Machbarkeitsstudie zum Aufbau einer Qualitätsgemeinschaft Reparatur in Berlin

Abschlussbericht

an die Handwerkskammer Berlin und die Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz

vorgelegt von Christine Henseling, Melanie Degel und Britta Oertel (IZT)

Berlin, den 12.12.2018

IZT – Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung gemeinnützige GmbH
Schopenhauerstr. 26
14129 Berlin
E-Mail: info@izt.de
Tel.: 030-803088-0

Inhalt

1 Aufgabenstellung und methodische Herangehensweise ... 4
1.1 Aufgabenstellung ... 4
1.2 Methodische Herangehensweise ... 4
2 Überblick über bestehende Reparaturnetzwerke, Reparaturführer und Akteure ... 5
2.1 Überblick über Akteure und Initiativen in Berlin ... 6
2.2 Weitere Akteure im Themenfeld Reparatur im deutschsprachigen Raum ... 8
2.3 Beispielhafte Reparaturnetzwerke ... 10
2.3.1 Reparaturführer Schweiz ... 10
2.3.2 Reparaturnetzwerk Wien ... 13
2.4 Erfolgsfaktoren und Herausforderungen für das geplante Berliner Netzwerk ... 16
3 Befragung von Reparaturbetrieben ... 18
3.1 Schwierigkeiten und Herausforderungen in Reparaturbetrieben ... 20
3.2 Marketing Maßnahmen der Betriebe ... 23
3.3 Anforderungen der Betriebe und Interesse an einem Reparaturnetzwerk ... 23
3.4 Zusammenfassung ... 25
4 Ergebnisse der Repräsentativbefragung von VerbraucherInnen in Berlin ... 26
4.1 Beschreibung der Stichprobe ... 26
4.2 Einstellungen zu Reparatur und Langlebigkeit ... 27
4.3 Reparaturpraxis ... 28
4.4 Zahlungsbereitschaft für Reparaturen ... 29
4.5 Umgang mit defekten Produkten ... 31
4.6 Interesse an Informationen zum Thema Reparatur ... 32
4.7 Zusammenfassung ... 34
5 Ergebnisse der Befragung von (potenziellen) KundInnnen ... 35
5.1 Reparaturpraxis ... 35
5.2 Interesse an Informationen zum Thema Reparatur ... 37
5.3 Interesse an einem Reparaturnetzwerk in Berlin ... 38
5.4 Zusammenfassung ... 40
6 Schlussfolgerungen für das Reparaturnetzwerk ... 41
6.1 Schlussfolgerungen für die Öffentlichkeitsarbeit ... 42
7 Umsetzung ... 45
8 Literatur- und Quellenverzeichnis ... 47
9 Anhang 1: Übersicht über die durchgeführten Expertengespräche ... 49

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2-1: Aufbau des Reparaturführers Schweiz 11
Abbildung 2-2: Aufbau Reparatur Netzwerk Wien..... 14
Abbildung 3-1: Verteilung der befragten Reparaturbetriebe auf die Bezirke in Berlin 20
Abbildung 3-2: Schwierigkeiten bei der Durchführung von Reparaturen (absolute Werte) 21
Abbildung 3-3: Weitere Herausforderungen für Reparaturbetriebe (absolute Werte) 22
Abbildung 4-1: Einstellungen zum Thema Reparatur und Langlebigkeit 28
Abbildung 4-2: Reparaturen in den letzten zwei Jahren 29
Abbildung 4-3: Zahlungsbereitschaft für die Reparatur einer Waschmaschine/ eines Smartphones .. 30
Abbildung 4-4: Zahlungsbereitschaft für die Reparatur eines Paar Schuhe/ einer Jacke 30
Abbildung 4-5: Reparaturversuche 31
Abbildung 4-6: Gründe gegen eine Reparatur 32
Abbildung 4-7: Interesse an Informationen zum Thema Reparatur 33
Abbildung 4-8: Reparaturportal – gewünschte Funktionalitäten 34
Abbildung 5-1: Reparaturen in den letzten zwei Jahren 36
Abbildung 5-2: Suche nach Reparaturbetrieben 37
Abbildung 5-3: Interesse an Informationen zum Thema Reparatur 38
Abbildung 5-4: Gewünschte Funktionalitäten des Reparaturportals 39
Abbildung 5-5: Weitere nicht internet-gebundene Angebote 40

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2-1: Verteilung der Betriebe im Reparaturatlas Berlin nach Bezirk 7
Tabelle 2-2: Überblick über das Reparaturangebot auf der Webseite: www.reparatur-verleih.de 9
Tabelle 3-1: Die Reparaturbereiche, denen die befragten Betriebe zugeordnet wurden. (Da einige Betriebe mehreren Bereichen zugeordnet wurden, ist die Summe größer 58). 19
Tabelle 3-2: Anzahl der MitarbeiterInnen der befragten Betriebe (absolute Werte)..... 19
Tabelle 3-3: Alter der befragten Betriebe (absolute Werte)..... 19
Tabelle 3-4: Rolle von Reparatur im Betrieb (absolute Werte)..... 19
Tabelle 3-5: Zahlungsbereitschaft der Betriebe mit Interesse an einem Netzwerk. 24
Tabelle 4-1: Altersverteilung in der Stichprobe 26
Tabelle 4-2: Altersverteilung der Berliner Bevölkerung insgesamt..... 27
Tabelle 4-3: Monatliches Haushalts-Nettoeinkommen in der Stichprobe und der Berliner Bevölkerung insgesamt 27
Tabelle 4-4: Haushaltsgröße in der Stichprobe und in der Berliner Bevölkerung insgesamt 27

1 Aufgabenstellung und methodische Herangehensweise

1.1 Aufgabenstellung

Die vorliegende Machbarkeitsstudie untersucht im Auftrag der Handwerkskammer Berlin und der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz die Machbarkeit eines Reparaturnetzwerks für die Stadt Berlin. Die Studie prüft die grundsätzliche Umsetzbarkeit und Wirtschaftlichkeit, analysiert die Chancen und Risiken des Projektes und gibt darauf aufbauend Empfehlungen sowie Handlungsoptionen zur Realisierung des Projektes. Der Begriff „Machbarkeitsstudie“ wird vorrangig mit Bezug zu technischen Fragestellungen verwendet, findet jedoch zwischenzeitlich auch mit Bezug zu Dienstleistungsprojekten Verwendung. Diese Herangehensweise ist gut geeignet, um vielfältige Projektideen zu verdichten, zu prüfen und weiter zu entwickeln. So können Umsetzungschancen gesteigert und Umsetzungsrisiken minimiert werden.

Im Netzwerk Reparatur sollen vor allem kommerzielle Handwerksbetriebe, die Mitglied der Handwerkskammer Berlin sind und einen Reparaturschwerpunkt haben, zusammengeführt werden. Das geplante Netzwerk soll darüber hinaus aber auch für weitere Reparaturbetriebe offen sein und Synergien mit Reparatur-Initiativen nutzen.

Das geplante Netzwerk soll mehr sein als ein reines Adressverzeichnis, es sollen Serviceleistungen für Mitgliedsbetriebe und VerbraucherInnen angeboten werden. Dazu gehören z.B. Qualitätsstandards der Reparaturdienstleistungen, Vernetzungsangebote für die Mitglieder, Weiterbildungsangebote, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Diese Initiative soll neu aufgebaut und dauerhaft etabliert werden, um so einerseits die Nachfrage nach Reparaturleistungen zu stärken und andererseits ein Beitrag zur Existenzsicherung im Handwerk zu leisten.

Technisch sind Umsetzungsmöglichkeiten des Netzwerkes als Webplattform zu prüfen, die mit mehreren Webseiten, Suchfunktionen, grafischen Darstellungen und Kommunikationsmöglichkeiten, wie beispielsweise Feedbackfunktionen, ausgestattet ist.

Die Machbarkeitsstudie wurde im Zeitraum Mai bis November 2018 erarbeitet.

1.2 Methodische Herangehensweise

Zunächst wurde mit Hilfe von Literatur- und Dokumentenanalysen ermittelt, welche Hinweise sich aus vergleichbaren Initiativen (Reparaturnetzwerke und -portale, Reparatur-Initiativen) ergeben. Ergänzend wurden Experteninterviews mit relevanten AkteurInnen aus dem Themenfeld durchgeführt, um deren Einschätzungen und Anregungen zu erheben (siehe Kapitel 2).

Um das Interesse der Betriebe an einer Qualitätsgemeinschaft Reparatur einschätzen zu können und deren Anforderungen zu ermitteln, wurde eine Befragung von Reparaturbetrieben in Berlin durchgeführt (siehe Kapitel 3). Hierzu wurden 58 Betriebe aus den verschiedenen Reparaturbereichen mittels eines standardisierten Fragebogens vor Ort befragt.

Im nächsten Arbeitsschritt fokussierte das Projekt die Perspektive der VerbraucherInnen. Hierzu wurde zum einen eine Repräsentativerhebung durchgeführt (siehe Kapitel 4), bei der die gesamte Breite der Bevölkerung angesprochen wurde. Ziel war es zu ermitteln, wie VerbraucherInnen in Berlin generell zum Thema Reparatur stehen und wie hoch die Nutzungspotenziale für Reparaturleistungen sind. Zum anderen wurde eine Befragung bei KundInnen von Reparaturbetrieben durchgeführt (siehe Kapitel 5), um so die Bedarfe der engeren Zielgruppe zu ermitteln, d.h. bei jenen Personen, die Reparaturleistungen tatsächlich nutzen bzw. ein besonderes Interesse daran haben.

Die Ergebnisse der einzelnen Arbeitsschritte wurden auf einem Workshop am 27.11.2018 in Berlin den Auftraggebern sowie weiteren interessierten Akteuren vorgestellt und gemeinsam diskutiert. Anschließend wurden die Ergebnisse aus den verschiedenen Arbeitsschritten zusammengeführt und Schlussfolgerungen für ein Reparaturnetzwerk in Berlin gezogen (siehe Kapitel 6).

2 Überblick über bestehende Reparaturnetzwerke, Reparaturführer und Akteure

In diesem Arbeitsschritt wurde der Status Quo von Reparaturführern und -netzwerken in der Stadt Berlin, innerhalb Deutschlands und in der Schweiz und Österreich untersucht. Hierfür wurden Literaturrecherchen durchgeführt und Gespräche mit ExpertInnen geführt. Eine Liste der interviewten ExpertInnen findet sich in Anhang 1.

Gegenstand der vorliegenden Machbarkeitsstudie ist die Bündelung von kommerziellen Reparaturangeboten als Netzwerk in Berlin. Ein solches Netzwerk kann entweder als Reparaturführer oder als öffentliches bzw. privates Reparaturnetzwerk umgesetzt werden. Nachfolgend wird das Verständnis beider Kategorien definiert.

1. **Reparaturführer** sind Adressverzeichnisse in Form einer Printbroschüre oder als Online-Angebot. In Online-Reparaturführern können, neben Adressen, zusätzlich Beschreibungen mit den konkreten Reparaturleistungen, Geräten o. ä. angegeben werden. Manchmal enthalten sie eine einfache Suchmaske. Die meisten Online-Reparaturführer können dauerhaft durch neue Einträge erweitert werden. Nicht alle Reparaturführer werden regelmäßig aktiv auf Änderungen überprüft, sie können dadurch an Aktualität verlieren (beispielsweise wenn veraltete Einträge nicht entfernt bzw. nicht aktualisiert werden). Der Reparaturführer München und Umland des Abfallwirtschaftsbetriebs München bspw. prüft einmal jährlich die Einträge aktiv, der Reparaturführer Charlottenburg-Wilmersdorf hingegen führt Änderungen nur auf expliziten Wunsch der eingetragenen Betriebe durch. Im Kontext der Reparaturführer findet in der Regel wenig Öffentlichkeitsarbeit statt.
   Beispiele: Reparaturführer Abfallwirtschaftsdienst München, Reparaturführer Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf, Reparaturatlas Berlin

2. **Reparaturnetzwerke** umfassen neben der Bereitstellung eines Adressverzeichnisses von Reparaturbetrieben weitere zusätzliche Funktionen. Es kann zwischen kommunalen Reparaturnetzwerken und kommerziellen Reparaturnetzwerken unterschieden werden.
   a. Kommunale Reparaturnetzwerke: Sie stellen ein weitergefasstes Dienstleistungsangebot für Betriebe und VerbraucherInnen bereit. Auf Web- Plattformen werden zusätzlich zu den Funktionen eines Reparaturführers noch weitere Funktionen wie Navigation, die Präsentation und die Vernetzung der Betriebe angeboten. Aufbau und Betrieb der betrachteten kommunalen Reparaturnetzwerke werden zum Großteil von Städten und Gemeinden finanziert. Die Netzwerke können deshalb laufend aktualisiert werden und regelmäßige Öffentlichkeitsarbeit durchführen.
      Beispiele: Reparaturführer Schweiz, Reparaturnetzwerk Wien (siehe hierzu ausführlich Kapitel 2.4)

   b. Kommerzielle Reparaturnetzwerke: Sie werden durch Mitgliedbeiträge der beteiligten Betriebe finanziert. Das Angebot von Netzwerken wird auf Web-Plattformen präsentiert. Auch sie bieten ein umfangreiches Dienstleistungsangebot mit weiteren Funktionen wie Navigation, Personalisierung und die Präsentation von Informationen. Die Mitglieder

knüpfen bestimmte Erfolgserwartungen an die Beteiligung am Netzwerk, in erster Linie die Generierung zusätzlicher Aufträge. Das Angebot der Plattformen wird von den Betreibern laufend überprüft, aktualisiert und beworben.
Beispiele: MeinMacher – Das Reparaturportal, kaputt.de

2.1 Überblick über Akteure und Initiativen in Berlin

Der Berliner Senat strebt unter dem Leitbild **„Zero Waste“**[1] eine ressourcenschonende Kreislaufwirtschaft an. Hiermit soll die Wiederverwendung von Wertstoffen im Müll gesteigert werden, der Energieverbrauch gesenkt und die Restabfallmenge (graue Tonne) verringert werden. Das Land erarbeitet eine Umsetzungsstrategie für dieses Leitbild, in deren Rahmen Initiativen zur Abfallvermeidung wie Upcycling, Reparatur, Sharing, Weiternutzung und verpackungsfreier Konsum gefördert und ausgebaut werden sollen. Die vorliegende Machbarkeitsstudie wurde im Rahmen dieser Umsetzungsstrategie beauftragt. Basierend auf ihren Ergebnissen sollen die bestehenden Reparaturbetriebe in Berlin unterstützt und das Thema Reparatur stärker in der Öffentlichkeit verankert werden.

