleisen-, Platten- und Mosakkleger	7 770	8 032 880	48,0	38,9	13,1	1 580	1 612 126	34,2	43,2	22,6
Stukkateure	5 138	6 680 393	46,7	37,2	16,1	208	288 081	27,2	51,6	21,1
Glasler	3 375	4 601 597	43,5	47,0	9,6	909	640 231	46,0	32,9	21,1
<b>Bauhauptgewerbe</b>										
Maurer	24 215	69 550 879	49,9	33,2	16,9	8 098	24 927 633	35,8	37,5	26,7
Zimmerer	9 657	12 984 344	60,1	29,2	10,7	1 189	1 389 786	47,5	36,5	15,9
Dachdecker	8 238	13 306 961	49,1	36,0	14,9	2 745	4 645 208	50,6	26,9	22,5
Straßenbauer	3 822	20 078 181	10,4	25,6	64,0	1 340	6 563 653	8,3	31,4	60,3
<b>Gesundheitshandwerke</b>										
Augenoptiker	6 492	5 704 079	77,7	1,4	20,9	1 092	741 267	58,8	1,8	39,4
Hörgeräteakustiker	452	740 556	36,9	16,3	46,8	104	85 750	60,0	5,7	34,3
Orthopädiemechaniker und Bandagisten	1 195	2 665 989	42,2	6,2	51,6	225	432 649	35,4	5,9	58,7
Orthopädieschuhmacher	1 774	926 892	53,6	4,7	41,8	426	236 422	43,8	2,4	53,8
Zahntechniker	5 951	6 021 521	8,9	89,2	1,9	1 066	843 643	15,3	74,6	10,1
<b>Handwerk insgesamt</b>	454 299	656 604 977	43,9	44,4	11,8	108 905	144 001 500	41,9	38,5	19,7

kurzlv: ohne Ausland  
 unterstrichen: einschl. Ausland  
 Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählungen 1995 und 1977

SfH GöfHfingen

Tafel 3.7: Kundenstruktur nach ausgewählten Handwerkszweigen 1994 und 1976

	1994				1976				Veränderung 76/94				
	Betriebe abs.	Umsatz TDM	Private Haush.	Unter- nehmen %	Öffentl. Hand	Umsatz TDM	Private Haush.	Unter- nehmen %	Öffentl. Hand	Private Haush.	Unter- nehmen %Punkte	Öffentl. Hand	Umsatz insges. %
<b>Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf</b>													
Metallbauer	19 734	32 394 312	16,5	70,3	13,2	8 890 385	21,7	62,7	15,5	-5,2	7,6	-2,3	264,4%
Maschinenbaumechaniker	6 849	18 290 378	2,5	93,1	4,4	4 387 983	6,5	89,7	3,7	-4,0	3,4	0,7	316,8%
Ferzeugmacher	2 757	5 590 875	2,9	96,7	0,3	1 387 040	3,0	94,5	2,5	-0,1	2,2	-2,2	303,1%
Landmaschinenmechaniker	4 072	6 897 158	14,9	80,2	4,9	4 050 493	10,6	87,5	1,9	4,3	-7,3	3,0	70,3%
<b>Produzierende Handwerke für den privaten Konsumbedarf</b>													
Wasserschneller	3 149	360 372	55,4	44,2	0,3	470 434	66,1	33,0	0,9	-10,7	11,2	-0,6	-23,4%
Waldschmiede	3 053	1 427 335	72,4	23,2	2,4	510 440	79,0	20,2	0,8	-6,6	5,0	1,6	179,6%
<b>Nahrungsmittelhandwerke</b>													
Bäcker	18 539	22 163 944	82,8	16,5	0,6	11 801 269	85,7	13,2	1,1	-2,9	3,3	-0,5	87,8%
Konditoren	2 951	2 954 733	73,8	23,3	2,9	1 723 685	87,5	12,1	0,4	-13,7	11,2	2,5	71,4%
Eisener	19 093	33 445 810	52,4	46,8	0,8	26 141 443	61,4	36,5	2,2	-9,0	10,3	-1,4	27,9%
<b>Werkzeughandwerke</b>													
Werkzeugmechaniker	32 016	114 655 879	64,4	33,6	2,0	29 299 709	62,0	35,0	3,0	2,4	-1,4	-1,0	291,3%
Werkzeugbau	2 974	6 959 395	21,9	71,5	6,7	1 583 218	24,9	69,5	5,7	-3,0	2,0	1,0	339,6%
<b>Handels- und Reparaturhandwerke</b>													
Radio- und Fernsehtechniker	7 550	7 598 287	62,2	35,2	2,6	2 742 682	83,4	12,2	2,4	-23,2	23,0	0,2	177,0%
Firmenmacher	2 910	1 900 626	82,5	16,7	0,8	1 433 102	94,8	4,0	1,2	-12,3	12,7	-0,4	32,6%
Stuhlmacher	5 216	1 040 830	95,6	2,7	1,7	1 161 005	94,5	4,5	1,0	1,1	-1,8	0,7	-10,4%
Werkzeugmacher	7 222	4 735 539	60,6	32,4	7,0	2 439 407	73,4	20,8	5,7	-12,8	11,6	1,3	94,1%
<b>Handwerksleistungen für den privaten Bedarf</b>													
Werkzeugbau	47 564	7 982 055	99,1	0,8	0,1	3 670 380	99,2	0,6	0,2	-0,1	0,2	-0,1	117,5%
Werkzeugbau	3 197	1 649 396	51,1	46,1	2,8	842 978	65,7	31,0	3,3	-14,6	15,1	-0,5	95,7%

Teil 1

Tafel 3.7: Kundenstruktur nach ausgewählten Handwerkszweigen 1994 und 1976

	1994				1976				Veränderung 76/94				
	Betriebe abs.	Umsatz TDM	Private Haush.	Unter- nehmen %	Öffentl. Hand	Umsatz TDM	Private Haush.	Unter- nehmen %	Öffentl. Hand	Private Haush.	Unter- nehmen %Punkte	Öffentl. Hand	Umsatz insges. %
<b>Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf</b>													
Metallbauer	3 286	11 085 305	6,6	61,2	32,2	2 374 453	3,8	62,7	33,5	2,8	-1,5	-1,3	366,9%
Werkzeugmacher	1 322	1 479 317	35,6	47,8	16,6	857 297	65	27	8	-29,5	20,9	8,6	72,6%
<b>Produzierende Handwerke für den privaten Konsumbedarf</b>													
Werkzeugbau	30 810	19 701 403	42,9	41,5	15,6	7 397 940	47,3	33,3	19,3	-4,4	8,2	-3,7	166,3%
Werkzeugbau	18 049	22 505 519	53,4	31,7	14,8	6 461 794	52,1	28,0	19,9	1,3	3,7	-5,1	248,3%
Werkzeugbau	13 404	24 475 754	44,6	40,2	15,2	7 211 623	44,9	33,8	21,2	-0,3	6,4	-6,0	239,4%
Werkzeugbau	32 854	35 503 415	31,0	53,8	15,1	9 951 174	43,3	39,5	17,2	-12,3	14,3	-2,1	256,8%
Werkzeugbau	31 966	36 436 582	41,1	49,8	9,1	12 924 062	48,1	40,4	11,5	-7,0	9,4	-2,4	181,9%
Werkzeugbau	7 770	8 032 880	48,0	38,9	13,1	3 125 345	45,7	34,6	19,8	2,3	4,3	-6,7	157,0%
Werkzeugbau	5 138	6 680 393	46,7	37,2	16,1	2 116 148	55,3	26,2	18,5	-8,6	11,0	-2,4	215,7%
Werkzeugbau	3 375	4 601 597	43,5	47,0	9,6	1 652 480	46,2	37,7	16,0	-2,7	9,3	-6,4	178,5%
<b>Produzierende Handwerke für den privaten Konsumbedarf</b>													
Werkzeugbau	24 215	69 550 879	49,9	33,2	16,9	26 702 405	45,6	29,3	25,1	4,3	3,9	-8,2	160,5%
Werkzeugbau	9 657	12 984 344	60,1	29,2	10,7	4 235 794	53,1	34,2	12,7	7,0	-5,0	-2,0	206,5%
Werkzeugbau	8 238	13 306 961	49,1	36,0	14,9	3 941 853	43,1	34,3	22,7	6,0	1,7	-7,8	237,6%
Werkzeugbau	3 822	20 078 181	10,4	25,6	64,0	6 681 481	6,1	21,2	72,7	4,3	4,4	-8,7	200,5%
<b>Produzierende Handwerke für den privaten Konsumbedarf</b>													
Werkzeugbau	6 492	5 704 079	77,7	1,4	20,9	1 886 395	88,5	4,2	7,3	-10,8	-2,8	13,6	202,4%
Werkzeugbau	452	740 556	36,9	16,3	46,8	117 157	70,0	18,3	11,7	-33,1	-2,0	35,1	532,1%
Werkzeugbau	1 195	2 665 989	42,2	6,2	51,6	668 403	44,6	13,9	41,6	-2,4	-7,7	10,0	298,9%
Werkzeugbau	1 774	926 892	53,6	4,7	41,8	352 442	64,1	6,6	29,3	-10,5	-1,9	12,5	163,0%
Werkzeugbau	5 951	6 021 521	8,9	89,2	1,9	2 117 679	11,2	87,3	1,5	-2,3	1,9	0,4	184,3%
<b>Werkzeugbau insgesamt</b>	454 299	656 604 977	43,9	44,4	11,8	235 291 690	48,7	37,9	13,4	-4,8	6,5	-1,6	179,1%

Teil 2

für früheres Bundesgebiet

unterstrichen: einsehl. Ausland  
strich: ohne Ausland  
Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählungen 1995 und 1977

SJH Göttingen

Anteil auch gegenüber 1976 – im Unterschied zu den anderen Zweigen dieser Handwerksgruppe – nicht unerheblich gestiegen ist. Infolge des Rückgangs der Nachfrage aus der Landwirtschaft tätigen diese Betriebe heute größere Umsatzanteile mit Privatkunden, insbesondere im Geschäft mit Gartengeräten (Rasenmäher etc.).

Beim innerdeutschen Vergleich fällt auf, dass im Westen Deutschlands der Umsatzanteil mit Unternehmen – mit Ausnahme der Landmaschinenmechaniker – jeweils höher und der Anteil mit privaten und öffentlichen Auftraggebern geringer ausfällt. Dies dürfte mit der schon erwähnten geringen Industriedichte in Ostdeutschland zusammenhängen.<sup>7</sup>

Die **Produzierenden Handwerke für den speziellen Konsumbedarf** tätigen zwar die meisten Umsätze mit privaten Haushalten, die Umsätze mit Unternehmen weisen jedoch einen beträchtlichen Stellenwert auf. Dies gilt insbesondere für die alten Bundesländer, wo sich im Zeitraum zwischen 1976 und 1994 eine erhebliche Verschiebung des Absatzes von privaten Haushalten hin zu anderen Unternehmen ergeben hat. Der Grund hierfür dürfte darin liegen, dass heute Produkte häufig nicht direkt an den Endverbraucher, sondern über den Handel abgesetzt werden. Der Umsatz mit öffentlichen Auftraggebern spielt bei den Handwerkszweigen dieser Gruppe keine Rolle.

Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei den **Nahrungsmittelhandwerken** ab. Auch hier dominiert der Umsatz mit privaten Haushalten, der Absatz an andere Unternehmen, insbesondere über den Einzelhandel, ist jedoch in den letzten Jahren beträchtlich gestiegen und macht bspw. bei den Fleischern schon 44 % des Umsatzes aus. Dieses Ergebnis kommt vor allem durch die größeren Fleischereibetriebe zustande, die schon fast industriellen Charakter aufweisen und die häufig Wurstprodukte in großen Mengen über den Handel absetzen. Auch bei den Nahrungsmittelhandwerken spielt der Absatz an öffentliche Auftraggeber keine Rolle, und in den neuen Bundesländern dominiert der Absatz an private Haushalte stärker als im früheren Bundesgebiet.

Ein uneinheitliches Bild ergibt sich bei den **Kfz-Handwerken**. Während bei den Kfz-Mechanikern der Absatz an die Endverbraucher mit fast zwei Dritteln eindeutig dominiert, wird von den Karosserie- und Fahrzeugbauern ein größerer Umsatz mit anderen Unternehmen erzielt. Dies liegt daran, dass die Unternehmen dieser Handwerksbranche meist Spezialfahrzeuge herstellen, die überwiegend gewerblichen, teilweise jedoch

<sup>7</sup> Vgl. hierzu auch Müller, K. u. Mecke, I. (1997), S. 292 ff.

auch öffentlichen Zwecken dienen. Dies trifft insbesondere auf die alten, weniger auf die neuen Bundesländer zu. Gegenüber der vorletzten Handwerkszählung 1976 sind in der Absatzstruktur bei den Zweigen dieser Gruppe keine größeren Veränderungen zu registrieren.

Bei den **Handels- und Reparaturhandwerken** überwiegt wiederum bei weitem der Absatz an private Haushalte. Immerhin weist jedoch bei den Radio- und Fernsehtechnikern sowie bei den Raumausstattem der Umsatz mit anderen Unternehmen mit fast einem Drittel einen nicht unerheblichen Stellenwert auf, wobei dies in starkem Ausmaß auf Veränderungen in den letzten 20 Jahren zurückzuführen ist. Insbesondere die Radio- und Fernsehtechniker scheinen alte Absatzmärkte im Privatbereich wegen der starken Konkurrenz durch Einzelhandelsbetriebe aufgegeben und sich dafür neue Tätigkeitsfelder im gewerblichen Bereich (Informations- und Kommunikationstechnologien) erschlossen zu haben. Eine Ausnahme bilden die Schuhmacher, bei denen kaum Veränderungen in der Absatzstruktur zu beobachten sind. Hier muss aber angemerkt werden, dass es sich bei diesem Handwerkszweig um ein Kontraktionshandwerk handelt, dessen Umsatzentwicklung, auch absolut gesehen, negativ verlief. Umsätze mit öffentlichen Auftraggebern spielen insgesamt eine geringe, bei den Raumausstattem, und hier insbesondere im Osten Deutschlands, jedoch eine nicht unerhebliche Rolle.

Die **Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf** werden eindeutig von den Friseuren dominiert. Die Betriebe dieses Handwerkszweiges sind fast ausschließlich für private Haushalte tätig, daher sind weder in der zeitlichen Entwicklung noch im Vergleich zwischen alten und neuen Bundesländer größere Unterschiede zu verzeichnen.

Interessant ist die Entwicklung bei den Fotografen. Hier hat der Umsatz mit privaten Haushalten in den letzten 20 Jahren rapide abgenommen und übertrifft heute kaum noch die gewerblichen Umsätze. Dies trifft insbesondere auf den Westen Deutschlands zu, während in den neuen Bundesländern die Fotografen bislang kaum Geschäftsbeziehungen zu anderen Unternehmen unterhalten.

Bei den **Dienstleistungshandwerken für den gewerblichen Bedarf** dominiert, wie auch schon aus dem Namen hervorgeht, der Umsatz mit anderen Unternehmen. Bei den Gebäudereinigern, den mit Abstand größten Handwerkszweig dieser Gruppe, wird jedoch über ein Drittel des Umsatzes im öffentlichen Bereich erzielt; in den neuen Bundesländern beträgt dieser Anteil sogar fast 44 %. Interessant ist, dass die Umsätze mit Endverbrauchern in den letzten Jahren relativ gesehen etwas gestie-

gen sind, wobei dies auch auf die größeren Betriebe zutrifft. Insgesamt halten sich die Veränderungen aber in Grenzen.

Anders sieht es bei den Textilreinigern aus, wo 1976 noch eindeutig der Umsatz mit privaten Haushalten dominierte, während 1994 der gewerbliche Umsatz an erster Stelle lag. Dies trifft wiederum insbesondere auf den Westen Deutschlands zu, während in den neuen Bundesländern die privaten Haushalte 1994 noch die stärkste Kundengruppe stellten.

Bei den **Ausbauhandwerken** werden insgesamt fast ebenso hohe Umsätze mit privaten Haushalten wie mit anderen Unternehmen getätigt. Der Umsatzanteil mit öffentlichen Auftraggebern liegt jeweils zwischen 10 und 20 %. Zwischen den einzelnen Branchen treten jedoch nicht unbedeutende Unterschiede auf; so sind die Elektroinstallateure zu über 50 % im gewerblichen Sektor tätig, während bspw. die Gas- und Wasserinstallateure eindeutig Privatkunden orientiert sind.

In den letzten 20 Jahren hat der gewerbliche Umsatzanteil in allen Zweigen der Ausbauhandwerke zugenommen, wobei bei den Elektroinstallateuren und bei den Stuckateuren die stärksten Veränderungen zu verzeichnen sind. Im öffentlichen Bereich fanden überall relative Umsatzeinbußen statt, ebenso im privaten Bereich mit Ausnahme der Fliesen-, Platten- und Mosaikleger und der Gas- und Wasserinstallateure.

In den neuen Bundesländern spielen die öffentlichen Aufträge mit 20 – 30 % des Umsatzes eine erheblich größere Rolle als im Westen Deutschlands. Dafür ist hier ein meist deutlich geringerer Umsatzanteil mit privaten Haushalten zu beobachten (Ausnahme Tischler und Glaser), was möglicherweise darauf zurückgeführt werden kann, dass die Betriebe eher als Subunternehmer tätig sind oder dass der Wohnungsbau primär von Baugesellschaften und weniger von Privatpersonen getragen wird. Die Gründe hierfür liegen insbesondere in der Subventionierung des Wohnungsbaues, von dem vor allem Personen aus dem Westen Deutschlands, die nicht selbst als Bauträger auftraten, profitiert haben, sondern die Wohnungen über Wohnungsbaugesellschaften erwarben.

Ähnlich wie bei den Ausbauhandwerken sieht die Situation beim **Bauhauptgewerbe** aus, wobei hier die Straßenbauer aus dem Rahmen fallen, da die Betriebe dieses Handwerkszweiges zu über 60 % für öffentliche Auftraggeber arbeiten. Aber auch hier hat die öffentliche Hand an Bedeutung eingebüßt; die Straßenbaubetriebe konnten dafür häufiger gewerbliche und private Aufträge akquirieren. Bei den übrigen Zweigen im Bauhauptgewerbe dominiert der Umsatz mit privaten Haushalten, wobei

die Umsatzanteile in der Regel höher als im Ausbauhandwerk sind, da im Bauhauptgewerbe häufig eine Arbeitsteilung zwischen handwerklichen und industriellen Einheiten stattfindet, indem Handwerksbetriebe im Ein- und Zweifamilienhausbau tätig sind, während industrielle Baubetriebe größere Einheiten erstellen. Gegenüber 1976 haben die öffentlichen Auftraggeber an Bedeutung verloren und die privaten und auch gewerblichen Auftraggeber (Ausnahme Zimmerer) gewonnen.

Die **Gesundheitshandwerke** tätigen insgesamt den größten Teil ihres Umsatzes mit den Sozialversicherungsträgern, die zur öffentlichen Hand gerechnet werden. Eine Ausnahme bilden die Zahntechniker, die primär in Geschäftsbeziehungen mit Zahnärzten stehen, welche als freie Berufe zum Unternehmenssektor zählen. Bei den Augenoptikern und den Orthopädienschuhmachern dominiert das Privatkundengeschäft, wobei berücksichtigt werden muss, dass die Anteile in den letzten 20 Jahren erheblich gesunken sind. Dies ist sicherlich auf das überproportional starke Anwachsen der Ausgaben der Krankenkassen zurückzuführen; Sparmaßnahmen der Krankenkassen in der zweiten Hälfte der 90-er Jahre (z.B. größere Zuzahlung bei Brillen) konnten sich in den Ergebnissen der Handwerkszählung 1995 noch nicht niederschlagen.

In den neuen Bundesländern ist der Umsatz mit Sozialversicherungsträgern, sieht man von den Hörgeräteakustikern ab, höher als im früheren Bundesgebiet. Dies dürfte primär darauf zurückzuführen sein, dass dort weniger Patienten privat versichert sind und daher mehr Umsätze über die Krankenkassen abgerechnet werden.

**Zusammenfassend** lassen sich aus der branchenmäßigen Betrachtung folgende Ergebnisse ableiten:

- Bei den Konsumgüter orientierten Handwerkszweigen (Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf, Nahrungsmittelhandwerke, Handels- und Reparaturhandwerke, Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf) dominiert der Absatz an private Haushalte; dieser ist jedoch gegenüber 1976 gefallen, da mehr Produkte über den Handel abgesetzt werden. In den neuen Bundesländern war 1994 diese Tendenz noch nicht so stark ausgeprägt.
- Im Baubereich ist ein erheblicher Rückgang des Anteils mit öffentlichen Auftraggebern, die hier eine relativ große Bedeutung aufweisen, zu beobachten. Dies ist primär auf die Investitionsschwäche der öffentlichen Hand zurückzuführen. Dafür profitierten primär der Absatz an Unternehmen (Ausbauhandwerke), was möglicherweise auf eine

stärkere Subunternehmertätigkeit dieser Handwerksbetriebe zurückzuführen ist, während im Bauhauptgewerbe die Bedeutung des Privatkundengeschäftes gestiegen ist.

### 3.3 Kundenstruktur nach regionalen Gesichtspunkten

#### 3.3.1 Kundenstruktur nach Bundesländern

Die Analyse nach Bundesländern beschränkt sich auf das frühere Bundesgebiet, weil – wie schon oben ausgeführt wurde – die Situation in den neuen Bundesländern im Jahr der Handwerkszählung noch zu sehr durch die besondere Situation der Aufbauphase nach der Wende geprägt war. In der Tafel 3.8 ist die Kundenstruktur nach den drei Kategorien privater Haushalte, Unternehmen und öffentliche Auftraggeber für die westlichen Bundesländer aufgelistet, wobei bei den Daten für Berlin zu beachten ist, dass diese für die gesamte Stadt gelten, da die Handwerkszählung bei dieser Frage für den Westteil der Stadt nicht gesondert aufbereitet wurde.

Tafel 3.8: Kundenstruktur im Handwerk nach Bundesländern 1994

	Betriebe	Umsatz	Private Haush.	Unternehmen <sup>2)</sup>	Öffentl. Hand	Bev.-Dichte
	abs.	TDM	%			EW/m <sup>2</sup>
<b>früheres Bundesgebiet</b>	<b>454.299</b>	<b>656.604.977</b>	<b>43,9</b>	<b>44,4</b>	<b>11,8</b>	<b>265,20</b>
Schleswig-Holstein	16.769	23.812.207	48,7	39,6	11,7	172,09
Hamburg	8.831	16.542.314	36,2	53,5	10,3	2258,48
Niedersachsen	46.129	69.027.619	46,7	41,4	11,9	162,06
Bremen	3.307	4.913.348	39,9	50,4	9,7	1682,21
Nordrhein-Westfalen	101.987	169.952.606	41,5	46,6	10,5	522,85
Hessen	42.801	58.669.946	47,5	41,8	10,7	283,25
Rheinland-Pfalz	30.203	36.885.286	50,4	36,6	13,1	199,12
Saarland	7.563	9.875.650	49,8	37,6	12,6	421,87
Baden-Württemberg	85.401	117.179.363	41,5	47,4	11,1	287,32
Bayern	101.750	131.751.483	45,5	41,8	12,7	169,00
Berlin <sup>1)</sup>	15.413	27.337.370	33,0	44,0	24,0	3904,98
<b>Deutschland</b>	<b>563 204</b>	<b>800 606 477</b>	<b>43,5</b>	<b>43,3</b>	<b>13,2</b>	<b>228,41</b>

nur früheres Bundesgebiet

1) incl. Ostberlin

2) incl. Auslandsumsätze

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

SfH Göttingen

Es zeigt sich, dass die Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern erheblich sind.<sup>8</sup> In einigen Bundesländern, so bspw. in Rheinland-Pfalz, dem Saarland oder Schleswig-Holstein, wird etwa die Hälfte die Umsatzen mit privaten Haushalten erzielt; in Hamburg, Bremen und Berlin sind es dagegen weniger als 40 %.

Diese Ergebnisse lassen einen Zusammenhang mit der Bevölkerungsdichte vermuten. Deshalb wurde dieser Indikator zusätzlich in Tafel 3.8 aufgenommen. Neben dem schon erwähnten Ergebnis für die Stadtstaaten zeigt sich, dass auch im relativ dicht besiedelten Nordrhein-Westfalen der direkte Absatz an Privatkunden relativ gering ist; Ähnliches gilt für Baden-Württemberg. Dafür liegt der Privatkundenanteil in den dünner besiedelten Ländern Schleswig-Holstein, Niedersachsen und auch Bayern relativ hoch. Aus dem Rahmen fällt das saarländische Handwerk, das trotz einer relativ hohen Bevölkerungsdichte in diesem Bundesland fast die Hälfte seines Umsatzes mit privaten Haushalten erwirtschaftet. Auch die Kundenstruktur für das hessische Handwerk wird durch das oben erwähnte Erklärungsmuster nicht vollständig gedeckt.<sup>9</sup>

Insgesamt ist jedoch zu vermuten, dass mit steigender Bevölkerungsdichte der Absatz im Handwerk mit gewerblichen Kunden steigt und mit privaten Haushalten geringer wird.

Beim Umsatzanteil mit öffentlichen Auftraggebern ist kein Zusammenhang mit der Bevölkerungsdichte festzustellen. Der Anteil liegt meist zwischen 10 % und 12 %. Aus dem Rahmen fällt lediglich Berlin mit einem Absatzanteil von 24 %, was primär durch die Investitionsförderung im Ostteil der Stadt und den Umzug der Bundesregierung bedingt sein dürfte. In den anderen beiden Stadtstaaten spielt dagegen die öffentliche Hand als Auftraggeber für das Handwerk nur eine unterdurchschnittliche Rolle.

<sup>8</sup> Sie sind sogar größer als die Unterschiede zwischen neuen und alten Bundesländern insgesamt (vgl. Tafel 3.6).

<sup>9</sup> Ein relativ hoher Absatz an andere Unternehmen hat auch zur Folge, dass die Handwerksbetriebe im Durchschnitt größer sind. So weisen bspw. die Betriebe in den Stadtstaaten Hamburg und Bremen weit über dem Durchschnitt liegende Betriebsgrößen aus (vgl. Rudolph, A. und Müller, K. (1998), S. 10). In den eher Privatkunden orientierten Bundesländern ist die Betriebsgröße dagegen relativ gering. Eine Ausnahme bildet neben Berlin nur Baden-Württemberg, wo trotz einer hohen gewerblichen Orientierung die Handwerksbetriebe relativ klein sind.

Worauf kann der Zusammenhang zwischen Absatzstruktur im Handwerk und Bevölkerungsdichte zurückgeführt werden? Hier sind zwei mögliche Faktoren zu unterscheiden. Zum einen kann das Branchenspektrum in den einzelnen Bundesländern unterschiedlich zusammengesetzt sein, d.h. dass bspw. in Hamburg diejenigen Handwerkszweige, die primär Umsätze mit anderen Unternehmen tätigen, relativ stark besetzt sind und daher auch der Absatz an Unternehmen insgesamt eine größere Bedeutung aufweist (Struktureffekt). Zum anderen könnten die Betriebe innerhalb einer Branche selbst eine andere Absatzstruktur aufweisen, indem bspw. in dichter besiedelten Regionen der indirekte Absatz an den Endverbraucher (über den Handel und damit über andere Unternehmen) eine größere Bedeutung als in ländlichen Regionen hat (Absatzeffekt).

Für die Analyse des **Struktureffektes** wurde der Handwerksumsatz für jedes Bundesland nach den einzelnen Handwerksgruppen differenziert.<sup>10</sup> Danach wurden der Gesamtumsatz gleich 100 gesetzt und die Anteile für die einzelnen Gruppen berechnet (vgl. Tafel A3.4 im Anhang).

Betrachtet man zunächst diejenigen Bundesländer, in denen der gewerbliche Absatz dominiert (Hamburg, Bremen, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg<sup>11</sup>), so müssten hier, wenn der Struktureffekt zutreffen würde, gerade diejenigen Handwerksgruppen mit Absatzschwerpunkt "Unternehmen" (Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf, Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf, teilweise auch Ausbauhandwerke) besonders stark und die Zweige mit Absatzschwerpunkt "private Haushalte" (Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf, Nahrungsmittelhandwerke, Handels- und Reparaturhandwerke, Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf) besonders schwach vertreten sein. Dies trifft jedoch nur teilweise zu, wie bspw. die relativ große Bedeutung der Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf und die relativ geringe Bedeutung der Nahrungsmittelhandwerke und des Bauhauptgewerbes. Dagegen spricht jedoch, dass die Handels- und Reparaturhandwerke sowie die Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf mit einer sehr starken Privatkundenorientierung insbesondere in den Stadtstaaten überdurchschnittlich

<sup>10</sup> Hierbei konnten nur 9 Handwerksgruppen berücksichtigt werden, da aus statistischen Gründen die Gesundheitshandwerke nicht gesondert ausgewiesen werden konnten. Die Umsätze dieser Handwerksgruppe sind bei den Produzierenden Handwerken für den gewerblichen Bedarf und bei den Handels- und Reparaturhandwerken enthalten.

<sup>11</sup> Berlin wurde wegen der Sonderentwicklung in dieser Stadt nicht berücksichtigt.

vertreten sind und dort die Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf auch nur einen geringen Stellenwert aufweisen.

Auch wenn man sich das Handwerk in den Bundesländern mit relativ starker Privatkundenorientierung ansieht, werden Zusammenhänge deutlich. So weisen in diesen Bundesländern bspw. die eher gewerblich orientierten Handwerksgruppen (Produzierende und Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf, teilweise auch Ausbauhandwerke) eher eine geringe Bedeutung auf, die Nahrungsmittelhandwerke und auch die Kfz-Handwerke sind dagegen überproportional vertreten. Die Zusammenhänge sind aber nicht stark ausgeprägt. Dies lässt den Schluss zu, dass der Struktureffekt zwar in einigen Fällen die Unterschiede in der Kundenstruktur zwischen den Bundesländern erklären kann, jedoch zusätzliche Gründe hierfür verantwortlich sein müssen.

Zur Untersuchung des **Absatzeffektes** wurden 8 einzelne, wichtige Handwerkszweige herausgegriffen, für die ein vollständiges oder fast vollständiges Bild der Absatzstruktur aufgrund der statistischen Datelage möglich war<sup>12</sup> (vgl. Tafel A3.5 im Anhang). So konnte untersucht werden, ob bspw. in den Bundesländern mit einem eher gewerblich orientierten Handwerk auch die Kundenstruktur in diesen 8 untersuchten Handwerkszweigen ebenfalls eher gewerblich orientiert ist. Aus der Tafel A3.5 im Anhang wird deutlich, dass dies meist zutrifft. Bis auf ganz wenige Ausnahmen haben in den Stadtstaaten die ausgewählten Handwerkszweige eine überdurchschnittlich starke Unternehmens- und eine relativ schwache Privatkundenorientierung. Nur wenige Daten fallen aus dem Rahmen, so z.B. der relativ hohe Anteil des Absatzes an Privatkunden bei den Metallbauern in Bremen oder der starke Privatkundenabsatz bei den Fleischern Hamburgs. Bei den Bundesländern mit starker Privatkundenorientierung ist auch ein Zusammenhang festzustellen; hier ist jedoch die Zahl der Ausnahmen größer.

Insgesamt zeigt sich, dass der Struktureffekt nur einen geringen, der Absatzeffekt jedoch einen etwas größeren Erklärungswert für die regional unterschiedliche Kundenstruktur aufweist. Weitere Einblicke gewinnt man, wenn man innerhalb der Bundesländer nach verschiedenen Regionstypen differenziert und dort die handwerkliche Absatzstruktur untersucht.

<sup>12</sup> Aus Geheimhaltungsgründen wurden in der letzten Handwerkszählung viele Werte nicht veröffentlicht. Dies trifft insbesondere zu, wenn es sich um die Ergebnisse für einzelne Handwerkszweige handelt. Daher sind keine Ergebnisse für andere Handwerkszweige möglich.

### 3.3.2 Kundenstruktur nach verschiedenen Regionstypen

Um regionale Unterscheidungen in der handwerklichen Struktur eines Bundeslandes verdeutlichen zu können, bieten sich verschiedene Möglichkeiten an.<sup>13</sup> In dieser Arbeit wird eine Differenzierung nach zwei Regionstypen vorgenommen:

- Stadt- und Landkreise,
- 9 siedlungsstrukturelle Kreistypen.

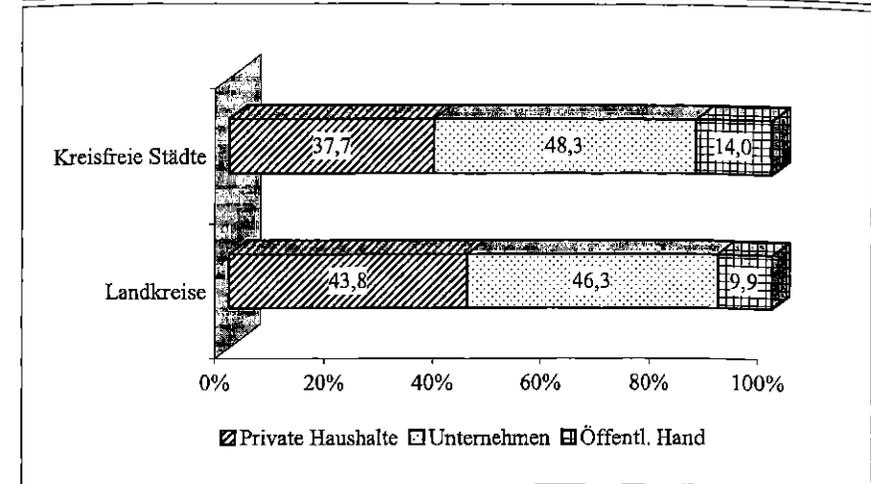
In Tafel 3.9 wurde die Kundenstruktur im Handwerk nach kreisfreien Städten und Landkreisen aufgelistet. Für diese Analyse wurden insgesamt 65 Kreise aus den vier großen Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Bayern, Baden-Württemberg und Niedersachsen ausgewählt.<sup>14</sup> Es zeigt sich, dass in den Landkreisen relativ gesehen mehr Umsatz mit privaten Haushalten getätigt wird, dafür weniger Umsatz mit Unternehmen und der öffentlichen Hand. Zu beachten ist, dass dieses Ergebnis nur teilweise den Erkenntnissen aus dem vorherigen Abschnitt entspricht. Für die Stadtstaaten Hamburg und Bremen war zwar ebenfalls ein relativ großer Umsatz des Handwerks mit anderen Unternehmen zu beobachten. Dafür spielten dort die öffentlichen Auftraggeber nur eine untergeordnete Rolle.

Eine Begründung hierfür könnte darin liegen, dass die Kundenstruktur auch innerhalb der kreisfreien Städte nicht homogen ist, sondern dort teilweise erhebliche Unterschiede zu beobachten sind. Dies geht aus Tafel A3.6 im Anhang vor. Dort sind die einzelnen Ergebnisse für die in die Untersuchung einbezogenen kreisfreien Städte und Landkreise einzeln aufgelistet. Worauf diese Unterschiede im Einzelnen zurückgeführt werden können, kann ohne eine Einzelanalyse nicht beantwortet werden.

<sup>13</sup> Genauere Informationen hierzu finden sich bei Rudolph, A. und Müller, K. (1998), S. 50-52.

<sup>14</sup> Das Ergebnis beruht also nicht auf den Daten sämtlicher kreisfreien Städte und Landkreise im früheren Bundesgebiet.

Tafel 3.9: Kundenstruktur im Handwerk nach kreisfreien Städten und Landkreisen 1994<sup>1)</sup>



SfH Göttingen

1) für 65 ausgewählte Kreise

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995; eigene Berechnungen

Für eine weitergehende Differenzierung wird eine Unterscheidung nach den **neun siedlungsstrukturellen Kreistypen**<sup>15</sup> vorgenommen. Aus Tafel 3.10 lassen sich folgende Ergebnisse ableiten:

- In den Kernstädten (Kreistyp 1 und 5) ist ein relativ großer Absatz in andere Unternehmen zu beobachten. Zusätzlich weisen die öffentlichen Auftraggeber eine relativ große Bedeutung auf. Der Absatz an Endverbraucher ist lediglich unterdurchschnittlich.
- In den Umland- oder verdichteten Kreisen um die großen Städte (Kreistyp 2 und 6) ist der Umsatz mit privaten Haushalten ähnlich gering. Hier dominiert eindeutig der Absatz an Unternehmen. Die öffentlichen Auftraggeber spielen nur eine relativ geringe Rolle. Für dieses Ergebnis könnte verantwortlich sein, daß größere Handwerksbetriebe mit erheblichem Flächenbedarf, die vor allem im gewerbli-

<sup>15</sup> Zu dem Konzept der siedlungsstrukturellen Kreistypen vgl. BfLR (1997).

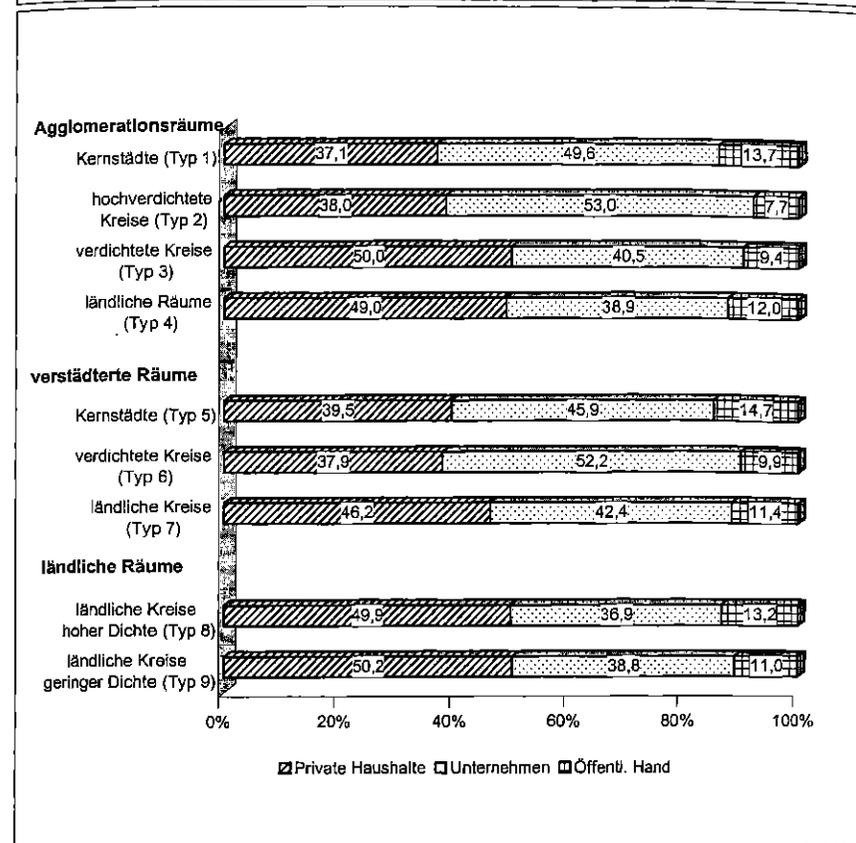
chen Bereich tätig sind, sich zunehmend auf Gewerbeflächen außerhalb der Städte ansiedeln.

- In den eher ländlich orientierten Kreisen (Typen 3, 4, 7, 8 und 9) dominiert eindeutig der Absatz an private Kunden. Gewerbliche und auch öffentliche Auftragnehmer spielen eine relativ geringe Rolle.

Aber auch bei dieser Interpretation ist zu beachten, dass - wie oben bereits ausgeführt und in Tafel A3.6 dargestellt wird - zwischen den einzelnen Kreisen eines Regionstyps erhebliche Unterschiede zu registrieren sind.

Aus den obigen Ergebnissen lässt sich zusammenfassend folgender Schluss ziehen: Je stärker eine Region besiedelt ist, desto größer ist der Umsatzanteil mit Unternehmen und desto geringer mit privaten Haushalten. Dies gilt sowohl für Bundesländer als auch für Stadt- und Landkreise und für siedlungsstrukturelle Kreistypen.

Tafel 3.10: Kundenstruktur im Handwerk nach siedlungsstrukturellen Kreistypen 1994<sup>1)</sup>



SfH Göttingen

1) für 65 ausgewählte Kreise

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995; eigene Berechnungen

## 4. Ergebnisse der Umfrage 1999

### 4.1 Handwerk insgesamt

Um die gewerblichen und auch die öffentlichen Umsätze des Handwerks nach verschiedenen Auftraggebern differenzieren zu können, wurde im Jahr 1999 eine Umfrage in 14 Handwerkskammerbezirken durchgeführt.<sup>1</sup> Diese Umfrage brachte das Ergebnis, dass insgesamt 53,9 % des handwerklichen Umsatzes mit privaten Haushalten, 35,7 % mit Unternehmen und 10,4 % mit öffentlichen Auftraggebern erzielt wird (vgl. Tafel 4.1). Der mit den Endverbrauchern erwirtschaftete Umsatzanteil ist bei der Umfrage also höher als bei der Handwerkszählung, wo ein Anteil von 43,5 % ermittelt wurde. Entsprechend fallen die Umsatzanteile mit gewerblichen und öffentlichen Auftraggebern geringer aus.

Dieses Ergebnis ist aber lediglich auf das unterschiedliche Verfahren zurückzuführen. Wie in Kapitel 2 ausführlich dargestellt wurde, erhielt bei der Umfrage jeder Betrieb unabhängig von seiner Größe das gleiche Gewicht. Da kleine Betriebe eher mit privaten Haushalten Umsätze tätigen, ist der entsprechende Wert bei der Umfrage größer. In Kapitel 2 wurde auch darauf hingewiesen, dass in der Umfrage die gewerblich orientierten Unternehmen überrepräsentiert waren. Daher hätte nach diesem Verfahren der Unterschied in den Umsatzanteilen mit privaten Haushalten und mit Unternehmen eigentlich größer ausfallen müssen.

Aus Tafel 4.1 ist daher weniger die genaue Höhe der Umsatzanteile wichtig, sondern die Entwicklung des Umsatzes in den vergangenen fünf Jahren, d.h. für die Jahre 1994 – 98 in dem Zeitraum nach Durchführung der Handwerkszählung.<sup>2</sup> Es zeigt sich, dass der Umsatz mit allen drei Kundengruppen in den letzten fünf Jahren tendenziell gefallen ist. Zwar antwortete in allen Fällen etwas über die Hälfte der befragten Betriebe, dass der Umsatz gleich geblieben sei, der Anteil derjenigen, die steigenden Umsatz meldeten, war jedoch jeweils geringer als diejenigen, die angaben, dass der Umsatz mit dieser Kundengruppe in den letzten fünf Jahren gesunken sei. Wichtig erscheint bei dieser Frage daher vor allem die Differenz zwischen den positiven und negativen Antworten (fallende bzw. sinkende Umsätze). Hier fällt der Umsatz mit öffentlichen Auftraggebern eindeutig aus dem Rahmen: Nur knapp 10 % der befragten Un-

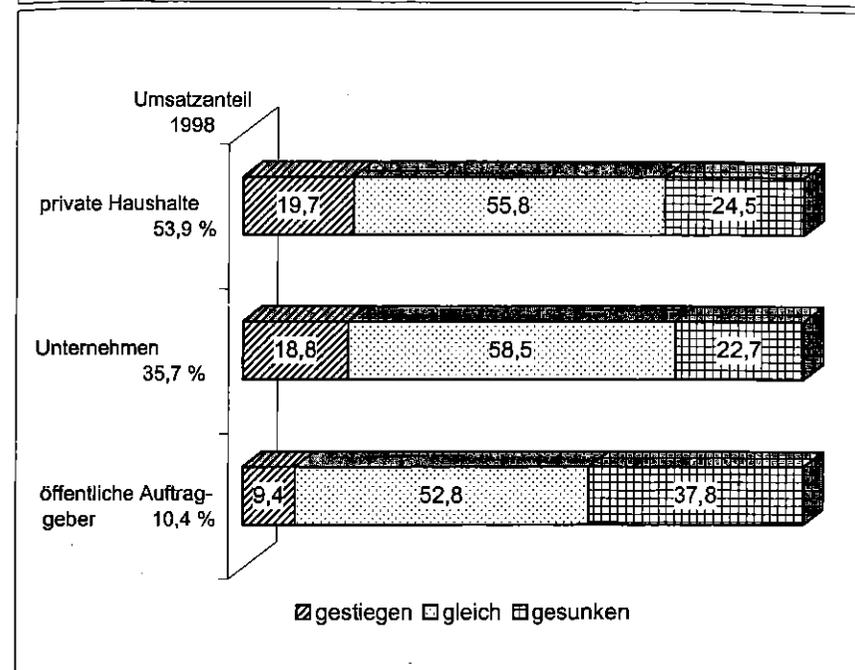
<sup>1</sup> Die beteiligten Handwerkskammern finden sich in Tafel 2.2 in Kapitel 2.

<sup>2</sup> Diese Daten stützen sich nur auf die Ergebnisse von 7 Handwerkskammern.

ternehmen meldeten steigende, dagegen jedoch fast 40 % fallende Umsätze. Bei den Umsätzen mit privaten Haushalten und mit anderen Unternehmen ist dieser Unterschied längst nicht so gravierend, auch wenn hier die negativen Meldungen überwogen.

Tafel 4.1: Veränderung des Absatzes an die 3 Kundengruppen in den letzten fünf Jahren (%)

(Wie hat sich Ihr Absatz auf folgende Unternehmensgruppen in den letzten fünf Jahren entwickelt?)



SfH Göttingen

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

Die fallende Umsatzentwicklung in den letzten Jahren ist kein Spezifikum dieser Umfrage. Auch in den allgemeinen Konjunkturumfragen, die von den Handwerkskammern durchgeführt werden, zeigt sich ein ähnliches Ergebnis. In der Zusammenfassung auf Bundesebene, die vom Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) durchgeführt wird,

meldeten bspw. für das 3. Quartal 1998 genau 21 % der Unternehmen steigende, 49 % unveränderte und 30 % sinkende Umsätze (altes Bundesgebiet).<sup>3</sup> Für die neuen Bundesländer lauteten die entsprechenden Zahlen 19 %, 44 % und 37 %.<sup>4</sup> Nach diesen Ergebnissen fällt der Umsatzrückgang also noch größer aus, wobei berücksichtigt werden muss, dass die Ergebnisse nur für ein Quartal, unsere Ergebnisse jedoch für die letzten fünf Jahre gelten. Das sehr negative Ergebnis vom dritten Quartal 1998 dürfte daher rühren, dass gerade im letzten Jahr die Umsätze im Handwerk relativ stark gesunken sind; in den Jahren 1994 und '95 dürfte der Rückgang nicht so stark ausgefallen sein.<sup>5</sup> Auch wenn man die Handwerksberichterstattung des Statistischen Bundesamtes heranzieht, zeigt sich, dass von 1976 bis 1997 die Umsätze leicht gestiegen, dagegen von 1997 bis 1998 leicht gefallen sind.<sup>6</sup>

Wie oben bereits erwähnt, lag der primäre Grund für die Umfrage darin, die Umsätze mit gewerblichen und öffentlichen Auftraggebern weiter zu differenzieren. In Tafel 4.2 findet sich die entsprechende Übersicht für die verschiedenen gewerblichen Auftraggeber. Daraus geht hervor, dass den anderen Handwerksbetriebe die größte Bedeutung innerhalb des Unternehmenssektors zukommt; insgesamt wird etwa 28 % des Umsatzes mit Kollegenbetrieben erwirtschaftet. Danach folgt als Abnehmergruppe die Industrie vor dem Handel und den sonstigen Abnehmergruppen sowie den Architekten-, Planungs- und Ingenieurbüros. An diese Gruppen werden jeweils zwischen 15 und 20 % der handwerklichen Güter und Leistungen abgesetzt. Unter die sonstigen Abnehmergruppen fallen vor allem Wohnungsbau- und Immobiliengesellschaften, die Landwirtschaft, das Gastgewerbe, Banken und Versicherungen, das Verkehrsgewerbe sowie freie Berufe. In Tafel 4.2 sind weiter gestrichelte Linien von verschiedenen gewerblichen Abnehmergruppen zu den privaten bzw. zu öffentlichen Auftraggebern eingefügt worden. Diese Linien sollen andeuten, dass es sich bei diesen Umsätzen teilweise um Endprodukte handelt, die jedoch nicht direkt an die Endverbraucher, sondern indirekt über den Handel abgesetzt werden; teilweise werden so auch Subaufträge dargestellt.

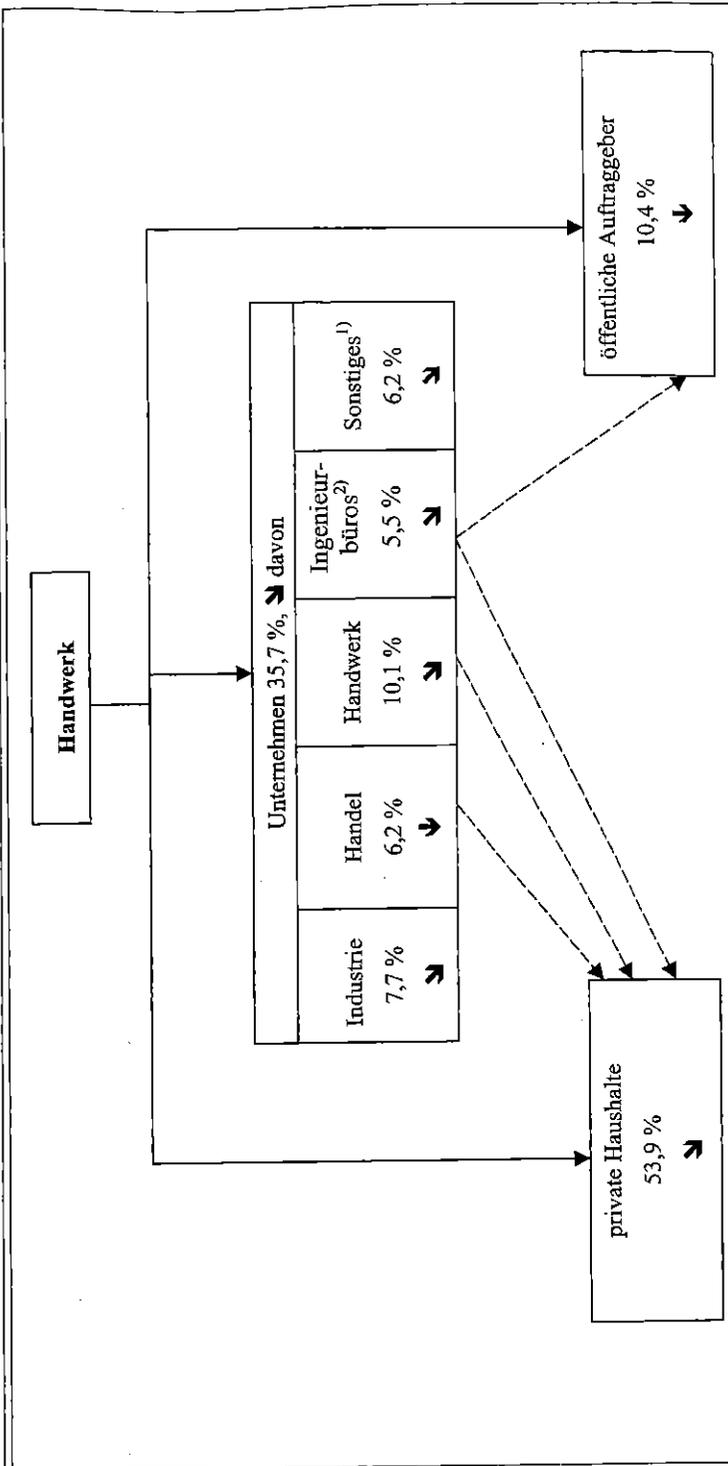
<sup>3</sup> Das dritte Quartal 1998 wurde herangezogen, weil es das letzte Quartal für die betrachtete Periode 1994-1998 ist, für das Bundesergebnisse vorliegen.

<sup>4</sup> Vgl. Zentralverband des Deutschen Handwerks (1999), S. 2, 13.

<sup>5</sup> Vgl. ebenda, S. 2.

<sup>6</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt (1999), S. 26, 36.

Tafel 4.2: Kundenstruktur im Handwerk 1995

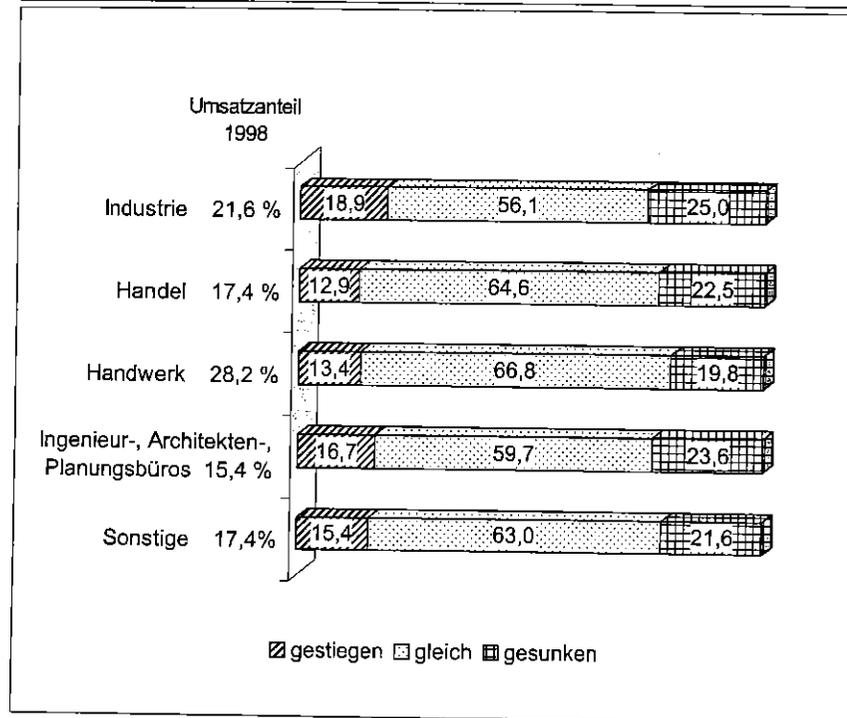


1) z.B. Landwirtschaft, Banken und Versicherungen, Gastgewerbe, Verkehrsgewerbe, freie Berufe  
2) auch Architekten-, Planungsbüros

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

Die Veränderung des Umsatzes an andere Unternehmen ist in Tafel 4.3 dargestellt. Auch hier zeigt sich, dass jeweils die Mehrheit der Betriebe von unveränderten Umsätzen in den letzten fünf Jahren ausgeht und ein größerer Teil gesunkene als gestiegene Umsätze meldet. Wichtig sind auch hier die Unterschiede zwischen dem Anteil der Unternehmen mit gesunkenen und mit gestiegenen Umsätzen. Relativ groß ist diese Differenz beim Handel. Dies lässt darauf schließen, dass hier die größten Umsatzrückgänge zu verzeichnen sind.

**Tafel 4.3: Veränderung des Absatzes an andere Unternehmen in den letzten fünf Jahren (%)**  
(Wie hat sich Ihr Absatz auf folgende Unternehmensgruppen in den letzten fünf Jahren entwickelt?)



Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

SfH Göttingen

Um die Umsatzentwicklung leicht ablesen zu können, wurde in Tafel 4.2 mit Pfeilen gearbeitet. Dabei bedeutet ein fallender Pfeil, dass mehr Unternehmen fallende als steigende Umsätze melden. Bei einem steigenden Pfeil ist es entsprechend anders herum. Um die fallenden bzw. steigenden Umsätze weiter zu differenzieren, findet sich neben dem senkrechten Pfeil noch ein schräger, nach unten bzw. nach oben zielender Pfeil. Dies bedeutet, dass der Unterschied zwischen fallenden und steigenden Meldungen nicht allzu groß ausfällt.<sup>7</sup>

Auch die öffentlichen Auftraggeber sollten im Fragebogen nach verschiedenen Kategorien differenziert werden. Dabei trat die Schwierigkeit auf, dass die Handwerksmeister nicht immer genau wissen, wo die öffentlichen Mittel herkommen. Oft wird bspw. ein Auftrag von einer Kommune erteilt, diese refinanziert sich jedoch zu einem erheblichen Teil aus Landes- und/oder Bundesmitteln, was der Handwerker häufig nicht wissen kann. Daher sind die Ergebnisse auf diese Frage mit Vorsicht zu interpretieren.

Deutlich wird jedoch, dass die Gemeinden<sup>8</sup> mit Abstand die größte Bedeutung für das Handwerk aufweisen (vgl. Tafel 4.4). Fast 60 % des Umsatzes wird hier getätigt. Danach kommen die sonstigen Auftraggeber. Hier haben vor allem die Kirchen eine große Bedeutung. Daneben werden aber auch Umsätze mit Kammern, Verbänden, gemeinnützigen Vereinen etc. getätigt. Aufträge vom Land bzw. vom Bund spielen nach dieser Auswertung für das Handwerk nur eine untergeordnete Rolle.

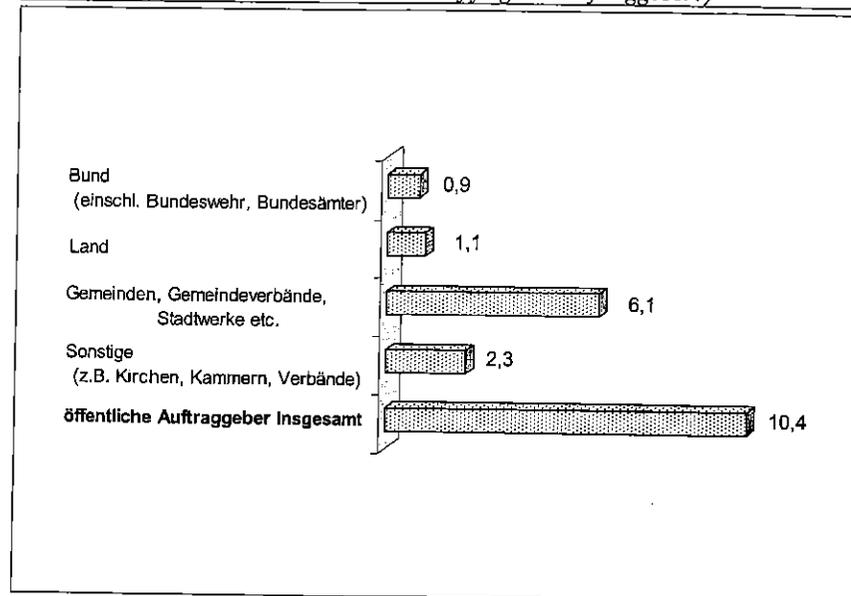
Bislang wurden die durchschnittlichen Umsätze betrachtet, welche die Handwerksbetriebe mit den unterschiedlichen Abnehmergruppen getätigt haben. In einem zweiten Schritt wurde untersucht, wie viel Prozent der Handwerksbetriebe im Jahr 1998 überhaupt Geschäftsbeziehungen zu den einzelnen Kundengruppen unterhielten. Das Ergebnis zeigt Tafel 4.5. Daraus wird deutlich, dass fast 90 % aller Handwerksbetriebe Geschäftskontakte zu privaten Haushalten aufweisen. Zu anderen Unternehmen sind es knapp 80 % und zu öffentlichen Auftraggebern fast 50 %.

<sup>7</sup> Es wurde angenommen, dass dann der Pfeil senkrecht nach unten zeigt, wenn der Unterschied zwischen sinkenden und steigenden Umsätzen mehr als 7,5 %-Punkte beträgt. Dieser Wert wurde auch entsprechend bei den steigenden Umsätzen verwendet.

<sup>8</sup> Hierzu zählen auch die Gemeindeverbände, Stadtwerke etc.

Tafel 4.4: **Aufteilung des Absatzes an öffentliche Auftraggeber 1998 (%)**

(Wie verteilt sich Ihr Absatz auf folgende Auftraggeber?)



Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

SfH Göttingen

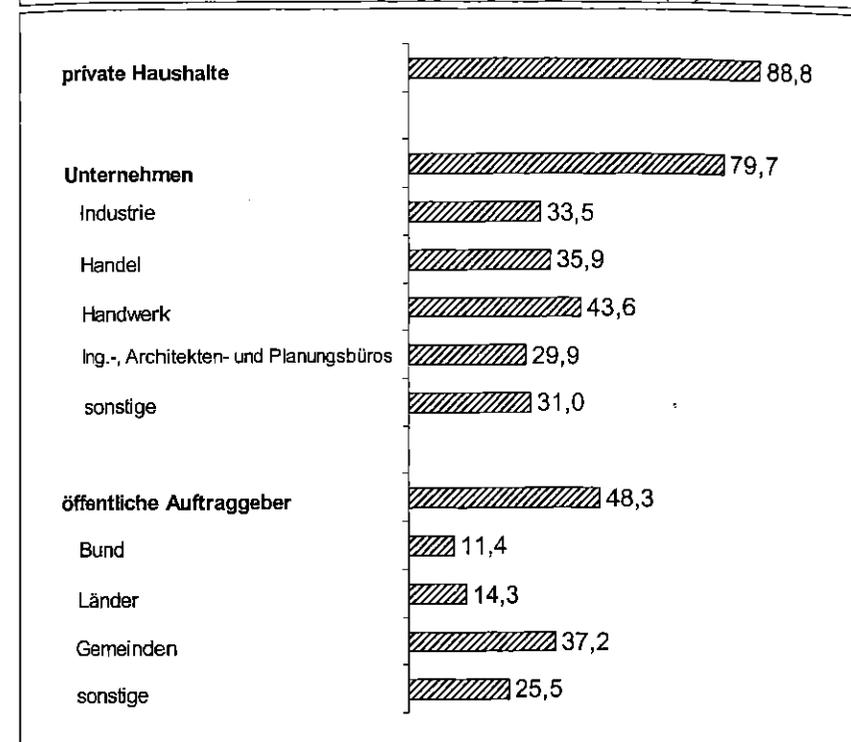
Dieses Ergebnis lässt sich direkt mit den Daten der Handwerkszählung vergleichen, die in Tafel A3.1 im Anhang abgebildet sind. Es zeigt sich, dass der Anteil der Handwerksbetriebe, die mit privaten Haushalten in Geschäftsbeziehungen stehen, praktisch gleich groß ist. Gegenüber den anderen Unternehmen und der öffentlichen Hand ergeben sich jedoch Unterschiede, die daraus herrühren, dass in der Umfrage die gewerblich und öffentlich orientierten Handwerksbetriebe überrepräsentiert waren.<sup>9</sup>

Differenziert man innerhalb des Unternehmenssektors nach verschiedenen Kundengruppen, so sind am häufigsten andere Handwerksbetriebe Geschäftspartner. Fast 50 % aller Handwerksbetriebe tätigen Umsätze mit Kollegenbetrieben. Etwa ein Drittel der Betriebe stehen jeweils in Geschäftsbeziehungen mit Industrie- und Handelsbetrieben, mit Ingenieur-, Architekten- oder Planungsbüros bzw. den sonstigen Abnehmern.

<sup>9</sup> Vgl. hierzu Kapitel 2.

Innerhalb der öffentlichen Auftraggeber spielen die Gemeinden die größte Rolle. Über ein Drittel der Betriebe unterhält hierzu Geschäftsbeziehungen.

Tafel 4.5: **Anteil der Handwerksunternehmen, die Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen getätigt haben (%)**



Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

SfH Göttingen

## 4.2 Beschäftigtenklassen

Im folgenden werden die Ergebnisse der Umfrage nach den verschiedenen Beschäftigtenklassen differenziert. Aus Tafel 4.6 gehen die durchschnittlichen Umsatzwerte hervor, die in den einzelnen Größenklassen mit den verschiedenen Abnehmergruppen erzielt wurden.

Dabei werden die Ergebnisse der Handwerkszählung bestätigt. Auch in der Umfrage zeigt sich, dass, je mehr Beschäftigte ein Handwerksbetrieb aufweist,

- desto geringer ist sein Umsatzanteil mit privaten Haushalten und
- desto größer ist sein Umsatzanteil mit anderen Unternehmen und mit öffentlichen Auftraggebern.

Zusätzliche Erkenntnisse gegenüber der Handwerkszählung gewinnt man durch eine Differenzierung der gewerblichen und der öffentlichen Auftraggeber. Bezüglich der gewerblichen Kunden lassen sich folgende Zusammenhänge beobachten:

- Mit steigender Betriebsgröße wird die Bedeutung sämtlicher Absatzgruppen aus dem Unternehmenssektor größer. Besonders ausgeprägt ist dies bei der Industrie. Während die Ein-Personen-Unternehmen durchschnittlich nur 3,9 % ihres Umsatzes mit Industriebetrieben tätigen, liegt dieser Anteil bei den Unternehmen mit 50 und mehr Beschäftigten bei 22,9 %.
- Bei Handwerk als Abnehmergruppe ist der Zusammenhang zwischen Umsatzanteil und Unternehmensgröße weniger stark ausgeprägt. Unabhängig von der Betriebsgrößenklasse wird etwa jede 10. erwirtschaftete Mark mit anderen Handwerksbetrieben verdient; nur bei den handwerklichen Großbetrieben fällt dieser Anteil auf 7 %. Bis zur einer Betriebsgröße von 20 Beschäftigten hat der Umsatz mit anderen Handwerksbetrieben innerhalb des Unternehmenssektors die größte Bedeutung. Danach fällt den industriellen Abnehmern eindeutig das größte Gewicht zu.
- Bei den einzelnen öffentlichen Auftraggebern steigt ebenfalls der Umsatzanteil mit steigender Betriebsgröße an. Während beispielsweise die Einpersonen-Unternehmen mit Gemeinden nur 3,1 % ihres Umsatzes tätigen, sind dies bei den Handwerksbetrieben mit 50 und mehr Beschäftigten fast 12 %.

Tafel 4.6: Kundenstruktur im Handwerk 1998 nach Beschäftigtenklassen (%)

	priv. Haush.	Unternehmen			öffentliche Auftraggeber					
		Industrie	Handel	Handwerk	Ing. büros <sup>1)</sup>	Sonstiges <sup>2)</sup>	Bund	Länder	Gemeinden	Sonstiges <sup>3)</sup>
1 Beschäftigte n=303	68,4 ↓	3,9 ↓	4,8 ↓	9,2 ↓	2,9 ↓	5,6 ↓	0,3	0,3	3,1	1,4
2 - 4 Beschäftigte n=892	65,9 ↓	4,4 ↓	5,4 ↓	9,6 ↓	3,4 ↓	5,2 ↘	0,2	0,5	3,8	1,3
5 - 9 Beschäftigte n=883	56,6 ↘	6,4 ↓	7,9 ↓	9,6 ↓	5,9 ↘	6,4 ↓	0,7	1,0	5,7	2,2
10 - 19 Beschäftigte n=665	48,1 ↓	8,5 ↓	6,4 ↓	10,5 ↘	6,6 ↓	7,2 ↘	1,2	1,2	6,8	3,1
20 - 49 Beschäftigte n=431	33,7 ↘	13,9 ↘	8,7 ↘	11,7 ↘	8,0 ↓	6,3 ↘	1,8	2,5	10,0	3,1
50 u. mehr Beschäftigte n=168	24,2 ↘	22,9 ↑	10,2 ↘	7,0 ↓	6,8 ↑	8,4 ↘	2,5	3,4	11,7	3,0
Insgesamt n=3342	53,8 ↘	7,7 ↘	6,2 ↓	10,0 ↘	5,5 ↘	6,2 ↘	0,9	1,1	6,1	2,3

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

<sup>1)</sup> auch Architekten- und Planungsbüros

<sup>2)</sup> z.B. Landwirtschaft, Banken und Versicherungen, Gastgewerbe, Verkehrsgewerbe, freie Berufe

<sup>3)</sup> Kirchen, Kammern, Verbände etc.