Ein Arbeitsschritt bestand darin einen Überblick über das bestehende Angebot an Reparaturführern, Reparatur-Initiativen sowie weiteren Informationsangeboten im Themenfeld Reparatur in Berlin zu gewinnen. Der Fokus lag auf Verzeichnissen und Informationen zu gewerblichen Angeboten von Reparaturbetrieben, es wurden aber auch nicht kommerzielle Initiativen, Vereine und Projekte einbezogen. Neben den aktuellen Angeboten sind Aktivitäten in der Vergangenheit sowie bereits bekannte Planungen für die Zukunft zusammengetragen worden. Sofern möglich wurden Gespräche mit den Akteuren geführt, andernfalls basieren die Informationen der Machbarkeitsstudie auf Recherchen im Internet. Gegenwärtig gibt es in Berlin folgendes Angebot im Themenbereich Reparatur:

Printbroschüre Reparaturatlas Berlin[2]: Im Jahr 2014 forderte Radio Berlin (RBB) seine HörerInnen auf, Reparaturbetriebe zu empfehlen. Mit den eingegangenen Betriebe-Empfehlungen hat das Radio-Team den ersten Reparaturatlas für die Stadt Berlin erstellt. Das Ergebnis ist eine Broschüre, die Adressen, Webseiten und Schlagworte von insgesamt 186 Betrieben enthält. Sie steht als PDF-Datei online kostenlos zur Verfügung. Eine Überprüfung im Rahmen der Machbarkeitsstudie ergab, dass derzeit (im Jahr 2018) noch 136 Adressen aktuell sind. Die Tabelle 2-1 zeigt die Verteilung Betriebe innerhalb der 12 Berliner Bezirke und zwei Betriebe außerhalb Berlins.

[1] Siehe https://www.berlin.de/senuvk/klimaschutz/bek_berlin/download/BEK-2030-Beschlussfassung.pdf
[2] https://www.rbb-online.de/unternehmen/presse/presseinformationen/pressearchiv/2014/radioberlin/20140125_erster_berliner_reparaturatlas.html

Tabelle 2-1: Verteilung der Betriebe im Reparaturatlas Berlin nach Bezirk

Bezirk	Anzahl Reparaturbetriebe
Charlottenburg-Wilmersdorf	20
Mitte	20
Steglitz-Zehlendorf	19
Tempelhof-Schöneberg	16
Pankow	12
Reinickendorf	12
Friedrichshain-Kreuzberg	10
Neukölln	6
Treptow-Köpenick	6
Spandau	5
Marzahn-Hellersdorf	4
Lichtenberg	4
außerhalb Berlins	2

Reparaturführer Charlottenburg-Wilmersdorf[3]: Der Reparaturführer wurde im Jahr 2010 vom Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf erstellt. Per Straßenbegehung wurden insgesamt ca. 384 Betriebe aufgesucht und in den Reparaturführer aufgenommen. Der Reparaturführer wurde als Broschüre gedruckt, die – nachdem sie vergriffen war - nicht nochmal nachgedruckt wurde. Aktuell ist der Reparaturführer online[4] abrufbar. Allerdings werden keine eigenständigen Aktualisierungen durch das Bezirksamt vorgenommen, sondern erfolgen nur auf externen Hinweis. Insgesamt schätzen die Betreiber die Abfragen auf der Seite eher gering ein im Vergleich zu den restlichen Seiten des Bezirksamts.

Angebot des BUND „ReMap-Berlin"[5]: Die Webseite vom Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, Landesverband Berlin e.V. (BUND Berlin) ist Teil des Projekts „Haushaltsnahe Abfallberatung/Berliner Abfallcheck". Das Webangebot ist Teil der Zero-Waste-Szene in Berlin und ist an VerbraucherInnen gerichtet. Dargestellt sind Informationen und Akteure rund um die Themen Abfallvermeidung und nachhaltiger Konsum. Im Bereich Reparatur sind bisher keine Betriebe sondern 63 Reparatur-Initiativen in Berlin aufgeführt.

Reparaturführer Steglitz-Zehlendorf[6]: Im Jahr 2002 hat das Umweltamt Steglitz-Zehlendorf einen Reparaturführer für den Bezirk Steglitz-Zehlendorf herausgegeben. Die Motivation hierfür wird mit dem gesetzlichen Auftrag des Kreislaufwirtschaftsgesetzes zur Vermeidung von Abfall durch die öffentliche Hand begründet. Für den Druck der Broschüre werden Sachkosten von ca. 1.100 Euro angegeben. Bearbeitung und Aktualisierung erfolgte auf Basis einer bereits 1999 und 2001 erhobenen Datengrundlage. Für die Betreuung und Verteilung des Reparaturführers wurde externes Personal eines freien Trägers eingesetzt, so dass beim Umweltamt keine eigenen Kosten entstanden sind. Die gedruckte Broschüre hatte eine Auflage in Höhe von 1.500 Stück und war schnell vergriffen.

Berlin Repair[7]: Im Verein „Murks? Nein Danke!" wird derzeit das Projekt „BERLIN REPAIR" geplant. Im Zentrum dieses Projekts steht das Recht der Verbraucher auf Reparatur. Auf einer Internet-

[3] https://www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf/verwaltung/aemter/umwelt-und-naturschutzamt/umweltschutz/reparaturfuehrer/
[4] https://www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf/verwaltung/aemter/umwelt-und-naturschutzamt/umweltschutz/reparaturfuehrer
[5] https://www.remap-berlin.de
[6] Kleine Anfrage der Bezirksverordnetenversammlung Steglitz-Zehlendorf von Berlin II. Wahlperiode (Kleine Anfrage 2002, 80/II)
[7] Murks? Nein Danke! e.V., Stefan Schridde 2018: BERLINREPAIR, Konzeptpapier Version 1.0

Plattform sollen Repair-Cafés, Reparaturwerkstätten, Schulen und Wohnungsbaugenossenschaften auf Ebene der Kieze in Berlin zusammengeführt werden. Ziel ist es, ein lokales Bewusstsein für Reparatur und die verlängerte Nutzung von Produkten in den Nachbarschaften zu schaffen. In den Kiezkonzepten sollen auch Angebote für Schülerpraktika in Reparaturbetrieben entwickelt werden und Ausbildungsplätze gebündelt auf der Plattform präsentiert werden. Außerdem sollen über die Plattform Anfragen von VerbraucherInnen zu Reparaturen an Betriebe weitergeleitet und Hilfen in Form von Reparaturanleitungen angeboten werden.

BSR – Berliner Stadtreinigung[8]: Aktuell betreibt die Berliner Stadtreinigung - BSR eine Plattform im Bereich Abfalltrennung unter der Webadresse: trenntstadt-berlin.de. Aktuell prüft das Unternehmen, wie ein Geschenk-, Tausch- und Verleihportal aufgebaut und betrieben werden könnte. Hierbei soll auch das Thema Reparatur eine Rolle spielen. Über Umsetzung des Projekts ist allerdings noch nicht entschieden.

Projekt „Zero Waste Berlin – Abfallvermeidung durch Wiederverwendung"[9]: Das vom Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie durchgeführte Projekt schließt an eine Vorstudie an, die das Wuppertal Institut im Jahr 2017 durchgeführt hat. Die Marktstudie hat ermittelt, über welche Wege welche Mengen an Produkten in Berlin wiederverwendet werden (z.B. über eBay, andere Kleinanzeigen-Portale, Verschenkemarkt der BSR). Erfasst wurden ohne Reparatur weiter nutzbare Produkte. Im Rahmen der Studie wurden Mengenströme von der BSR erfasst. Es wurden Empfehlungen erarbeitet, wie Wiederverwendung gestärkt werden kann. Im aktuellen Zero-Waste Projekt soll u.a. ein Netzwerk von Akteuren im Bereich Wiederverwendung aufgebaut werden (Sozialkaufhäuser, Second Hand-Läden etc.). Ziel des Netzwerkes ist es, die einzelnen (meist kleinen) Läden unter einer Dachmarke zu vereinen und gemeinsame Maßnahmen für die Öffentlichkeitsarbeit durchzuführen. Des Weiteren sollen gemeinsame Standards für die Akteure im Bereich Wiederverkauf eingeführt werden.

2.2 Weitere Akteure im Themenfeld Reparatur im deutschsprachigen Raum

Nachfolgend werden kurz wichtige Akteure im deutschsprachigen Raum vorgestellt. Die Netzwerke in Wien und in der Schweiz sind in dieser Zusammenstellung nicht enthalten.

Runder Tisch Reparatur[10]: Der Runde Tisch Reparatur ist ein Zusammenschluss von Umweltverbänden, Verbraucherschützern, Vertretern der reparierenden Wirtschaft der herstellenden Industrie, Wissenschaft und Reparaturinitiativen der sich im Jahr 2015 in Berlin gegründet hat. Das Ziel des Runden Tisch Reparatur ist die Stärkung von Reparatur als einem wichtigen Element der Ressourcenschonung.

ReUse Verein[11]: Das Ziel des Vereins besteht darin den VerbraucherInnen qualitativ hochwertige und preisgünstige gebrauchte IT-Markengeräte zur Verfügung zu stellen. Die Mitglieder des Vereins verkaufen gebrauchte IT-Geräte, die mit einem im Verein entwickelten „ReUse Prüfsiegel" gekennzeichnet sind. Das Prüfsiegel umfasst einheitliche Qualitätsstandards und wird stetig weiter entwickelt. Mitgliedsunternehmen des Vereins kommen aus ganz Deutschland.

Murks? Nein Danke![12]: Der Verein setzt sich für die Rechte von VerbraucherInnen ein und informiert öffentlich Gesellschaft, Politik und Verwaltung über „geplanten" Verschleiß und geringe Nutzungszeiten von Produkten (Obsoleszenz). Ziel ist die nachhaltige Produktqualität und

[8] Telefongespräch Franziska Voß siehe Anhang I
[9] Zero Waste Berlin, Wuppertal Institut, Projekt Nr. 351555, https://wupperinst.org/p/wi/p/s/pd/757/
[10] http://www.der-runde-tisch-berlin.info/
[11] http://www.reuse-computer.org/
[12] http://www.murks-nein-danke.de/

Produktverantwortung im Sinne einer ressourcenschonenden Kreislaufwirtschaft. Die Rechte der VerbraucherInnen auf haltbare und reparierbare Produkte sollen gestärkt werden. Die Plattform Berlin Repair wird von Murks? Nein danke! geplant.

MeinMacher-Netzwerk[13]: Das „MeinMacher-Netzwerk“ wird von der Vangerow GmbH betrieben. Es ist ein Zusammenschluss von über 1.000 Fachhändlern und Reparaturwerkstätten für elektrische und elektronische Geräte in Deutschland. Für das Portal gibt es die Zugangsbedingung, dass es sich um einen Meisterbetrieb handeln muss. Die Mitglieder erhalten Serviceleistungen. Dazu gehört – neben der Präsentation des Betriebs im Reparaturportal – bei Bedarf die Erstellung einer eigenen Website sowie weitere Unterstützung, z.B. eine regelmäßige Aktualisierung der angegebenen Reparatur-Preise sowie des Dienstleistungsspektrums des Betriebs oder die Prüfung auf mögliche Anpassungsbedarfe im Rahmen der Datenschutzgrundverordnung (DGVO). Ferner inbegriffen ist die Weiterentwicklung des Portals, um bei Suchanfragen hohe Trefferquoten und gute Positionen zu erzielen und die Vermittlung von Kunden an die Betriebe zu unterstützen. Außerdem umfasst eine Mitgliedschaft die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle für die Betriebe (z.B. Reparatur von Kaffeemaschinen und Smartphones) und Weiterbildungsangebote. Für die Mitgliedschaft werden monatliche Beiträge erhoben.