Absatz

↑ stark gestiegen ↘ leicht gefallen

↗ leicht gestiegen ↓ stark gefallen

↔ etwa gleich

SH Göttingen

Übereinstimmung mit der Handwerkszählung zeigt sich auch bei der Umfrage insofern, dass bis zu einer Betriebsgröße von 20 Beschäftigten die privaten Haushalte den dominierenden Absatzbereich darstellen. Sind die Betriebe größer, wird relativ mehr gesehen an den Unternehmenssektor geliefert. Differenziert man jedoch den Unternehmenssektor nach den einzelnen Untergruppen, so haben selbst bei den Handwerksbetrieben mit 50 und mehr Beschäftigten die privaten Haushalte noch eine größere Bedeutung als jede einzelne Absatzgruppe. An die Industrie als der wichtigsten Absatzgruppe des gewerblichen Sektors wird beispielsweise 22,9 % des Umsatzes geliefert, an die privaten Haushalte dagegen 24,2 %.

In Tafel 4.6 wurde die Entwicklung des Umsatzes in den letzten fünf Jahren jeweils wieder durch einen Pfeil gekennzeichnet<sup>10</sup>. In den meisten Fällen ist der Umsatz mit den einzelnen Abnehmergruppe gefallen; es zeigen sich jedoch einige Ausnahmen. So dürfte sich für die größeren Handwerksbetriebe ab 20 Beschäftigte der Umsatz mit der Industrie positiv entwickelt haben; auf jeden Fall melden hier mehr Betriebe steigende als fallende Umsätze. Ähnliches gilt für den Umsatz mit privaten Haushalten bei den Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten. Bei den Geschäftsbeziehungen mit der öffentlichen Hand ist überall ein starker Umsatzrückgang zu beobachten. Insgesamt dürfte die Umsatzentwicklung bei den handwerklichen Großbetrieben relativ gesehen am besten verlaufen sein.

Betrachtet man nun wieder in einem zweiten Schritt den Anteil der Handwerksunternehmen, die Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen getätigt haben, so entsprechen auch hier die Ergebnisse weitgehend denjenigen der Handwerkszählung (vgl. Tafel 4.7). Die Handwerksbetriebe mit 20 Beschäftigten haben zum überwiegenden Teil (ca. 90 %) Geschäftsbeziehungen zu privaten Haushalten. Bei den größeren Betrieben fällt dieser Anteil auf ca. 80 % (20-49 Beschäftigte) bzw. 73 % (50 und mehr Beschäftigte).

Bezüglich der gewerblichen und öffentlichen Kunden sieht das Bild wiederum anders aus. Je größer die Betriebe sind, desto eher tätigen sie Umsätze mit diesen Kundengruppen. Dabei fallen die einzelnen Anteile etwas höher aus als bei der Handwerkszählung (vgl. Tafel A.3.1 im Anhang). Dies ist darauf zurückzuführen, dass – wie bereits in Kapitel 2

<sup>10</sup> Das hier verwendete Verfahren wurde in Abschnitt 4.1 erläutert.

Tafel 4.7: Anteil der Handwerksunternehmen, die Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen 1998 getätigt haben nach Beschäftigtengrößenklassen (%)

	priv. Haush.	Unternehmen				öffentliche Auftraggeber			
		Industrie	Handel	Handwerk	Ing.-büros <sup>1)</sup> / Sonstiges <sup>2)</sup>	Bund	Länder	Gemeinden	Sonstiges <sup>3)</sup>
1 Beschäftigte	92,0	14,2	23,6	32,9	12,9	3,3	4,0	15,2	10,5
2 - 4 Beschäftigte	91,5	25,6	34,0	44,0	22,6	4,1	6,5	25,4	16,6
5 - 9 Beschäftigte	92,0	40,5	43,8	56,4	40,0	10,2	14,2	40,2	28,5
10 - 19 Beschäftigte	89,1	53,7	54,7	67,2	48,9	17,6	20,2	52,6	38,7
20 - 49 Beschäftigte	80,2	62,2	57,4	63,1	49,8	22,4	28,0	56,8	36,8
50 u. mehr Beschäftigte	73,5	77,0	62,2	57,8	55,6	33,5	38,1	63,2	38,1
Insgesamt	88,8	41,7	44,7	54,4	37,2	12,2	15,3	39,9	27,3

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

1) auch Architekten- und Planungsbüros

2) z.B. Landwirtschaft, Banken und Versicherungen, Gastgewerbe, Verkehrsgewerbe, freie Berufe

3) Kirchen, Kammern, Verbände etc.

SFH Göttingen

dargestellt – die gewerblich und öffentlich orientierten Betriebe in der Umfrage überrepräsentiert waren.

Auch bei einer Differenzierung innerhalb dieser Kundengruppen zeigt sich das gleiche Ergebnis. Besonders ausgeprägt ist der Zusammenhang zwischen gewerblichem Absatz und Unternehmensgröße wiederum bei den industriellen Kunden, mit denen von den handwerklichen Ein-Personen-Unternehmen 14 % in Geschäftsbeziehungen stehen, bei den größeren Betrieben mit 50 und mehr Beschäftigten dagegen jedoch 77 %. Ähnliches gilt für die Absatzgruppe Handel, Architekten-, Planungs- und Ingenieurbüros, sonstige gewerbliche Abnehmer sowie die einzelnen öffentlichen Auftraggeber. Nicht ganz so eindeutig ist das Bild beim Absatz an andere Handwerksbetriebe, wo am häufigsten Betriebe mittlerer Größe (10-19 Beschäftigte) in Geschäftsbeziehungen zu Kollegenbetrieben stehen. Bei den handwerklichen Kleinbetrieben sind Kollegenbetriebe die mit Abstand häufigste gewerbliche Kundengruppe; bei den handwerklichen Großbetrieben sind dagegen am häufigsten Geschäftsbeziehungen mit Industriebetrieben anzutreffen.

### 4.3 Handwerksgruppen

Die Handwerksbetriebe, die in die Auswertung der Umfrage eingingen, kamen aus insgesamt 79 verschiedenen Handwerkszweigen (einschl. handwerksähnliches Gewerbe). Die Handwerkszweige wurden entsprechend der Handwerkszählung zu verschiedenen Gruppen zusammengefasst. Da an der Umfrage auch einige Betriebe des handwerksähnlichen Gewerbes beteiligt waren, wurde hierfür eine gesonderte Gruppe gebildet.

Die folgende Analyse fußt im Wesentlichen auf folgenden Tafeln:

- Für die 11 Handwerksgruppen: Umsatzanteile mit den verschiedenen Kundengruppen und Indikator für die Entwicklung des Absatzes in den letzten fünf Jahren (Tafel 4.8),
- für die 11 Handwerksgruppen: Anteil der Unternehmen, die jeweils Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen im Jahr 1998 getätigt haben (Tafel 4.9),
- für die größten Handwerkszweige: Umsatzanteile mit den verschiedenen Kundengruppen und Indikator für die Entwicklung des Absatzes in den letzten fünf Jahren (Tafel A4.1 im Anhang).

Tafel 4.8: Kundenstruktur im Handwerk 1998 nach Handwerksgruppen (%)

	priv. Haush.	Unternehmen				öffentliche Auftraggeber					
		Industrie	Handel	Handwerk	Ing. büros <sup>1)</sup>	Sonstiges <sup>2)</sup>	Bund	Länder	Gemeinden	Sonstiges <sup>3)</sup>	
											Handwerk
Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf n=410	19,9 ↗	30,6 ↗	9,0 ↘	12,2 ↘	5,7 ↗	11,9 ↘	1,0	1,1	6,6	10,5 ↓	1,8
Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf n=93	82,8 ↓	3,4 #	6,5 ↓	5,2 ↘	0,3 #	0,9 #	0,0	0,0	0,6	1,0 #	0,3
Nahrungsmittelhandwerke n=263	84,3 ↓	0,8 ↘	6,6 ↘	2,4 ↓	0,1 #	4,0 ↓	0,2	0,1	0,7	1,7 ↓	0,7
Kfz-Handwerke n=259	64,0 ↘			32,3 ↘			0,2	3,6 ↓		0,1	0,7
Handels- und Reparaturhandwerke n=171	79,7 ↓	3,2 ↓	8,6 ↘	13,8 ↘	1,4 ↓	5,2 ↓	0,5	0,3	2,1	3,8 ↓	0,7
Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf n=168	89,0 ↓	2,1 ↑	6,1 ↓	5,0 ↓	0,7 ↓	2,5 ↘	0,2	0,2	2,5	2,7 ↓	0,8
Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf n=52	17,7 ↘	3,2 ↓	1,3 ↓	1,9 ↓	0,9 #	0,9 ↘	0,2	0,4	1,8	20,1 ↓	0,3
Ausbauhandwerke n=178	49,9 ↗	23,1 ⇔	10,4 ↑	6,4 ↗	5,3 ↑	17,0 ↑	1,4	2,8	10,2	13,1 ↓	5,7
Bauhauptgewerbe n=577	47,4 ⇔	6,6 ↓	5,5 ↓	10,9 ↘	7,7 ↓	6,2 ↘	1,0	1,5	7,4	17,7 ↓	3,2
Gesundheitshandwerke n=101	66,7 ↓	6,8 ↘	3,6 ↓	11,6 ↘	8,5 ↓	4,4 ↓	1,2	2,1	10,9	4,5 #	3,5
Handwerksähnliches Gewerbe n=103	50,8 ↗	5,1 #	1,1 #	1,2 #	0,3 #	21,2 #	#	#	#	#	#
Insgesamt n=3375	53,8 ↘	4,1 #	9,6 ⇔	14,5 ↑	6,5 ↑	5,2 ⇔	1,0	1,0	5,7	10,4 ↓	1,2
		7,7 ↘	6,2 ↓	10,0 ↘	5,5 ↘	6,2 ↘	0,9	1,1	6,1	10,4 ↓	2,3

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

1) auch Architekten- und Planungsbüros

2) z.B. Landwirtschaft, Banken und Versicherungen, Gastgewerbe, Verkehrsgewerbe, freie Berufe

3) Kirchen, Kammern, Verbände etc.

Absatz

↑ stark gestiegen

↗ leicht gestiegen

⇔ etwa gleich

↘ leicht gefallen

↓ stark gefallen

# keine Angabe, da zu wenig Antworten (<15)

Tabelle 4.2: Anteil der Handwerksunternehmen, die 1998 Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen getätigt haben nach Handwerksgruppen (%)

	priv. Haush.	Unternehmen				öffentliche Auftraggeber				
		Industrie	Handel	Handwerk	Ing.büros <sup>1)</sup> Sonstiges <sup>2)</sup>	Bund	Länder	Gemeinden	Sonstiges <sup>3)</sup>	
Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf	62,7	73,2	49,6	60,1	34,8	47,3	14,4	17,0	47,8	28,3
Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf	96,8	11,4	24,1	19,0	3,8	8,9	2,2	1,1	3,3	3,3
Nahrungsmittelhandwerke	98,5	12,6	38,2	19,4	5,2	23,6	2,1	1,7	12,4	14,5
Kfz-Handwerke	94,2	38,9	73,3	85,6	27,2	47,2	13,0	10,8	30,5	16,6
Handels- und Reparaturhandwerke	95,3	15,6	31,1	31,1	15,6	18,5	5,5	6,7	25,6	16,5
Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf	97,6	12,1	8,7	10,7	6,0	7,4	1,3	3,8	8,3	5,1
Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf	69,2	74,4	69,2	59,0	56,4	74,4	21,7	37,0	65,2	52,2
Ausbauhandwerke	93,5	50,9	56,0	68,8	54,0	48,7	15,7	20,1	51,9	38,5
Bauhauptgewerbe	91,2	49,2	37,5	62,5	52,5	37,7	16,1	21,5	52,6	32,7
Gesundheitshandwerke	73,3	6,3	2,1	3,2	1,1	26,3	4,2	1,1	2,1	5,3
Handwerksähnliches Gewerbe	82,5	17,5	28,8	38,8	21,3	25,0	5,4	10,8	22,6	14,0
Insgesamt	88,8	41,7	44,7	54,4	37,2	38,7	12,2	15,3	39,9	27,3

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

1) auch Architekten- und Planungsbüros

2) z.B. Landwirtschaft, Banken und Versicherungen, Gastgewerbe, Verkehrsgewerbe, freie Berufe

3) Kirchen, Kammern, Verbände etc.

Bei der folgenden Analyse wird ein besonderes Gewicht auf die einzelnen Absatzsegmente innerhalb des Unternehmenssektors gelegt, da hierdurch zusätzliche Erkenntnisse gegenüber der Handwerkszählung gewonnen werden können.

Bei den **Produzierenden Handwerken für den gewerblichen Bedarf** dominiert zwar eindeutig der Absatz an andere Unternehmen, aber immerhin sind fast zwei Drittel der Betriebe auch im Privatsektor, wenn auch mit kleineren Umsätzen, tätig. Innerhalb des Unternehmenssektors spielt die Industrie als Abnehmer mit Abstand die wichtigste Rolle; daneben werden erhebliche Umsatzanteile mit anderen Handwerksbetrieben und sonstigen gewerblichen Abnehmern (z.B. Banken, Versicherungen, Landwirtschaft) getätigt.

Innerhalb dieser Gruppe bestehen zwischen den einzelnen Zweigen jedoch nicht unbedeutende Unterschiede. Die Feinwerkmechaniker sind eindeutig auf die Industrie fixiert; hier ist auch der Absatz in den letzten Jahren gestiegen, während bei den anderen Kundensegmenten teilweise nicht unbedeutende Einbußen zu verzeichnen waren. Da die Metallbauer noch zu einem erheblichen Anteil im Baubereich tätig sind, fällt hier der Absatz an öffentliche Auftraggeber relativ hoch aus. Die Betriebe haben in den letzten Jahren Umsatzgewinne mit anderen Handwerksbetrieben, privaten Haushalten und den Architekten-Büros erzielt. Einbußen waren vor allem im Umsatz mit dem Handel und mit dem Staat festzustellen. Eine eindeutige Entwicklung zeigt sich bei den Landmaschinenmechanikern. Zwar ist die Landwirtschaft immer noch der größte Abnehmer für die Produkte und Leistungen dieses Handwerkszweiges; hier sind jedoch in den letzten Jahren erhebliche Umsatzverluste zu verzeichnen, die teilweise durch Zuwächse im Endverbraucherhandel kompensiert wurden.

Bei den **Produzierenden Handwerken für den speziellen Konsumbedarf** dominiert eindeutig der Absatz an private Haushalte. Hier sind fast 97 % aller Betriebe dieser Gruppe mit 83 % des Umsatzes tätig. Daneben haben nur noch der Handel und abgeschwächt die anderen Handwerksbetriebe als Kunden eine gewisse Bedeutung. Die Schneider weisen außerdem in gewissem Umfang Geschäftsbeziehungen zur Industrie auf. In den letzten Jahren ist der Umsatz fast überall rückläufig. Wegen der geringen Zahl der Betriebe in dieser Gruppe sind weitergehende Aussagen nicht möglich.

Auch bei den **Nahrungsmittelhandwerken** stellen die privaten Haushalte das mit Abstand wichtigste Absatzsegment dar. Daneben setzt etwa

SfH Göttingen

ein gutes Drittel der Betriebe auch Produkte über den Handel ab; jeder vierte Betrieb liefert Produkte an sonstige Abnehmer (Gastgewerbe) und jeder fünfte Betrieb an andere Handwerksbetriebe. Geringfügige Umsätze sind mit Verpflegungseinrichtungen (z.B. Kantinen) von Industriebetrieben, Gemeinden und Kirchen zu registrieren. In den letzten Jahren war der Umsatz fast überall stark rückläufig. Lediglich die Bäcker konnten beim Absatz an das Gastgewerbe Rückgänge vermeiden.

Zwar sind die privaten Haushalte auch bei den **Kfz-Handwerken** die wichtigste Kundengruppe, aber in dieser Handwerksgruppe werden auch erhebliche Umsätze mit gewerblichen und auch öffentlichen Auftraggebern erzielt. Insbesondere die Umsätze mit anderen Handwerksbetrieben spielen eine beträchtliche Rolle. Daneben sind die Kfz-Techniker in größerem Ausmaß auch für Handelsbetriebe, das Verkehrsgewerbe und Industriebetriebe tätig. In den letzten Jahren waren die Umsätze fast überall mehr oder weniger stark rückläufig. Insbesondere gilt dies für die öffentlichen Auftraggeber.

Fast alle Betriebe der **Handels- und Reparaturhandwerke** sind im Privatsektor tätig. 95 % der Betriebe erzielen insgesamt 80 % des Umsatzes dieser Gruppe in diesem Absatzsegment. Über die Hälfte tätigt darüber hinaus Umsätze mit anderen Unternehmen und ein knappes Drittel mit öffentlichen Auftraggebern. Hiervon weist der Absatz an den Handel und an andere Handwerksbetriebe die größte Bedeutung auf. Geringfügige Umsätze werden mit der Industrie, Gemeinden und sonstigen gewerblichen Auftraggebern (vor allem freie Berufe, Gastgewerbe) erzielt.

Relativ gesehen am wenigsten abhängig von der Privatkundschaft sind die Informationstechniker und die Raumausstatter, wobei die Informationstechniker primär Geschäftsbeziehungen zum Handel unterhalten, die allerdings in den letzten Jahren stark rückläufig waren. Dafür wurde eine gewisse Kompensation durch steigende Umsätze mit der Industrie erreicht. Entgegen dem allgemeinen Trend melden die Raumausstatter mit dem Privatsektor per Saldo steigende Umsätze.

Die **Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf** werden eindeutig von den Friseuren dominiert. Hier fallen fast ausschließlich Umsätze mit privaten Haushalten an; lediglich kleinere Umsatzanteile werden durch Subaufträge von anderen Handwerksbetrieben erzielt. Beim zweitgrößten Beruf dieser Handwerksgruppe, den Fotografen, sieht die Situation etwas anders aus. Hier sind nicht unbeträchtliche Umsatzanteile, insbesondere mit der Industrie, aber auch mit dem Handel, anderen Handwerksbetrieben, Gemeinden, sonstigen gewerblichen Auftrag-

gebern und den Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros zu verzeichnen. Für beide Handwerkszweige gilt, dass die Umsätze in den letzten Jahren stark rückläufig waren.

Eine andere Kundenstruktur findet sich bei den **Dienstleistungshandwerken für den gewerblichen Bedarf**. Wie der Name schon ausweist, dominiert hier eindeutig der gewerbliche Absatz, wobei die Geschäftsbeziehungen mit Industriebetrieben überwiegen. Daneben sind die Betriebe dieser Gruppe, vor allem die Gebäudereiniger, auch in erheblichem Ausmaß für den Handel, Gemeinden und sonstige Auftraggeber (vor allem freie Berufe, Banken und Versicherungen) tätig. In den letzten Jahren ist eine Erweiterung des Absatzspektrums zu beobachten. Umsatzverluste im Geschäft mit privaten Haushalten, der Industrie und öffentlichen Auftraggebern sind durch zusätzliche Geschäftsbeziehungen mit Handelsbetrieben, Architekten-, Planungs- und Ingenieurbüros sowie sonstigen Auftraggebern aus dem Unternehmensbereich kompensiert worden.

Die größte Gruppe innerhalb der 11 Handwerksgruppen stellen die **Ausbauhandwerke** dar. Diese Handwerke weisen ein ausgesprochen breites Tätigkeitsfeld aus. Über 90 % der Betriebe arbeiten für private Haushalte, fast 90 % für andere Unternehmen und 60 % für öffentliche Auftraggeber. Die größten Kunden sind allerdings mit etwa 50 % die privaten Haushalte. Daneben sind die Ausbauhandwerke in größerem Ausmaß auch für andere Handwerksbetriebe, Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros, Gemeinden, Industriebetriebe und den Handel tätig. Auch die sonstigen Auftraggeber spielen eine erhebliche Rolle. Dabei dürfte es sich überwiegend um Wohnungsbaugesellschaften handeln. Die Umsatzentwicklung war in den letzten fünf Jahren im Privatbereich positiv, dagegen im Unternehmensbereich und vor allem im öffentlichen Bereich negativ.

Zwischen den einzelnen Zweigen des Ausbaugewerbes bestehen teilweise erhebliche Unterschiede. Die geringste Abhängigkeit vom Privatsektor weisen die Elektrotechniker auf. Dieser Handwerkszweig erzielt als einziger Zweig der Ausbauhandwerke erhebliche Umsätze mit Industriebetrieben. Bei den Fliesen-, Platten- und Mosaiklegern ist der Umsatz mit anderen Handwerksbetrieben besonders hoch; hier dürfte es sich primär um Subaufträge handeln.

Betrachtet man die Umsatzentwicklung in den letzten fünf Jahren, fallen die Tischler und Elektrotechniker aus dem Rahmen. Bei den übrigen Handwerkszweigen sind überall Umsatzgewinne bei den privaten Haus-

halten, dafür Einbußen bei gewerblichen und öffentlichen Auftraggebern zu verzeichnen; bei den Malern und Lackierern sowie den Glasern ist diese Tendenz allerdings nicht eindeutig.

Die Tischler haben ebenfalls ihre Umsätze mit dem Privatsektor stark ausweiten können, wobei die Zuwächse hier größer ausgefallen sein dürften. Die Rückgänge im Unternehmensbereich betrafen fast nur die Industrie. Die Geschäftsbeziehungen mit dem Handel und anderen Handwerksbetrieben weisen dagegen eine leicht positive Tendenz auf. Völlig anders ist die Entwicklung bei den Elektrotechnikern. Hier haben andere Unternehmen an Gewicht gegenüber privaten Haushalten gewonnen. Hierfür sind vor allem Umsatzgewinne mit anderen Handwerksbetrieben ursächlich.

Eine insgesamt ähnliche Kundenstruktur wie bei den Ausbauhandwerken ist im **Bauhauptgewerbe** zu beobachten. Auch hier findet sich ein breites Kundenspektrum. Nach den privaten Haushalten und anderen Handwerksbetrieben sind die Gemeinden die wichtigste Kundengruppe. Daneben werden auch erhebliche Umsatzanteile mit den Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros sowie Industriebetrieben erzielt. Die Umsatzentwicklung war in den letzten Jahren rückläufig. Lediglich die Geschäfte mit den privaten Haushalten konnten auf dem bisherigen Niveau gehalten werden.

Bezüglich der einzelnen Handwerkszweige fallen die Unterschiede zwischen den Maurern und Betonbauern, den Zimmerern sowie den Dachdeckern relativ gering aus, wobei die Zimmerer einen vergleichsweise hohen Umsatz mit den Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros aufweisen. Eine völlig andere Absatzstruktur findet sich dagegen bei den Straßenbauern. Hier handelt es sich um denjenigen Handwerkszweig, der am stärksten von öffentlichen Aufträgen abhängig ist. Daher hatte dieser Handwerkszweig auch am stärksten unter der öffentlichen Investitionsschwäche zu leiden. Ein gewisser Ausgleich könnte durch steigende Umsätze vor allem mit Industriebetrieben erreicht werden. Bei den anderen Handwerkszweigen gab es bei den Umsätzen mit dem Privatsektor in den letzten Jahren wenig Änderungen. Der öffentliche Umsatz ist überall eingebrochen, und auch bei den gewerblichen Aufträgen waren Einbußen zu verzeichnen. Die Zimmerer melden steigende Umsätze mit dem Handel und den sonstigen Auftraggebern.

Bei den **Gesundheitshandwerken** muss man zwischen den Augenoptikern und den Zahntechnikern unterscheiden. Während die Augenoptiker fast ausschließlich im Privatsektor tätig sind, liefern die Zahntechniker

ihre Produkte primär an Zahnärzte, die unter der Rubrik sonstige Unternehmen in Tafel A4.1 auftauchen. Die Umsätze sind in den letzten Jahren meist rückläufig. Besonders gravierend war die Entwicklung bei den Zahntechnikern.

Das **handwerksähnliche Gewerbe** ist insgesamt zu 50 % für den Privatsektor tätig, und 40 % des Umsatzes wird mit anderen Unternehmen erwirtschaftet. Innerhalb des Unternehmenssektors hat der Umsatz mit anderen Handwerksbetrieben die größte Bedeutung. Eine zweigbezogene Betrachtung war aufgrund der geringen Anzahl der an der Umfrage beteiligten Betriebe bis auf eine Ausnahme nicht möglich. Diese Ausnahme betrifft den Zweig "Einbau von genormten Baufertigteilen", dessen Betriebe primär im gewerblichen Sektor tätig sind, indem sie vor allem Subaufträge für Vollhandwerksbetriebe übernehmen. Daneben spielen jedoch auch Privatumsätze, der Umsatz mit Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros sowie sonstigen Auftraggebern (Wohnungsgesellschaften) eine erhebliche Rolle. Die Umsatzentwicklung war insgesamt in den letzten fünf Jahren positiv. Dies gilt insbesondere für den Absatz an Vollhandwerksbetriebe. Dies könnte auf eine zunehmende Arbeitsteilung zwischen Vollhandwerks- und handwerksähnlichen Betrieben hindeuten.

#### 4.4 West- und Ostdeutschland

Zuerst wird eine Unterscheidung nach früherem Bundesgebiet und neuen Bundesländern vorgenommen, wobei beachtet werden muss, dass sich die Ergebnisse jeweils nur auf einzelne Handwerkskammern stützen und somit nicht repräsentativ für die beiden Teile Deutschlands sind.

Die Ergebnisse sind in Tafel 4.10 abgebildet. Überraschend ist, dass der Umsatzanteil, der mit anderen Unternehmen erwirtschaftet wird, in den neuen Bundesländern höher als im früheren Bundesgebiet ausfällt. Dies war bei der Handwerkszählung noch genau anders herum gewesen (vgl. Tafel 3.3). Dagegen lagen die Umsatzanteile mit privaten Haushalten in den neuen Bundesländern unter denen des früheren Bundesgebietes, während die Bedeutung der öffentlichen Auftraggeber im Osten Deutschlands immer noch größer ist, wenn auch die Umsatzanteile gegenüber 1994 deutlich zurückgegangen sind.

**Tafel 4.10: Kundenstruktur im Handwerk 1998 nach früherem Bundesgebiet und neuen Bundesländern (%)**

	priv. Haush.		Unternehmen				öffentliche Auftraggeber	
	Industrie	Handel	Handwerk	Ing.büros <sup>1)</sup>	Sonstiges <sup>2)</sup>		Bund	Länder/Gemeinden/Sonstiges <sup>3)</sup>
					Handel	Sonstiges <sup>2)</sup>		
früheres Bundesgebiet <sup>4)</sup>	8,1	6,6	9,5	5,4	6,0	0,8	9,6	2,2
neue Bundesländer <sup>5)</sup>	5,5	4,3	13,1	6,0	7,5	1,0	13,3	2,2
<b>Insgesamt</b>	7,7	6,2	10,0	5,5	6,2	0,9	10,4	2,3

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999  
SfH Göttingen

Absatz

↑ stark gestiegen

↗ leicht gestiegen

↔ etwa gleich

↘ leicht gefallen

↙ stark gefallen

# keine Angabe, da zu wenig Antworten (&lt;15)

**Tafel 4.11: Anteil der Handwerksunternehmen, die 1998 Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen getätigt haben nach früherem Bundesgebiet und neuen Bundesländern (%)**

	priv. Haush.		Unternehmen				öffentliche Auftraggeber	
	Industrie	Handel	Handwerk	Ing.büros <sup>1)</sup>	Sonstiges <sup>2)</sup>		Bund	Länder/Gemeinden/Sonstiges <sup>3)</sup>
					Handel	Sonstiges <sup>2)</sup>		
früheres Bundesgebiet <sup>4)</sup>	45,2	48,3	55,9	38,8	40,4	12,8	48,3	29,1
neue Bundesländer <sup>5)</sup>	26,1	28,4	47,8	30,0	30,6	9,6	48,3	20,5
<b>Insgesamt</b>	41,7	44,7	54,4	37,2	38,7	12,2	48,3	27,3

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999  
SfH Göttingen

1) auch Architekten- und Planungsbüros

2) z.B. Landwirtschaft, Banken und Versicherungen,

Gastgewerbe, Verkehrsgewerbe, freie Berufe

4) nur: Niedersachsen, Hessen, HwK-Bezirke Dortmund und Trier

5) nur: Sachsen-Anhalt

Interessant ist ein Vergleich mit den Daten der Tafel 4.11, auf denen der Anteil der Handwerksunternehmen, die in dem jeweiligen Kundensegment tätig sind, abgebildet ist. Hier zeigt sich, dass in den neuen Bundesländern relativ gesehen weniger Handwerksbetriebe mit den einzelnen Abnehmergruppen in Geschäftsbeziehungen stehen als im Westen Deutschlands. Wenn dennoch die Umsatzanteile gleich hoch (öffentliche Auftraggeber) oder höher (Unternehmen) sind, deutet dies darauf hin, dass sich die Unternehmen eher als im Westen Deutschlands auf bestimmte Kundensegmente konzentrieren.

Differenziert man die Umsätze des Unternehmenssektors, zeigt sich, dass im Osten Deutschlands mit anderen Handwerksbetrieben, mit Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros sowie mit sonstigen Abnehmern größere Umsatzanteile als im Westen erzielt werden. Dafür ist der Absatz an den Handel und insbesondere an die Industrie bedeutend geringer. Hierfür könnte die Ursache in der relativ geringen Industriedichte im Osten Deutschlands liegen, aber auch darin, dass es dem Handwerk weniger gelungen ist, in der industriellen Wertschöpfungskette einen Platz zu finden. Der geringere Handelsanteil dürfte dadurch begründet sein, dass weniger Waren indirekt über den Handel abgesetzt werden.

Eine Betrachtung der Umsatzentwicklung in den letzten fünf Jahren liefert kaum zusätzliche Erkenntnisse. Überall sind fallende Umsätze festzustellen, wenn auch in unterschiedlichem Ausmaß. Ein besonders starker Rückgang ist bei den öffentlichen Aufträgen zu registrieren.

Die Ergebnisse für die sich an der Umfrage beteiligenden Handwerkskammern finden sich im Anhang Tafel A4.2. Auf eine detaillierte Interpretation dieser Ergebnisse soll an dieser Stelle verzichtet werden, da - wie auch aus dieser Tafel hervorgeht - das in der Umfrage erfasste Handwerkspektrum in den einzelnen Kammern sehr unterschiedlich zusammengesetzt ist und sich von daher bereits Konsequenzen für die Einzelergebnisse ergeben. Außerdem wären für eine Erklärung der Unterschiede detaillierte regionsspezifische Informationen notwendig, deren Beschaffung den Rahmen dieser Arbeit gesprengt hätte.

#### 4.5 Tätigkeit als General- oder Subunternehmer

In der Umfrage wurde auch gefragt, ob die Handwerksbetriebe entweder als General- oder als Subunternehmer tätig ist und wie hoch der Umsatz, der auf diese Weise erwirtschaftet wird, im Verhältnis zum Gesamtumsatz im Jahr 1998 ausfiel. Diese Frage wurde deshalb aufgenommen, weil - hierauf war schon hingewiesen worden (vgl. Abschnitt 4.3) - zu vermuten ist, dass ein Grund für die Veränderung der Abnehmerstruktur im Handwerk darin liegen könnte, dass heute häufig keine direkten Geschäftsbeziehungen zu den Endabnehmern bestehen, sondern ein Generalunternehmer dazwischen geschaltet wird, der wiederum Subaufträge an Subunternehmer vergibt.

Bei der Auswertung der Umfrage stellte sich jedoch das Problem heraus, dass viele Handwerksbetriebe nicht genau wussten, was mit dem Begriff Generalunternehmer gemeint war.<sup>11</sup> Die Meisten verstanden darunter, dass ein Betrieb dann Generalauftragnehmer ist, wenn er einen Teil seines Auftrages an einen anderen Betrieb weitergibt, wobei die Größe des Auftrages keine Rolle spielt.<sup>12</sup>

Nach dieser relativ weiten Definition vergaben im Jahr 1998 gut 40 % aller Handwerksbetriebe als Generalunternehmer Aufträge (vgl. Tafel 4.12).<sup>13</sup> Überraschenderweise waren damit mehr Handwerker als General- denn als Subunternehmer tätig (nur 35,6 %). Dabei steigt sowohl die General- als auch die Subunternehmerschaft mit steigender Betriebsgröße an. Dass ein Betrieb desto eher Generalunternehmerfunktionen übernimmt, je mehr Beschäftigte er aufweist, ist nicht weiter überraschend. Dass größere Betriebe jedoch auch häufiger Subaufträge übernehmen als kleinere, war in dieser Eindeutigkeit nicht erwartet worden.

Differenziert man diese Ergebnisse nach den Handwerksgruppen, zeigt sich, dass eine Generalauftragsvergabe bei Betrieben aller Handwerksgruppen grundsätzlich vorkommt, wenn auch teilweise der Anteil derjenigen, der diese Frage beantwortete, relativ gering war (vgl. Tafel 4.13). Besonders häufig gehören handwerkliche Generalunternehmen zu den

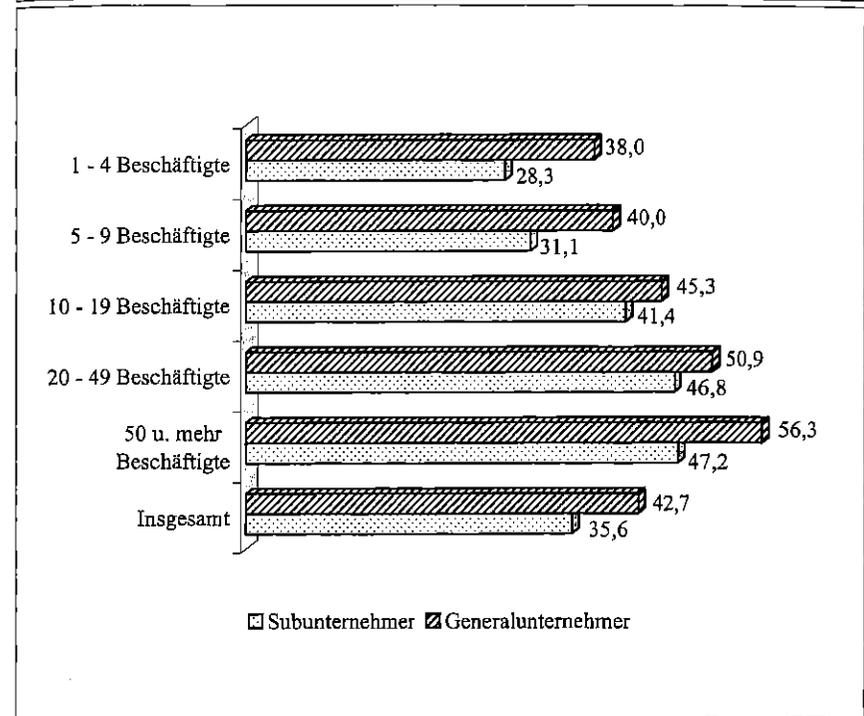
<sup>11</sup> Ein Indiz hierfür ist auch eine große Zahl von Nicht-Antworten.

<sup>12</sup> Aus diesem Grund sind die Antworten mit Vorsicht zu betrachten. Bei der Interpretation der Ergebnisse wird daher äußerst vorsichtig vorgegangen.

<sup>13</sup> Eine Auswertung der Ergebnisse nur für den Kammerbezirk Halle findet sich bei Handwerkskammer Halle (1999).

Dienstleistungshandwerken für den gewerblichen Bedarf (Gebäudereinigen) und dem Bauhauptgewerbe (Maurer).

Tafel 4.12: Anteil der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerker nach Beschäftigtengrößenklassen

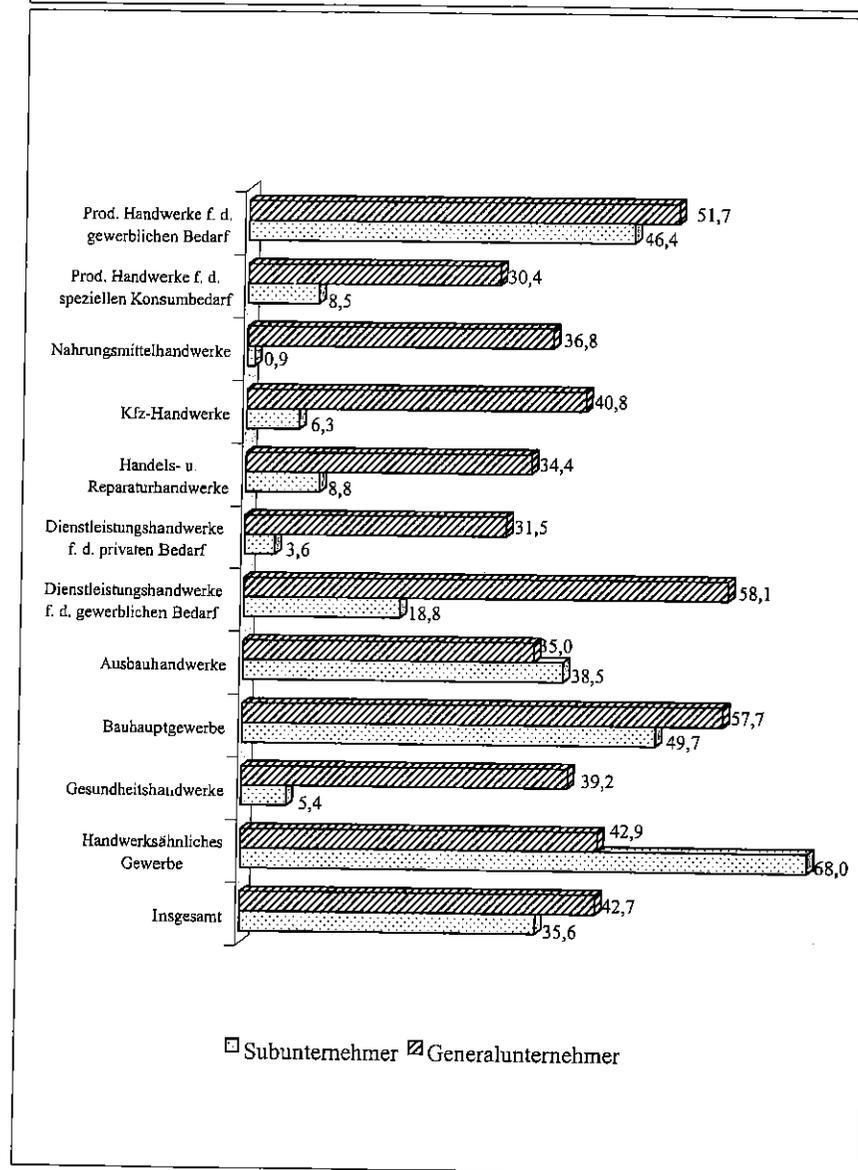


SFH Göttingen

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

Betrachtet man die als Subunternehmer tätigen Handwerke, so zählen diese Betriebe fast ausschließlich zu vier Gruppen: Handwerksähnliches Gewerbe, Bauhauptgewerbe, Produzierendes Handwerk für den gewerblichen Bedarf und Ausbauhandwerke. Nur hier scheint eine Subunternehmerschaft relevant zu sein.

Tafel 4.13: Anteil der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerker nach Handwerksgruppen



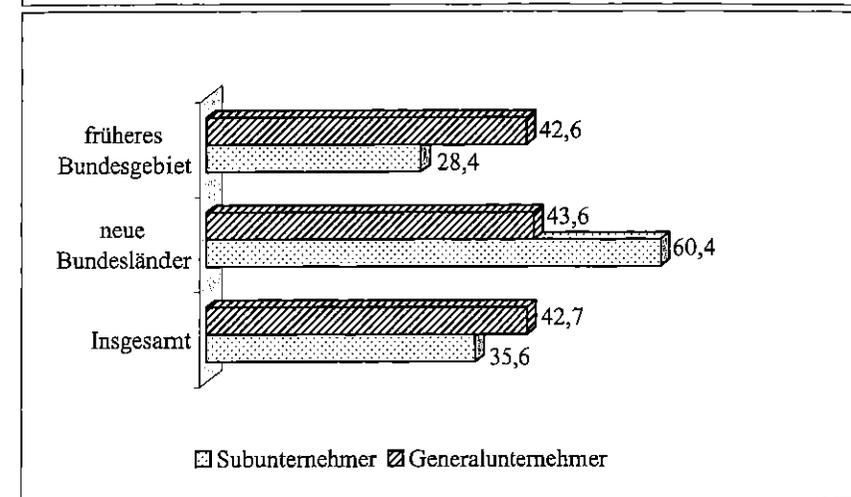
Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

SfH Göttingen

In Tafel A4.3 im Anhang sind die Generalunternehmer- bzw. Subunternehmeranteile für wichtige Handwerkszweige aufgeführt. Es zeigt sich, dass in den meisten Branchen, in denen Generalunternehmer häufig anzutreffen sind, auch der Subunternehmeranteil hoch ausfällt (z.B. Maurer, Metallbauer). Ist der Generalunternehmeranteil dagegen niedrig, gibt es auch wenig Subunternehmer. Dies deutet darauf hin, dass häufig General- und Subunternehmereigenschaft Hand in Hand gehen. Eine Ausnahme bilden die Gebäudereiniger, die sehr häufig als Generalunternehmer tätig sind, aber nur selten Subunternehmeraufträge annehmen. Von diesem Handwerkszweig haben 60 % zumindest einmal im Jahr 1998 einen Generalauftrag angenommen, aber nur 23 % einen Subauftrag. Umgekehrt ist es bei dem handwerksähnlichen Gewerbe "Einbau von genormten Baufertigteilen". Hier gibt es praktisch keine Generalunternehmer; diese Betriebe sind nur als Subunternehmer tätig.

Differenziert man die Ergebnisse nach früherem Bundesgebiet und neuen Bundesländern, zeigt sich, dass eine Generalübernahme von Aufträgen in beiden deutschen Gebietsteilen fast genau so häufig vorkommt (vgl. Tafel 4.14).

Tafel 4.14: Anteil der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerker nach früherem Bundesgebiet und neuen Bundesländern



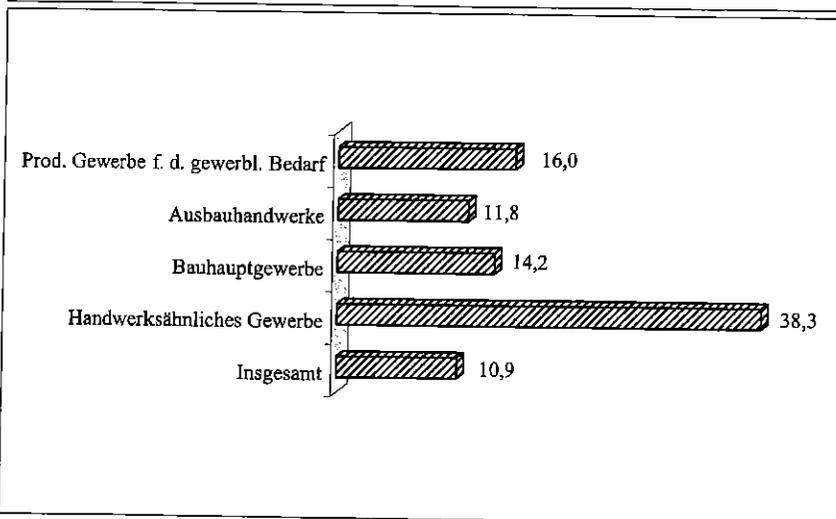
Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

SfH Göttingen

Erhebliche Unterschiede ergeben sich jedoch bei den Subaufträgen. Sind im früheren Bundesgebiet nur 28,4 % der Unternehmen auf diese Weise tätig, haben in den neuen Bundesländern mehr als doppelt so viele Unternehmen (60,4 %) im Jahr 1998 mindestens einen Subauftrag angenommen. Dieses Ergebnis könnte dadurch bedingt sein, dass in den neuen Bundesländern der Wohnungsbau primär von Wohnungsbau-gesellschaften und Generalunternehmen getragen wird und dem Handwerk nur die Rolle als Subunternehmer bleibt.

Der Anteil, den der Subunternehmerumsatz am gesamten Umsatz im Handwerk einnimmt, lässt sich aufgrund der vorliegenden Befragungsergebnisse nicht exakt bestimmen. Man kann jedoch davon ausgehen, dass dieser Anteil etwa 10 % beträgt (vgl. Tafel 4.15), wobei hierzu im Wesentlichen vier Handwerksgruppen beitragen. Im handwerksähnlichen Gewerbe liegt der Anteil mit 38,3 % am höchsten vor dem Produzierenden Handwerk für den gewerblichen Bedarf mit 16 %, dem Bauhauptgewerbe und den Ausbauhandwerken.

Tafel 4.15: Anteil des Subunternehmerumsatzes am Gesamtumsatz nach ausgewählten Handwerksgruppen



SfH Göttingen

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

Abschließend wird untersucht, wie die Kundenstruktur der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerksbetriebe aussieht (vgl. Tafel 4.16). Im Vergleich mit dem Gesamtergebnis ist der Absatz an andere Unternehmen und öffentliche Auftraggeber eindeutig höher. Dies ist insbesondere für die Subunternehmer verständlich, deren Leistungen an ein anderes Unternehmen (Generalunternehmen) geliefert werden. Insgesamt gilt, dass je stärker eine Subunternehmereigenschaft ausgeprägt ist, desto größer fällt der Absatz an andere Handwerksbetriebe, Industriebetriebe oder Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros aus.

#### 4.6 Absatzkonzentration im Unternehmensbereich

Am Schluss des Fragebogens wurden die Handwerksbetriebe gefragt, wie viel Prozent ihres Umsatzes 1998 zusammengenommen auf die drei wichtigsten Abnehmerbetriebe aus dem Unternehmensbereich fiel. Die Antworten auf diese Frage sollten Aufschluss darüber geben, wie stark die Handwerksbetriebe an einzelne Abnehmer gebunden sind und in welchen Handwerksgruppen eine Absatzkonzentration am häufigsten vorkommt.

Die Auswertung dieser Frage gestaltete sich insofern problematisch, da die Frage oft missverstanden wurde, worauf aus dem Vergleich mit anderen Antworten des Fragebogens geschlossen werden kann. In diesen Fällen wurde keine Antwort eingegeben. Auch fiel auf, dass bei dieser Frage die Antwortquote mit 45 % relativ gering blieb. Das liegt sicher primär daran, dass viele Handwerker keine nennenswerten Umsätze mit anderen Unternehmen tätigen.

Sieht man sich die Absatzkonzentration in diesen Betrieben genauer an, zeigt sich, dass bei einem knappen Drittel der Betriebe mit den drei wichtigsten Auftraggebern weniger als 20 % des Umsatzes erzielt wird (vgl. Tafel 4.17). Bei einem weiteren knappen Drittel sind es 20 – 50 %. Ausschließlich oder in sehr starkem Ausmaß sind 13,5 % der antwortenden Betriebe von ihren drei wichtigsten Auftraggebern abhängig.

Im Folgenden wird davon ausgegangen, dass immer dann eine starke Absatzkonzentration vorliegt, wenn mindestens 50 % des Umsatzes mit den drei wichtigsten Auftraggebern getätigt wird. Bei der Berechnung der Anteile wurde auch die Antwortquote berücksichtigt.

**Tafel 4.16: Kundenstruktur der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerksbetriebe 1998 (%)**

	priv. Haush.		Unternehmen				öffentliche Auftraggeber		
	Industrie	Handel	Handwerk	Ing. büros <sup>1)</sup>	Sonstiges <sup>2)</sup>	Bund	Länder	Gemeinden	Sonstiges <sup>3)</sup>
Generalunternehmer <sup>4)</sup>	22,7	16,1	28,6	15,8	16,6	9,5	12,0	58,0	20,2
Subunternehmer <sup>5)</sup>	23,7	11,6	30,7	20,2	14,0	9,5	14,7	56,9	18,4
<b>Insgesamt</b>	<b>7,7</b>	<b>6,2</b>	<b>10,0</b>	<b>5,5</b>	<b>6,2</b>	<b>0,9</b>	<b>1,1</b>	<b>6,1</b>	<b>2,3</b>

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999  
SfH Göttingen

1) auch Architekten- und Planungsbüros

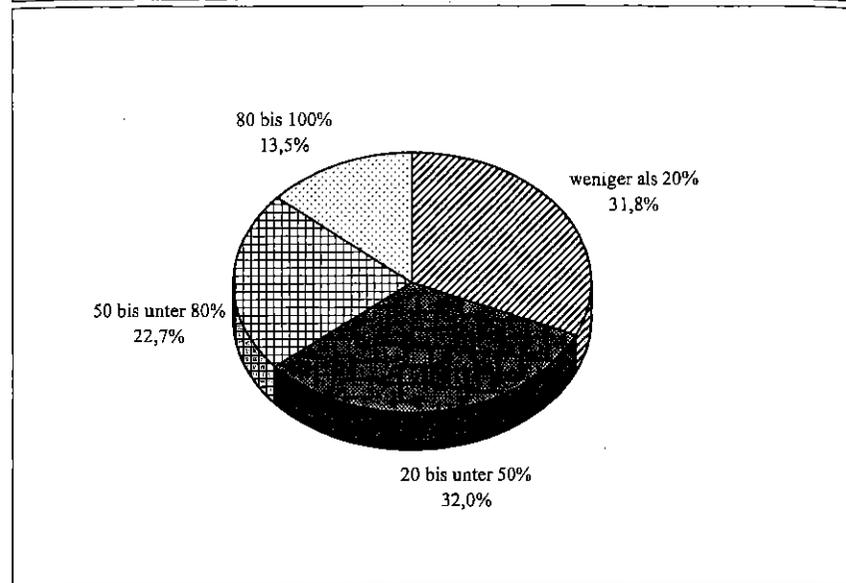
2) z.B. Landwirtschaft, Banken und Versicherungen, Gastgewerbe, Verkehrsgewerbe, freie Berufe

3) Kirchen, Kammern, Verbände etc.

4) Handwerksbetriebe, die als Generalunternehmer tätig sind

5) Handwerksbetriebe, die als Subunternehmer tätig sind

**Tafel 4.17: Anteil der 3 wichtigsten Auftraggeber im Unternehmensbereich nach Umsatzanteilgruppen**



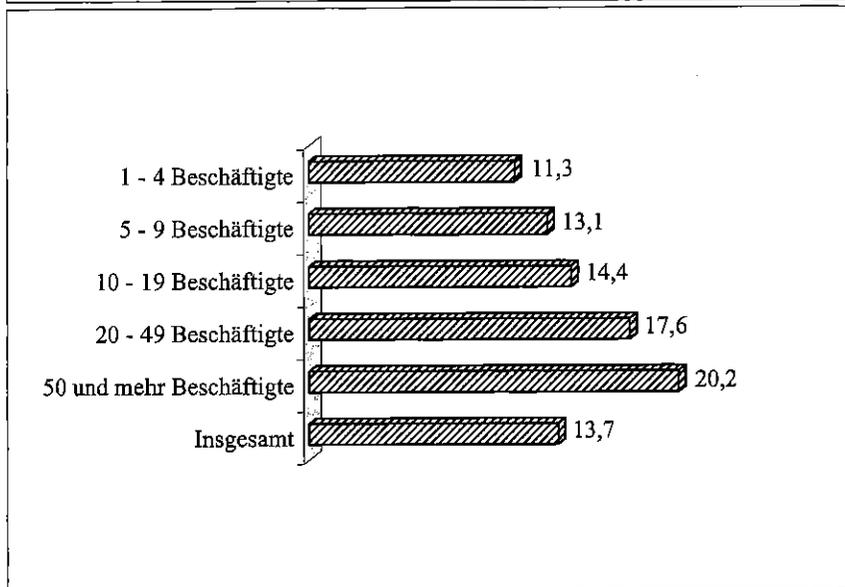
SfH Göttingen

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

Insgesamt ergibt sich, dass 13,7 % aller Handwerksbetriebe sehr stark von ihren drei wichtigsten Auftraggebern abhängen (vgl. Tafel 4.18). Differenziert man dieses Ergebnis nach den verschiedenen Beschäftigtengrößenklassen, zeigt sich, dass mit zunehmender Zahl der Beschäftigten der Anteil derjenigen Betriebe, wo eine starke Absatzkonzentration zu beobachten ist, zunimmt. Das bedeutet, dass eine Absatzkonzentration eher bei größeren als bei kleineren Betrieben zu beobachten ist.

Bei der Differenzierung nach Handwerksgruppen wurden nur diejenigen Gruppen berücksichtigt, bei denen Umsätze mit gewerblichen Auftraggebern häufiger vorkommen (vgl. Tafel 4.19). Bei den anderen Gruppen war der Rücklauf so gering, dass eine Darstellung der Ergebnisse keinen Sinn gemacht hätte.

Tafel 4.18: **Bedeutung der 3 wichtigsten Auftraggeber aus dem Unternehmensbereich nach Beschäftigtengrößenklassen**  
(Anteil der Betriebe, wo die 3 wichtigsten Auftraggeber mindestens 50 % des Umsatzes erreichen)



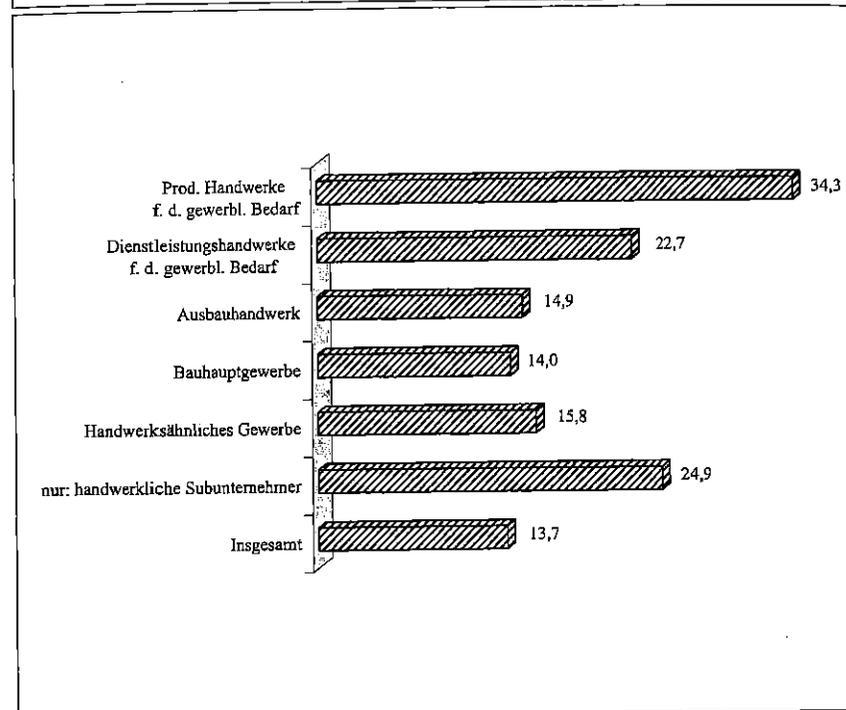
SfH Göttingen

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

Die stärkste Absatzkonzentration ist bei den Produzierenden Handwerkern für den gewerblichen Bedarf festzustellen. Bei über einem Drittel der Betriebe machen die drei größten Abnehmer mehr als 50 % des Umsatzes aus. Ein Grund für dieses Ergebnis liegt sicherlich darin, dass zu dieser Handwerksgruppe die handwerklichen Zulieferer zählen. Im Zulieferwesen ist besonders häufig eine starke Absatzkonzentration festzustellen. Weitere hohe Werte finden sich bei den Dienstleistungshandwerken für den gewerblichen Bedarf, im Baugewerbe und im handwerksähnlichen Gewerbe.

Betrachtet man nur diejenigen Betriebe, die angekreuzt hatten, dass sie als Subunternehmer tätig sind, zeigt sich ebenfalls eine hohe Konzentration. Bei fast einem Viertel dieser Betriebe wurden über 50 % des Umsatzes lediglich mit drei Auftraggebern erzielt.

Tafel 4.19: **Bedeutung der 3 wichtigsten Auftraggeber aus dem Unternehmensbereich nach ausgewählten Handwerksgruppen**  
(Anteil der Betriebe, wo die 3 wichtigsten Auftraggeber mindestens 50 % des Umsatzes erreichen)



SfH Göttingen

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

Bei der Unterscheidung nach alten und neuen Bundesländern ergaben sich bei dieser Frage keine größeren Unterschiede. Daher wurde auf eine Darstellung der diesbezüglichen Ergebnisse verzichtet.

## 5. Gründe für die Veränderung der Kundenstruktur

In den bisherigen Ausführungen - und dies gilt sowohl für die Analyse der Handwerkszählung als auch für die Umfrage bei den einzelnen Handwerkskammern - wurde schon gelegentlich auf Gründe hingewiesen, die für eine Erhöhung des Umsatzanteils, der mit anderen Unternehmen erwirtschaftet wird, sprechen. Weitere Gründe lassen sich ergänzen. In diesem Abschnitt wird auf diese Gründe intensiver eingegangen, wobei zur Absicherung der Argumentation - soweit möglich - weitere Statistiken herangezogen werden.

Insgesamt lassen sich folgende Gründe für die gestiegene Bedeutung des Absatzes an Unternehmen anführen, wobei die einzelnen Gründe sicher nicht unabhängig voneinander sind:

- Handwerker wird zunehmend Subunternehmer.  
(Bsp.: *Elektroinstallateur wickelt Aufträge nicht mehr direkt mit privaten und öffentlichen Auftraggebern, sondern über Generalunternehmer ab.*)
- Bedeutung von Vorleistungen im Baugewerbe ist gestiegen.
- Handwerker profitiert vom gestiegenen Outsourcing anderer Unternehmen.  
(Bsp.: *Die Reinigung eines Unternehmens wird an einen Gebäudereiniger vergeben.*)
- Handwerker wird Zulieferer (Integration in die Wertschöpfungskette).  
(Bsp.: *Metallbauer liefert Blechgehäuse für Geldautomaten.*)
- Handwerker setzt Produkte nicht mehr (nur) direkt, sondern (auch) über Wiederverkäufer (Handel, andere Handwerksbetriebe) ab.  
(Bsp.: *Fleischer vertreibt Wurstwaren über Wiederverkäufer.*)
- Handwerk verliert Marktanteile im Konsumgütersektor gegenüber Handel und Schattenwirtschaft.
- Handwerker erfüllt Kriterien (z.B. Betriebsgröße, Kooperationsbereitschaft), um größere industrielle Aufträge akquirieren zu können.  
(Bsp.: *Maurer bekommt Auftrag zur Errichtung eines großen Bürogebäudes.*)
- Die Preise von Gütern und Leistungen, die an gewerbliche Kunden abgesetzt werden, sind stärker gestiegen als die Preise von Konsumgütern.

Im Folgenden wird auf diese Gründe näher eingegangen.

### Subunternehmerrolle

Der wichtigste Grund für die gestiegene Bedeutung des Unternehmenssektors als Kunde des Handwerks dürfte darin liegen, dass das Handwerk zunehmend in eine Subunternehmerrolle abgedrängt wird. Das heißt beispielsweise, dass ein Elektroinstallateur seine Aufträge nicht mehr direkt von privaten oder öffentlichen Auftraggebern bekommt, sondern von einem Generalunternehmer. Insbesondere für das Ausbau-, aber auch für das Bauhauptgewerbe dürfte dies zutreffen.

Bei der Interpretation der Ergebnisse auf die Frage nach der Subunternehmereigenschaft war bereits festgestellt worden, dass Subunternehmerumsätze besonders häufig im handwerksähnlichen Gewerbe, im produzierenden Handwerk für den gewerblichen Bedarf und im Bauhandwerk getätigt werden (vgl. Tafel 4.15). Außerdem wurde beim Vergleich der Absatzstruktur in den beiden Handwerkszählungen 1976 und 1994 deutlich, dass gerade im Ausbauhandwerk die Bedeutung des Absatzes an andere Unternehmen stark gestiegen ist.

Eine weitere Bestätigung für das Baugewerbe findet sich in Tafel 5.1, wobei die Daten nur für das frühere Bundesgebiet gelten. Im oberen Teil der Tafel wurde das gesamte Bauvolumen in Wohnungsbau, gewerblichen und öffentlichen Bau unterteilt. Es zeigt sich, dass im Zeitraum von 1976-1994 der Anteil des Wohnungsbaus relativ stark und des gewerblichen Baus etwas gestiegen ist, während der Anteil des öffentlichen Baus am Bauvolumen deutlich gesunken ist. Von 1994-1998 ist die Bedeutung des Wohnungsbau weiter gestiegen, während nicht nur das öffentliche, sondern auch das gewerbliche Bauvolumen an Gewicht verloren haben.<sup>1</sup> Die genauen Werte für die einzelnen Jahre von 1970-1998 sind im Anhang auf den Tafeln A.5.1 und A.5.2 dargestellt.

<sup>1</sup> Die vergleichsweise gute Umsatzentwicklung des Bauhandwerks beim Absatz an private Haushalte in den letzten Jahren laut Tafel 4.8 in Kapitel 4 ist so zu erklären.

Tafel 5.1: Aufteilung des Bauvolumens und der Kundenstruktur im Handwerk				
Aufteilung des Bauvolumens				
Jahr	Wohnungs- bau	Gewerb- licher Bau	Öffentlicher Bau	Gesamt
1976	48,3%	24,9%	26,8%	100,0%
1994	56,2%	28,1%	15,7%	100,0%
1998	58,3%	27,4%	14,4%	100,0%
Kundenstruktur im Bauhandwerk <sup>1)</sup>				
	private Haushalte	Unter- nehmen	öffentl. Auftraggeber	Gesamt
1976	43,9%	32,6%	23,5%	100,0%
1994	42,9%	39,1%	18,0%	100,0%

nur früheres Bundesgebiet

SFH Göttingen

Quellen: Zentralverband des Deutschen Baugewerbes: Baujahr 1997, S. 181;

DIW-Wochenbericht 13/99;

Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995, 1977; eigene Berechnungen

1) größte Zweige des Bauhandwerks lt. Tafel 3.7

Im unteren Teil von Tafel 5.1 wurde die Kundenstruktur im Bauhandwerk (sowohl Bauhaupt- als auch Ausbaugewerbe) abgebildet. Wie schon in Abschnitt 3.2 dargestellt wurde, zeigt sich, dass der Anteil des Absatzes, der mit Unternehmen erwirtschaftet wird, in den letzten 20 Jahren stark gestiegen, dafür der Absatzanteil mit privaten Haushalten leicht und mit öffentlichen Auftraggebern erheblich gesunken ist.

Beim Vergleich der beiden Teile der Tafel wird deutlich, dass der Anteil des Wohnungsbaus am Bauvolumen für die betrachteten Jahre höher als der Anteil der privaten Haushalte an der Kundenstruktur im Bauhandwerk ausfällt. Im Zeitraum vom 1976-1994 hat sich dieser Unterschied sogar noch vergrößert. Während der Anteil des Wohnungsbaus in diesem Zeitraum stieg, fiel der Umsatzanteil des Bauhandwerks, der mit privaten Haushalten erwirtschaftet wurde. Beim gewerblichen Bau war es umgekehrt.

Bei der Interpretation dieser Ergebnisse musste berücksichtigt werden, dass das Handwerk primär im Wohnungsbau und weniger im gewerbli-

chen bzw. im öffentlichen Bau tätig ist.<sup>2</sup> Könnte man das Bauvolumen danach differenzieren, ob es von handwerklichen oder von industriellen Unternehmen realisiert wird, müssten danach die Ergebnisse für das Handwerk noch eindeutiger zugunsten des Wohnungsbaus ausfallen.

Da dies nicht so ist, können als Träger des Wohnungsbau in vielen Fällen nicht direkt die privaten Haushalte fungieren, die Handwerksbetriebe direkt beauftragen, sondern Träger sind Wohnungsbaugesellschaften oder Generalunternehmer, die entweder eigene Handwerker beschäftigen oder Teile der Leistungen an Handwerksbetriebe als Subauftragnehmer weitergeben.

An Gewicht gewonnen dürften dabei in erster Linie die Generalunternehmer, denn die Bedeutung der Wohnungsbaugesellschaften scheint in den letzten Jahren eher abgenommen zu haben. Zwar fehlen hierzu abgesicherte Daten, doch einige Hinweise lassen sich aus Betriebsvergleichen im Elektroinstallateurhandwerk gewinnen. Daraus geht hervor, dass in diesem Handwerkszweig im Jahr 1976 zwischen 7 und 11 % der Aufträge von Wohnungsbaugesellschaften stammen, während es im Jahr 1994 nur noch 3,7 % waren.<sup>3</sup>

Insgesamt lässt sich aus den Ausführungen schließen, dass Handwerksbetriebe insbesondere im Baugewerbe in die Rolle eines Subunternehmers gedrängt worden sind.

### Vorleistungseffekt

Wenn festgestellt wurde, dass das Handwerk zunehmend in eine Subunternehmerrolle gedrängt wird, stellt sich die Frage, ob hier eine allgemeine volkswirtschaftliche Tendenz zum Ausdruck kommt oder ob eine handwerksspezifische Situation vorliegt. Daher ist zu fragen, ob Vorleistungen in den letzten Jahren relativ gesehen im Vergleich zum privaten Verbrauch an Gewicht gewonnen haben. Da die Höhe der Vorleistungen einen Anhaltspunkt für den Absatz an andere Unternehmen und die Höhe des privaten Verbrauchs einen Anhaltspunkt für den Absatz an private Haushalte darstellen könnte, kann damit auch die gestie-

<sup>2</sup> Darauf weist die Statistik der geleisteten Stunden im Baugewerbe hin, vgl. Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (1996), S. 260.

<sup>3</sup> Vgl. Landesgewerbeförderungsstelle des Nordrhein-Westfälischen Handwerks (1996) und (1978).

gene Bedeutung des Unternehmenssektors als Kunde des Handwerks erklärt werden.