Reparatur-verleih.de – Deutschlandweiter Reparatur-, Verleih- und Gebrauchtwarenführer[14]: Die Webseite www.reparatur-verleih.de der ES Konzepte Dr. Dieter Eickhoff und Reinhard Schmelzer GbR listet für einige Bundesländer Firmenadressen direkt oder in Form von Weiterleitungen in den Bereichen Reparatur, Vermietung und Gebrauchtwaren auf. Die Plattform enthält kein flächendeckendes Angebot aller Bundesländer, sondern Informationen für die sieben Bundesländer: Baden-Württemberg, Bayern, Berlin, Brandenburg, Niedersachsen und Rheinland-Pfalz. Das Angebot im Bereich Reparatur umfasst insgesamt elf Reparatur-, Verleih- und Gebrauchtwarenführer, überwiegend in Form von Online-Adressverzeichnissen oder als Broschüren im PDF-Format. Das Angebot von Reparatur-verleih.de ist in Tabelle 2-2 nach Bundesländern und verfügbaren Landkreisen dargestellt. Die Aktualität der Dokumente ist nicht bekannt.

Tabelle 2-2: Überblick über das Reparaturangebot auf der Webseite: www.reparatur-verleih.de

Bundesland	Landkreis	Reparatur-, Verleih- und Gebrauchtwarenführer
Baden-Württemberg	Bodenseekreis	Reparaturführer des Bodenseekreis – online Datenbank
Baden-Württemberg	Mannheim	Abfallwirtschaft Mannheim, Reparatur- und Verleihführer, online Datenbank
Baden-Württemberg	Tübingen	Landkreis Tübingen Abfallwirtschaftsbetrieb, Reparaturführer, online Datenbank
Bayern	Aschaffenburg (Stadt) und Landkreis Aschaffenburg	Stadtwerke Aschaffenburg – Entsorgung, Reparatur- und Verleihführer, online Datenbank
Bayern	Dachau, Ebersberg, Erding, Fürstenfeldbruck, München (Stadt), München	Abfallwirtschaftsbetrieb München, Reparaturführer für München und Umland, online Datenbank

[13] https://www.meinmacher.de/
[14] https://www.reparatur-verleih.de/

Bayern	Erlangen, Stadt	Hinweis in der Kundenzeitschrift der Stadtwerke Erlangen auf das Repair-Café in den Räumen der Erlanger Stadtwerke (hauptsächlich Elektrogeräte), mit dem Bus zum Repair Café, Artikel in pdf-Dokument
Berlin	Charlottenburg-Wilmersdorf	Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf, Umwelt- und Naturschutzamt, Reparaturführer Charlottenburg-Wilmersdorf, online Datenbank, gedruckte Broschüre (seit 2002 vergriffen)
Brandenburg	Oder-Spree	KWU - Eigenbetrieb des Landkreises Oder Spree, Reparatur- und Verleihführer – online Datenbank
Niedersachsen	Northeim, Osterode, Harz, Göttingen, Göttingen (Stadt)	Gemeinschaftsprojekt der Abfallberatungen der Landkreise, Ratgeber Südniedersachsen – Reparieren, Leihen, Second Hand, pdf-Broschüre
Rheinland-Pfalz	Ludwigshafen am Rhein (kreisfreie Stadt), Rheinland-Pfalz Kreis, Speyer (kreisfreie Stadt)	Reparatur- und Verleihführer, pdf-Broschüre
Rheinland-Pfalz	Mainz, kreisfreie Stadt	Landeshauptstadt Mainz, Mainzer Reparaturführer, online Datenbank

2.3 Beispielhafte Reparaturnetzwerke

Im Folgenden soll auf zwei beispielhafte Reparaturnetzwerke detaillierter eingegangen werden. Beschrieben werden das Netzwerk in der Schweiz und das Netzwerk der Stadt Wien in Österreich.

2.3.1 Reparaturführer Schweiz

Der Reparaturführer Schweiz ist eine interaktive Internet-Plattform[15] und mit Blog-, Bewertungs- und Anleitungsfunktionen umgesetzt. Begonnen wurde das Projekt Reparaturführer von den Städten Bern und Thun mit dem Druck einer Broschüre im Jahr 1996. Im Jahr 2002 wurde anstatt einer Broschüre ein Internetauftritt bereitgestellt. Die Webseite mit Reparatursuche wurde 2013 zu einer interaktiven Reparaturplattform umgebaut. Das Gemeinschaftsprojekt ist stetig gewachsen, mittlerweile sind 16 Kantone beteiligt. Seit 2018 ist das Webangebot zweisprachig. Ziel des Projekts ist es, ein schweizweites Reparaturangebot zu schaffen. Aufgrund des organisatorischen Aufwands und der Größe des Reparaturführers wurde das Projekt im Jahr 2018 in einen Verein überführt.

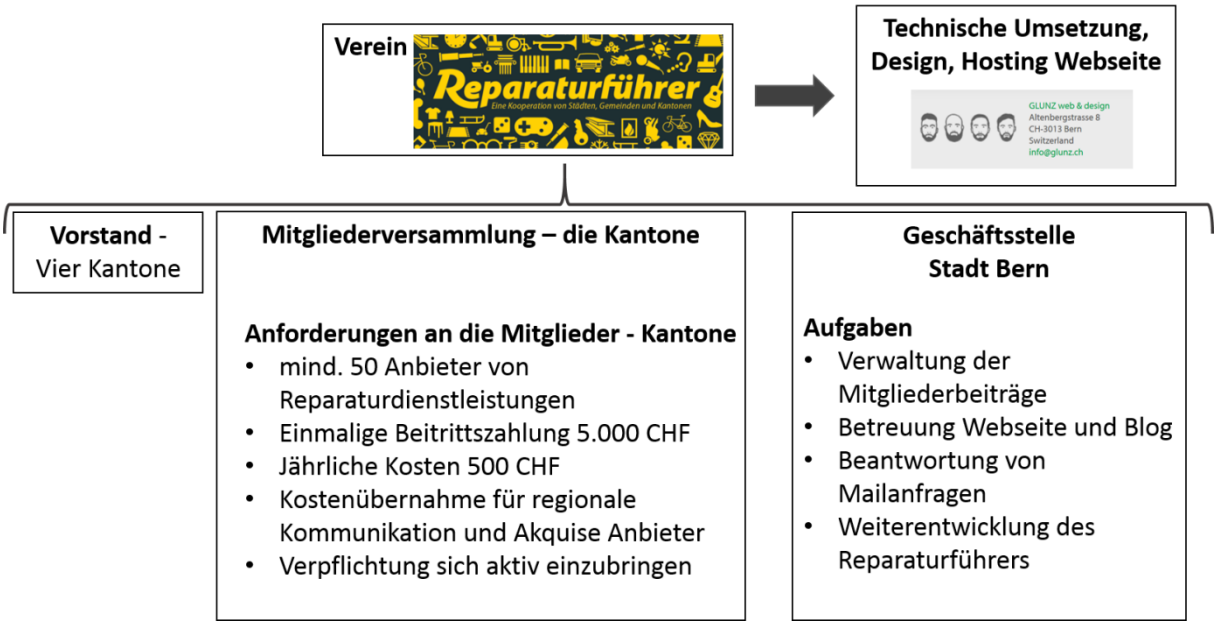
Aufbau und Aufgaben des Netzwerks

Der Reparaturführer Schweiz ist ein Verein mit folgenden Organen: Geschäftsstelle, Vorstand und Mitgliederversammlung. Die Mitgliederversammlung des Vereins umfasst die beteiligten Kantone der Schweiz, aktuell sind 16 Kantone Mitglied im Verein. Die Geschäftsstelle wird von einer Person des Bereichs Entsorgung + Recycling der Stadt Bern geführt. Sie verwaltet die Mitgliedsbeiträge, betreut die Webseite und den Blog, kümmert sich um die Kommunikation mit der Öffentlichkeit und den Betrieben, organisiert Aktionen zur Steigerung der Bekanntheit und unterhält den Kontakt zu thematisch ähnlichen Projekten. Zur technischen Umsetzung gehören Webdesign und Hosting der Webseite, dies hat die Geschäftsstelle an einen externen Dienstleister vergeben. Die Kosten der technischen Umsetzung und Wartung werden mit Mitgliedsbeiträgen gedeckt. In den Mitglieds-

[15] https://www.reparaturfuehrer.ch/

Kantonen übernimmt i.d.R. das Amt für Umwelt die Verantwortung für die Aufgaben der Mitgliedschaft, wie z.B. die aktive Beteiligung am Netzwerk. Den anfallenden Kostenaufwand für die regionale Kommunikation und für die Akquise weiterer Reparaturdienstleistungsanbieter tragen sie eigenständig. Einen Überblick zum Aufbau und den Aufgaben des Reparaturführers der Schweiz zeigt die Abbildung 2-1.

Abbildung 2-1: Aufbau des Reparaturführers Schweiz



Angebot

Aktuell umfasst das Netzwerk mehr als 4.000 Reparaturdienstleister in zehn verschiedenen Bereichen[16]. Das Angebot der Web-Plattform umfasst:

- Die Präsentation der Betriebe und Dienstleister auf der Plattform
- Blog mit aktuellen Informationen, Links und Anleitungen zum Thema Reparatur
- Informationen über den Reparaturführer und weitere Links zu relevanten Themen.

Die Geschäftsstelle des Vereins ist telefonisch und per Email erreichbar. Außerdem bietet die Web-Plattform eine Suchmaske nach Reparaturbereichen. Das Angebot auf der Plattform umfasst Reparaturen in den folgenden Kategorien:

- Elektronikgeräte;
- Fahrzeuge;
- Haus und Wohnung;
- Kameras und Optik;
- Kleidung, Schuhe und Schmuck;
- Maschinen und Haushaltsgeräte;
- Medizinische Hilfsmittel;
- Musikinstrumente;
- Möbel und Inneneinrichtung;

[16] Der Reparaturführer Schweiz enthält auch Angebote zur Reparatur von Autos und für Haus und Wohnung. Diese Kategorien sind für das Netzwerk in Berlin aktuell noch nicht vorgesehen. Ohne diese beiden Kategorien umfasst das Angebot mehr als 3.000 Reparaturdienstleister.

- Sport, Spielzeug und Hobby.

Nach den Kategorien Haus & Wohnung und Fahrzeuge (außer Fahrräder) enthalten die Kategorien Elektronikgeräte, Möbel & Inneneinrichtungen sowie Maschinen & Haushaltsgeräte die meisten Reparaturbetriebe. Die Anbieter registrieren sich eigenständig auf der Plattform und gestalten ihren Auftritt selbst. Empirische Aussagen über die häufigsten Suchanfragen der Plattform liegen nicht vor, nach Informationen der Geschäftsstelle sind die Nachfragen in den Bereichen Elektronikgeräte, Maschinen und Haushaltsgeräte sowie Haus und Wohnen am höchsten. Außerdem berichtet die Geschäftsstelle von einem hohen Kundennutzen bei der Reparatur von sehr speziellen Produkten, wie bspw. Musikinstrumente oder Neoprenanzüge. Mit dem technischen Betrieb und der Wartung der Webseite hat die Geschäftsstelle des Vereins ein externes Unternehmen beauftragt. Dieses Unternehmen gestaltet außerdem Plakate, Flyer und das Design der Webseite.

Öffentlichkeitsarbeit und Mitgliederakquise

Die Akquise von Reparaturdienstleistern wird von den Mitgliedern des Vereins – den Kantonen – in der jeweiligen Region durchgeführt und finanziert. Die Kantone setzen ihre Verantwortung für die Aufgaben der Vereinsmitgliedschaft meist im Amt für Umwelt um. Sie finanzieren außerdem die Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit mit den beteiligten Betrieben und Dienstleistern auf der Plattform. Zum Marketing können die Vereinsmitglieder die Materialien des Vereins (Logo, Farben, Icons etc.) nutzen. Das Logo und die Icons erhöhen den Wiedererkennungswert und halten den Aufwand in Grenzen. Aus Sicht der Kantone wird der Reparaturführer als ein Marketinginstrument angesehen, das zur Steigerung der Ressourcenschonung und zur Stärkung der regionalen Wirtschaft beiträgt. Neben der Öffentlichkeitsarbeit der Vereinsmitglieder betreibt auch die Geschäftsstelle folgende Öffentlichkeitsarbeit:

- Zusammenarbeit mit Repair-Cafés oder Veranstaltungen wie dem Schweizer Reparaturtag: Auf der Plattform werden die Termine veröffentlicht und zudem werden die Betriebe dazu aktiviert, sich in den Repair-Cafés oder auf Veranstaltungen zu präsentieren.
- Einmal pro Jahr führt die Geschäftsstelle gemeinsam mit freiwilligen Vereinsmitgliedern eine eigene Öffentlichkeitskampagne durch, die sich abwechselnd an Verbraucher und Betriebe richtet. Im Rahmen einer solchen Aktion wurden beispielsweise Visitenkarten für die Betriebe gedruckt oder ein Reparaturwettbewerb veranstaltet.
- Auf der Plattform wird ein Blog zum Thema Reparieren betrieben.