Die Höhe der Vorleistungen lässt sich aus einer Input/Output-Tabelle ablesen. Für die Bundesrepublik Deutschland werden Input/Output-Tabellen nicht in jedem Jahr erstellt. So existieren zwar keine Ergebnisse für das Jahr der letzten Handwerkszählung 1994, jedoch für 1995. Die Abweichung von einem Jahr dürfte zu vernachlässigen sein. Zu berücksichtigen ist auch, dass nur Daten für die Gesamtwirtschaft, aber nicht gesonderte Daten für das Handwerk ausgewiesen werden.<sup>4</sup>

In Tafel 5.2 sind die Strukturdaten der gesamten volkswirtschaftlichen Verwendungen von Gütern und Dienstleistungen für die beiden Jahre 1976 und 1995 aufgeführt. Neben dem Gesamtergebnis finden sich auch Informationen für diejenigen Sektoren, in denen die Leistungen des Handwerks zumindest ein gewisses Gewicht aufweisen.<sup>5</sup> Dies sind die Sektoren Dienstleistungen, Baugewerbe, Ernährungsgewerbe und Stahl-, Maschinen- und Fahrzeugbau.

Es zeigt sich, dass im Unterschied zu unserer oben gestellten Frage der Anteil der Vorleistungen gesunken ist. Betrug dieser Anteil 1976 noch 47,0 %, sank er bis 1995 auf 44,9 %. Beim privaten Verbrauch ist es dagegen genau umgekehrt. Der Anteil des privaten Verbrauchs am gesamten Input erhöhte sich von 23,6 auf 24,8 %. In Steigerungsraten ausgedrückt heißt dies, dass der private Verbrauch um 207,5 % und die Vorleistungen nur um 179,5 % gestiegen sind (vgl. Anhang, Tafel A.5.3). Der Anteil der Anlageinvestitionen erhöhte sich zwar auch, kann aber nicht den fallenden Anteil der Vorleistungen kompensieren. Die anderen Kategorien, wie Vorratsänderungen, Ausfuhr und Staatsverbrauch sind für unsere Betrachtung zu vernachlässigen.

<sup>4</sup> Beachtet werden muss ebenfalls, dass die Ergebnisse für den jeweiligen Gebietsstand errechnet wurden, also die Daten von 1976 für das damalige Bundesgebiet und die Daten für 1995 für Gesamtdeutschland und daher nur mit Einschränkung vergleichbar sind.

<sup>5</sup> Die Ergebnisse für alle Sektoren, diesmal aber nicht als Strukturmerkmale, sondern als Veränderung im Zeitraum 1976/95, sind im Anhang in Tafel A.5.3 aufgeführt.

Tafel 5.2 : Verwendung von Gütern und Dienstleistungen, Anteile 1976 u. 1995

Jahr	Vorleistungen	priv. Verbr. Inland	Staatsverbrauch	Anlageinvestitionen	Vorratsänderung	Ausfuhr	Gesamt
<b>5 Stahl-, Maschinen u. Fahrzeugbau</b>							
1976	28,9%	12,0%	0,0%	21,3%	0,8%	37,0%	100,0%
1995	28,0%	13,9%	0,0%	23,3%	-0,2%	34,9%	100,0%
<b>8 Ernährungsgewerbe</b>							
1976	38,4%	54,8%	0,0%	0,0%	1,7%	5,1%	100,0%
1995	30,1%	61,2%	0,0%	0,0%	-0,9%	9,5%	100,0%
<b>9 Baugewerbe</b>							
1976	16,5%	1,5%	0,0%	81,2%	0,0%	0,8%	100,0%
1995	22,9%	1,1%	0,0%	75,8%	0,0%	0,1%	100,0%
<b>11 Dienstleistungen</b>							
1976	52,8%	43,3%	0,0%	1,8%	0,0%	2,1%	100,0%
1995	62,6%	34,7%	0,0%	1,4%	0,0%	1,3%	100,0%
<b>Gesamt</b>							
1976	47,0%	23,6%	9,0%	8,7%	0,6%	11,1%	100,0%
1995	44,9%	24,8%	9,5%	9,6%	0,3%	10,8%	100,0%

SfH Göttingen

Quellen: Statistisches Bundesamt: Fachserie 18 (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen), Reihe S.12 (Ergebnisse der Input-Output-Rechnung) 1970 bis 1986, Stuttgart, S. 284f; Statistisches Jahrbuch 1998, S. 682f; eigene Berechnungen

Dieses Ergebnis muss jedoch differenziert werden, da es nur auf die gesamte Wirtschaft, nicht jedoch für alle Sektoren zutrifft. Im Baugewerbe dagegen, wo das Handwerk besonders stark vertreten ist, ist der Vorleistungsanteil erheblich gestiegen<sup>6</sup>. Gerade hier hat sich der Absatz an andere Unternehmen in den letzten 20 Jahren - wie oben gezeigt wurde - beträchtlich erhöht. Für das Baugewerbe kann also die gestiegene Be-

<sup>6</sup> Für das Baugewerbe ist zu beachten, dass die Leistungen an private Haushalte in der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung zu den Anlageinvestitionen gezählt werden. Damit ist im Gegensatz zu anderen Sektoren nicht ersichtlich, ob es sich bei den Anlageinvestitionen um Leistungen an private Haushalte, an Unternehmen oder an den Staat handelt.

deutung von Vorleistungen bestätigt werden. Ob innerhalb des Baugewerbes das Handwerk überdurchschnittlich betroffen ist, kann nur vermutet, jedoch nicht bewiesen werden.

In anderen Sektoren, wie bspw. im Dienstleistungsgewerbe, und auch - wenn auch abgeschwächt - im Stahl-, Maschinen- und Fahrzeugbau ist eine ähnliche Tendenz zu beobachten. Anders sieht es im Ernährungsgewerbe aus. Hier ist die Bedeutung der Vorleistungen stark gesunken. Ähnliches gilt für die übrigen Sektoren bis auf den Handel und die nichtmarktbestimmten Dienstleistungen, wie aus Tafel A5.3 im Anhang hervorgeht.

### *Outsourcing*

Für den gestiegenen Anteil des Absatzes an andere Unternehmen dürfte auch das Outsourcing beitragen. Viele Firmen sind in den letzten Jahren vermehrt dazu übergegangen, Teile ihres Leistungsspektrums, die nicht ihre Kernkompetenz betreffen, auszulagern.<sup>7</sup> Bspw. wird die Reinigung eines Industriebetriebes nicht mehr von eigenen Arbeitskräften wahrgenommen, sondern an einen Gebäudereiniger delegiert. Für das Handwerk bedeutet dies den Gewinn neuer Märkte. Grundsätzlich stellen Handwerksunternehmen attraktive Outsourcing-Partner dar, da sie sich meist auf wenige Teilgebiete spezialisiert haben und neben den zu der Problemlösung notwendigen Sachgütern auch ergänzende Dienstleistungen anbieten.

Eine empirische Erhebung, aus der hervorgeht, ob und in welchem Ausmaß das Handwerk durch die Outsourcing-Aktivitäten profitiert hat, ist leider nicht vorhanden. Ein Indiz liefert nur eine Erhebung, die vom Göttinger Seminar für Handwerkswesen bei einem Handwerkszweig, den Elektromaschinenbauern, durchgeführt worden ist. In dieser Erhebung aus dem Jahr 1998 wurde ermittelt, dass knapp 60 % der Betriebe in den letzten Jahren von Outsourcing-Maßnahmen Dritter profitiert haben.<sup>8</sup> Meist geschah dies aus eigener Initiative der Handwerker, teilweise auch auf Anfrage der Kunden. In den größeren Betrieben mit 20 und mehr Beschäftigten haben sogar über 80 % neue Aufträge infolge von Outsourcing bekommen, bei den Betrieben mit weniger als

<sup>7</sup> Zu den Vor- und Nachteilen des Outsourcing, vgl. Mecke, I. (1999), S. 118.

<sup>8</sup> Vgl. Mecke, I. (1999), S. 312 ff.

5 Beschäftigten war es dagegen nur ein Viertel. Dies zeigt, dass größere Handwerksbetriebe eher vom Outsourcing profitieren als kleinere.

Von den verschiedenen Handwerksgruppen dürften vor allem die Betriebe aus den Produzierenden und den Dienstleistungshandwerken für den gewerblichen Bedarf sowie einige Ausbauhandwerke, insbesondere die Handwerke für Haustechnik (Elektrotechniker, S-H-K-Handwerker) als Outsourcingnehmer infrage kommen. Die vergleichsweise hohe Wachstumsrate an den Unternehmenssektor bei den Ausbauhandwerken und den Textilreinigern und Fotografen dürfte, zumindest teilweise, auf Outsourcing zurückzuführen sein (vgl. Tafel 3.7).

### *Zuliefertätigkeiten*

Außer als Outsourcingnehmer sind Handwerksbetriebe auch als Zulieferer tätig. Hier geht es nicht nur darum, dass Tätigkeiten, die bislang von Industriebetrieben selbst durchgeführt wurden, an einen externen Betrieb ausgelagert werden, sondern auch darum, dass Handwerksbetriebe sich in die Zulieferpyramide integrieren und sich damit gegenüber der Konkurrenz von industriellen Zulieferern behaupten müssen.

Von den verschiedenen Handwerksgruppen finden sich Zulieferer fast ausschließlich bei den Produzierenden Handwerken für den gewerblichen Bedarf. Dies sind in erster Linie die Feinwerkmechaniker, teilweise auch Metallbauer und einige kleinere Handwerkszweige. Bei diesen Handwerkszweigen ist der Absatz an den Unternehmenssektor relativ gesehen gestiegen. Dies gilt nicht nur für den Zeitraum zwischen den beiden Handwerkszählungen (vgl. Tafel 3.8), sondern auch für die Entwicklung des Umsatzes dieser Handwerkszweige an die Industrie seit 1994. Hier ist einer der wenigen Bereiche anzutreffen, wo in diesem Zeitraum eine positive Umsatzentwicklung zur verzeichnen war (vgl. Tafeln 4.8 und A4.1 im Anhang).

Ein weiteres Indiz für die Übernahme von Zulieferfunktionen durch diese Handwerkszweige sind auch die überdurchschnittlichen Umsatzzuwächse, die diese Zweige im Vergleich zum Gesamthandwerk zu verzeichnen hatten (vgl. Tafel 5.3). Hinzu kommt, dass die betreffenden Handwerksbetriebe ihre Zulieferquote am Gesamtumsatz in der Mehrzahl ausgeweitet haben.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Vgl. König, W. und Dornieden, M. (1998), S. 24f, 129.

Tafel 5.3: Umsatzsteigerung und Veränderung der Kundenstruktur in den Zulieferhandwerken 1976/94

	Veränderung 76/94			
	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand	Umsatz insges
	%Punkte			%
<b>Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf</b>				
Metallbauer	-5,2	7,6	-2,3	264,4%
Maschinenbaumechaniker	-4,0	3,4	0,7	316,8%
Werkzeugmacher	-0,1	2,2	-2,2	303,1%
<b>Handwerk insgesamt</b>	<b>-4,8</b>	<b>6,5</b>	<b>-1,6</b>	<b>179,1%</b>

nur früheres Bundesgebiet

SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählungen 1995 und 1977

### Indirekter Absatz von Endprodukten

Der Absatz an andere Unternehmen könnte auch deshalb gestiegen sein, weil Handwerksbetriebe ihre eigenen Produkte teilweise nicht nur direkt an den Endverbraucher absetzen, sondern zunehmend auch auf indirektem Weg über Handels- oder auch andere Handwerksbetriebe. Beispielsweise vertreiben größere Fleischer ihre Wurstwaren über Handels- oder andere Fleischereibetriebe.

Ein exakter Beweis hierfür lässt sich zwar nicht liefern, aber die gestiegenen Umsatzanteile von vielen Konsumgüterhandwerken (vor allem Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf und Nahrungsmittelhandwerke) mit anderen Unternehmen lassen sich primär so erklären. Ein Indiz könnte auch sein, dass beispielsweise bei den Fleischern der Handelsanteil von 1976 nach 1994 von 15,9 % auf 24,2 % gestiegen ist. Aus der Tatsache, dass Fleischer zunehmend Handelsprodukte absetzen, lässt sich vermuten, dass diese Produkte von Kollegen bezogen wurden und es sich somit um einen Absatz an andere Unternehmen handelt. Ähnliches gilt für das Damenschneiderhandwerk, wo der Handelsanteil im betrachteten Zeitraum von 30,8 auf 36,0 % angewachsen ist.

### Marktanteilsverluste im Konsumgüterhandwerk

Die Tatsache, dass bei den konsumentenorientierten Handwerken der Umsatzanteil, der mit anderen Unternehmen getätigt wird, gestiegen ist, kann auch darauf zurückzuführen sein, dass sich der Absatz an Endverbraucher unterdurchschnittlich oder sogar negativ entwickelt, während sich der Absatz an andere Unternehmen vergleichsweise besser behaupten konnte. Dies könnte daran liegen, dass Handwerkszweige beim Absatz an private Haushalte Marktanteile gegenüber den Konkurrenten, vor allem aus Handel und Schattenwirtschaft verloren haben.

Tafel 5.4: Umsatzsteigerung und Veränderung der Kundenstruktur in den Konsumgüterhandwerken 1976/94

	Veränderung 76/94			
	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand	Umsatz insges
	%Punkte			%
<b>Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf</b>				
Damenschneider	-10,7	11,2	-0,6	-23,4%
Goldschmiede	-6,6	5,0	1,6	179,6%
<b>Nahrungsmittelhandwerke</b>				
Bäcker	-2,9	3,3	-0,5	87,8%
Konditoren	-13,7	11,2	2,5	71,4%
Fleischer	-9,0	10,3	-1,4	27,9%
<b>Handels- und Reparaturhandwerke</b>				
Radio- und Fernsehtechniker	-23,2	23,0	0,2	177,0%
Uhrmacher	-12,3	12,7	-0,4	32,6%
Schuhmacher	1,1	-1,8	0,7	-10,4%
Raumausstatter	-12,8	11,6	1,3	94,1%
<b>Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf</b>				
Friseure	-0,1	0,2	-0,1	117,5%
Fotografen	-14,6	15,1	-0,5	95,7%
<b>Handwerk insgesamt</b>	<b>-4,8</b>	<b>6,5</b>	<b>-1,6</b>	<b>179,1%</b>

nur früheres Bundesgebiet

SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählungen 1995 und 1977

Ein Indiz hierfür sind unterdurchschnittliche Wachstumsraten in den Konsumgüterhandwerken. Während sich der Umsatz im gesamten

Handwerk von 1976 bis 1994 um etwa 180 % erhöhte (vgl. Tafel 5.4), sind bei den Produzierenden Handwerken für den speziellen Konsumbedarf, den Nahrungsmittelhandwerken, den Handels- und Reparaturhandwerken und den Dienstleistungshandwerken für den privaten Bedarf sämtlich nur deutlich geringere Umsatzzuwächse zu registrieren (Ausnahmen: Goldschmiede, Radio- und Fernstechniker). Gerade bei diesen Zweigen hat sich jedoch der Anteil des Unternehmenssektors am gesamten Absatz mehr oder weniger stark erhöht. Ausnahmen bilden lediglich die Schuhmacher und die Friseure, bei denen jedoch ein Absatz außerhalb des Privatsektors kaum möglich ist.

### *Zunehmende Unternehmensgröße*

Die Durchführung von gewerblichen und öffentlichen Aufträgen bedingt die Erfüllung gewisser Anforderungen, vor allem an Know-how und Qualität. Da das Volumen der Aufträge meist recht groß ist, bedarf es außerdem einer gewissen Unternehmensgröße oder einer Kooperation von mehreren Betrieben, um diese Aufträge akquirieren zu können.

Ein Indiz hierfür ist, dass – wie bereits in Abschnitt 3.1 festgestellt worden ist – der Umsatzanteil mit gewerblichen und öffentlichen Auftraggebern mit steigender Betriebsgröße anwächst. Aus Tafel 3.4 in diesem Abschnitt kommt auch zum Ausdruck, dass die Bedeutung der größeren Handwerksbetriebe von 1976 bis 1994 sehr stark gestiegen ist. Während sich insgesamt der Handwerksumsatz in diesem Zeitraum um 180 % erhöhte, waren es bei den Betrieben von 20-49 Beschäftigten ca. 217 %, bei den Betrieben von 50-99 Beschäftigten 212 % und bei den noch größeren Betrieben sogar 306 %. Diese Betriebe ab 20 Beschäftigten erwirtschafteten 1994 mehr als 58 % des handwerklichen Umsatzes; 1976 wurden von diesen größeren Betrieben lediglich etwa 46 % des handwerklichen Umsatzes erzielt.

Größere Aufträge lassen sich auch durch die Kooperation mehrerer Betriebe durchführen. Seit einigen Jahren wird verstärkt versucht, handwerkliche Kooperationen zu initiieren oder zu unterstützen, da bekannt ist, dass viele Handwerksbetriebe nicht gern mit anderen Betrieben zusammenarbeiten, weil sie befürchten, einen Teil ihrer Entscheidungsautonomie aufgeben zu müssen. Ob durch diese Bemühungen in den letzten Jahren bereits eine signifikante Änderung der Bewusstseinslage bei den Handwerkskern eingetreten ist, lässt sich bislang nicht statistisch nachweisen.

### *Preiseffekt*

Bei den bisherigen Ausführungen dieses Kapitels wurde von nominellen Preisen ausgegangen. Es könnte jedoch sein, dass real der gewerbliche Umsatz gar nicht überproportional gewachsen ist, sondern diese Entwicklung nur auf überdurchschnittliche Preissteigerungsraten im gewerblichen Sektor zurückzuführen ist. Dies soll im folgenden näher betrachtet werden.

Um den Preiseffekt nachweisen zu können, müssten eigentlich die Preise für die Güter und Dienstleistungen, die an den gewerblichen Sektor geliefert werden, mit den Preisen für die an die privaten Haushalte gelieferten Güter verglichen werden. Derartige Werte lassen sich aber nicht berechnen. Die Verwendung von allgemeinen Preisindizes, beispielsweise Erzeugerpreise gewerblicher Produkte, Einzelhandelspreise oder Preisindex für die Lebenshaltung der privaten Haushalte, ist jedoch nicht ratsam, da handwerkliche Güter und Leistungen nur einen kleinen Teil des jeweiligen Preisindex ausmachen und der Index durch die Veränderung von Preisen nicht-handwerklicher Güter und Leistungen dominiert wird.

Als Hilfsindikator lassen sich die Verkaufspreise von Handwerkszweigen, die vom Rheinischen Institut für Wirtschaftsforschung (RWI) ermittelt werden, verwenden, wobei hier nach Konsum- und Investitionsgüterhandwerken unterschieden werden soll. Leider findet sich in den Veröffentlichungen des RWI kein Preisindex für das Jahr der Handwerkszählung 1976, so dass stattdessen der entsprechende Wert für 1973 herangezogen werden muss. Vom RWI werden die Preise so ausgewiesen, dass das Jahr 1985 gleich 100 gesetzt wird. In Tafel 5.5 wurde zusätzlich die Preissteigerungsrate für die Jahre von 1973 bis 1994 berechnet.

	1973	1985	1994	Steigerung 1973 - 94
<b>Konsumgüterhandwerke</b>	60,4	100,0	127,2	211%
Nahrungsmittel	67,6	100,0	115,8	171%
Bekleidung, Leder, Textil	60,7	100,0	133,3	220%
Haushalts- u. Wohnungsbedarf	54,8	100,0	137,0	250%
Verkehrsbedarf	55,1	100,0	135,4	246%
Unterhaltungs- u. Freizeitbedarf	71,3	100,0	102,1	143%
Körper- u. Gesundheitspflege	53,8	100,0	130,8	243%
<b>Investitionsgüterhandwerke</b>	56,9	100,0	138,4	243%
Bauhauptgewerbe	60,2	100,0	136,6	227%
Ausbaugewerbe	55,1	100,0	143,0	260%
Technische Investitionsgüterhandwerke	52,9	100,0	135,2	256%
Dienstleistungen f. d. gewerbliche Wirtschaft	55,7	100,0	132,9	239%
<b>Handwerk insgesamt</b>	<b>58,4</b>	<b>100,0</b>	<b>133,2</b>	<b>228%</b>

SfH Göttingen

Quelle: RWI (1995), S. 116ff; (1991), S. 98ff

Aus der Tafel wird deutlich, dass im betrachteten Zeitraum die Preise im Ausbaugewerbe am stärksten gestiegen sind. Danach folgen die technischen Investitionsgüterhandwerke, und auch bei den Dienstleistungen für die gewerbliche Wirtschaft ist eine überproportionale Preissteigerung festzustellen. Demgegenüber fallen die Preiserhöhungen im Konsumgüterbereich mit 211 % insgesamt geringer aus. Dies ist jedoch nicht auf den gesamten Sektor, sondern vor allem auf die Segmente Nahrungsmittel und Unterhaltungs- und Freizeitbedarf zurückzuführen, wo die Erhöhungen der Verkaufspreise deutlich hinter der allgemeinen Preisentwicklung zurückbleiben. In anderen Segmenten ist eine fast ähnlich hohe Preissteigerung wie bei den Investitionsgüterhandwerken zu beobachten. Da die geringeren Preissteigerungen in den Konsumgüterhandwerken primär auf zwei Bereiche zurückzuführen sind, dürfte dem Preisargument nur eine untergeordnete Relevanz zukommen.

Betrachtet man zusammenfassend die einzelnen Gründe für die Erhöhung des Absatzes an Unternehmen, so lässt sich feststellen, dass für die unterschiedlichen Handwerksgruppen meist andere Gründe zutreffen. In Tafel 5.6 sind diese Gründe noch einmal aufgeführt.

	Veränderung Absatzstruktur	Gründe
Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf	Bedeutung Absatz an Unternehmen ↑	Outsourcing, Zulieferungen
Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf	Bedeutung Absatz an Unternehmen ↑	Absatz an Wiederverkäufer
Nahrungsmittelhandwerke	Bedeutung Absatz an Unternehmen ↑	Absatz an Wiederverkäufer
Kfz-Handwerke	wenig Veränderung	
Handels- und Reparaturhandwerke	Bedeutung Absatz an Unternehmen ↑	Verlust Marktanteile Konsumgüter
Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf	Bedeutung Absatz an Unternehmen ↑	Verlust Marktanteile Konsumgüter
Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf	Bedeutung Absatz an Unternehmen ↑	Outsourcing
Ausbauhandwerke	Bedeutung Absatz an Unternehmen ↑	Subunternehmer, größere Bedeutung Vorleistungen, Outsourcing
Bauhauptgewerbe	Bedeutung Absatz an Unternehmen ↑	größere Bedeutung Vorleistungen
Gesundheitshandwerke		Sonderfaktoren
Handwerksähnliches Gewerbe	Bedeutung Absatz an Unternehmen ↑	Outsourcing Subunternehmer

SfH Göttingen

## 6. Zusammenfassung

### Themenstellung

Die Handwerkszählung 1995 brachte als ein wichtiges Ergebnis, dass die Bedeutung des Absatzes von handwerklichen Gütern und Leistungen an den Unternehmenssektor gegenüber der Handwerkszählung 1977 beträchtlich gestiegen ist. Vor diesem Hintergrund lagen der vorliegenden Arbeit folgende **Themenstellungen** zugrunde:

- Analyse der Kundenstruktur im Handwerk nach Handwerksgruppen und Betriebsgrößenklassen,
- Suche nach Gründen für die geänderte Kundenstruktur.

Die Arbeit fußt im wesentlichen auf zwei **Datenquellen**:

- Handwerkszählung 1995 (incl. Vergleich mit den Daten der Handwerkszählung 1977),
- Eine Umfrage bei 14 Handwerkskammern zur Kundenstruktur im Handwerk.

### Ergebnisse:

#### Kundenstruktur insgesamt

Die Handwerkszählung 1994 ergab, dass die Umsatzanteile, die mit privaten Haushalten und die mit anderen Unternehmen erzielt wurden, mit etwa 43-44 % am handwerklichen Gesamtumsatz praktisch gleich hoch waren. Die Bedeutung der öffentlichen Hand als Kunde des Handwerks ist dagegen mit 13 % vergleichsweise gering. Dabei gilt, dass mit zunehmender Unternehmensgröße die Umsatzanteile mit anderen Unternehmen und mit öffentlichen Auftraggebern steigen, mit privaten Haushalten hingegen fallen.

Dieses Ergebnis darf aber nicht den Blick dafür verschließen, dass für die Mehrheit der Handwerksbetriebe (ca. 70 %) die privaten Haushalte der wichtigste Absatzpartner darstellen. Das Gesamtergebnis des Handwerks wird von relativ wenigen umsatzstarken Betrieben mit erheblichen gewerblichen Umsätzen maßgeblich beeinflusst. Die insgesamt überwiegende Privatkundenorientierung des Handwerks zeigt sich auch anhand von zwei Detailergebnissen:

- Bis zu einer Betriebsgröße von 20 Beschäftigten, wozu über 90 % der Handwerksbetriebe zählen, dominieren die privaten Haushalte eindeutig als Absatzpartner.
- 90 % aller Handwerksunternehmen erwirtschaften Umsätze mit privaten Haushalten, dagegen nur 60 % mit anderen Unternehmen und ein Drittel mit der öffentlichen Hand.

**Innerhalb des Unternehmenssektors** stellen andere Handwerksbetriebe (also die Kollegenbetriebe) die insgesamt wichtigste Absatzgruppe vor den industriellen Abnehmern, dem Handel, den Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros sowie sonstigen Unternehmen dar. Dies gilt insbesondere für die Kleinbetriebe. Bei den größeren Handwerksbetrieben ab 20 Beschäftigten sieht das Ergebnis jedoch anders aus. Hier dominiert innerhalb des Unternehmenssektors eindeutig der Absatz an industrielle Auftraggeber. Bei den öffentlichen Auftraggebern weisen die Gemeinden die mit Abstand größte Bedeutung auf.

Im Vergleich zu 1976 hat der Absatz an andere Unternehmen bei allen **Betriebsgrößenklassen** an Gewicht gewonnen. Die Absatzanteile mit den privaten Haushalten sind geringfügig zurückgegangen; dies gilt insbesondere für die kleinen Betriebe. Größere Handwerksbetriebe (ab 20 Beschäftigte) hatten vor allem einen Nachfragerückgang mit der öffentlichen Hand zu verkraften. Bei den mittelgroßen Betrieben (10-19 Beschäftigte) ist die Absatzstruktur fast gleich geblieben.

#### Kundenstruktur nach Handwerksbranchen

**Die Produzierenden Handwerke für den gewerblichen Bedarf** haben ihren eindeutigen Schwerpunkt beim Absatz an Industriebetriebe, wobei diese Umsätze in den letzten Jahren noch an Bedeutung gewonnen haben. Von den Handwerkszweigen dieser Gruppe fallen die Landmaschinenmechaniker aus dem Rahmen, die wegen der fallenden Nachfrage aus der Landwirtschaft heute vermehrt Geschäfte mit Privatkunden suchen.

Eine eindeutige Dominanz des Absatzes an private Haushalte findet sich bei den **Produzierenden Handwerken für den speziellen Konsumbedarf**, den **Nahrungsmittelhandwerken**, den **Dienstleistungshandwerken für den privaten Bedarf** und den **Handels- und Reparaturhandwerken**. Bei den größeren Betrieben dieser Gruppen bekommt der Absatz an den Handel ein zunehmend größeres Gewicht. Insbesondere bei den Handels- und Reparaturhandwerken spielen auch Geschäfte mit anderen Handwerksbetrieben eine nicht zu vernachlässigende Rolle. Die

Nahrungsmittelhandwerke erwirtschaften einen nicht unbeträchtlichen Teil des Umsatzes mit dem Gastgewerbe.

Die **Kfz-Handwerke** erzielen etwa 75 % ihres Umsatzes mit Privatkunden. Ein Viertel wird mit dem Unternehmenssektor getätigt; hier sind vor allem andere Handwerksbetriebe Geschäftspartner. Innerhalb dieser Handwerksgruppe ergibt sich ein uneinheitliches Bild. Während bei den Kfz-Technikern der Absatz an die Endverbraucher eindeutig dominiert, wird von den Karosserie- und Fahrzeugbauern ein erheblicher Umsatzanteil mit anderen Unternehmen erzielt.

Bei den **Dienstleistungshandwerken für den gewerblichen Bedarf** dominiert zwar der Absatz an den Unternehmenssektor und hier vor allem an Industriebetriebe; ein relativ großer Umsatzanteil wird jedoch auch mit öffentlichen Auftraggebern getätigt (vor allem Gebäudereiniger). In den letzten Jahren ist bei der gewerblichen Nachfrage eine positive Umsatzentwicklung zu verzeichnen, wodurch Verluste mit privaten und öffentlichen Auftraggebern kompensiert werden konnten.

Im **Baugewerbe** überwiegt der private Absatz, insbesondere im Ausbaugewerbe. Jedoch werden erhebliche Umsatzanteile auch mit dem Unternehmenssektor und hier vor allem mit anderen Handwerksbetrieben und mit den Ingenieur-, Planungs- bzw. Architektenbüros getätigt. Die Bedeutung der öffentlichen Auftraggeber ist zwar gefallen, aber immer noch beträchtlich. In den letzten Jahren sind auch die gewerblichen Aufträge gesunken; lediglich die privaten Kunden trugen, vor allem im Ausbaugewerbe zu einer gewissen Stabilisierung bei. Sehr stark von der öffentlichen Hand sind die Straßenbauer abhängig; daher ist die Investitionsschwäche der staatlichen Instanzen von den Betrieben dieses Handwerkszweiges am schwersten zu verkraften.

Bei den **Gesundheitshandwerken** dominiert der Absatz an private Haushalte und an Sozialversicherungsträger. Lediglich die Zahntechniker fallen aus dem Rahmen, da sie fast ausschließlich für Zahnärzte tätig sind. In den letzten Jahren wurde relativ gesehen mit Umsatz mit den Sozialversicherungsträgern und weniger mit privaten Haushalten erzielt.

Im **handwerksähnlichen Gewerbe** ist der Absatz an andere Unternehmen ähnlich hoch wie an private Haushalte. Innerhalb des Unternehmenssektors sind Vollhandwerksbetriebe die häufigsten Auftraggeber, von denen handwerksähnliche Betriebe häufig als Subunternehmer bei einfachen Arbeiten eingestellt werden. Dies weist auf eine zunehmende

Arbeitsteilung zwischen Vollhandwerk und handwerksähnlichem Gewerbe hin.

### **Kundenstruktur nach regionalen Gesichtspunkten**

In den **neuen Bundesländern** war zum Zeitpunkt der Handwerkszählung der gewerbliche Absatz im Vergleich zum Westen Deutschlands relativ schwach, dafür der Umsatz mit öffentlichen Auftraggebern umso stärker. Der Umsatzanteil, der mit privaten Haushalten erzielt wurde, war etwa gleich groß wie im Westen. Seitdem hat jedoch die Bedeutung der gewerblichen Abnehmer zugenommen, was primär auf die Umsätze innerhalb des Handwerks zurückzuführen ist; der Absatz an die Industrie spielt im Vergleich zu den alten Bundesländern immer noch eine untergeordnete Rolle. Zwar ist die Bedeutung der öffentlichen Nachfrager stark gefallen; die Umsatzanteile liegen aber immer noch höher als in den alten Bundesländern. Längerfristig dürfte sich die Kundenstruktur zwischen Ost- und Westdeutschland annähern.

Innerhalb der **alten Bundesländer** haben die Handwerksbetriebe in den Stadtstaaten Hamburg und Bremen sowie in den Bundesländern Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen eine überdurchschnittlich starke gewerbliche Orientierung. Dagegen sind in Schleswig-Holstein, dem Saarland und in Rheinland-Pfalz die Absätze an private Kunden vergleichsweise hoch.

Zwischen der Bevölkerungsdichte in den Bundesländern und der Absatzorientierung lässt sich ein Zusammenhang feststellen: Je dichter ein Bundesland besiedelt ist, desto größer ist in der Regel der Umsatzanteil, der mit anderen Unternehmen erwirtschaftet wird. Der Grund hierfür liegt vor allem darin, dass in den dichter besiedelten Regionen innerhalb der meisten Handwerkszweige die gewerbliche Orientierung größer ist (Absatzeffekt). Kaum relevant ist dagegen, dass in den Bundesländern mit starker Bevölkerungskonzentration überproportional viele gewerblich orientierte Handwerksbetriebe ansässig sind (Struktureffekt).

Betrachtet man die Kundenstruktur im Handwerk nach **siedlungsstrukturellen Kreistypen**, wird deutlich, dass in den Kernstädten ein relativ großer Absatz an Unternehmen und an öffentliche Auftraggeber zu beobachten ist. In den ländlich orientierten Kreisen dominiert dagegen eindeutig der Absatz an private Kunden.

### *General- und Subunternehmer, Absatzkonzentration*

Überraschend viele Handwerksbetriebe waren 1998 als General- oder Subunternehmer tätig (ca. 35-40 %), wobei der auf diese Weise erzielte Umsatz mit der Betriebsgröße ansteigt. Dabei kommt es oft vor, dass Betriebe sowohl General- als auch Subunternehmeraufträge durchführten. Subunternehmeraufträge sind in den neuen Bundesländern erheblich häufiger anzutreffen als im Westen Deutschlands. Als Subunternehmer besonders häufig tätig sind Betriebe des handwerksähnlichen Gewerbes, des Baugewerbes und der Produzierende Handwerke des gewerblichen Bedarfs. Insgesamt dürfte der Subunternehmerumsatz etwa 10 % des handwerklichen Gesamtumsatzes betragen.

Etwa jeder siebte der antwortenden Betriebe tätigt mehr als 50 % seines Umsatzes mit lediglich drei Abnehmern aus dem Unternehmensbereich, wobei eine derartig hohe Absatzkonzentration eher bei großen als bei kleinen Handwerksbetrieben vorkommt. Besonders häufig ist eine Absatzkonzentration bei den Produzierenden Handwerken für den gewerblichen Bedarf anzutreffen (Zulieferer); hier ist jeder dritte Betrieb an nur wenige Auftraggeber gebunden.

### *Gründe für die gestiegene Bedeutung des Absatzes an andere Unternehmen*

Das Handwerk wird zunehmend in eine **Subunternehmerrolle** gedrängt. Darauf weist neben den Ergebnissen der Umfrage vor allem die Tatsache hin, dass der Anteil des Wohnungsbaus am gesamten Bauvolumen erheblich größer ausfällt als der Anteil, den die Bauhandwerksbetriebe mit privaten Haushalten erzielen. Daraus lässt sich schließen, dass bei Bauleistungen im privaten Wohnungsbau Handwerker von privaten Bauherren häufig nicht direkt, sondern von Generalunternehmern, die zum Unternehmenssektor zählen, beauftragt werden.

Bei der Diskussion über die Subunternehmerrolle des Handwerks darf nicht übersehen werden, dass im Baugewerbe generell der **Anteil der Vorleistungen** an der Produktion gestiegen ist. Dies trifft jedoch nur auf das Baugewerbe zu, während in der Gesamtwirtschaft der Vorleistungsanteil an der Produktion in den letzten 20 Jahren gesunken ist, dafür ist vor allem der Anteil des privaten Verbrauchs gestiegen.

Profitiert hat das Handwerk sicher vom **Outsourcing** anderer Unternehmen. Viele Firmen sind in den letzten Jahren dazu übergegangen, Teile ihres Leistungsspektrums, die nicht ihre Kernkompetenz betreffen, aus-

zulagern. Dabei stellt das Handwerk einen attraktiven Outsourcing-Partner dar, weil es nicht nur Sach-, sondern auch ergänzende Dienstleistungen anbietet. Insbesondere kommen als Outsourcing-Nehmer die Handwerke der Haustechnik sowie die Gebäudereiniger in Frage.

Handwerksbetriebe sind auch vermehrt im **Zuliefergeschäft** tätig. Ein Indiz hierfür liegt darin, dass die zuliefernden Handwerkszweige ihren Umsatz in den letzten Jahren überproportional erhöhen konnten.

Insgesamt haben sich die Konsumgüterhandwerke gegenüber den Bau- und Investitionsgüterhandwerken in den letzten zwanzig Jahren nur unterdurchschnittlich entwickelt. Innerhalb der Konsumgüterhandwerke hat besonders der Absatz mit privaten Kunden an Bedeutung eingebüßt. Dies ist ein Indiz dafür, dass diese Betriebe **Marktanteilsverluste** gegenüber Handel und Schattenwirtschaft zu verzeichnen hatten. Dagegen konnte sich der Absatz an andere Unternehmen behaupten. Hierbei handelt es sich vor allem um Produkte, die nicht direkt an den Endverbraucher, sondern auch indirekt über Handels- und andere Handwerksbetriebe abgesetzt werden. Rechnerisch ergibt sich daraus eine Erhöhung des Umsatzanteils mit Unternehmen.

Ein branchenübergreifender Effekt dürfte darin liegen, dass die Handwerksbetriebe im Durchschnitt heute **mehr Beschäftigte** aufweisen und daher eher in der Lage sind, größere Aufträge zu bearbeiten. Besonders die handwerklichen Großbetriebe (ab 100 Beschäftigte) haben an Bedeutung gewonnen. Damit werden sie als Partner für andere Unternehmen und auch für die öffentliche Hand eher attraktiv.

Zu berücksichtigen ist auch, dass die **Preise** in den Investitionsgüterhandwerken insgesamt stärker gestiegen sind als in den Konsumgüterhandwerken. Dies bedeutet, dass die Umsatzsteigerungen lt. Handwerkszählung, die auf nominalen Werten beruhen, einen größeren Unterschied zwischen der Entwicklung des Absatzes mit privaten Haushalten und mit Unternehmen vortäuschen, als es real der Fall war.

### *Resümee*

Eine eindeutige Bewertung der einzelnen Gründe für die gestiegene Bedeutung des Unternehmenssektors als Kunde des Handwerks aus handwerklicher Sicht fällt schwer, dafür sind die aufgeführten Gründe zu unterschiedlich. Grundsätzlich ist zwischen zwei Fällen zu unterscheiden:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Außerdem ist es möglich, dass ein rein statistischer Effekt vorliegt, weil bspw. die Preissteigerungsraten unterschiedlich ausgefallen sind (siehe oben).

- Der Umsatz des Handwerks bleibt unverändert; die gleichen Produkte und Leistungen werden nur an andere Kunden abgesetzt. Ein Beispiel ist die Tätigkeit des Handwerkers als Subunternehmer anstatt als direkter Auftragnehmer.
- Der Umsatz des Handwerks steigt. Gründe sind die Integration in die Wertschöpfungskette (bspw. durch neue Aufträge infolge Outsourcing durch andere Unternehmen oder durch Übernahme von Zulieferfunktionen), oder das Handwerk gewinnt Aufträge zu Lasten von Konkurrenten des Handwerks aus Industrie und Handel (bspw. infolge leistungsfähiger Handwerksbetriebe).

Einigkeit dürfte darüber bestehen, dass der zweite Fall positiv zu bewerten ist. Aber auch wenn der Umsatz des Handwerks insgesamt gleich bleibt, kann eine Absatzverschiebung (Fall 1) positiv zu beurteilen sein. Dies gilt vor allem vor dem Hintergrund, dass Unternehmen als Abnehmer von Handwerksprodukten oft höhere Anforderungen an Qualität, Termintreue und Zuverlässigkeit stellen als private Haushalte. Ein Absatz an Unternehmen ist für den Handwerker daher häufig schwieriger zu realisieren als an Privatkunden. Außerdem kann durch eine Arbeitsteilung innerhalb des Handwerks bspw. die Wettbewerbsposition dieses Wirtschaftsbereichs verbessert werden (bspw. Verkauf von handwerklicher Wurst über anderer Fleischer, Delegation einfacher Tätigkeiten an handwerksähnliche Betriebe). Demgegenüber ist das Abdrängen des Handwerks in eine Subunternehmerrolle sicher eindeutig negativ zu bewerten. Der Grund hierfür liegt darin, dass die Aufteilung der Marktmacht zwischen Subunternehmer und Generalunternehmer meist eindeutig zu Gunsten des letzteren verteilt ist, was dazu führt, dass der Subunternehmer teilweise unter seine Kostendeckungsgrenze gedrückt wird.

Bei der Betrachtung sollte jedoch noch ein anderer Aspekt Berücksichtigung finden. Aus der Tatsache, dass das Handwerk mehr an Unternehmen liefert, kann indirekt geschlossen werden, dass das Handwerk in den letzten Jahren eher Prozess- als Produktinnovationen durchgeführt hat. Aus volkswirtschaftlicher Sicht liegt die wichtigste Funktion des Handwerks jedoch darin, neue Produkte und Leistungen anzubieten (Produktinnovationen). Nur wenn es dem Handwerk gelingt, im Produkterneuerungswettbewerb zu reüssieren, kann es seine Position am Markt längerfristig behaupten.

# Anhang

Tafel A2.1: Zuordnung der Handwerkszweige zu den Gruppen

Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf		Ausbauhandwerke	
Betonstein- und Terrazzohersteller	(10)	Ofen u. Luftheizungsbauer	(7)
Metallbauer	(183)	Wärme-Kälte-Schallschutzisolierer	(3)
Kälteanlagenbauer	(21)	Fliesen-, Platten-, Mosaikleger	(51)
Landmaschinenmechaniker	(49)	Estrichleger	(12)
Elektromaschinenbauer	(12)	Stukkateure	(22)
Schneidwerkzeugmechaniker	(3)	Maler und Lackierer	(231)
Modellbauer	(1)	Klempner	(17)
Müller	(2)	Installateur und Heizungsbauer	(255)
Buchbinder	(1)	Elektrotechniker	(290)
Buchdrucker; Schriftsetzer; Drucker	(3)	Tischler	(211)
Schilder- und Lichtreklamehersteller	(2)	Parkettleger	(1)
		Rolladen- und Jalousiebauer	(2)
		Raumausstatter	(67)
		Glaser	(35)
Produzierende Handwerke für den speziellen Konsumbedarf		Bauhauptgewerbe	
Steinmetzen und Steinbildhauer	(4)	Maurer- und Betonbauer	(315)
Büchsenmacher	(2)	Zimmerer	(68)
Gold- und Silberschmiede	(34)	Dachdecker	(115)
Damen- und Herrenschneider	(41)	Straßenbauer	(62)
Kürschner	(13)	Brunnenbauer	(3)
Sattler und Feintäschner	(4)	Gerüstbauer	(27)
Klavier- und Cembalobauer	(1)		
Nahrungsmittelhandwerke		Gesundheitshandwerke	
Bäcker	(131)	Augenoptiker	(55)
Konditoren	(32)	Hörgeräteakustiker	(2)
Fleischer	(108)	Orthopädietechniker	(6)
		Orthopädieschuhmacher	(3)
		Zahntechniker	(39)
Kfz-Handwerke		Handwerksähnliches Gewerbe	
Karosserie- und Fahrzeugbauer	(27)	Bautrocknungsgewerbe	(1)
Kfz-Techniker	(247)	Bodenleger	(19)
Vulkaniseure und Reifenmechaniker	(1)	Fuger	(4)
Handels- u. Reparaturhandwerke		Holz- und Bautenschutzgewerbe	(12)
Zweiradmechaniker	(9)	Betonbohrer und -schneider	(1)
Informationstechniker	(84)	Rohr- und Kanalreiniger	(1)
Uhrmacher	(44)	Kabelverleger im Hochbau	(1)
Schuhmacher	(36)	Holz-Leitermacher	(1)
Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf		Einbau von genormten Baufertigteilen	(32)
Schornsteinfeger	(8)	Bügelanstalten für Herren-Oberbekleidg.	(1)
Friseure	(137)	Dekorationsnäher	(1)
Fotografen	(39)	Klöppler	(1)
		Stricker	(1)
		Änderungsschneider	(2)
		Speiseeishersteller	(1)
		Schnellreiniger	(2)
		Teppichreiniger	(5)
		Kosmetiker	(14)
		Bestattungsgewerbe	(8)
Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf			
Textilreiniger	(14)		
Gebäudereiniger	(39)		

SfH Göttingen

(Die Zahlen in Klammern geben die jeweilige Anzahl der in der Auswertung enthaltenen Betriebe an)

Tafel A3.1: Anteil der Handwerksunternehmen, die Umsätze mit den einzelnen Kundengruppen getätigt haben nach Beschäftigten-größenklassen 1994

	priv. Haushalte	Unternehmen	öff. Hand
1	90,0%	37,1%	11,2%
2-4	92,1%	50,4%	24,0%
5-9	91,8%	61,9%	35,8%
10-19	88,2%	73,7%	45,6%
20-49	83,3%	82,3%	55,5%
50-99	77,2%	87,8%	64,0%
100 u. mehr	66,4%	90,2%	69,4%
<b>Insgesamt</b>	<b>89,9%</b>	<b>58,8%</b>	<b>32,4%</b>

SfH Göttingen

Quelle: Statistisches Bundesamt, Handwerkszählung 1995

Tafel A3.2: Kundenstruktur im Handwerk nach Gewerbebranchen 1994 (Teil 1)

	Betriebe	Beschäftigte	Umsatz	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand
	abs.		TDM		%	
<b>Bau- und Ausbaugewerbe</b>	<b>132 241</b>	<b>1 663 649</b>	<b>229 631 419</b>	<b>39,8</b>	<b>36,4</b>	<b>23,9</b>
Maurer	32 313	637 322	94 478 511	46,2	34,3	19,5
Beton- und Stahlbetonbauer	2 094	83 653	16 946 734	15,6	51,8	32,6
Feuerungs- und Schornsteinbauer	577	7 311	1 174 938	32,2	51,6	16,2
Backofenbauer	32	425	89 217	0,8	88,2	11,0
Zimmerer	10 846	103 242	14 374 129	58,8	30,0	11,2
Dachdecker	10 983	136 381	17 952 170	49,5	33,6	16,9
Straßenbauer	5 162	168 124	26 641 835	9,9	27,0	63,1
Wärme-, Kälte- und Schallschutzisolerier	1 931	23 543	3 737 248	17,6	61,9	20,5
Fliesen-, Platten- und Mosaikleger	9 350	70 430	9 645 006	45,7	40,1	14,2
Betonstein- und Terrazzohersteller	865	8 242	1 401 009	28,8	59,8	11,4
Estrichleger	1 367	18 512	3 999 268	32,1	54,2	13,7
Brunnenbauer	452	5 706	896 274	11,9	47,7	40,4
Steinmetzen und Steinbildhauer	4 940	32 026	4 144 196	60,8	26,8	12,4
Stukateure	5 346	55 451	6 968 475	45,9	37,8	16,3
Maler und Lackierer	36 108	276 241	23 927 692	39,8	42,5	17,7
Kachelofen- und Luftheizungsbauer	2 245	11 454	1 577 383	74,9	18,6	6,4
Schornsteinfeger	7 630	25 586	1 677 333	83,5	12,1	4,4
<b>Elektro- und Metallgewerbe</b>	<b>212 494</b>	<b>2 084 665</b>	<b>383 526 782</b>	<b>42,3</b>	<b>48,7</b>	<b>9,0</b>
Metallbauer	26 625	272 790	39 008 436	16,6	69,0	14,3
Chirurgiemechaniker	351	4 355	871 055	0,7	87,2	12,0
Karosserie- u. Fahrzeugbauer	3 787	45 403	8 338 312	25,0	68,6	6,4
Maschinenbaumechaniker	8 171	119 193	19 347 712	2,9	92,5	4,6
Werkzeugmacher	3 051	43 837	5 747 550	3,0	96,6	0,4
Dreher	1 623	14 559	1 785 750	2,4	80,4	17,2
Zweiradmechaniker	2 955	12 307	2 705 173	88,7	10,4	1,0
Kälteanlagenbauer	1 671	17 566	3 554 275	5,8	83,5	10,8
Büroinformatelektroniker	1 955	22 319	5 191 901	9,4	76,9	13,6
Kraftfahrzeugmechaniker	40 176	426 407	142 860 262	64,1	33,6	2,3
Kraftfahrzeugelektriker	1 881	15 525	2 868 265	42,0	52,3	5,7
Landmaschinenmechaniker	4 837	33 931	8 561 669	13,8	80,7	5,5
Feinmechaniker	1 824	15 372	2 146 781	7,5	84,6	7,9
Büchsenmacher	337	1 615	292 169	72,8	26,6	0,6
Klempner	3 858	29 340	3 696 904	48,4	34,5	17,1
Gas- u. Wasserinstallateure	22 761	220 151	29 061 232	50,9	31,9	17,2
Zentralheizungs- und Lüftungsbauer	17 560	221 576	33 698 361	43,1	38,9	18,0
Kupferschmiede	187	1 888	256 087	7,7	89,6	2,8
Elektroinstallateure	42 326	391 298	45 802 851	30,3	52,4	17,3
Elektromechaniker	3 779	34 922	5 893 921	14,2	75,6	10,2
Fernmeldeanlagen-elektroniker	1 901	21 971	3 489 159	10,7	59,8	29,5
Elektromaschinenbauer	1 463	17 888	2 977 631	6,1	83,6	10,3
Radio- und Fernsehtechniker	9 235	49 606	8 902 740	64,9	32,1	3,0
Uhrmacher	4 101	15 451	2 247 296	84,9	14,3	0,9
Graveure	718	3 977	444 168	9,4	86,2	4,4
Ziseleure	31	155	12 475	30,2	54,4	15,4
Galvaniseure und Metallschleifer	567	9 301	1 146 610	2,8	96,9	0,4
Gürtler und Metalldrücker	248	1 742	181 896	12,8	82,2	5,0
Zinngießer	57	299	22 478	34,6	62,3	3,1
Metallformer u. Metallgießer	328	3 958	536 820	4,8	92,4	2,8
Glockengießer	9	200	27 149	48,1	13,3	38,6
Schneidwerkzeugmechaniker	510	2 445	252 229	26,7	70,8	2,5

Tafel A3.2: Kundenstruktur im Handwerk nach Gewerbebranchen 1994 (Teil 2)

	Betriebe	Beschäftigte	Umsatz	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand
	abs.		TDM		%	
Goldschmiede	3 515	12 785	1 552 013	74,3	25,4	0,3
Silberschmiede	68	229	17 919	58,1	30,4	11,5
Gold-, Silber- u. Aluminiumschläger	28	304	27 535	21,2	49,4	29,4
<b>Holzgewerbe</b>	<b>45 750</b>	<b>355 831</b>	<b>49 083 757</b>	<b>41,5</b>	<b>48,3</b>	<b>10,2</b>
Tischler	39 071	307 956	42 142 894	41,6	47,9	10,6
Parkettleger	1 318	8 353	1 324 323	54,3	26,3	19,4
Rolladen- und Jalousiebauer	1 654	16 222	3 001 283	56,5	36,6	6,8
Bootsbauer	335	2 255	268 583	58,4	37,1	4,5
Schiffbauer	38	834	147 487	8,7	78,1	13,2
Modellbauer	854	10 074	1 339 419	1,7	96,8	1,5
Wagner	579	1 358	93 959	50,2	42,2	7,6
Drechsler (Elfenbeinschnitzer)	723	2 890	208 035	29,1	65,9	5,1
Holzspielzeugmacher	85	767	77 883	14,2	68,0	17,8
Schirmmacher	52	192	33 245	27,1	48,0	24,9
Holzbildhauer	363	999	73 821	45,3	48,4	6,3
Böttcher	163	496	50 429	34,9	47,8	17,3
Bürsten- und Pinselmacher	183	2 149	193 642	4,2	90,4	5,3
Korbmacher	332	1 286	128 753	51,4	48,4	0,2
<b>Bekleidungs-, Textil- und Ledergewerbe</b>	<b>24 698</b>	<b>94 974</b>	<b>9 529 375</b>	<b>62,9</b>	<b>31,5</b>	<b>5,6</b>
Herenschneider	1 429	4 623	541 044	89,4	9,1	1,5
Damenschneider	3 998	9 692	431 873	60,4	38,7	0,8
Wäscheschneider	128	641	63 266	88,8	10,5	0,6
Sticker	157	736	43 932	46,7	44,4	8,9
Stricker	176	1 572	130 845	20,9	76,2	2,9
Modisten	259	665	53 354	91,6	8,3	0,1
Weber	204	779	67 021	31,6	61,4	7,1
Seiler	126	1 277	239 669	7,3	88,1	4,6
Segelmacher	128	820	100 021	41,7	56,6	1,7
Kürschner	1 158	3 980	365 454	87,1	10,5	2,4
Hut- und Mützenmacher	102	495	42 299	48,4	49,9	1,7
Handschuhmacher	28	148	8 525	31,1	50,1	18,8
Schuhmacher	6 282	15 804	1 163 399	94,5	3,2	2,2
Gerber	90	470	57 271	24,2	74,8	1,0
Sattler	1 188	4 576	486 425	40,4	56,4	3,1
Feintäschner	179	1 494	155 127	22,1	77,2	0,7
Raumausstatter	9 066	47 202	5 579 853	59,7	32,2	8,1
<b>Nahrungsmittelgewerbe</b>	<b>50 113</b>	<b>599 550</b>	<b>69 143 662</b>	<b>64,4</b>	<b>34,8</b>	<b>0,8</b>
Bäcker	22 757	310 470	25 064 688	83,4	16,0	0,7
Konditoren	3 356	41 880	3 188 793	75,0	24,7	0,3
Fleischer	22 117	232 049	37 212 119	54,9	44,2	0,9
Müller	1 112	5 306	2 035 058	12,0	87,5	0,5
Brauer und Mälzer	571	8 961	1 473 636	35,2	63,2	1,6
Weinküfer	200	884	169 369	46,4	52,6	1,0
<b>Gewb., f. Gesund.-u. Körperpf., chem. u. Reinigungsgewerbe</b>	<b>78 951</b>	<b>1 160 717</b>	<b>42 653 846</b>	<b>43,4</b>	<b>35,8</b>	<b>20,9</b>
Augenoptiker	7 584	49 175	6 445 347	75,5	1,5	23,0
Hörgeräteakustiker	556	5 794	826 305	39,3	15,2	45,5
Orthopädiemechaniker und Bandagisten	1 420	19 853	3 098 638	41,2	6,9	51,9
Orthopädienschuhmacher	2 200	11 814	1 163 314	51,6	4,2	44,2
Zahn techniker	7 017	81 652	6 865 163	9,7	87,5	2,9
Friseur	54 085	256 524	9 358 632	99,0	0,9	0,1

Tafel A3.2: Kundenstruktur im Handwerk nach Gewerbebezügen 1994 (Teil 3)

	Betriebe	Beschäftigte	Umsatz	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand
	abs.		TDM		%	
Textilreiniger	1 657	30 348	1 703 655	36,1	46,6	17,3
Wachszieher	44	968	130 766	22,2	75,4	2,4
Gebäudereiniger	4 388	704 589	13 062 026	6,5	59,5	33,9
<b>Glas-, Papier-, keramische und sonstige Gewerbe</b>	<b>18 957</b>	<b>125 587</b>	<b>17 037 635</b>	<b>32,3</b>	<b>59,7</b>	<b>8,0</b>
Glaser	4 284	33 671	5 241 828	43,8	45,2	11,0
Glasveredler	411	3 710	588 020	18,1	77,5	4,4
Feinoptiker	107	595	67 675	56,9	29,6	13,5
Glasapparatebauer	303	1 552	193 893	4,7	63,3	32,0
Thermometermacher	23	76	3 700		83,3	
Glas- und Porzellanmaler	205	825	59 056	43,8	43,5	12,7
Edelsteinschleifer	101	289	25 419	26,1	57,9	16,0
Edelsteingraveur	38	126	9 262	15,0	48,7	36,3
Fotografen	4 142	17 928	1 925 402	55,4	41,6	3,0
Buchbinder	1 059	6 569	506 751	16,0	68,7	15,4
Buchdrucker: Schriftsetzer, Drucker	2 772	24 308	3 111 621	9,3	83,4	7,3
Steindrucker	9	73	8 667	28,8	36,3	34,9
Siebdrucker	539	4 547	549 960	4,4	90,9	4,7
Flexografen	137	925	94 949	16,3	63,6	20,1
Chemigrafen	35	308	46 448		95,1	
Stereotypen	5	28		6,6		
Galvanoplastiker	8	43	5 628		98,3	
Keramiker	960	3 471	170 154	53,3	42,9	3,8
Orgel- und Harmoniumbauer	294	2 310	198 657	46,1	16,6	37,3
Klavier- und Cembalobauer	369	1 297	180 028	77,2	14,6	8,2
Handzuginstrumentenmacher	32	68				
Geigenbauer	302	764	67 395	56,4	36,7	6,9
Bogenmacher	33	156	11 746	16,2	83,3	0,4
Metallblasinstrumenten- und Schlagzeugmacher	171	680	83 979	71,1	15,2	13,7
Holzblasinstrumentenmacher	125	503	53 384	56,4	32,1	11,5
Zupfinstrumentenmacher	122	312	23 293	37,0	59,4	3,6
Vergolder	165	740	57 527	50,6	37,5	11,8
Schilder- und Lichtreklamemacher	1 402	10 084	1 075 860	6,0	87,2	6,8
Vulkanisierer und Reifenmechaniker	804	9 629	2 651 926	36,8	60,2	3,0
<b>Handwerk insgesamt</b>	<b>563 204</b>	<b>6 084 973</b>	<b>800 606 477</b>	<b>43,5</b>	<b>43,3</b>	<b>13,2</b>

kursiv: ohne Ausland

unterstrichen: einschl. Ausland

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995

SfH Göttingen

Tafel A3.3: Kundenstruktur im Handwerk nach ausgewählten Wirtschaftszweigen (Teil 1)

		Betriebe	Umsatz	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand
D	Verarbeitendes Gewerbe	154 765	209 428 227	32,3	60,3	7,4
DA	Ernährungsgewerbe u. Tabakverarbeitung	45 755	59 879 333	66,1	33,1	0,8
15	Ernährungsgewerbe	45 754				
15.1	Schlachten u. Fleischverarbeitung	19 222	29 781 260	56,3	42,7	1,0
15.11	Schlachten (oh. Schlachten v. Geflügel)	970	2 449 723	13,1	85,4	1,5
15.13	Fleischverarbeitung	18 235	27 306 444	60,2	38,8	1,0
15.6	Mahl- u. Schälmlühen, H. v. Stärke u. Stärkeerzeugn.	776	1 230 574	11,6	87,9	0,5
15.8	Sonst. Ernährungsgewerbe (oh. Getränkeherstellung)	25 034	27 026 198	81,9	17,4	0,7
15.81	H. v. Backwaren (oh. Dauerbackwaren)	24 888		82,1		
15.9	Getränkeherstellung	602	1 432 836	34,3	65,1	0,6
DB	Textil- u. Bekleidungsindustrie	6 236	1 471 905	45,8	51,4	2,9
17	Textilgewerbe	1 139	680 246	30,7	65,4	3,9
17.4	H. v. Konfektion, Textilwaren (oh. Bekleidung)	626	380 344	38,9	57,7	3,4
18	Bekleidungsindustrie	5 097	791 659	58,7	39,3	2,0
18.2	H. v. Bekleidung (oh. Lederbekleidung)	4 194	520 599	49,8	47,5	2,7
18.22	H. v. Oberbekleidg. (oh. Arbeits- u. Berufsbekleidg.)	3 902	437 221	52,6	45,4	2,0
18.3	Zurichtung u. Färben v. Fellen, H. v. Pelzwaren	842	243 364	79,1	20,9	0,0
DC	Ledergewerbe	656				1,7
19.2	Ledererfabrik (oh. H. v. Lederbekleidung u. Schuhen)	522	246 449	26,8	71,4	1,9
DD	Holzgewerbe (oh. H. v. Möbeln)	13 619	16 348 351	45,9	43,4	10,7
20.3	H. v. Konstr.-Fertigt. t., Ausbauelement. u. a. Holz	11 569	15 197 417	48,2	40,8	11,0
20.5	H. v. Holzwaren ang. Kork-, Flecht- u. Korbwaren	1 726	581 557	22,3	74,6	3,1
20.51	H. v. Holzwaren ang. Veredlg. v. Holzwaren	1 512	539 471	21,1	75,6	3,3
DE	Papier-, Verlags- u. Druckgewerbe	4 612	4 309 554	8,5	83,5	8,1
22	Verlags-, Druckgewerbe, Vervielfältigung	4 574	4 258 005	8,6	83,3	8,1
22.2	Druckgewerbe	4 500	4 194 840			
22.22	Druckerei (oh. Zeitungsdruckerei)	2 969	3 222 830	8,7	83,8	7,6
22.23	Druckweiterverarbeitung	911	428 221	11,2	72,1	16,7
DH	H. v. Gummi- u. Kunststoffwaren	1 615	6 040 772	37,7	55,3	7,0
25.2	H. v. Kunststoffwaren	1 433	5 585 121	38,6	54,0	7,3
25.23	H. v. Baubedarfsartikeln a. Kunststoff	1 226	4 845 719	44,3	47,5	8,2
DI	Glasgewerbe, Keramik, Verarb. v. Steinen u. Erden	7 499	7 105 452	44,8	43,9	11,3
26.1	H. u. Verarb. v. Glas	895	753 601	26,3	64,4	9,3
26.2	Keramik (oh. Ziegelei u. Baukeramik)	938	190 543	45,1	49,5	5,4
26.6	H. v. Erzeugnissen a. Beton, Zement u. Gips	570	1 706 085	18,1	69,9	12,1
26.7	Be- u. Verarb. v. Natursteinen ang.	5 026	4 234 280	60,9	27,1	12,0
DJ	Metallerzg.-u.-bearb., H. v. Metallerzeugnissen	30 264	39 029 017	14,6	72,7	12,7
27	Metallerzeugung u.-bearbeitung	385	767 739	3,1	92,2	4,6
28	H. v. Metallerzeugnissen	29 879	38 261 278	14,8	72,3	12,9
28.1	Stahl- u. Leichtmetallbau	14 216	22 947 863	18,1	64,2	17,8
28.11	H. v. Stahl- u. Leichtmetallkonstruktionen	6 942	11 515 030	15,6	69,6	14,8
28.12	H. v. Ausbauelementen a. Stahl u. Leichtmetall	7 274	11 432 833	20,7	58,5	20,7
28.5	Oberfläch. veredlg., Wärmebehandlg., Mechanik ang.	11 199	7 913 894	13,3	79,7	7,0
28.51	Oberfläch. veredlg. u. Wärmebehandlung	1 099	1 472 306	4,2	91,3	4,6
28.52	Mechanik ang.	10 100	6 441 588	15,4	77,1	7,6
28.6	H. v. Schneidw., Werkzeug-, Schloßern u. Beschlägen	2 845	3 871 047	6,0	91,9	2,1
28.62	H. v. Werkzeugen	2 263	3 479 797	3,0	96,3	0,7
28.7	H. v. sonst. EBM-Waren	940	1 446 456	6,0	87,5	6,5
DK	Maschinenbau	13 823	29 498 169	5,2	89,4	5,3
29.1	H. v. Masch. f. d. Erzeugung u. Nutzung v. mech. Energie	1 102	2 402 959	4,8	88,3	6,9
29.2	H. v. sonst. Maschinen f. unspezifische Verwendung	3 781	9 896 256	4,4	87,1	8,5
29.22	H. v. Hebezeugen u. Fördermitteln	1 069	3 510 214	5,9	79,2	14,9
29.23	H. v. Kälte- u. Lufttechn. Erzeugn. f. gewerbliche Zwecke	1 225	2 952 511	4,8	85,9	9,4
29.24	H. v. Maschinen f. unspezifische Verwendung ang.	1 439	2 823 390	2,9	88,5	8,6
29.3	H. v. land- u. forstw. Maschinen	4 021	3 760 341	16,2	78,1	5,7
29.32	H. v. sonst. land- u. forstw. Maschinen	3 721	3 479 405	16,1	78,0	5,8
29.4	H. v. Werkzeugmaschinen	1 229	2 967 826	1,9	96,5	1,6

Tafel A3.3: Kundenstruktur im Handwerk nach ausgewählten Wirtschaftszweigen (Teil 2)

	Betriebe	Umsatz	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand.	
29.5	H.v.Masch.f.sonst.best. Wirtschaftszweige	3 458	9 815 213	2,0	95,0	3,0
29.52	H.v.Bergwerks-, Bau- u. Baustoffmaschinen	344	1 652 089	1,8	95,1	3,1
29.56	H.v.Masch.f.best. Wirtschaftszweige ang	2 368	6 305 623	2,1	94,7	3,2
DL	H.v.Büromasch., DV-Gerät u.-Einr., Elektrotech.usw	16 488	24 850 709	11,4	73,2	15,3
31	H.v.Geräten d. Elektriz. erzg., -verteilung u.ä.	3 383	8 662 361	6,2	81,5	12,3
31.1	H.v. Elektromotoren, Generatoren, Transformatoren	791	1 828 385	4,1	90,3	5,7
31.2	H.v. Elektriz. vertig.-u.-schalteinrichtungen	1 328	4 786 264	7,3	79,7	13,1
31.5	H.v. elektrischen Lampen u. Leuchten	803	1 013 915	4,2	90,6	5,2
32	Rundfunk-, Fernseh- u. Nachrichtentechnik	739	1 819 835	5,0	76,5	18,5
33	Medizin-, Meß-, Steuer-, Regelungstechnik, Optik	12 229	14 036 276	15,6	67,5	16,9
33.1	H.v.med.Geräten u. orthopädischen Vorrichtungen	10 852	11 461 275	18,0	63,9	18,1
33.2	H.v. Meß-, Kontroll-, Navig.-u.ä. Instr. u. Vorr.	1 021	1 897 983	2,5	86,8	10,7
DM	Fahrzeugbau	1 993	7 721 872	7,8	84,8	7,5
34	H.v. Kraftwagen u. Kraftwagenteilen	1 378	6 714 012	5,5	87,5	7,0
34.2	H.v. Karosserien, Aufbauten u. Anhängern	1 007	3 501 347	7,4	86,7	5,9
35	Sonst. Fahrzeugbau	615	1 007 859	22,8	66,5	10,7
DN	H.v. Möbeln, Schmuck, Musikinstr. usw, Recycling	12 197	12 850 645	25,7	68,7	5,6
36	H.v. Möbeln, Schmuck, Musikinstr., Sportger.usw	12 156	12 510 829	26,0	68,4	5,5
36.1	H.v. Möbeln	7 633	10 350 750	23,8	71,4	4,8
36.11	H.v. Sitzmöbeln	1 324	1 174 445	24,6	72,5	2,9
36.12	H.v. Büro- u. Ladenmöbeln	1 014	2 515 111	13,9	78,8	7,3
36.13	H.v. Küchenmöbeln	357	1 881 332	18,5	70,8	10,7
36.14	H.v. sonst. Möbeln	4 925	4 743 150	31,0	63,8	5,2
36.2	H.v. Schmuck u.ä. Erzeugnissen	2 461	906 701	56,1	41,9	1,9
36.3	H.v. Musikinstrumenten	1 099	402 514	47,8	29,2	23,0
36.6	H.v. sonst. Erzeugnissen	690	638 651	9,8	85,7	4,5
<b>F</b>	<b>Baugewerbe</b>	<b>232 664</b>	<b>341 807 189</b>	<b>40,1</b>	<b>37,6</b>	<b>22,2</b>
45.1	Vorbereitende Baustellenarbeiten	246	817 688	15,9	53,7	30,4
45.2	Hoch- u. Tiefbau	62 754	167 287 936	38,2	34,4	27,4
45.21	Hochbau, Brücken- u. Tunnelbau u.ä.	32 189	110 970 845	39,7	36,1	24,2
45.21.1	Hoch- u. Tiefbau oaS	9 101	43 759 844	31,9	38,5	29,7
45.21.2	Hochbau (oh. Fertigteilbau)	20 991	55 513 443	50,7	34,0	15,3
45.21.3	H.v. Fertigb a Beton i. Hochb. a. s. herg. Bausätzen	324	2 256 681	31,3	52,2	16,4
45.21.7	Kabelleitungstiefbau	1 451	7 563 498	8,5	30,8	60,7
45.22	Dachdeckerei, Abdichtung u. Zimmerei	24 166	31 528 662	53,9	30,8	15,3
45.22.1	Dachdeckerei	11 564	17 965 096	50,5	32,2	17,3
45.22.3	Zimmerei u. Ingenieurholzbau	12 408	13 148 960	59,4	28,6	11,9
45.23	Straßenbau u. Eisenbahnoberbau	3 818	18 307 227	9,1	25,7	65,2
45.25	Spezialbau u. sonst. Tiefbau	2 560	6 334 854	18,8	45,6	35,7
45.25.3	Schornstein-, Feuerungs- u. Industrieofenbau	820	1 304 345	38,4	48,3	13,3
45.25.6	Sonst. Tiefbau	1 069	3 736 588	13,3	43,6	43,1
45.3	Bauinstallation	88 220	108 063 313	40,2	41,8	18,0
45.31	Elektroinstallation	39 810	37 267 312	32,5	49,6	17,9
45.32	Dämmung gegen Kälte, Wärme, Schall, Erschütterung	2 923	5 119 964	19,5	57,8	22,7
45.33	Klempnerei, Gas-, Wasser-, Heizungs- u. Lüftungsinst.	43 439	63 232 573	46,6	35,6	17,8
45.33.1	Klempnerei, Gas- u. Wasserinstallation	24 705	28 725 976	52,0	31,1	16,9
45.33.2	Inst. v. Heizungs-, Lüftungs-, Klima- u.ä. Anlagen	18 734	34 506 597	42,1	39,5	18,5
45.34	Sonst. Bauinstallation	2 048	2 443 464	37,3	45,2	17,4
45.4	Sonst. Baugewerbe	81 427	65 566 976	45,4	38,9	15,7
45.41	Stukkateurgewerbe, Gipserei u. Verputzerei	6 041	7 453 999	47,6	37,4	15,0
45.42	Bautischlerei	17 948	14 022 325	46,7	39,5	13,8
45.43	Fußboden-, Fliesen-, Plattenlegerei usw	18 822	17 340 196	47,1	38,4	14,5
45.43.1	Parkettlegerei	1 315	1 215 712	56,2	23,4	20,4
45.43.2	Fliesen-, Platten- u. Mosaiklegerei	9 405	8 638 255	46,6	38,2	15,2
45.43.3	Estrichlegerei	1 353	3 752 302	32,1	53,5	14,4
45.43.4	Sonst. Fußbodenlegerei u.-kleberei	886	816 104	36,8	40,9	22,3
45.43.6	Raumausstattung oaS	5 635	2 855 982	66,8	24,4	8,8