Zutritts- und Qualitätskriterien

Auf der Plattform können sich Betriebe aus dem Handwerk, Gewerbebetriebe aber auch Privatpersonen als Anbieter von Reparaturdienstleistungen registrieren, hier gibt es keine Zutrittskriterien. Die Registrierung auf der Plattform ist für die einzelnen Betriebe kostenlos, die Mitgliedsbeiträge werden von den Kantonen getragen, in denen die Betriebe angesiedelt sind. Es können sich auch einzelne Anbieter aus Regionen anmelden, deren Kantone noch nicht Mitglied im Verein sind. Je mehr Betriebe sich registrieren, umso größer wird der Anreiz für den Kanton selbst, in den Verein einzutreten.
Offiziell gibt es keine Qualitätsanforderungen an die Reparaturdienstleister. Die KundInnen können, bei Bedarf ein Feedback an die Emailadresse info@reparaturfuehrer.ch senden. Dieser pragmatische Ansatz hat sich bewährt. Die durchschnittlich fünf anfallenden Feedback-Mitteilungen pro Jahr können von der Geschäftsstelle ohne Probleme bearbeitet werden. Einmal jährlich fordert die Geschäftsstelle zudem alle registrierten Reparaturdienstleister auf, ihren Eintrag zu überprüfen und ggf. anzupassen und prüft dann alle Einträge auf Aktualität und Plausibilität. Anbieter, die nicht den

gewünschten Vorgaben entsprechen und keine Reparaturen anbieten, wie z.B. Händler werden entfernt.

Wirtschaftlichkeit

Jeder Mitglieds-Kanton bezahlt einen einmaligen Beitrittsbeitrag in Höhe von ca. 4.400 Euro, außerdem bezahlt jeder Kanton einen jährlichen Mitgliedsbeitrag in Höhe von ca. 440 Euro. Die Plattform wurde mit Mitgliedsbeiträgen aufgebaut, erweitert und gewartet. Bisher fielen 90% der jährlichen Gesamtkosten für den technischen Betrieb der Plattform an und werden vollständig mit den jährlichen Mitgliedsbeiträgen finanziert. Im Jahr 2017 betrugen die Gesamtkosten der Plattform ca. 6.000 Euro. Allerdings sind die Personalkosten der neu eingerichteten Geschäftsstelle (Teiltätigkeit einer Person) hierin nicht enthalten. Diese wurden bisher von der Stadt Bern getragen und sollen zukünftig auch aus den Mitgliedsbeiträgen finanziert werden.

2.3.2 Reparaturnetzwerk Wien

Das Reparaturnetzwerk Wien[17] wurde 1999 mit dem Ziel gegründet, Reparatur zu stärken. Das Netzwerk startete mit 23 Betrieben und ist inzwischen auf 81 Mitgliedsbetriebe angewachsen.

Aufbau und Aufgaben des Netzwerks

Das Reparatur-Netzwerk Wien ist ein Projekt der Stadt Wien. Es wird von der Umweltstadträtin im Rahmen der Initiative „natürlich weniger Mist“ gefördert. Beteiligt an der Initiative sind die Wiener Umweltschutzabteilung (MA 22) und die Magistratsabteilung 48 - Abfallwirtschaft, Straßenreinigung und Fuhrpark (MA 48). Das Netzwerk wird von der Einrichtung der Wiener Volkshochschulen „Die Umweltberatung“[18] Wien koordiniert, sie betreibt die Webseite des Projekts „Reparatur-Netzwerk-Wien, organisiert alle Netzwerkaktivitäten, regelmäßige Treffen der Mitgliedsbetriebe und betreut eine Telefon-Hotline. Die Umweltberatung wird von der Wiener Umweltschutzabteilung – MA22 basisfinanziert. Das Reparaturnetzwerk besteht aus gewerblichen Handwerks- und Gewerbebetrieben und wird über einen Beirat, der sich zweimal im Jahr trifft, koordiniert. Ein Überblick des Aufbaus des Reparatur-Netzwerks Wien zeigt Abbildung 2-2.

[17] https://www.reparaturnetzwerk.at/
[18] https://www.umweltberatung.at/ueber-uns-ziele

Abbildung 2-2: Aufbau Reparatur Netzwerk Wien

Angebot

Aktuell sind 81 Reparaturbetriebe, gegliedert in acht Branchen, Mitglied im Netzwerk. Das Angebot des Reparaturnetzwerks Wien ist auf einer Internet-Plattform organisiert. Es umfasst:

- die Präsentation der Reparaturbetriebe
- die Präsentation von Betrieben, die Gebrauchtwaren anbieten (Secondhand)
- Informationen, um Dinge selbst reparieren zu können
- Termine, Bekanntgabe von Repair-Cafés in der Stadt Wien, in denen viele Mitglieder selbst aktiv sind.

Weiterhin werden auf der Plattform Informationsbroschüren zum Download und ein Newsletter angeboten. Außerdem bietet das Reparaturnetzwerk gemeinsam mit einem Partner einen Transportservice an, mit dem kaputte Produkte abgeholt und zurück gebracht werden können. Darüber hinaus stellt das Netzwerk eine Telefon-Hotline bereit. Es stehen den NutzerInnen zudem Suchmasken zur Verfügung, in denen nach Produkten und Standorten gefiltert werden kann. Im Rahmen der Web-Plattform haben die NutzerInnen nach Inanspruchnahme einer Reparaturdienstleistung die Möglichkeit über einen Fragebogen ein Feedback über den Betrieb abzugeben. Das Angebot auf der Plattform umfasst Reparaturen in den folgenden Kategorien:

- Audio/Foto/TV/Video
- Büro/Computer/Telefon
- Fahrräder/Sport
- Haushaltsgeräte
- Heizung/Sanitär/Elektro
- Inneneinrichtung
- Elektrowerkzeug
- Sonstige

Aktuell enthalten die Branchen „Büro/Computer/Telefon“ und „Inneneinrichtung“ das umfangreichste Angebot von Reparaturbetrieben. Die Pflege der Webseite betreibt die Umweltberatung, technische Umbauten werden nach Bedarf an externe Dienstleister vergeben

Öffentlichkeitsarbeit und Mitgliederakquise

Zu Beginn des Netzwerks wurde die Mitgliederakquise mehrheitlich aktiv durchgeführt, indem Betriebe gesucht wurden. Inzwischen verläuft die Akquise stärker passiv, d.h. die Betriebe bewerben sich, wenn sie Mitglied im Netzwerk werden wollen. Die Umweltberatung betreibt parallel dazu selbst noch Akquise, indem alle Mitglieder regelmäßig einen Newsletter erhalten, worin sie nach weiteren potentiellen Mitglieder-Betrieben gefragt werden. Außerdem wird gezielt in Bezirken nach Reparaturbetrieben gesucht, die im Netzwerk noch unterrepräsentiert sind. Daneben betreibt die Umweltberatung folgende Öffentlichkeitsarbeit für das Netzwerk:

- Social Media → Facebook-Profil und Instagram-Auftritt
- Videos mit positiven Reparaturerfahrungen
- Newsletter und Presseaussendungen
- Download- und Printmaterialien
- Teilnahme an Veranstaltungen
- Organisation eigener Veranstaltungen „Tag der offenen Tür“ bei Mitgliederbetrieben

Zutritts- und Qualitätskriterien

Das Reparatur-Netzwerk hat einen Beirat, der über die Aufnahme von Betrieben entscheidet. Der Beirat setzt sich zusammen aus Vertretern der Stadt, der Betriebe und der Wissenschaft. Voraussetzung zur Aufnahme sind folgende acht Kriterien[19]:

- 50% der Arbeitsplätze sind Reparaturarbeitsplätze
- Universalreparaturbetrieb mit mindestens drei Marken
- Der Mitgliedsbetrieb verrechnet für die Erstellung von Kostenvoranschlägen bei Reparaturen im Betrieb maximal 45 Euro. Wenn bei Vor-Ort Reparaturen höhere Kosten anfallen sollten, informiert der Betrieb im Vorhinein darüber.
- Bei Auftragserteilung werden die Kosten für den Kostenvoranschlag von den Reparaturkosten abgezogen.
- Vollwertige Reparatur ohne Überschreiten des Kostenvorschlags. Stellt sich bei der Reparatur heraus, dass die veranschlagten Kosten überschritten werden, kann der/die KundIn vom Reparaturauftrag zurücktreten und bezahlt nur die Kosten für die Erstellung des Kostenvoranschlags.
- Mitwirkung an Maßnahmen zur Qualitätssicherung

[19] Ausführliche Erläuterungen zu allen einzelnen Kriterien sind zu finden unter https://www.reparaturnetzwerk.at/aufnahmekriterien

- Erfüllung der gesetzlichen Vorschriften
- Zusammenarbeit mit anderen Betrieben des Netzwerks.

Folgende Maßnahmen zur Qualitätssicherung werden genannt: Teilnahme an Weiterbildungen, Möglichkeit zur Leistungsbeurteilung der Reparaturdienstleistung, kooperative Zusammenarbeit in Reklamationsfällen. Ausführliche Erläuterungen zu allen weiteren genannten Aufnahmekriterien sind auf der Homepage des Reparaturnetzwerks zu finden. Das Netzwerk bietet jährlich eine Weiterbildung in Form einer Abendveranstaltung an.
Zusätzlich holt der Beirat zur Entscheidung Informationen über den Betrieb ein, versendet einen Fragebogen und führt einen Betriebsbesuch durch, um über Funktion und Aufgaben des Netzwerks zu informieren. Wenn die Aufnahme geregelt ist, müssen Informationen für die Website und die Telefon-Hotline zusammengestellt werden.

Wirtschaftlichkeit

Für die Mitgliedschaft werden von den Betrieben Beiträge in Höhe von 85 Euro pro Vollzeitmitarbeiter und Betrieb erhoben. Betriebe, die ArbeitnehmerInnen mit Behinderung oder Langzeitarbeitslose beschäftigen oder einen hohen Auszubildendenanteil haben erhalten eine Beitragsermäßigung.
Die Umweltberatung beantragt jährlich Fördermittel, die sich je nach Schwerpunkten in der Höhe unterscheiden, im Durchschnitt betragen sie ca. 40.000 Euro pro Jahr.

2.4 Erfolgsfaktoren und Herausforderungen für das geplante Berliner Netzwerk

Aus den Literaturanalysen, der Auswertung bestehender Reparaturnetzwerke und den Gesprächen mit ExpertInnen aus dem Bereich Reparatur können folgende zentrale Erfolgsfaktoren und Herausforderungen für ein Netzwerk von Reparaturbetrieben abgeleitet werden:

Erfolgsfaktoren

Ein Netzwerk von Reparaturbetrieben sollte für beide Seiten – die Betriebe und die VerbraucherInnen – einen erkennbaren Mehrwert darstellen. Die Betriebe profitieren von Ressourcen des Netzwerkes, die sie im eigenen Unternehmen nicht oder nur marginal aufbringen können. Dazu gehören zum Beispiel Ressourcen für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit oder der direkte Zugriff auf Neuheiten aus Forschung und Entwicklung. So können sie neue KundInnen und Märkte erschließen. Das Netzwerk bietet Möglichkeiten, Spezialisierungen zu verdeutlichen und Aufgaben kompetenzspezifisch zu teilen[20]. Gemeinsam können Qualitätsstandards entwickelt und transparent veröffentlicht werden. Ein weiteres Potential liegt in der Kostensenkung durch gemeinsame Investitionen.

Für die KundInnen sind Servicefaktoren, wie Erreichbarkeit, Information und Transparenz sowie Qualitätskontrolle wichtig. Im Schweizer Netzwerk sehen die KundInnen beispielsweise einen deutlichen Mehrwert darin, Reparaturangebote für sehr spezielle Produkte finden zu können.

Die Bündelung von Reparaturbetrieben, z.B. auf einer Web-Plattform sollte ein ausreichend großes Angebot umfassen, um den VerbraucherInnen eine attraktive Auswahl bieten zu können. Das Netzwerk in der Schweiz fordert von den Kantonen ein Mindestangebot von 50 Betrieben und DienstleisterInnen für eine Mitgliedschaft. In Wien berichten die NetzwerkbetreiberInnen, dass Betriebe Reparaturanfragen, die sie selbst nicht erfüllen können, gerne an andere Betriebe aus dem Netzwerk vermitteln.

[20] Suchanek, Siegfried 2007: Strukturation von Handwerksnetzwerken

In den ExpertInnengesprächen wurde deutlich, dass eine ausreichende und kontinuierliche Finanzierung für den Erfolg des Netzwerks entscheidend ist. Für ein funktionierendes Netzwerk sind Personalkosten für mindestens eine volle Arbeitsstelle erforderlich. Hinzu kommen Sachkosten für den technischen Aufbau, die Programmierung und den Betrieb einer Webseite oder einer Web-Plattform. Weiterhin müssen Sachkosten für die Gestaltung des Netzwerk (Logos, Plakate, Webdesign) und Kosten für Öffentlichkeitsarbeit von Kampagnen, Veranstaltungen und ggf. Printmaterialien eingeplant werden.

Funktionierende Netzwerke brauchen stetige Öffentlichkeitsarbeit, um den Kreis von VerbraucherInnen und Betrieben kontinuierlich zu binden bzw. zu vergrößern. Hierbei werden die Produkte auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe abgestimmt. Junge NutzerInnen bspw. bevorzugen eher Online-Angebote, während eine ältere Generation erfahrungsgemäß gedruckte Materialien vorzieht. Die Netzwerke in Wien und in der Schweiz betreiben umfangreiche Öffentlichkeitsarbeit in sozialen Medien, auf Veranstaltungen und mit aktuellen Beiträgen auf ihren Webseiten. In der Schweiz werden wöchentlich Blogbeiträge veröffentlicht. Auf der Webseite des Wiener Netzwerks werden regelmäßig Videobeiträge eingestellt. Zusätzlich gibt es Aktionen, wie die jährliche Großkampagne im Schweizer Netzwerk, die abwechselnd Betriebe und VerbraucherInnen adressiert.

Parallel zum Inhalt von Webseiten oder interaktiven Online-Plattformen sollte auch die Wirkung eines ansprechenden Webdesigns nicht unterschätzt werden. Die Betreiber in der Schweiz berichten, dass sie auf das Design ihrer Webplattform sehr viel Wert gelegt haben. Alle einzelnen grafischen Elemente (Bilder / Icons) wurden vom beauftragten Webdesign-Unternehmen entwickelt. Diese individuelle Bildsprache kann nun für jedes Plakat und jeden Flyer eingesetzt werden, wodurch ein hoher Wiedererkennungswert für das Netzwerk hergestellt werden konnte. Durch das Wiedereinsetzen dieser Elemente werden die längerfristigen Kosten für das Design gering gehalten.

Aus Sicht vieler ExpertInnen ist Qualitätssicherung zentral für den Erfolg eines Netzwerks von Reparaturbetrieben. Dies wurde von den BetreiberInnen der öffentlichen Netzwerke Wien und Schweiz und des privaten Netzwerks der Vangerow GmbH (MeinMacher) bestätigt. Qualitätssicherung wird von den Netzwerken unterschiedlich umgesetzt. In den Netzwerken Wien und Vangerow GmbH gelten bereits beim Eintritt Qualitätskriterien. In Wien entscheidet ein Beirat, ob ein Reparaturbetrieb im Netzwerk aufgenommen wird. In das Netzwerk der Vangerow GmbH können nur Meisterbetriebe eintreten. Im Netzwerk der Schweiz gelten dagegen keine Zutrittskriterien für die Betriebe, die Betreiber prüfen aber alle Einträge einmal jährlich und entfernen nicht passende AnbieterInnen. Eine Qualitätsbewertung findet in den Netzwerken Wien und Schweiz nicht öffentlich statt. Aus Aufwandsgründen wurde dies eher pragmatisch geregelt: Beide haben die Möglichkeit für VerbraucherInnen eingerichtet, Rückmeldung zu geben. Die Probleme werden dann zwischen KundInnen und Betrieben bilateral bearbeitet.

Herausforderungen

Bei Adressverzeichnissen und Netzwerkplattformen von Reparaturbetrieben stellen Aktualität und Lebendigkeit grundlegende Herausforderungen dar. In der Stadt Tübingen konnte mit einmaligen Ressourcen zwar ein Reparaturführer eingerichtet werden, es konnten aber keine Aktualisierungen vorgenommen werden, so dass auch der Nutzen für die VerbraucherInnen begrenzt ist. Die größte Herausforderung ist aus Sicht der Akteure die kontinuierliche Bereitstellung von personellen Ressourcen für ein Netzwerk (siehe auch Erfolgsfaktoren). Nur so können alle wichtigen Aufgaben im Netzwerk, wie Mitgliederakquise und –verwaltung, Betreuung von Mitgliedern, Webseitenpflege, Öffentlichkeitsarbeit, Qualitätssicherung, Bearbeitung von Kundenanfragen und Weiterentwicklung wahrgenommen werden. Es ist dabei empfehlenswert, an bestehende öffentliche Infrastrukturen,

(z.B. bereits bestehende Telefon-Hotlines) anzuknüpfen. Ein gutes Netzwerk lebt vom Aufbau und der Pflege eines vertrauensvollen Verhältnisses zu den Betrieben mit Hilfe von genügend personellen Ressourcen. Im Netzwerk der Vangerow GmbH (MeinMacher) sind fünf Personen für die Betreuung der Mitgliedsbetriebe verantwortlich.

Eine weitere Herausforderung stellt die Entwicklung von übergeordneten Qualitätsstandards für ein heterogenes Netzwerk dar. Die Anforderungen unterscheiden sich je nach Branche. In einem Netzwerk müssen Lösungen geschaffen werden, die verbraucherfreundlich sind und gleichzeitig Expertise und Sorgfalt der Betriebe gut darstellen.

3 Befragung von Reparaturbetrieben

Ziel des Arbeitsschritts 5 war es herauszufinden, vor welchen Schwierigkeiten und Herausforderungen Berliner Reparaturbetriebe stehen. Außerdem sollte ermittelt werden, welchen Aufwand die Betriebe gegenwärtig für Eigenmarketing aufbringen und inwiefern ein gegenseitiger Austausch zwischen den Betrieben stattfindet. Weiterhin wurde erfragt, welche Anforderungen sie an ein Netzwerk stellen würden. Die folgenden Forschungsfragen sind hierfür relevant:

- Welche Schwierigkeiten haben Betriebe mit Reparaturen heute?
- Welche weiteren Herausforderungen gibt es im Alltag der Betriebe?
- Welche Werbe- und sonstigen Marketingmaßnahmen setzen die Betriebe ein? Welche Wirkungen erzielen diese Maßnahmen?
- Findet ein Austausch mit anderen Reparaturbetrieben statt?
- Welche Unterstützungsanforderungen formulieren die Betriebe an das geplante Netzwerk?
- Haben die Betriebe Interesse, Teil eines solchen Netzwerks zu sein? Können sich die Betriebe vorstellen, für eine Mitgliedschaft etwas zu bezahlen?

Im Rahmen der Machbarkeitsstudie wurden im Herbst 2018 Berliner Reparaturbetriebe befragt. Es wurden Vor-Ort-Befragungen mit standardisierten Fragebögen durchgeführt. Insgesamt wurden etwa 85 Betriebe angesprochen, wovon sich 58 an der Befragung beteiligt haben. Da in dieser Befragung nur eine kleine Stichprobe vorliegt (58 Betriebe), werden in den folgenden Tabellen und Grafiken absolute Werte angegeben und nicht wie in der Repräsentativbefragung Prozentwerte.

Mit den befragten Betrieben konnten alle relevanten Reparaturbereiche abgedeckt werden (siehe Tabelle 3-1). Die Betriebe sind auf alle 12 Bezirke in Berlin verteilt (siehe Abbildung 3-1).

Weitere Merkmale der befragten Betriebe, wie die Anzahl der MitarbeiterInnen und eine Einschätzung des Anteils von Reparaturdienstleistungen am Jahresumsatz, sind in den Tabellen 3-2 bis 3-4 abgebildet. Da die 58 befragten Betriebe jeweils nicht mehr als zehn MitarbeiterInnen haben, gehören sie der Kategorie so genannter Kleinst- und Kleinunternehmen an. Von 58 Betrieben bestanden 38 länger als 16 Jahre. Für die Mehrzahl der Betriebe tragen die Reparaturdienstleistungen zu einem großen Anteil zum jährlichen Umsatz bei.

Tabelle 3-1: Die Reparaturbereiche, denen die befragten Betriebe zugeordnet wurden. (Da einige Betriebe mehreren Bereichen zugeordnet wurden, ist die Summe größer 58).

Reparaturbereich (Mehrfachnennungen möglich)	Anzahl
Informations- und Kommunikationstechnik	14
Unterhaltungselektronik	7
Haushaltsgeräte	9
Schuhe und Lederwaren	6
Kleidung und Textilien	7
Möbel, Einrichtungsgegenstände, Lampen	3
Fahrräder	12
Uhren und Schmuck	1
Musikinstrumente	2
Fotoapparate	2
Freizeit u. Hobby (Nähmaschinen)	2

Tabelle 3-2: Anzahl der MitarbeiterInnen der befragten Betriebe (absolute Werte)

Anzahl MitarbeiterInnen	Anzahl
1 bis 2 Mitarbeiter	26
3 bis 5 Mitarbeiter	21
6 bis 10 Mitarbeiter	10
Über 10 Mitarbeiter	0

Tabelle 3-3: Alter der befragten Betriebe (absolute Werte)

Alter des Betriebs Anzahl	Anzahl
1 bis 5 Jahre	8
6 bis 15 Jahre	11
16 bis 30 Jahre	20
31 bis 50 Jahre	9
Über 50 Jahre	9
Keine Angabe	1

Tabelle 3-4: Rolle von Reparatur im Betrieb (absolute Werte)

Welche Rolle spielen Reparaturen für den Umsatz?	Anzahl
Eine große Rolle	42
Eine eher mittelgroße Rolle	12
Eine eher kleine Rolle	4

Bei der Beteiligung an der Befragung zeigten sich Unterschiede zwischen qualifizierten Handwerksbetrieben und Betrieben, die keine standardisierte fachliche Qualifikation haben. Letztere findet man v.a. in den Bereichen Änderungsschneiderei, Schuhreparatur, Computer- und Handy-Reparatur. Oft handelt es sich um kleine Ein-Mann-Betriebe. In der Befragungsphase zeigte sich, dass diese Betriebe nur schwer zu erreichen sind. Nur wenige waren bereit, den Fragebogen zu beantworten.

Abbildung 3-1: Verteilung der befragten Reparaturbetriebe auf die Bezirke in Berlin

3.1 Schwierigkeiten und Herausforderungen in Reparaturbetrieben

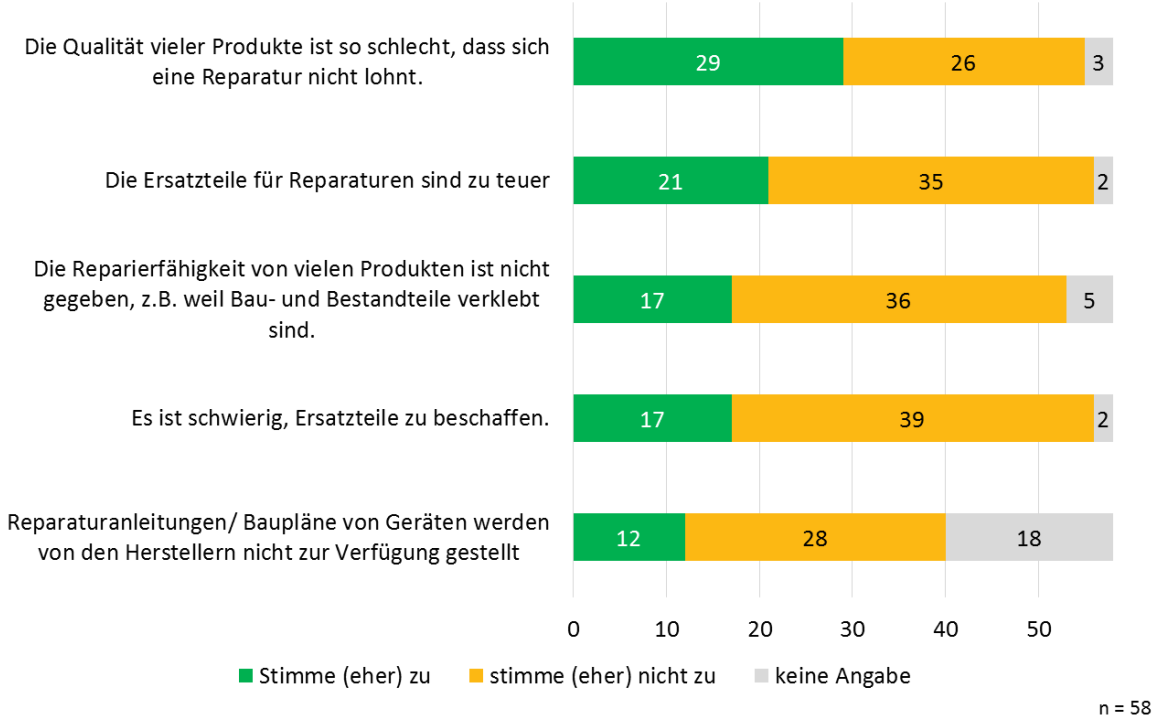
Der erste Fragenblock beschäftigte sich mit den Schwierigkeiten und Herausforderungen, denen Reparaturbetriebe im Alltag gegenüberstehen.

Die Hälfte der befragten Betriebe sieht in der mangelnden Produktqualität ein Hemmnis für Reparaturen. Von 58 Betrieben sagen 29, dass die Qualität vieler Produkte so schlecht ist, dass sich eine Reparatur nicht lohnt (siehe Abbildung 3-2). Viele Befragte differenzieren hier aber nach Herstellern bzw. Marken. Die Produktqualität sei vor allem bei „Herstellern aus Fernost“ oder bei Billigmarken ein Problem. Hohe Preise für Ersatzteile, die für die Reparatur benötigt werden, stellen für 21 Betriebe eine Herausforderung dar. Und 17 Betriebe sagen, dass die Reparierfähigkeit von vielen Produkten nicht gegeben sei, weil Bau- und Bestandteile verklebt sind und sich daher Teile nicht austauschen lassen. Dieses Problem betrifft vor allem Reparaturbetriebe aus den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnik, Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte. Etwa die Hälfte dieser auf Elektro- und Elektronikgeräte spezialisierten Reparaturbetriebe hat hier Schwierigkeiten. Die Befragten verweisen aber auf Unterschiede zwischen großen Haushaltsgeräten, die in der Regel gut repariert werden können, und kleineren Geräten (z.B. Toaster, Fön), bei denen verklebte Teile durchaus Probleme darstellen.