Tafel A3.3: Kundenstruktur im Handwerk nach ausgewählten Wirtschaftszweigen (Teil 3)

	Betriebe	Umsatz	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand.	
45.44	Malerei- u. Glasergerwerbe	36 239	24 372 353	41,6	40,5	18,0
45.44.1	Malerei- u. Lackierergewerbe	32 786	21 233 519	40,3	41,0	18,7
45.44.2	Glasergerwerbe	3 453	3 138 834	49,9	37,1	13,0
45.45	Baugewerbe ang	2 377	2 378 102	57,0	28,4	14,6
45.45.2	Ofen- u. Herdsetzerei	1 835	1 191 443	80,2	13,3	6,5
45.45.3	Ausbauergewerbe ang	498	1 147 296	34,3	42,2	23,5
<b>G</b>	<b>Handel; Instandh. u. Rep.v. Kfz u. Gebrauchsgütern</b>	<b>100 318</b>	<b>213 247 283</b>	<b>59,9</b>	<b>36,1</b>	<b>4,0</b>
50	Kfz-Handel, Instandh. u. Rep.v.Kfz; Tankstellen	48 595	150 571 784	64,4	33,3	2,2
50.1	Handel m. Kraftwagen	13 704	107 118 205	66,9	31,2	1,9
50.2	Instandhaltung u. Rep.v. Kraftwagen	31 051	36 140 432	57,5	39,3	3,3
50.3	Handel m. Kraftwagenteilen u. Zubehör	824	2 965 550	37,2	60,1	2,8
50.4	Handel m. Krafträdern, Teilen u. Zubeh.; Instandh. u. Rep.	1 844	2 278 693	87,9	11,3	0,8
50.5	Tankstellen	1 172	2 069 104	71,8	26,7	1,4
51	Handelsvermittlung u. Großhandel (oh. Kfz)	3 702	23 963 726	8,9	84,4	6,7
51.4	Gh. m. Gebrauchs- u. Verbrauchsgütern	500	3 523 938	7,9	79,5	12,6
51.5	Gh. m. Rohstf., Halbw., Altmater. u. Reststf	505	4 168 575	20,0	75,3	4,7
51.6	Gh. m. Maschinen, Ausrüstungen u. Zubehör	2 099	12 108 943	6,3	85,9	7,7
52	Eh. (oh. Handel m. Kfz u. Tankst.); Rep. v. Geb. gü.	48 021	38 711 773	73,9	17,2	8,9
52.1	Eh. m. Waren versch. Art (i. Verkaufsräumen)	895	1 474 778	92,1	7,2	0,7
52.2	Fach-Eh. m. Nahrungsm. usw (i. Verkaufsräumen)	2 577	3 656 731	87,0	12,7	0,3
52.22	Eh. m. Fleisch, Fleischwaren, Geflügel u. Wild	2 128	3 184 392	..	..	..
52.3	Apotheken, Fach-Eh. m. med. Art. usw (i. Verkaufsr.)	1 023	1 750 862	44,7	7,5	47,8
52.4	Sonst. Facheinzelhandel (i. Verkaufsräumen)	27 548	27 122 848	73,8	17,3	8,8
52.42	Eh. m. Bekleidung	896	763 974	93,2	6,2	0,5
52.43	Eh. m. Schuhen u. Lederwaren	1 440	685 792	95,5	2,4	2,0
52.44	Eh. m. Möbeln, Einr. gegenständen u. Hausrat ang	1 587	2 241 585	78,8	17,4	3,8
52.45	Eh. m. elektr. Haush.-, Rundf.-, TV-Gerät usw	6 600	7 462 554	79,1	17,5	3,4
52.46	Eh. m. Metallw., Anstrichm. u. Bau- u. Heimwerkerbedarf	1 625	2 042 487	61,7	32,0	6,3
52.48	Facheinzelhandel ang (i. Verkaufsräumen)	15 087	13 712 765	69,9	16,3	13,8
52.7	Rep. v. Gebrauchsgütern	15 779	4 025 841	73,4	23,1	3,5
52.71	Rep. v. Schuhen u. Lederwaren	4 964	528 729	95,4	3,3	1,3
52.72	Rep. v. elektrischen Haushaltsgeräten	5 991	2 731 494	69,3	26,9	3,8
52.73	Rep. v. Uhren u. Schmuck	1 648	276 401	80,8	17,2	1,9
52.74	Rep. v. sonst. Gebrauchsgütern	3 176	489 217	68,2	26,6	5,2
<b>H</b>	<b>Gastgewerbe</b>	<b>639</b>	<b>588 231</b>	<b>89,2</b>	<b>10,2</b>	<b>0,6</b>
<b>K</b>	<b>Grundst.-, Wohnungswesen, Verm. bewegl. Sachen usw</b>	<b>18 487</b>	<b>22 543 020</b>	<b>23,0</b>	<b>54,1</b>	<b>22,9</b>
72	Datenverarbeitung u. Datenbanken	998	1 400 658	6,5	81,4	12,1
72.5	Instandh. u. Rep.v. Büromasch., DV-Gerät u.-Einr.	910	1 112 386	7,7	78,8	13,6
74	Erbrg. v. Dienstleistungen überwiegend f. Untern.	16 744	18 501 823	19,1	54,9	26,0
74.2	Archit.- u. Ingenieurbüros	748	1 505 583	35,7	52,9	11,4
74.7	Reinigung v. Gebäuden, Inventar u. Verkehrsmitteln	11 985	14 719 653	15,3	54,3	30,4
74.8	Erbrg. v. sonst. Dienstleistg. üb.w. f. Unternehmen	3 731	1 751 553	40,1	54,0	5,8
74.81	Fotograf. Gewerbe u. fotograf. Laboratorien	3 569	1 441 363	47,0	50,0	3,0
<b>O</b>	<b>Erbringung sonst. öff. u. persönl. Dienstleistungen</b>	<b>56 029</b>	<b>11 182 653</b>	<b>..</b>	<b>..</b>	<b>..</b>
93	Erbringung v. sonst. Dienstleistungen	55 889	11 128 615	89,3	7,9	2,8
93.01	Wäscherei u. chemische Reinigung	1 659	1 702 014	36,8	45,9	17,3
93.02	Friseurgewerbe u. Kosmetiksalons	54 003	9 320 745	99,1	0,8	0,1
	<b>Handwerk insgesamt</b>	<b>563 204</b>	<b>800 606 477</b>	<b>43,5</b>	<b>43,3</b>	<b>13,2</b>

SfH Göttingen

kursiv: ohne Ausland

unterstrichen: einschl. Ausland

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählungen 1995 und 1977

Tafel A3.4: Umsatzanteile im Handwerk nach Handwerksgruppen und Bundesländern 1994 (%)

	Prod. Handwerke für den gewerblichen Bedarf	Prod. Handwerke für den speziellen Konsumbedarf	Nahrungsmittelhandwerke	Kfz-Handwerke	Handels- und Reparaturhandwerke	Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf	Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf	Ausbauhandwerke	Bauhauptgewerbe	Gesamt
<b>früheres Bundesgebiet</b>	<b>18,3%</b>	<b>2,1%</b>	<b>8,1%</b>	<b>18,5%</b>	<b>5,1%</b>	<b>1,5%</b>	<b>6,3%</b>	<b>20,5%</b>	<b>19,7%</b>	<b>100,0%</b>
Schleswig-Holstein	14,8%	1,0%	9,2%	21,2%	4,7%	1,4%	5,0%	20,7%	22,1%	100,0%
Hamburg	13,5%	0,8%	6,2%	16,9%	11,6%	2,0%	10,6%	25,0%	13,3%	100,0%
Niedersachsen	15,8%	1,3%	9,5%	15,9%	5,1%	1,6%	5,7%	20,3%	24,8%	100,0%
Bremen	0,0%	0,0%	7,4%	26,9%	6,7%	2,3%	10,8%	30,8%	15,0%	100,0%
Nordrhein-Westfalen	18,6%	3,2%	6,3%	21,4%	5,7%	1,5%	7,5%	18,6%	17,1%	100,0%
Hessen	15,4%	1,0%	8,9%	22,4%	5,2%	1,5%	9,0%	20,8%	15,8%	100,0%
Rheinland-Pfalz	15,9%	1,4%	9,0%	25,0%	4,0%	1,5%	3,2%	19,4%	20,7%	100,0%
Saarland	16,7%	1,0%	9,9%	23,1%	10,4%	1,4%	4,2%	17,5%	15,8%	100,0%
Baden-Württemberg	23,6%	1,9%	8,6%	13,8%	4,5%	1,3%	4,4%	22,9%	18,9%	100,0%
Bayern	18,6%	2,2%	9,1%	16,7%	3,7%	1,4%	5,7%	19,3%	23,2%	100,0%
Berlin	14,0%	1,3%	3,8%	13,9%	5,7%	1,5%	8,0%	30,6%	21,2%	100,0%
<b>Deutschland</b>	<b>16,9%</b>	<b>1,8%</b>	<b>7,5%</b>	<b>18,9%</b>	<b>4,8%</b>	<b>1,4%</b>	<b>5,8%</b>	<b>21,8%</b>	<b>21,1%</b>	<b>100,0%</b>

Quelle: Statistisches Bundesamt: Handwerkszählung 1995; eigene Berechnungen

SfH Göttingen

Tafel A3.5: Kundenstruktur im Handwerk nach Bundesländern und ausgewählten Gewerbebezeichnungen 1994 (%)

	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand	Private Haush.	Unternehmen	Öffentl. Hand
	<b>Insgesamt</b>			<b>Maurer</b>			<b>Maler u. Lackierer</b>		
<b>früheres Bundesgebiet</b>	<b>43,9</b>	<b>44,4</b>	<b>11,8</b>	<b>49,9</b>	<b>33,2</b>	<b>16,9</b>	<b>42,9</b>	<b>41,4</b>	<b>15,6</b>
Schleswig-Holstein	48,7	39,6	11,7	59,7	29,3	11,0	43,0	43,1	13,9
Hamburg	36,2	53,5	10,3	31,2	51,0	17,8	28,2	53,0	18,9
Niedersachsen	46,7	41,4	11,9	58,3	29,2	12,4	45,9	40,2	13,9
Bremen	39,9	50,4	9,7	40,6	47,8	11,6	33,5	51,9	14,6
Nordrhein-Westfalen	41,5	46,6	10,5	47,5	38,8	13,8	41,1	44,0	14,9
Hessen	47,5	41,8	10,7	44,5	34,9	20,5	48,5	36,5	15,0
Rheinland-Pfalz	50,4	36,6	13,1	50,4	29,4	20,2	45,2	37,5	17,3
Saarland	49,8	37,6	12,6	36,3	34,7	29,0	46,7	36,7	16,6
Baden-Württemberg	41,5	47,4	11,1	50,1	33,1	16,7	44,2	41,5	14,3
Bayern	45,5	41,8	12,7	51,1	29,6	19,3	45,4	39,2	15,4
Berlin	33,0	44,0	24,0	27,0	36,0	37,0	25,0	46,0	29,0
<b>Deutschland</b>	<b>43,5</b>	<b>43,3</b>	<b>12,2</b>	<b>46,2</b>	<b>34,3</b>	<b>19,5</b>	<b>39,8</b>	<b>42,5</b>	<b>17,7</b>
	<b>Metallbauer</b>			<b>Kfz-Mechaniker</b>			<b>Elektroinstallateur</b>		
<b>früheres Bundesgebiet</b>	<b>16,5</b>	<b>70,3</b>	<b>13,2</b>	<b>64,4</b>	<b>33,6</b>	<b>2,0</b>	<b>31,0</b>	<b>53,8</b>	<b>15,1</b>
Schleswig-Holstein	17,1	67,7	15,2	69,1	27,6	3,4	31,3	52,7	16,1
Hamburg				55,5	42,3	2,2	18,9	74,4	6,7
Niedersachsen	14,8	70,9	14,3	66,3	31,5	2,2	34,9	49,9	15,1
Bremen	25,0	68,2	6,7	50,9	46,7	2,3	29,9	59,8	10,2
Nordrhein-Westfalen	12,2	76,7	11,1	64,6	33,5	1,9	24,5	62,1	13,5
Hessen	28,3	58,9	12,8	63,5	34,3	2,2	35,3	53,1	11,6
Rheinland-Pfalz	22,6	61,1	16,3	66,2	31,9	1,9	37,1	46,4	16,5
Saarland	20,7	67,0	12,3	71,4	26,9	1,7	28,1	52,3	19,6
Baden-Württemberg	14,3	74,5	11,2	63,8	34,3	1,9	33,6	49,8	16,6
Bayern	19,0	65,3	15,6	64,2	34,0	1,8	36,7	45,5	17,8
Berlin	16,0	55,0	29,0	60,0	36,0	4,0	16,0	61,0	23,0
<b>Deutschland</b>	<b>16,6</b>	<b>69,0</b>	<b>14,3</b>	<b>64,1</b>	<b>33,6</b>	<b>2,3</b>	<b>30,3</b>	<b>52,4</b>	<b>17,3</b>
	<b>Tischler</b>			<b>Fleischer</b>			<b>Gebäudereiniger</b>		
<b>früheres Bundesgebiet</b>	<b>41,1</b>	<b>49,8</b>	<b>9,1</b>	<b>52,4</b>	<b>46,8</b>	<b>0,8</b>	<b>6,6</b>	<b>61,2</b>	<b>32,2</b>
Schleswig-Holstein	46,7	41,5	11,7	37,8	61,1	1,1	9,9		
Hamburg	37,5	49,9	12,6	61,9	37,3	0,8			
Niedersachsen	43,5	48,2	8,3	40,4	58,7	0,9	11,2	60,8	28,0
Bremen	33,2	58,7	8,1	46,2	53,8	0,0	6,6	75,2	18,2
Nordrhein-Westfalen	30,0	63,3	6,7	44,8	54,6	0,5	5,3	60,1	34,6
Hessen	51,5	38,4	10,1	49,0	50,3	0,7	7,6	63,0	29,4
Rheinland-Pfalz	51,1	37,0	11,9	72,9	26,7	0,5	6,7	61,2	32,0
Saarland	55,6	33,6	10,8	69,4	29,6	1,0	3,8	69,0	27,3
Baden-Württemberg	42,2	48,1	9,7	54,1	45,2	0,6	5,1	63,3	31,6
Bayern	48,5	41,9	9,6	61,4	37,2	1,4	5,4	61,1	33,5
Berlin	28,0	46,0	27,0	58,0	41,0	1,0	8,0	51,0	41,0
<b>Deutschland</b>	<b>41,6</b>	<b>47,9</b>	<b>10,6</b>	<b>54,9</b>	<b>44,2</b>	<b>0,9</b>	<b>6,5</b>	<b>59,5</b>	<b>33,9</b>

SfH Göttingen

Quelle: Statistische Landesämter: Handwerkszählung 1995; eigene Berechnungen  
 Unterstrichen: einschl. Ausland

Tafel A3.6 : Kundenstruktur im Handwerk nach kreisfreien Städten und Landkreisen sowie siedlungsstrukturellen Kreistypen 1994 (Teil 1)

	Bundesland	Kreistyp	Unternehmen abs.	Umsatz DM	Private Haush.	Unternehmen %	Öffentl. Hand
<b>Kreisfreie Städte</b>					<b>37,7%</b>	<b>48,3%</b>	<b>14,0%</b>
Stuttgart	B-W	1	3.527	7.654.615	28,1	57,1	14,7
Heilbronn/Stadt	B-W	5	923	1.721.340	37,8	55,4	6,8
Pforzheim	B-W	5	856	1.256.766	42,0	45,9	12,1
Wolfsburg, Stadt	Nds	5	352	590.067	63,6	26,1	10,3
Hannover, Stadt	Nds	1	2.423	3.307.590	45,0	44,0	11,1
Delmenhorst, Stadt	Nds	4	437	813.688	37,1	52,0	10,9
Oldenburg, Stadt	Nds	5	840	1.660.269	42,1	44,5	13,4
Osnabrück, Stadt	Nds	5	843	2.221.942	41,3	42,6	16,2
München	BY	1	8.165	10.987.166	36,4	49,1	14,4
Augsburg	BY	5	1.478	2.328.000	37,7	48,3	14,0
Kaufbeuren	BY	8	329	507.947	32,8	42,3	24,9
Nürnberg	BY	1	2.878	4.528.786	36,0	46,0	18,0
Düsseldorf	NRW	1	3.616	5.412.131	40,7	46,2	13,1
Duisburg	NRW	1	1.970	2.988.836	41,5	40,9	17,6
Bottrop	NRW	1	563	956.553	37,6	56,9	5,5
Gelsenkirchen	NRW	1	1.206	2.282.145	46,4	45,5	8,1
Münster	NRW	5	1.333	3.503.098	34,2	45,6	20,2
Bielefeld	NRW	1	1.896	3.386.778	37,9	52,2	9,9
<b>Landkreise</b>					<b>43,8%</b>	<b>46,3%</b>	<b>9,9%</b>
Heilbronn/Land	B-W	6	3.260	4.498.727	30,9	61,9	7,2
Neckar-Odenwald	B-W	4	1.251	1.454.668	50,4	35,2	14,4
Böblingen	B-W	2	2.472	3.323.070	49,1	42,1	8,9
Esslingen	B-W	2	4.089	5.739.668	38,8	54,7	6,5
Schwäbisch Hall	B-W	7	1.714	2.267.453	46,6	42,7	10,8
Main-Tauber-Kreis	B-W	7	1.216	1.711.371	38,5	48,6	13,0
Heidenheim	B-W	6	1.126	1.789.817	49,4	40,1	10,5
Ostalbkreis	B-W	6	2.681	3.485.675	43,7	44,1	12,2
Diepholz	Nds	4	1.508	1.845.764	49,1	39,3	11,5
Hamel-Pyrmont	Nds	6	1.058	1.294.084	53,4	34,5	12,1
Hannover	Nds	3	3.502	4.583.561	48,7	39,2	12,1
Celle	Nds	8	1.059	1.376.487	57,3	30,7	12,0
Cuxhaven	Nds	7	1.176	1.487.932	54,8	30,5	14,8
Harburg	Nds	3	1.393	1.841.308	58,6	34,2	7,1
Lüchow-Dannenberg	Nds	9	352	396.133	56,1	32,2	11,7
Lüneburg	Nds	8	902	1.177.786	52,9	34,3	12,7
Osterholz	Nds	3	614	808.026	59,0	29,4	11,7
Rotenburg (Wümme)	Nds	4	1.168	1.642.301	51,9	40,0	8,1
Soltau-Fallingb.ostel	Nds	9	853	1.134.480	52,0	37,9	10,0
Grafschaft Bentheim	Nds	8	824	1.447.401	50,1	38,5	11,4
Oldenburg	Nds	7	899	1.190.437	44,9	43,0	12,2
Osnabrück	Nds	6	2.101	4.154.585	31,7	57,1	11,2

Tafel A3.6 : Kundenstruktur im Handwerk nach kreisfreien Städten und Landkreisen sowie siedlungsstrukturellen Kreistypen 1994 (Teil 2)

	Bundesland	Kreistyp	Unternehmen abs.	Umsatz DM	Private Haush.	Unternehmen %	Öffentl. Hand
Vechta	Nds	7	1.004	1.716.390	34,4	56,6	9,0
Eichstätt	BY	7	985	1.291.771	54,0	34,8	11,2
Erding	BY	4	1.076	1.200.758	54,3	37,0	8,7
Freising	BY	3	1.273	1.493.005	52,5	39,4	8,1
Fürstenfeldbruck	BY	2	1.583	1.848.434	42,9	47,7	9,4
Garmisch-Partenkirchen	BY	9	1.063	865.467	64,7	28,4	6,9
Landsberg a. Lech	BY	4	990	1.107.147	47,6	41,5	10,9
Miesbach	BY	8	1.181	967.474	55,7	36,7	7,7
Ansbach	BY	8	1.661	2.183.028	45,2	42,2	12,5
Erlangen-Höchstadt	BY	3	945	846.000	54,7	36,9	8,4
Fürth	BY	2	904	1.042.932	46,5	40,0	13,5
Nürnberger Land	BY	3	1.376	1.442.034	52,3	42,7	5,0
Neustadt/Aisch Bad W.	BY	9	944	1.024.017	54,6	34,5	10,9
Rottal-Inn	BY	9	1.337	2.174.911	38,0	47,9	14,1
Straubing-Bogen	BY	8	949	1.093.596	48,9	32,4	18,7
Dingolfing-Landau	BY	9	819	926.416	55,5	35,9	8,6
Euskirchen	NRW	4	1.325	1.594.894	47,8	33,8	18,4
Borken	NRW	6	2.697	6.221.074	35,0	55,3	9,7
Gütersloh	NRW	2	2.526	6.814.895	28,3	66,1	5,6
Herford	NRW	2	1.881	3.581.531	35,1	57,3	7,7
Höxter	NRW	7	1.218	1.870.094	48,6	41,5	9,8
Lippe	NRW	3	2.492	3.836.524	42,8	48,0	9,2
Hochsauerlandkreis	NRW	7	2.123	2.963.832	48,6	40,2	11,2
Märkischer Kreis	NRW	2	2.664	3.432.457	42,8	47,4	9,7
Olpe	NRW	6	1.012	1.485.191	47,3	45,3	7,4

SfH Göttingen

Quelle: Statistische Landesämter: Handwerkszählung 1995; eigene Berechnungen

1. tier. A.4.1: KUNDENSTRUKTUR IM HANDWERK 1998 NACH AUSGEWÄHLTEN HANDWERKSZWEIGEN (%) (Teil 1)

	priv. Haush.	Unternehmen				öffentliche Auftraggeber						
		Industrie	Handel	Handwerk	Ing. büros <sup>1)</sup>   Sonstiges <sup>2)</sup>	Bund	Länder	Gemeinden	Sonstiges <sup>3)</sup>			
Produzierende Handwerke für den gewerblichen Bedarf												
Metallbauer n=183	25,5 ↗	21,4 ↗	7,0 ↓	11,7 ↗	59,3 ↗	8,6 ↑	10,5 ↗	15,1 ↓	1,4	1,5	9,5	2,6
Feinwerkmechaniker n=140	10,1 ↓	56,1 ↗	9,5 ⇔	12,5 ↓	86,0 ↗	3,3 ↓	4,5 ↘	3,9 ↓	0,3	0,7	2,2	0,7
Landmaschinenmechaniker n=49	26,7 ↑	10,6 ↘	7,4 ↓	7,5 ↘	63,4 ↘	2,0 #	36,0 ↓	0,7	0,3	0,3	7,2	1,6
Produzierende Handwerke für den speziellen Bedarf												
Damen-/Herrenschneider n=41	83,3 ↓	5,9 ⇔	5,3 #	3,5 #	15,5 ↓	0,1 #	0,8 #	1,2 #	#	#	#	#
Gold- und Silberschmiede n=34	86,1 ↓	1,3 #	6,8 #	4,6 #	13,8 #	0,4 #	0,7 #	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Nahrungsmittelhandwerke												
Bäcker n=128	83,8 ↘	0,8 #	7,9 ↘	2,0 ↘	14,0 ↓	0,1 #	3,2 ↑	2,2 ↓	0,4	0,0	0,8	1,0
Konditoren n=32	89,6 ↓	0,0 #	3,5 #	2,3 #	9,5 ↓	0,1 #	3,6 #	0,9 #	0,0	0,0	0,6	0,3
Fleischer n=104	83,2 ↓	1,1 ↘	6,0 ↓	2,9 ↓	15,4 ↓	0,2 #	5,1 ↓	1,4 ↓	0,0	0,1	0,6	0,6
Kfz-Handwerke												
Kfz-Techniker n=247	66,7 ↘	2,8 ↘	8,3 ↘	12,4 ↓	29,7 ↘	1,3 ↓	4,8 ↓	3,5 ↓	0,6	0,2	2,0	0,7

Tafel A4.1: KUNDENSTRUKTUR IM HANDWERK 1998 NACH AUSGEWÄHLTEN HANDWERKSZWEIGEN (%) (Teil 2)

	priv. Haush.	Unternehmen				öffentliche Auftraggeber						
		Industrie	Handel	Handwerk	Ing. büros <sup>1)</sup>   Sonstiges <sup>2)</sup>	Bund	Länder	Gemeinden	Sonstiges <sup>3)</sup>			
Handels- und Reparaturhandwerke												
Informationstechniker n=85	70,7 ↓	3,4 ↑	8,1 ↓	6,7 ↓	24,1 ↓	1,3 ↓	4,6 ⇔	5,1 ↓	0,2	0,3	3,5	0,9
Uhrmacher n=44	86,2 ↓	0,0 #	5,9 #	4,6 #	11,3 #	0,3 #	0,5 #	2,5 #	0,0	0,1	2,0	0,4
Schuhmacher n=36	89,6 ↓	2,6 #	0,3 #	4,9 #	7,7 #	0,0 #	0,0 #	2,8 #	0,9	0,0	0,0	1,9
Raumausstatter n=65	70,2 ↗	3,2 ↘	3,8 ↓	5,3 ⇔	20,2 ↓	2,7 ↓	5,2 ↘	9,6 ↓	0,7	0,7	5,0	2,8
Dienstleistungshandwerke für den privaten Bedarf												
Friseure n=126	99,4 ↓	0,0 #	0,0 #	0,5 #	0,5 #	0,0 #	0,0 #	0,1 #	0,0	0,0	0,1	0,0
Fotografen n=37	58,5 ↓	14,8 ↓	6,1 ↓	5,8 ↓	34,9 ↓	4,0 #	4,2 #	6,3 #	0,5	0,6	4,4	0,8
Dienstleistungshandwerke für den gewerblichen Bedarf												
Gebäudereimer n=39	8,0 ↓	29,3 ↘	11,8 ↑	5,6 ⇔	68,3 ↑	7,2 ↑	14,4 ↑	23,7 ↓	1,9	3,8	11,2	6,8
Ausbauhandwerke												
Maler und Lackierer n=231	51,6 ↗	5,8 ↓	4,9 ↓	10,3 ↓	35,1 ↘	7,9 ↓	5,8 ↑	13,2 ↓	1,1	1,4	6,9	3,8
Installateur und Heizungsbauer n=250	58,1 ↗	5,2 ↓	3,8 #	9,8 ↓	30,0 ↓	5,8 ↓	5,3 ↓	11,5 ↓	0,7	1,3	6,6	2,9
Elektrotechniker n=288	37,1 ↘	12,9 ⇔	7,2 ↓	13,1 ↗	48,3 ↗	6,8 ↘	8,2 ↘	14,7 ↓	1,2	1,5	9,3	2,6



Tafel A4.2: Auswertung nach Handwerkskammern (Teil 2)

	Niedersachsen <sup>1)</sup>			Hessen			Sachsen-Anhalt			Gesamt		
	Ostfries-land <sup>2)</sup>	Braun-schweig <sup>2)</sup>	Hildes-heim <sup>2)</sup>	Lüneburg-Stade	Oldenburg <sup>2)</sup>	Osnabrück-Emsland <sup>2)</sup>	Kassel	Wiesbaden	Rhein-Main		Halle <sup>2)</sup> Magdeburg	Dortmund <sup>2)</sup>
Anteil private Haushalte												
- gestiegen	%			21,2			12,3	19,9	20,0	20,3	20,3	20,8
- gleich	%			49,8			61,3	55,9	60,8	56,5	51,2	61,1
- gesunken	%			29,0			26,4	24,2	19,2	23,2	26,5	18,1
<b>Gesamt</b>		0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Anteil Unternehmen												
- gestiegen	%			18,1			16,4	14,2	14,7	16,7	24,5	21,3
- gleich	%			58,0			61,3	60,6	61,5	60,4	51,9	61,5
- gesunken	%			23,9			22,6	25,2	23,8	22,9	21,6	17,2
<b>Gesamt</b>		0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Anteil öffentliche Auftraggeber												
- gestiegen	%			7,4			7,7	6,5	5,8	8,8	15,1	9,3
- gleich	%			47,4			53,0	50,6	58,0	54,2	51,0	62,9
- gesunken	%			45,2			39,3	42,9	36,2	37,0	33,9	27,8
<b>Gesamt</b>		0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>Absatz an andere Unternehmen</b>												
Umsatz an Unternehmen...												
... der Industrie	%	21,9	14,0	23,9	16,6	21,9	24,3	25,8	21,9	17,3	13,7	25,2
... des Handels	%	22,6	21,3	20,4	16,6	17,9	18,3	16,9	19,8	11,0	12,3	17,2
... des Handwerks	%	19,2	28,9	22,5	28,3	28,7	24,4	28,5	25,6	36,5	36,5	27,3
... der Ingenieur-, Architekten- und Planungsberufs	%	17,6	15,4	15,1	12,8	16,8	13,1	14,7	15,1	13,4	13,5	13,3
Anteil Sonstiges	%	18,7	20,4	18,1	23,7	14,7	17,3	15,6	14,7	16,4	21,7	20,0
<b>Gesamt</b>		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Anteil der Industrie												
- gestiegen	%	21,7	18,8	19,0	20,5	21,6	24,6	16,3	11,9	12,9	20,3	21,4
- gleich	%	43,5	56,2	56,9	60,7	55,4	57,9	53,7	65,2	61,4	49,1	48,8
- gesunken	%	34,8	25,0	24,1	18,8	23,0	17,5	30,0	22,9	25,7	40,6	29,8
<b>Gesamt</b>		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Anteil des Handels												
- gestiegen	%	21,9	14,3	4,1	6,8	15,3	16,7	11,9	12,6	9,4	12,2	12,0
- gleich	%	56,3	54,0	68,9	68,2	61,1	65,8	67,9	68,9	65,0	43,9	63,9
- gesunken	%	21,8	31,7	27,0	25,0	23,6	17,5	20,2	18,5	25,6	43,9	24,1
<b>Gesamt</b>		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Tafel A4.2: Auswertung nach Handwerkskammern (Teil 3)

	Niedersachsen <sup>1)</sup>			Hessen			Sachsen-Anhalt			Gesamt		
	Ostfries-land <sup>2)</sup>	Braun-schweig <sup>2)</sup>	Hildes-heim <sup>2)</sup>	Lüneburg-Stade	Oldenburg <sup>2)</sup>	Osnabrück-Emsland <sup>2)</sup>	Kassel	Wiesbaden	Rhein-Main		Halle <sup>2)</sup> Magdeburg	Dortmund <sup>2)</sup>
Anteil des Handwerks												
- gestiegen	%	23,3	18,2	11,4	11,9	17,2	12,8	9,6	9,1	10,3	23,1	14,0
- gleich	%	60,0	57,6	73,4	68,9	67,8	67,5	70,2	69,9	67,3	44,9	62,8
- gesunken	%	16,7	24,2	15,2	19,2	15,0	19,7	20,2	21,0	22,4	32,0	23,2
<b>Gesamt</b>		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Anteil der Ingenieur-, Architekten- und Planungsberufs												
- gestiegen	%	20,0	10,6	18,6	12,0	17,1	13,6	13,0	16,7	9,4	24,5	27,3
- gleich	%	60,0	59,6	54,2	62,0	52,9	59,3	65,2	57,8	67,1	37,7	53,4
- gesunken	%	20,0	29,8	27,2	26,0	30,0	27,1	21,8	25,5	23,5	37,8	19,3
<b>Gesamt</b>		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Anteil Sonstiges												
- gestiegen	%	23,1	7,7	11,3	20,0	23,0	15,2	9,4	17,8	15,7	22,2	11,7
- gleich	%	73,1	61,5	66,1	60,8	52,4	59,8	64,1	64,5	59,0	46,3	62,3
- gesunken	%	3,8	30,8	22,6	19,2	24,6	25,0	26,5	17,7	25,3	31,5	26,0
<b>Gesamt</b>		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>Absatz mit öffentlichen Auftraggebern</b>												
Bund	%	19,7	13,3	7,0	14,6	10,5	9,3	11,6	4,0	2,4	7,0	4,5
Land	%	16,6	13,2	11,6	8,6	7,8	4,6	14,0	11,0	12,4	16,3	14,6
Gemeinden, Gemeindeverbände, Stadwerke etc.	%	44,8	52,3	49,9	54,1	58,7	57,6	55,0	60,4	62,0	65,3	58,1
Sonstige	%	18,9	21,2	31,5	22,7	23,0	28,5	19,4	24,6	23,2	11,4	19,9
<b>Gesamt</b>		100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<b>General- oder Subunternehmer</b>												
Generalunternehmer	%	46,3	38,3	48,8	40,7	48,1	52,2	33,6	36,0	42,0	40,3	47,8
- Anteil am Gesamtumsatz	%	60,1	77,4	69,3	75,9	74,1	73,3	69,4	66,0	84,5	62,5	57,2
Subunternehmer	%	48,7	28,3	33,7	27,5	46,7	37,9	29,9	20,2	16,7	57,7	63,9
- Anteil am Gesamtumsatz	%	40,3	28,6	35,7	19,6	38,8	35,9	28,3	18,8	38,7	47,3	36,1
<b>3 wichtigste Abnehmer aus Unternehmensbereich</b>												
Anteil in Prozent: Ø	Ø	33,1	41,1	32,8	36,8	45,2	42,3	34,4	33,1	42,4	55,0	32,2

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk

1) Auf die Darstellung der Ergebnisse der Sonderumfrage im Kammerbezirk Hannover wurde verzichtet, da sich an der Umfrage nur 29 Betriebe beteiligt hatten.

2) Die Frage nach der Veränderung des Absatzes von privaten Haushalten, Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern wurde bei diesen Kammern nicht gestellt.

3) Keine Trennung zwischen Betrieben mit 1-Person und 2-4 Personen. Alle antwortenden Betriebe wurden der Kategorie 2-4 Beschäftigte zugeschlagen.

Tafel A4.2: Auswertung nach Handwerkskammern (Teil 2)

	Niedersachsen <sup>1)</sup>										Hessen						Sachsen-Anhalt		Trier	Gesamt								
	Ostfries-land <sup>2)</sup>		Braun-schweig <sup>2)</sup>		Hildes-heim <sup>2)</sup>		Lüneburg-Slade		Oldenburg <sup>2)</sup>		Osnabrück-Emsland <sup>2)</sup>		Kassel		Wiesbaden		Rhein-Main				Halle <sup>2)</sup>		Magdeburg		Dortmund <sup>3)</sup>			
	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt			%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt		
Anteil private Haushalte																												
- gestiegen																												
- gleich																												
- gesunken																												
<b>Gesamt</b>																												
Anteil Unternehmen																												
- gestiegen																												
- gleich																												
- gesunken																												
<b>Gesamt</b>																												
Anteil öffentliche Auftraggeber																												
- gestiegen																												
- gleich																												
- gesunken																												
<b>Gesamt</b>																												
<b>Absatz an andere Unternehmen</b>																												
Umsatz an Unternehmen...																												
... der Industrie																												
... des Handels																												
... des Handwerks																												
... der Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros																												
Anteil Sonstiges																												
<b>Gesamt</b>																												
Anteil der Industrie																												
- gestiegen																												
- gleich																												
- gesunken																												
<b>Gesamt</b>																												
Anteil des Handels																												
- gestiegen																												
- gleich																												
- gesunken																												
<b>Gesamt</b>																												

Tafel A4.2: Auswertung nach Handwerkskammern (Teil 3)

	Niedersachsen <sup>1)</sup>										Hessen						Sachsen-Anhalt		Trier	Gesamt							
	Ostfries-land <sup>2)</sup>		Braun-schweig <sup>2)</sup>		Hildes-heim <sup>2)</sup>		Lüneburg-Slade		Oldenburg <sup>2)</sup>		Osnabrück-Emsland <sup>2)</sup>		Kassel		Wiesbaden		Rhein-Main				Halle <sup>2)</sup>		Magdeburg		Dortmund <sup>3)</sup>		
	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt			%	Gesamt	%	Gesamt	%	Gesamt	
Anteil des Handwerks																											
- gestiegen																											
- gleich																											
- gesunken																											
<b>Gesamt</b>																											
Anteil der Ingenieur-, Architekten- und Planungsbüros																											
- gestiegen																											
- gleich																											
- gesunken																											
<b>Gesamt</b>																											
Anteil Sonstiges																											
- gestiegen																											
- gleich																											
- gesunken																											
<b>Gesamt</b>																											
<b>Absatz mit öffentlichen Auftraggebern</b>																											
Bund																											
Land																											
Gemeinden, Gemeindeverbände, Stadtwerke etc.																											
Sonstige																											
<b>Gesamt</b>																											
<b>General- oder Subunternehmer</b>																											
Generalunternehmer																											
- Anteil am Gesamtumsatz																											
Subunternehmer																											
- Anteil am Gesamtumsatz																											
<b>3 wichtigste Abnehmer aus Unternehmensbereich</b>																											
in Prozent: Ø																											

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk

- 1) Auf die Darstellung der Ergebnisse der Sonderumfrage im Kammerbezirk Hannover wurde verzichtet, da sich an der Umfrage nur 29 Betriebe beteiligt hatten.
- 2) Die Frage nach der Veränderung des Absatzes von privaten Haushalten, Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern wurde bei diesen Kammern nicht gestellt.
- 3) Keine Trennung zwischen Betrieben mit 1-Person und 2-4 Personen. Alle antwortenden Betriebe wurden der Kategorie 2-4 Beschäftigte zugeschlagen.

**Tafel A 4.3: Anteil der als General- bzw. Subunternehmer tätigen Handwerker nach ausgewählten Handwerkszweigen**

Anteil %	Generalunternehmer	Subunternehmer
über 70 %		Gerüstbauer (86,4%) Einbau von genormten Baufertigteilen (76,7%)
60 - 70%	Maurer und Betonbauer (65,1%) Gerüstbauer (61,9%) Gebäudereiniger (60,0%)	Metallbauer (61,5%)
50 - 60 %	Metallbauer (52,8%) Zimmerer (52,8%) Feinwerktechniker (51,5%)	Zimmerer (52,9%) Maurer und Betonbauer (50,8%)
40 - 50%		Elektrotechniker (47,0%)
30 - 40%	Elektrotechniker (37,1%) Tischler (35,6%) Dachdecker (35,4%) Maler und Lackierer (32,5%)	Installateur und Heizungsbauer (36,8%) Tischler (33,1%)
unter 30%	Installateur und Heizungsbauer (28,9%)	Maler und Lackierer (28,5%) Gebäudereiniger (23,1%)

SfH Göttingen

Quelle: Umfrage Kundenstruktur im Handwerk 1999

**Tafel A.5.1: Entwicklung des Gesamtbauvolumens nach früherem Bundesgebiet, neuen Bundesländern und Deutschland**

Jahr	in % am BSP	Gesamt	Wohnungs- bau	Gewerb- licher Bau	Öffentliche Bauten
<b>früheres Bundesgebiet</b> <span style="float: right;">1976 = 100</span>					
1970	17,7	73,4	64,4	75,9	87,4
1971	18,4	84,9	79,1	88,9	91,5
1972	18,7	94,2	95,3	94,7	91,6
1973	17,7	99,6	103,6	99,1	92,9
1974	16,2	98,1	96,5	95,8	103,0
1975	14,9	94,2	90,8	92,8	101,6
1976	14,5	100,0	100,0	100,0	100,0
1977	14,3	105,2	107,7	105,6	100,5
1978	14,3	113,0	116,4	109,3	110,3
1979	15,0	128,0	132,6	123,9	123,6
1980	16,0	144,7	149,0	142,4	139,1
1981	15,4	145,2	148,8	145,6	138,1
1982	14,6	142,9	145,7	148,0	132,9
1983	14,3	147,2	157,1	152,3	124,6
1984	14,0	151,5	162,7	155,3	127,9
1985	12,7	142,9	146,1	152,8	127,7
1986	12,6	149,3	147,3	164,2	139,2
1987	12,4	152,4	148,4	172,5	140,9
1988	12,5	162,4	158,6	185,4	147,7
1989	12,8	176,6	173,1	206,1	155,3
1990	13,2	198,2	199,1	231,1	166,0
1991		216,2	221,6	281,4	145,6
1992		239,4	251,0	305,0	157,4
1993		249,4	275,4	300,3	155,1
1994		264,6	308,1	298,2	154,7
1995		265,5	311,4	298,7	152,0
1996		253,7	301,3	282,1	141,4
1997		248,3	297,8	272,4	136,6
1998		244,4	295,0	268,0	131,2
<b>Deutschland</b> <span style="float: right;">1991 = 100</span>					
1991	14,3	100,0	100,0	100,0	100,0
1992	15,4	116,8	117,3	117,2	115,3
1993	16,3	127,0	133,4	136,5	100,9
1994	17,2	140,1	155,1	141,6	106,6
1995	17,1	144,7	164,0	144,0	105,3
1996	16,4	141,2	164,6	135,8	99,4
1997	15,7	138,6	164,8	130,1	95,6
1998		128,5	151,3	121,2	90,6
<b>neue Bundesländer</b> <span style="float: right;">1991 = 100</span>					
1991		100,0	100,0	100,0	100,0
1992		155,2	157,2	157,5	149,0
1993		200,8	223,5	201,1	172,8
1994		252,1	315,0	231,2	210,1
1995		272,1	373,5	237,5	205,6
1996		264,9	391,4	212,7	196,9
1997		251,8	380,1	196,0	187,6
1998		226,5	332,8	176,4	179,5

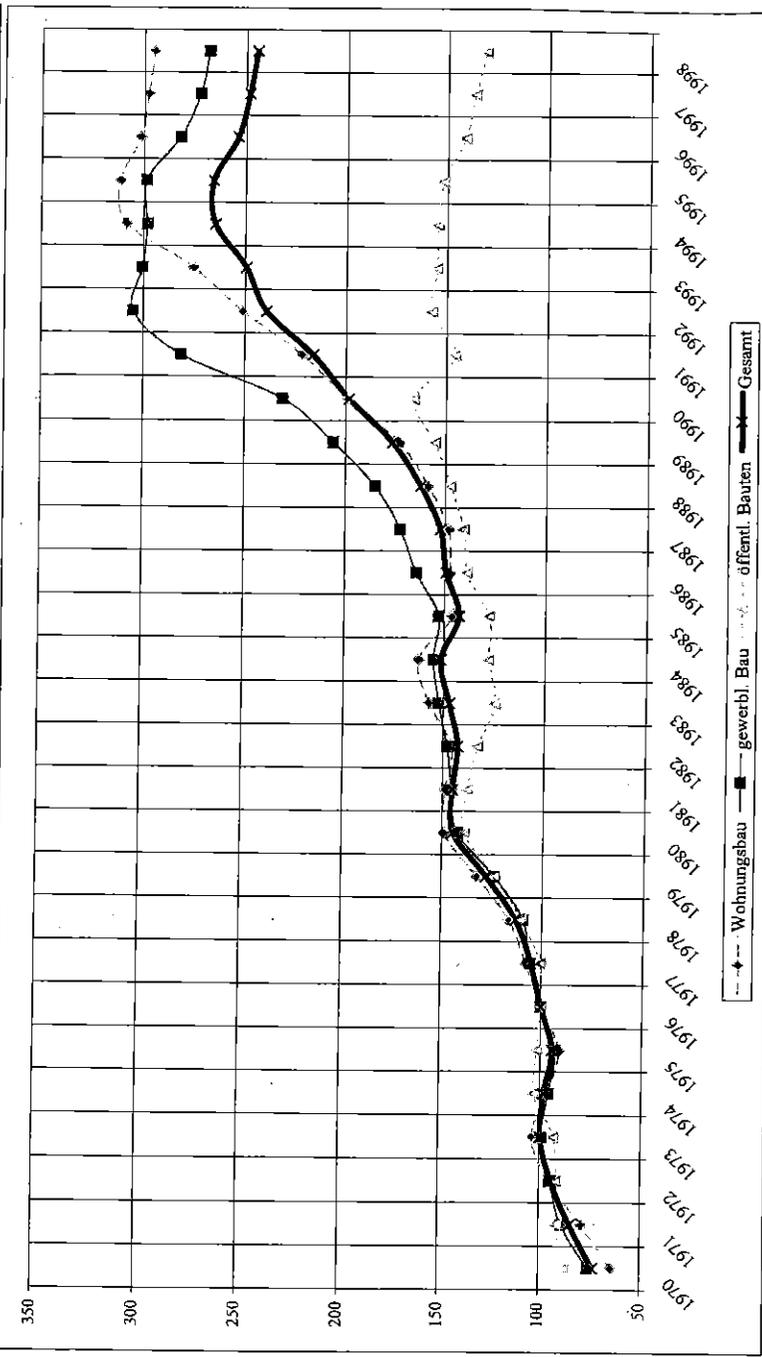
SfH Göttingen

BSP = Bruttosozialprodukt

Quelle: Zentralverband des Deutschen Baugewerbes: Baujahr 1997, S. 181;

DIW-Wochenbericht 13/99; eigene Berechnungen

Tafel A5.2: Entwicklung des Bauvolumens (1976=100)



nur früheres Bundesgebiet  
Quelle: vgl. Tafel A 5.1 im Anhang

Tafel A5.3: Verwendung von Gütern und Dienstleistungen<sup>1)</sup>, Veränderung 1976/95 in %

Gütergruppe	Vorleistungen	priv. Verbr. Inland	Staatsverbrauch	Anlageinvestitionen	Vorratsänderung	Ausfuhr	Gesamt
1 Land- und Forstwirtschaft	11,6%	89,1%		346,3%	30,8%	191,3%	30,4%
2 Energie und Wasserversorgung, Bergbau	73,5%	215,4%			-105,0%	-32,3%	86,2%
3 chem. Ind., Mineralölverarb., Gew. v. Steinen und Erden	112,0%	154,8%		188,1%	123,0%	204,4%	135,1%
4 Metallz- u. -bearbeitung	33,5%	-22,6%		152,3%	121,1%	105,3%	47,2%
5 Stahl-, Maschinen u. Fahrzeugbau	193,7%	252,7%		231,1%	-165,8%	186,1%	203,2%
6 Elektrotechnik	166,0%	140,3%		203,2%	2769,3%	227,5%	190,3%
7 Holz, Papier, Leder, Bekleidung	78,6%	106,6%		198,3%	64,1%	180,4%	102,0%
8 Ernährungsgewerbe	39,6%	98,7%			-193,3%	236,3%	77,9%
9 Baugewerbe	403,1%	169,5%		237,9%		-33,3%	261,9%
10 Handel und Verkehr	184,1%	213,6%		44,0%		185,0%	191,6%
11 Dienstleistungen	502,9%	306,5%		293,3%		213,5%	408,0%
12 Nicht-marktbest. Dienstleist.	276,3%	420,2%	209,6%			79,7%	233,9%
<b>Gesamt</b>	<b>179,5%</b>	<b>207,5%</b>	<b>209,6%</b>	<b>223,0%</b>	<b>57,1%</b>	<b>185,0%</b>	<b>192,4%</b>

SfH Göttingen

Quellen: Statistisches Bundesamt: Fachserie 18 (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen), Reihe S.12 (Ergebnisse der Input-Output-Rechnung) 1970 bis 1986, Stuttgart, S. 284f; Statistisches Jahrbuch 1998, S. 682f; eigene Berechnungen

1) zu Ab-Werk-Preisen

### Fragebogen zur Kundenstruktur im Handwerk

Mit welchem Beruf sind Sie in die Handwerksrolle eingetragen?

Wie viele Mitarbeiter (inkl. Inhaber/Geschäftsführer) haben Sie derzeit?

Wie beurteilen Sie Ihre gegenwärtige Geschäftslage? gut  befriedigend  schlecht

Wie verteilte sich Ihr Umsatz 1998 auf folgende Abnehmergruppen und wie hat sich dieser Absatz in den letzten fünf Jahren entwickelt?

		gestiegen	gleich	gesunken
private Haushalte	..... %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unternehmen	..... %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
öffentliche Auftraggeber	..... %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	100 %			

Welche Anteile Ihres Absatzes an andere Unternehmen entfielen 1998 auf die folgenden Gruppen und wie hat sich dieser Absatz in den letzten fünf Jahren entwickelt?

		gestiegen	gleich	gesunken
Industrie	..... %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handel	..... %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Handwerk	..... %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ingenieur-, Architekten-, Planungsbüros	..... %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sonstige: ..... % (z.B. Landwirtschaft, Banken und Versicherungen, Gastgewerbe, Verkehrsgewerbe, freie Berufe)	..... %	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Samtabsatz an andere Unternehmen	100 %			

Welche Anteile Ihres Absatzes mit öffentlichen Auftraggebern entfielen auf folgende Gruppen:

Bund (einschl. Bundeswehr, Bundesämter)	..... %
Land	..... %
Gemeinde, Gemeindeverbände, Stadtwerke etc.	..... %
Sonstige: ..... % (z.B. Kirchen, Kammern, Verbände etc.)	..... %
esamtabsatz an öffentliche Auftraggeber	100 %

Sind Sie als General- oder als Subunternehmer tätig?

als Generalunternehmer	nein <input type="checkbox"/>	ja <input type="checkbox"/>	Anteil am Gesamtumsatz:	..... %
als Subunternehmer	nein <input type="checkbox"/>	ja <input type="checkbox"/>	Anteil am Gesamtumsatz:	..... %

Wieviel Prozent Ihres Umsatzes entfiel 1998 zusammengefasst auf Ihre 3 wichtigsten Abnehmerbetriebe aus dem Unternehmensbereich?

ca. ....%

### Literaturverzeichnis

- Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BfLR) (1997):** Siedlungsstrukturelle Regions- und Kreistypen, F II 5 – Raumbearbeitung, Bonn
- Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) (1999):** DIW-Wochenbericht 13/99 v. 1. April 1999, S. 241-251
- Handwerkskammer Halle (1999) (Hrsg.):** Auftragsstrukturen im Handwerk. Handwerkswirtschaft aktuell. Beilage zur Konjunkturumfrage III. Quartal 1999
- König, W. u. Dornieden, M. (1998):** Qualifikationsbedarf und Beschäftigtenentwicklung im niedersächsischen Zulieferhandwerk, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 57, Duderstadt
- Landesgewerbeförderungsstelle des Nordrhein-Westfälischen Handwerks (1996):** Betriebsvergleich Elektroinstallateur-Handwerk 1994, Betriebswirtschaftliche Vergleichszahlen, H. 359, Düsseldorf
- Landesgewerbeförderungsstelle des Nordrhein-Westfälischen Handwerks (1978):** Betriebsvergleich Elektroinstallateur-Handwerk 1976, Betriebswirtschaftliche Vergleichszahlen, H. 133, Düsseldorf
- Mecke, I. (1999):** Das Handwerk im dienstleistungsgeprägten Strukturwandel, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 60, Duderstadt
- Müller, K. (1998):** Neuere Erkenntnisse über das Auslandsengagement im Handwerk, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Arbeitshefte, H. 37, Göttingen
- Müller, K. u. Mecke, I. (1997):** Handwerk in Sachsen-Anhalt, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 52, Göttingen
- Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung (RWI) (1995):** RWI-Handwerksberichte: Die wirtschaftliche Entwicklung im Jahre 1994/95 Jg. 42 (1995), Essen
- Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung (RWI) (1991):** RWI-Handwerksberichte: Die wirtschaftliche Entwicklung im Jahre 1990/91 Jg. 38 (1991), Essen
- Rudolph, A. u. Müller, K. (1998):** Handwerksentwicklung im Spannungsfeld zwischen Stadt und Land – Eine empirische Analyse -, Göttinger Handwerkswirtschaftliche Studien, Bd. 56, Duderstadt
- Statistisches Bundesamt (1978) (Hrsg.):** Handwerkszählung 1977, Fachserie 4 (Produzierendes Gewerbe), Heft 1 und Heft 3, Stuttgart und Mainz

- Statistisches Bundesamt (1996) (Hrsg.):** Handwerkszählung 1995, Fachserie 4 (Produzierendes Gewerbe), Heft 1 bis Heft 3, Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (1992) (Hrsg.):** Fachserie 18 (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen), Reihe S. 12 (Ergebnisse der Input-Output-Rechnung 1970 bis 1986, Stuttgart
- Statistisches Bundesamt (1998) (Hrsg.):** Statistisches Jahrbuch 1998 für die Bundesrepublik Deutschland, Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (1999) (Hrsg.):**, Fachserie 4, (Produzierendes Gewerbe) Reihe 7.1 Beschäftigte und Umsatz im Handwerk, 1. Vierteljahr 1996 – 4. Vierteljahr 1998, Wiesbaden
- Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (1998):** Baujahr 1997, Jahrbuch des Deutschen Baugewerbes, Bonn
- Zentralverband des Deutschen Baugewerbes (1996):** Baujahr 1995, Jahrbuch des Deutschen Baugewerbes, Bonn
- Zentralverband des Deutschen Handwerks (1999):** Konjunkturbericht 1/99, Bonn

Alle hier aufgeführten Titel ohne Angabe einer ISBN sind direkt vom Verlag Mecke Druck lieferbar.

### **GÖTTINGER HANDWERKSWIRTSCHAFTLICHE STUDIEN**

- Band 31: **Wirtschafts- und Konjunkturbeobachtung im Handwerk - Zusammenstellung und Analyse aller Maßnahmen mit Unterlagen und Quellenangaben** von Klaus Müller. 1981. 190 Seiten. Kart. DM 21,-
- Band 32: **Konjunkturprognosen im Handwerk. Probleme der Konjunkturabhängigkeit und kurzfristigen Wirtschaftsbeobachtung im Handwerk** von Hans-Joachim Morrm. 1983. 292 Seiten. Kart. DM 29,-
- Band 33: **Die Mobilität von Facharbeitskräften kleiner und mittlerer Unternehmen** von Karl-Heinz Schmidt. 1984. 137 Seiten. Kart. DM 18,50
- Band 34: **Die Bedeutung des Gebrauchtwagenhandels für das Kfz-Handwerk** von Ullrich Kornhardt. 1984. 134 Seiten, DM 19,50
- Band 35: **Die Finanzierungsproblematik im Produzierenden Handwerk** von Detlef Heinrich. 1985. 374 Seiten. Kart. DM 36,-
- Band 36: **Die Messepolitik im Marketing der handwerklichen Zulieferer** von Klaus Müller, Göttingen 1985. 295 Seiten, Kart. DM 32,-
- Band 37: **Entwicklungstendenzen im Konsumgüterhandwerk** von Ullrich Kornhardt, Göttingen 1986. 385 Seiten, Kart. DM 39,-
- Band 38: **Erfolg von Kooperationen im Handwerk** von Joachim Sahn, Göttingen 1986. 277 Seiten. Kart. DM 34,-
- Band 39: **Das Messebuch für das Handwerk** von Klaus Müller. 1987. 155 Seiten. Kart. DM 28,-
- Band 40: **Die wirtschaftliche Lage des Kunsthandwerks in der Bundesrepublik Deutschland - Eine empirische Analyse -** von Ullrich Kornhardt und Joachim Sahn. Göttingen 1988. 171 Seiten. Kart. DM 27,60
- Band 41: **Neue Technologien in kleinen und mittleren Unternehmungen - Auswirkungen neuer Technologien auf die Berufsausübung und Beschäftigung -** von Karl-Heinz Schmidt. 134 Seiten. Kart. DM 28,-
- Band 42: **Strukturuntersuchung im Raumausstatterhandwerk - Eine empirische Analyse -**, von Barbara Günther. Göttingen 1989, 143 Seiten. Kart. DM 29,50
- Band 43: **Der Europäische Binnenmarkt als Herausforderung für das deutsche Handwerk** von Wolfgang König und Klaus Müller. Göttingen 1990, 96 Seiten. Kart. DM 24,50
- Band 44: **Das Exportverhalten von Handwerksbetrieben - Erkenntnisse aus empirischen Untersuchungen in Niedersachsen -** von Jörg Dieter Sauer. Göttingen 1990, 351 Seiten. Kart. DM 54,-
- Band 45: **Entwicklung und Perspektiven des Handwerks in Mecklenburg-Vorpommern**, von Ullrich Kornhardt und Annette Rudolph, Göttingen 1994, 344 Seiten, Kart. DM 59,-
- Band 46: **Handwerksgenossenschaften im Systemwandel - Zur Transformation der Produktionsgenossenschaften des Handwerks in den neuen Bundesländern -**, von Hildegard Sander, Göttingen 1994, 302 Seiten, Kart. DM 55,-
- Band 47: **Auswirkungen des EG-Binnenmarktes auf das niedersächsische Handwerk**, von Reinhard Reck, Göttingen 1994, 353 Seiten, DM 59,-
- Band 48: **Grenzüberschreitende Handwerkskooperationen - Fallstudien im Kontext des Europäischen Binnenmarktes -**, von Wolfgang König, Klaus Müller und Angela Lüttgens, Göttingen 1994, 158 Seiten, Kart. DM 32,50

- Band 49: **Kammern und Verbände in der Dritten Welt - Funktionsfähigkeit und Entwicklungspotential für Handwerk und Kleinunternehmen** -, von Ralf Meier, Göttingen 1997, 272 Seiten. DM 54,-
- Band 50: **Generationswechsel im Handwerk - eine Untersuchung über das niedersächsische Handwerk**, von Klaus Müller, Göttingen 1997, 369 Seiten. DM 65,-

*Fortsetzung der Reihe im VERLAG MECKE DRUCK · 37115 DUDERSTADT*

- Band 51: **Die Bedeutung von Handwerk und Kleinunternehmen für die Regionalpolitik – Eine theoretische und empirische Betrachtung** -, von Annette Rudolph, Duderstadt 1997, 336 Seiten, DM 59,- ISBN 3-932752-01-5
- Band 52: **Handwerk in Sachsen-Anhalt**, von Klaus Müller u. Ingo Mecke, Duderstadt 1997, 480 Seiten, DM 72,- ISBN 3-932752-02-3
- Band 53 **Handwerk in Wolfsburg**, von Klaus Müller u. Ingo Mecke, Duderstadt 1997, 204 Seiten, DM 36,- ISBN 3-932752-03-1
- Band 54 **Das Internationalisierungsverhalten von Handwerksbetrieben - Entscheidungsprozesse und Strategien**, von Thomas Ostendorf, Duderstadt 1997, 300 Seiten, DM 52,- ISBN 3-932752-05-8
- Band 55 **Nachwuchssituation und Nachwuchsprobleme im niedersächsischen Handwerk - unter besonderer Berücksichtigung von Frauen**, von Ullrich Kornhardt, Duderstadt 1997, 213 Seiten, DM 38,- ISBN 3-932752-06-6
- Band 56 **Handwerksentwicklung im Spannungsfeld zwischen Stadt und Land - Eine empirische Analyse** -, von Annette Rudolph und Klaus Müller, Duderstadt 1998, 264 Seiten, DM 48,- ISBN 3-932752-16-3
- Band 57 **Qualifikationsbedarf und Beschäftigtenentwicklung im niedersächsischen Zulieferhandwerk** -, von Wolfgang König und Michael Dornieden, Duderstadt 1998, 204 Seiten, DM 36,- ISBN 3-932752-21-X
- Band 58 **Entwicklungspotentiale des handwerksähnlichen Gewerbes in Sachsen-Anhalt**, von Annette Rudolph und Klaus Müller, Duderstadt 1998, 324 Seiten, DM 54,- ISBN 3-932752-27-9
- Band 59 **Förderung und Stabilität von handwerklichen Existenzgründungen am Beispiel der Region Saar-Lor-Lux**, von Klaus Müller und Maribel Heyden, Duderstadt 1999, 280 Seiten, DM 49,- ISBN 3-932752-32-5
- Band 60 **Das Handwerk im dienstleistungsgeprägten Strukturwandel**, von Ingo Mecke, Duderstadt 1999, 436 Seiten, DM 78,- ISBN 3-932752-38-4
- Band 61 **Kundenstruktur im Handwerk**, von Klaus Müller, Duderstadt 2000, 130 Seiten, DM 32,- ISBN 3-932752-46-5

## KONTAKTSTUDIUM WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFT

- Kontaktstudium Volkswirtschaft 1978. „**Arbeitsmarktpolitik und Mittelstandsförderungspolitik in der Bundesrepublik Deutschland und ihre Auswirkungen auf die Klein- und Mittelbetriebe**“, Göttingen 1979, 119 Seiten. Kart. DM 22,-
- Kontaktstudium Volkswirtschaft 1979. „**Die Auswirkungen der Verteilungspolitik auf die Klein- und Mittelbetriebe in der Bundesrepublik Deutschland**“, Göttingen 1980, 178 Seiten. Kart. DM 24,80
- Kontaktstudium Volkswirtschaft 1980. „**Wettbewerbspolitik. Chancen und Risiken des Handwerks im Wettbewerb der achtziger Jahre**“, Göttingen 1980, 100 Seiten. Kart. DM 22,-

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1981. „**Auseinandersetzung mit der Zukunft. Die volkswirtschaftlichen Bedingungen des deutschen Handwerks in den achtziger Jahren**“, Göttingen 1982, 137 Seiten. Kart. DM 26,20

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1987. „**Export und Direktinvestitionen. Möglichkeiten und Grenzen des Auslandsengagements von Handwerksbetrieben**“, Göttingen 1987, 138 Seiten. Kart. DM 29,50

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1988. „**Die volkswirtschaftlichen Rahmenbedingungen des Handwerks in den 90er Jahren - Chancen und Risiken des Handwerks vor dem Hintergrund veränderter Markt- und Rahmenbedingungen** -“, Göttingen 1989, 284 Seiten. Kart. DM 48,50

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1989. „**Das deutsche Handwerk im EG-Binnenmarkt - Chancen und Risiken** -“, Göttingen 1989, 172 Seiten. Kart. DM 35,-

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1990. „**Ökonomie und Ökologie im Handwerk**“, Göttingen 1991, 209 Seiten. Kart. DM 43,-

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1991. „**Auslandskooperationen im Handwerk**“, Göttingen 1991, 228 Seiten. Kart. DM 44,-

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1992. „**Wirtschaftliche Lage und Entwicklungsperspektiven des Handwerks in den neuen Bundesländern**“, Göttingen 1993, 238 Seiten. Kart. DM 48,-

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1993. „**Auslandsmärkte für deutsche Handwerksunternehmen**“, Göttingen 1993, 246 Seiten. Kart. DM 49,-

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1994. „**Standort Deutschland - Handwerksrelevante Aspekte und Standortprobleme des Handwerks** -“, Göttingen 1996, 204 Seiten, Kart. DM 46,-

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1995. „**Perspektiven des deutschen Handwerks im Zeichen der Öffnung östlicher Nachbarstaaten**“, Göttingen 1995, 190 Seiten, Kart. DM 44,-

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1996. „**Der Faktor Humankapital im Handwerk**“, Duderstadt 1997, 292 Seiten, Kart., DM 54,-, ISBN 3-932752-12-0

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1997. „**Der EURO aus der Sicht des Handwerks**“, Duderstadt 1998, 144 Seiten, Kart., DM 38,-, ISBN 3-932752-15-5

Kontaktstudium Wirtschaftswissenschaft 1998. „**Aktuelle Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt und Auswirkungen auf das Handwerk**“, Duderstadt 1999, 228 Seiten, Kart., DM 45,-, ISBN 3-932752-37-6

## BIBLIOGRAPHIE DES HANDWERKS UND GEWERBES

(Einschl. Small Business) (erscheint jährlich, noch lieferbar ab 1990)

Die letzten Ausgaben:

Jahresverzeichnis der Neuerscheinungen 1994. Göttingen 1995, 75 Seiten. Kart. DM 18,90

Jahresverzeichnis der Neuerscheinungen 1995. Göttingen 1996, 70 Seiten. Kart. DM 18,90

Jahresverzeichnis der Neuerscheinungen 1996. Duderstadt 1997, 80 Seiten. Kart. DM 19,80, ISBN 3-932752-09-0

Jahresverzeichnis der Neuerscheinungen 1997. Duderstadt 1998, 88 Seiten. Kart. DM 19,80, ISBN 3-932752-28-7

Jahresverzeichnis der Neuerscheinungen 1998. Duderstadt 1999, 92 Seiten. Kart. DM 19,80, ISBN 3-932752-43-0

Das aktuelle Buchprogramm des SfH im Internet: <http://www.meckedruck.de>