Das Problem „Reparaturanleitungen/ Baupläne werden von den Herstellern nicht zur Verfügung gestellt“ betrifft fast ausschließlich Betriebe, die Elektro- und Elektronikgeräte reparieren. Von den

26 befragten Betrieben aus den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnik, Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte gaben 11 an, dass dies ein Problem für sie sei. Auch hier wird aber auf Unterschiede je nach Produkt und Hersteller verwiesen.

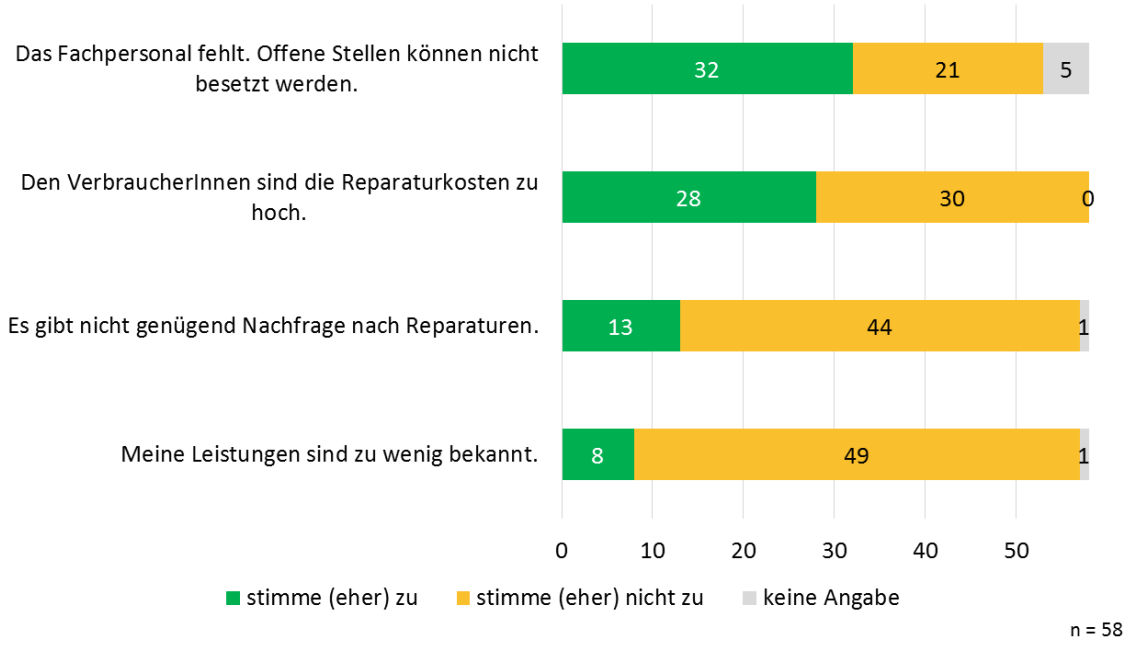
Abbildung 3-2: Schwierigkeiten bei der Durchführung von Reparaturen (absolute Werte)



Was sind die häufigsten Schwierigkeiten, mit denen Sie bei der Durchführung von Reparaturen zu Kämpfen haben? Zustimmung erfragt auf einer 4er Skala. Zusammenfassung der Skalenpunkte 1 und 2: „stimme (eher) zu“ und 3 und 4: „stimme (eher) nicht zu“

Neben den Schwierigkeiten bei der Durchführung von Reparaturen wurden die Betriebe nach weiteren Herausforderungen befragt. Den Ergebnissen zufolge besteht bei der Mehrheit der Betriebe (44 von 58) grundsätzlich kein Mangel an Nachfrage nach Reparaturdienstleistungen, allerdings berichtet knapp die Hälfte der Betriebe (28 von 58), dass vielen VerbraucherInnen die Kosten der Reparaturen zu hoch seien (siehe Abbildung 3-3). Ferner fehlt bei vielen Betrieben das Fachpersonal (32 von 58), insbesondere bei der Nachfolgeregelung. Aber auch bei der Ausbildung von Fachkräften sehen die Betriebe einen Bedarf, der derzeit nicht gedeckt wird. Von einzelnen Befragten wurden in den offenen Kommentaren auch Mängel bei der Ausbildung von Nachwuchskräften genannt.

Abbildung 3-3: Weitere Herausforderungen für Reparaturbetriebe (absolute Werte)



„Welche weiteren Herausforderungen gibt es?" Zustimmung erfragt auf einer 4er Skala. Zusammenfassung der Skalenpunkte 1 und 2: „stimme (eher) zu" und 3 und 4: „stimme (eher) nicht zu"

Neben den konkret im Fragebogen erfragten Schwierigkeiten, hatten die Betriebe die Möglichkeit, weitere Herausforderungen zu benennen. Mehrheitlich Betriebe aus den Bereichen Fahrradreparatur, Schuhreparatur, Änderungsschneiderei, Handy- und Computerreparatur weisen auf Schwierigkeiten durch zunehmende Konkurrenz sogenannter „Billig-Reparatur-Anbieter" hin. Die Befragten schildern, dass diese „Billig-Betriebe" oftmals nicht über vergleichbare Qualifikationen verfügen und häufig nicht mit qualitativ hochwertigen Maschinen und Geräten ausgestattet sind. Oft führe dies zu mangelhaft ausgeführten Reparaturen. Es resultiere dadurch ein Preisdruck auf die qualifizierten Handwerksbetriebe. Diese befürchten eine Imageschädigung der Reparaturbranche und negative Auswirkungen auf das Verbrauchervertrauen.

Die Betriebe haben außerdem den Eindruck, dass ein Teil der VerbraucherInnen das unternehmerische Dienstleistungsangebot nicht angemessen beurteilen kann und daher nicht angemessen wertschätzt. Es sei wenig Bewusstsein darüber vorhanden, welche Faktoren und Kosten in eine Handwerksleistung einfließen: Qualifikation, Zeitaufwand, notwendige Maschinen, Ersatzteile, Weiterbildung und die Lohnkosten der MitarbeiterInnen. Vielen Kunden seien daher die Preise für Reparaturen zu hoch.

Darüber hinaus weisen mehrere Betriebe auf die Herausforderung hin, gegenüber der hohen Konkurrenz billiger Neuprodukte, überhaupt marktfähig zu bleiben. Insbesondere die befragten Änderungsschneider und Schuhmacher kritisierten, dass viele KundInnen nur eine geringe Zahlungsbereitschaft für Reparaturen haben, da neue Kleidung und Schuhe in Discounter-Ketten bereits zu sehr niedrigen Preisen angeboten werden.

Unterschiede zwischen den Bezirken

Bei der Auswertung der Interviews wurde auch betrachtet, ob sich Unterschiede zwischen den Bezirken abzeichnen. Aus den offenen Kommentaren der befragten Betriebe ergeben sich weniger Hinweise auf Unterschiede zwischen den Bezirken als vielmehr zwischen gutbürgerlichen Wohngegenden und Kiezen mit einer geringverdienenden Anwohnerschaft. So berichten

beispielsweise Interviewpartner aus Wedding (Müllerstraße) und Reinickendorf, dass sie aufgrund der geringen Kaufkraft der AnwohnerInnen auch die Preise für Reparaturen niedrig halten müssten. Berichtet wurde ferner von einer unterschiedlichen Einstellung zur Reparatur. In gutbürgerlichen Kiezen würde beim Kauf mehr auf Produktqualität geachtet, so dass sich bei vielen Produkten dann auch eine Reparatur eher lohne.

3.2 Marketing Maßnahmen der Betriebe

Zwei Drittel der befragten Betriebe setzen eigene Marketing-Maßnahmen ein (38 von 58). Sehr häufig werden Einträge bei Google und Einträge in Online-Branchenverzeichnisse genutzt, teilweise verfügen die Betriebe auch über eigene Webseiten oder nutzen eBay Kleinanzeigen. Viele Betriebe setzen auf Werbung im Bezirk wie Einträge in Kiez-Zeitschriften und Stadtteilführern, Flyer oder auf Mundpropaganda sowie auf ihren „guten Ruf", der unter den VerbraucherInnen weitergetragen werde. Dagegen haben sich aber nur 20 von 58 Betrieben schon mal in einen Reparaturführer eintragen lassen. Genannt wurde hier unter anderem der Reparaturatlas des RBB (4 Nennungen), die Abendschauserie des RBB „Gleich Nebenan/ Die Reparierer"[21] (4 Nennungen), Stadtteilhefte (6 Nennungen), Clickrepair (1 Nennung) und Lifesponsible (1 Nennung). Ein Betrieb berichtet, dass er früher bei MeinMacher.de (bundesweite Reparaturplattform für Elektro- und Elektronikgeräte) eingetragen war, dies aber aus Kostengründen wieder aufgegeben habe.

Insbesondere die Berichte in der Abendschauserie „Gleich nebenan/ Die Reparierer" seien sehr erfolgreich gewesen und hätten zu einem starken Kundenzulauf geführt.

Die Mehrzahl der Betriebe (40 von 58) pflegt regelmäßigen Austausch mit anderen Fachbetrieben. Im Vordergrund steht dabei der Austausch zu Fachfragen mit anderen Betrieben aus der Branche. Einige Betriebe leiten KundInnen bei Reparaturanfragen, die sie nicht selbst erfüllen können, an KollegInnen weiter. Einige Betriebe berichten, dass sie sich über ihre Innung mit anderen Fachbetrieben austauschen.

3.3 Anforderungen der Betriebe und Interesse an einem Reparaturnetzwerk

Im Rahmen der Befragung wurden die Betriebe nach ihrem Interesse an einem Reparaturnetzwerk gefragt. Hierzu wurde ihnen folgende Beschreibung des geplanten Netzwerks vorgelesen:[22]

> Das Land Berlin plant, ein Netzwerk Reparatur in Berlin einzurichten. Ziel ist es, Reparaturbetriebe zu unterstützen und die Kundennachfrage nach Reparaturen zu erhöhen. Angestrebt werden Angebote für eine stärkere Vernetzung der Betriebe sowie eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit. Das Netzwerk soll Reparatur-Betriebe aus verschiedenen Bereichen umfassen: Elektronik, Informations- und Kommunikationstechnologie, Schuhe & Lederwaren, Kleidung, Möbel, Fahrräder, Schmuck und sonstige Gebrauchsgüter.

Die bisherigen Ergebnisse zeigen, **dass ein Großteil der Betriebe (46 von 58) Interesse hat**, sich an einem solchen Netzwerk zu beteiligen. Dies knüpfen die meisten Betriebe allerdings an einen echten Mehrwert gegenüber ihren bisherigen Aktivitäten zur Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit. Sofern sie diesen Mehrwert für sich erkennen können, sind 31 von den 46 interessierten Betrieben auch bereit, für die Mitgliedschaft einen regelmäßigen Beitrag zu bezahlen. Die vorstellbaren Beitragsspannen zeigt Tabelle 3-5.

[21] Siehe hierzu Laubenthal 2011 und Laubenthal 2011/2012

[22] Die Beschreibung des Netzwerkes, die in der Betriebebefragung zum Einsatz kam, weicht von derjenigen aus der Kundenbefragung ab, da hier besonders der Mehrwert für die Reparaturbetriebe deutlich gemacht werden sollte.

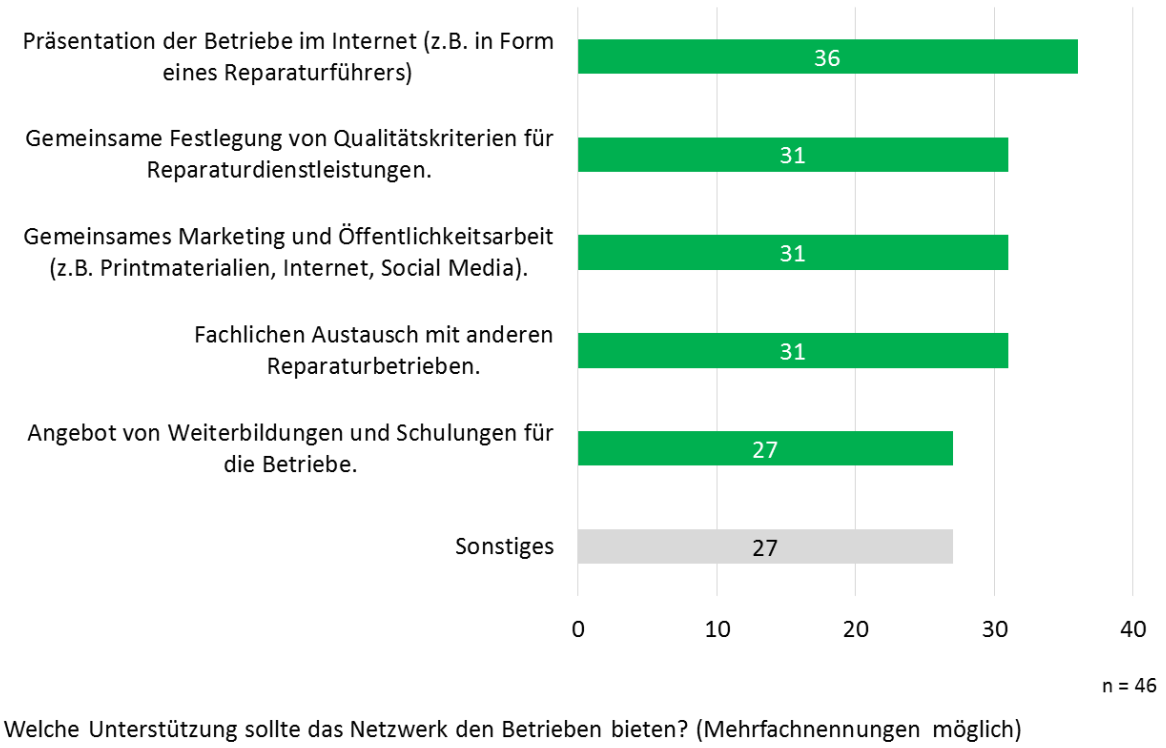
Tabelle 3-5: Zahlungsbereitschaft der Betriebe mit Interesse an einem Netzwerk.

Zahlungsbereitschaft der Betriebe, die Interesse an einem Netzwerk haben (n=46)	Anzahl
Nein.	8
Ja, bis zu 30 Euro im Jahr.	12
Ja, zwischen 30 und 50 Euro im Jahr.	13
Ja, zwischen 50 und 100 Euro im Jahr.	5
Ja, mehr als 100 Euro im Jahr.	1
Keine Angabe	7

Die Ergebnisse geben auch Hinweise darauf, worin der geforderte Mehrwert aus Sicht der Betriebe liegen sollte. Von den 46 Betrieben, die Interesse an einem Netzwerk haben, wünschen sich 36 die Präsentation ihres Betriebs im Internet (siehe Abbildung 3-4). Zwei Drittel der Betriebe sehen es auch als Aufgabe des Netzwerks, gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und den fachlichen Austausch zu fördern. Einige Betriebe verweisen allerdings auch darauf, dass sie den fachlichen Austausch mit anderen Betrieben nicht im Mittelpunkt sehen, da sie bereits im Austausch sind.

Die Betriebe wünschen sich vom Netzwerk ferner die Entwicklung gemeinsamer Qualitätskriterien für Reparaturdienstleistungen. Dies geben ebenfalls zwei Drittel der Betriebe an. Der Bedarf für ein Angebot für Weiterbildungen und Schulungen ist für 27 Betriebe interessant. Interessant aus Sicht der Betriebe sind dabei vor allem fachspezifische Weiterbildungsangebote.

Abbildung 3-4: Unterstützung durch das geplante Netzwerk – Antworten jener 46 Betriebe, die sich eine Beteiligung am Netzwerk vorstellen können



Die Unterstützungsbedarfe des Netzwerks wurden von den Betrieben in Einzelbereichen kommentiert und durch weitere Gesichtspunkte ergänzt. So wurde die Notwendigkeit von Qualitätsstandards als wichtiger Aspekt aufgegriffen und bereits folgende Gestaltungsvorschläge

genannt: Unterscheidung von qualifizierten Handwerksbetrieben und „Billig-Reparaturanbietern“ z.B. durch das Kriterium Eintrag in die Handwerksrolle. Die Handwerksbetriebe erkennen an, dass es auch sehr engagierte Betriebe gibt, die nicht in die Handwerksrolle eingetragen sind und können sich hier Abhilfe durch ein Gütesiegel oder Zertifikat vorstellen. Kundenbewertungen als alleinige Sicherung von Qualität werden übereinstimmend nicht als geeignetes Instrument anerkannt, da hier hohes Potential zu Manipulation und Missbrauch gesehen wird.

Viele der Befragten sehen eine weitere Funktion des Netzwerks darin, neue Allianzen mit Akteuren außerhalb des Reparatursektors zu schaffen. Es wurde die Zusammenarbeit mit Schulen vorgeschlagen (z.B. Betriebsbesichtigungen für Schulklassen, Vermittlung von Praktikumsplätzen, Anbieten von Näh- oder Elektronikkursen für Schüler), denn dort bietet sich die Möglichkeit, handwerkliche Fähigkeiten wieder stärker zu vermitteln und frühzeitig Interesse daran zu wecken. Weiterhin wurde die Verbindung von Reparatur- und Kunstprojekten gesehen, wie in der Metallbearbeitung, oder bei alten Produkten wie Radios. Ein Betrieb sieht Potentiale bei der Zusammenarbeit von Anbietern von Leihfahrrädern und Fahrrad-Reparaturbetrieben. Eine weitere neue Allianz, die durch das Netzwerk gefördert werden könnte, sehen die Befragten in einer Verbindung zur Nachhaltigkeitsszene, wie Upcycling-Projekten, Wiederverkauf, Repair-Cafés und Reparatur-Initiativen. Neben Projekten in Kooperation mit Schulen können gemeinsame Angebote mit Repair-Cafés und Reparatur-Initiativen dazu beitragen, die Wertschätzung von Produkten zu erhöhen und die vielfältigen Möglichkeiten des Reparierens und Instandhaltens zu vermitteln.

Bereitschaft zur Teilnahme an einem Workshop

Abschließend wurden die Betriebe gefragt, ob sie prinzipiell Interesse hätten, an einem zweistündigen Workshop in der Handwerkskammer teilzunehmen, bei dem das Reparatur-Netzwerk diskutiert werden soll. Insgesamt sagten 14 Betriebe, dass sie sich eine Teilnahme an einem solchen Workshop vorstellen können.

3.4 Zusammenfassung

Die Befragung hat gezeigt, dass die Reparaturlandschaft in Berlin divers ist und z.T. große Unterschiede zwischen den Reparaturbereichen bestehen. Die Rahmenbedingungen und die Herausforderungen unterschieden sich z.T. je nach Branche. Dennoch lassen sich auch übergreifende Schwierigkeiten für die Reparaturbetriebe feststellen. Für die Mehrheit der Betriebe stellt die Kundennachfrage kein Problem dar. Dagegen beschreiben viele Betriebe, dass Handwerkerleistungen von KundInnen nicht wertgeschätzt werden und den KundInnen die Preise zu hoch erscheinen. Zudem haben Reparaturbetriebe vor allem in Konkurrenz zu billigen Neuprodukten Schwierigkeiten marktfähig zu bleiben. In vielen Bereichen haben die Betriebe zudem Probleme aufgrund von „Billig-Reparaturanbietern“ und haben daher großes Interesse an der Entwicklung von Qualitätskriterien für Reparaturbetriebe. Insgesamt ist das Interesse an einem Reparaturnetzwerk vorhanden. Von 58 befragten Betrieben würden sich 46 beteiligen, setzen aber einen deutlichen Mehrwert durch das Netzwerk voraus. Die Betriebe wünschen sich vom Netzwerk Funktionen, wie eine gute Präsentation der Reparaturbetriebe und ihrer Dienstleistungsangebote im Internet, Förderung eines konstruktiven Austauschs und insbesondere die Entwicklung von Qualitätskriterien.

4 Ergebnisse der Repräsentativbefragung von VerbraucherInnen in Berlin

Zielsetzung des dritten Arbeitsschritts war es, zu ermitteln, wie VerbraucherInnen in Berlin generell zum Thema Reparatur stehen und wie hoch die Nutzungspotenziale für Reparaturleistungen sind. Die folgenden leitenden Forschungsfragen wurden berücksichtigt:

- Für welche Reparaturleistungen besteht die größte potentielle Kundennachfrage?
- Welche Zahlungsbereitschaft existiert für Reparaturleistungen?
- Was sehen die Kunden als größte Stärken bzw. Schwächen bei der Nutzung des Reparaturangebots?
- Welche Funktionalitäten wären KundInnen bei einem Reparaturportal besonders wichtig?
- Wie und worüber möchten KundInnen informiert werden?

Um diese Fragen beantworten zu können, wurde eine Repräsentativbefragung der Berliner Bevölkerung ab 18 Jahren durchgeführt. Hierzu wurde ein standardisierter Online-Fragebogen an ein repräsentativ zusammengesetztes Access-Panel geschickt. Die Erhebung fand vom 23.7.2018 bis zum 6.8.2018 statt. Die Zahl der in die Auswertung einbezogenen Fragebögen beträgt 997.

4.1 Beschreibung der Stichprobe

Ein Vergleich der sozio-demografischen Angaben aus unserer Stichprobe mit den Daten des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg (Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2017) zeigt, dass die Stichprobe im Hinblick auf die Verteilung zwischen Männern und Frauen der Berliner Bevölkerung weitgehend entspricht. Der Frauenanteil in der Stichprobe beträgt 56%, während er berlinweit 51% ausmacht.

Auch bezüglich der Verteilung nach Altersgruppen weist die Stichprobe keine großen Abweichungen auf. Allerdings ist die älteste Gruppe (66 Jahre und älter) in unserer Stichprobe unterrepräsentiert (sie beträgt hier 10%, in Berlin insgesamt etwa 19%). Entsprechend erhöht sich den Anteil der übrigen Altersgruppen im Vergleich.[23] Dennoch ist auch diese älteste Gruppe in ausreichendem Maß vertreten, so dass sich bei der Darstellung der Ergebnisse Aussagen zu tendenziellen Unterschieden zwischen den Altersgruppen machen lassen.

Tabelle 4-1: Altersverteilung in der Stichprobe

	Stichprobe
18 bis 25 Jahre	11%
26 bis 35 Jahre	19%
36 bis 45 Jahre	18%
46 bis 55 Jahre	22%
56 bis 65 Jahre	19%
66 Jahre und älter	10%

[23] Es ist bei Online-Befragungen generell schwer, die Altersgruppe über 65 Jahren in entsprechender Zahl zu erreichen, da die Möglichkeit und die Bereitschaft Fragebögen im Internet auszufüllen bei dieser Zielgruppe begrenzt ist.

Tabelle 4-2: Altersverteilung der Berliner Bevölkerung insgesamt

	Berliner Bevölkerung 2015*
18 bis unter 25	7%
25 bis unter 35	17%
35 bis unter 45	14%
45 bis unter 55	15%
55 bis unter 65	12%
65 Jahre und älter	19%

* Zahlen aus: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2017

Auch in Bezug auf die Einkommenshöhe und die Haushaltsgröße spiegelt die Befragung in etwa die Situation der Berliner Bevölkerung insgesamt (siehe hierzu Tabelle 4-3 und Tabelle 4-4). Zu beachten ist allerdings, dass der Anteil der Einpersonenhaushalte in der Stichprobe mit 39% etwas unter dem der Berliner Bevölkerung insgesamt liegt (52%). Hier spielt sicherlich auch eine Rolle, dass in der Befragung Personen über 65 unterdurchschnittlich vertreten sind, da sich in dieser Altersgruppe besonders viele Einpersonenhaushalte befinden.

Tabelle 4-3: Monatliches Haushalts-Nettoeinkommen in der Stichprobe und der Berliner Bevölkerung insgesamt

	Stichprobe	Berliner Bevölkerung 2016*
Bis 900 Euro	12%	11%
Bis 1500 Euro	25%	23%
Bis 2600 Euro	33%	33%
Mehr als 2600 Euro	31%	32%

* Zahlen aus: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2017

Tabelle 4-4: Haushaltsgröße in der Stichprobe und in der Berliner Bevölkerung insgesamt

	Stichprobe	Berliner Bevölkerung 2016*
1-Personen-HH	39%	52%
2-Personen-HH	36%	29%
3-Personen-HH	14%	10%
4-Personen-HH	8%	6%
5-Peronen oder mehr	2%	3%

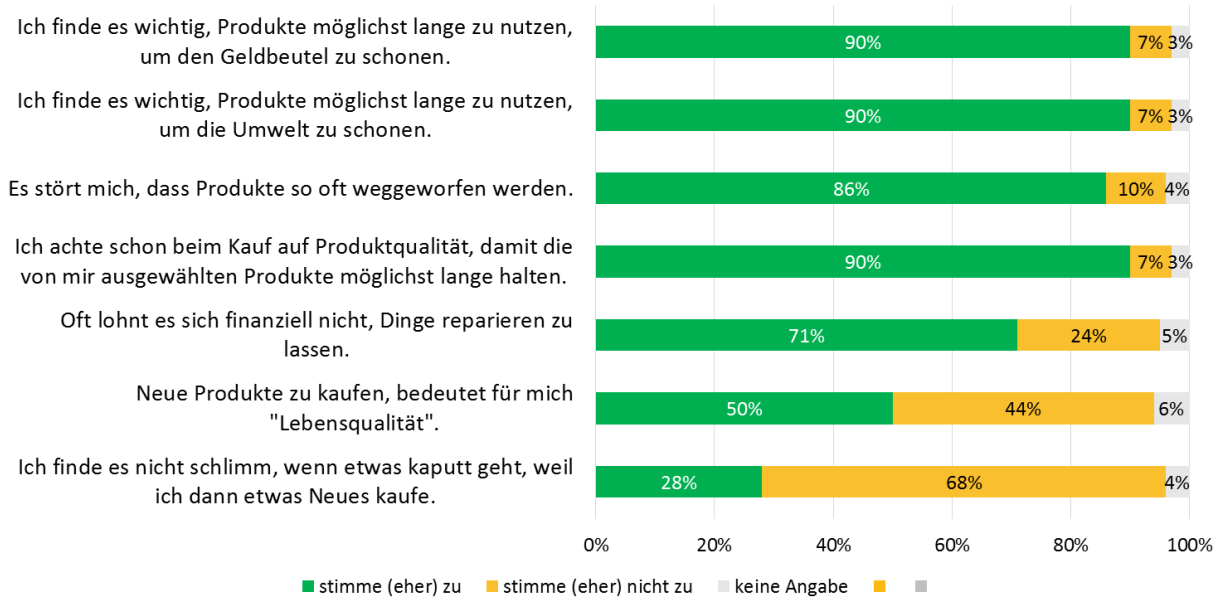
* Zahlen aus: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2017

4.2 Einstellungen zu Reparatur und Langlebigkeit

Die Ergebnisse zeigen, dass die Einstellungen zu Reparatur und Langlebigkeit ambivalent sind. Die große Mehrheit der Befragten (90%) stimmt der Aussage zu oder eher zu, dass es wichtig sei, Produkte möglichst lange zu nutzen – einerseits aus finanziellen Gründen und andererseits um die Umwelt zu schonen (siehe Abbildung 4-1). Dabei ist die lange Nutzung von Produkten allen Altersgruppen gleichermaßen wichtig. Mit 86% fast ebenso hoch ist der Anteil derjenigen, die dem Statement zustimmen „Es stört mich, dass Produkte so oft weggeworfen werden.“ Auch hier ist die Zustimmungsrate in allen Altersgruppen hoch. Sie ist in den höheren Altersgruppen allerdings noch etwas deutlicher ausgeprägt (bis 25-Jährige: 87% „Stimme zu“ und „Stimme eher zu“; 66 Jahre und älter: 94% „Stimme zu“ und „Stimme eher zu“).

Andererseits sind auch 71% der Befragten der Ansicht, dass es sich oft finanziell nicht lohnt, Dinge reparieren zu lassen[24]. Und für die Hälfte der Befragten bedeutet es „Lebensqualität“ neue Produkte zu kaufen. Hier stimmen Personen mit niedrigem Schulabschluss mit 61% häufiger zu als Personen mit Mittlerer Reife (53%) oder Abitur (52%).

Abbildung 4-1: Einstellungen zum Thema Reparatur und Langlebigkeit



Zustimmung erfragt auf einer 4er Skala. Zusammenfassung der Skalenpunkte 1 und 2: „Stimme (eher) zu“ und 3 und 4: „Stimme (eher) nicht zu“

n = 997

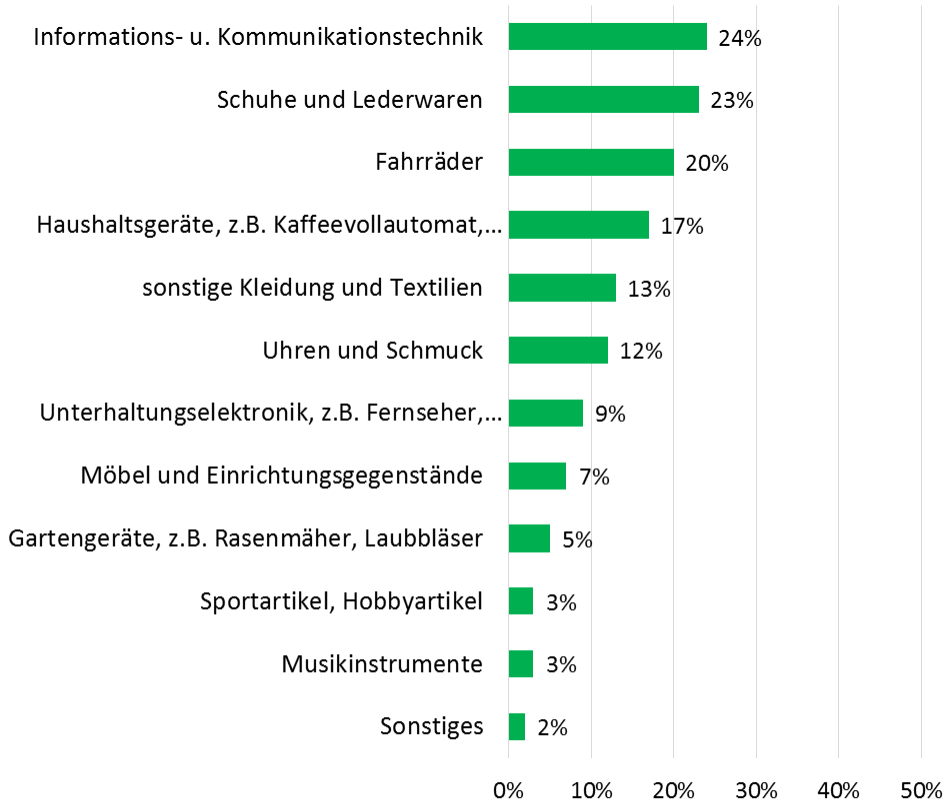
4.3 Reparaturpraxis

Des Weiteren wurde im Fragebogen danach gefragt, ob die VerbraucherInnen in den letzten zwei Jahren ein Produkt von einem Reparaturbetrieb reparieren ließen. Insgesamt haben etwa 60% in dieser Zeitspanne eine Reparatur in Auftrag gegeben. Besonders häufig zur Reparatur gegeben wurden Geräte und Produkte aus den Bereichen Informations- und Kommunikationstechnik, Schuhe und Lederwaren, Fahrräder und Haushaltsgeräte (siehe Abbildung 4-2). Im Vergleich selten repariert wurden Geräte der Unterhaltungselektronik (Fernseher, Radio etc.), Möbel, Gartengeräte, Sport- und Hobbyartikel.

Insgesamt lassen die jüngeren Altersgruppen genauso häufig Dinge reparieren wie die älteren. Bei einigen Produkten gibt es deutliche Korrelationen mit dem Alter: Reparaturen für Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik, Fahrräder und Unterhaltungselektronik werden durch jüngere Personen häufiger beauftragt als von älteren Personen.

[24] Antworten „Stimme zu“ und „Stimme eher zu“ zusammengefasst

Abbildung 4-2: Reparaturen in den letzten zwei Jahren



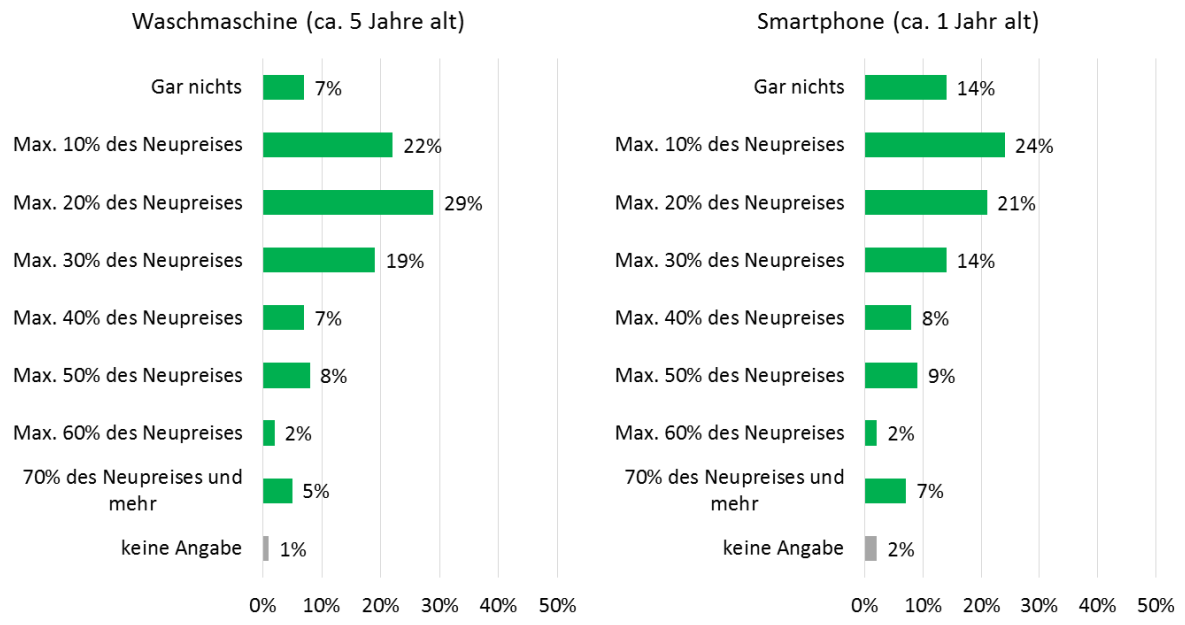
„Haben Sie in den letzten zwei Jahren ein Produkt aus den folgenden Bereichen von einem Reparaturbetrieb reparieren oder aufarbeiten lassen?“ (Mehrfachnennungen möglich)

4.4 Zahlungsbereitschaft für Reparaturen

Ein weiterer Themenkomplex des Fragebogens beschäftigte sich mit der Frage, wieviel Geld VerbraucherInnen für eine Reparatur ausgeben würden. Hier kann festgestellt werden, dass bei hochpreisigen Produkten, wie einem Smartphone oder einer Waschmaschine, die Zahlungsbereitschaft für eine Reparatur höher ist als bei weniger teuren Produkten wie Schuhen oder Kleidung. Bei einer Waschmaschine (ca. 5 Jahre alt) gibt etwa die Hälfte der Befragten an, dass sie bis zu 20% des Neupreises für eine Reparatur aufbringen würden. Ein weiteres Fünftel gibt an, bis zu 30% des Neupreises für eine Reparatur ausgeben zu wollen. Es gibt aber auch eine Gruppe von Personen (7%), die in einem solchen Szenario gar nichts für eine Reparatur ausgeben würde.

Wie aus Abbildung 4-3 hervorgeht, liegt die Zahlungsbereitschaft für die Reparatur eines Smartphones (ca. 1 Jahr alt) in einem ähnlichen Bereich. Allerdings sagen hier auch 14% der Befragten, dass sie gar nichts für eine Reparatur ausgeben würden.

Abbildung 4-3: Zahlungsbereitschaft für die Reparatur einer Waschmaschine/ eines Smartphones

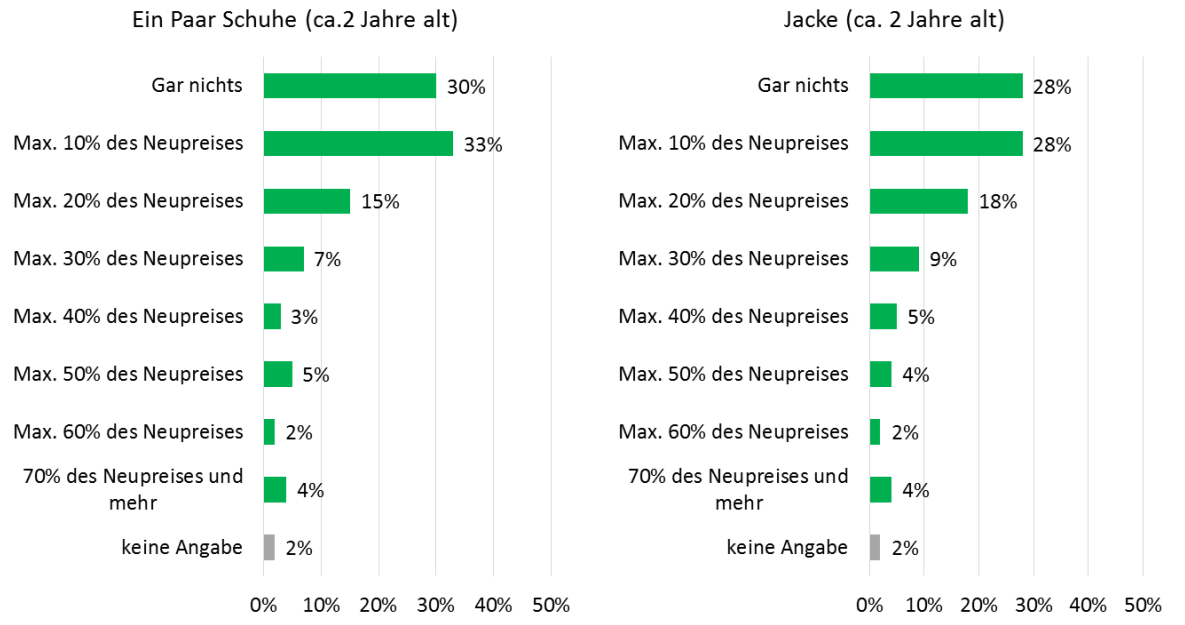


Frage: „Wieviel Geld würden Sie für eine Reparatur ausgeben? Bitte geben Sie den Anteil des Neupreises in Prozent an.“

n = 997

Ein anderes Bild zeigt sich bei Schuhen und Kleidung. Fast ein Drittel gibt an, dass sie für die Reparatur von zwei Jahre alten Schuhen gar nichts ausgeben würden. Ein weiteres Drittel würde maximal 10% des Neupreises für eine Reparatur ausgeben. Für das Beispiel einer zwei Jahre alten Jacke ergibt sich ein ähnliches Bild (siehe Abbildung 4-4).

Abbildung 4-4: Zahlungsbereitschaft für die Reparatur eines Paar Schuhe/ einer Jacke



Frage: „Wieviel Geld würden Sie für eine Reparatur ausgeben? Bitte geben Sie den Anteil des Neupreises in Prozent an.“

n = 997

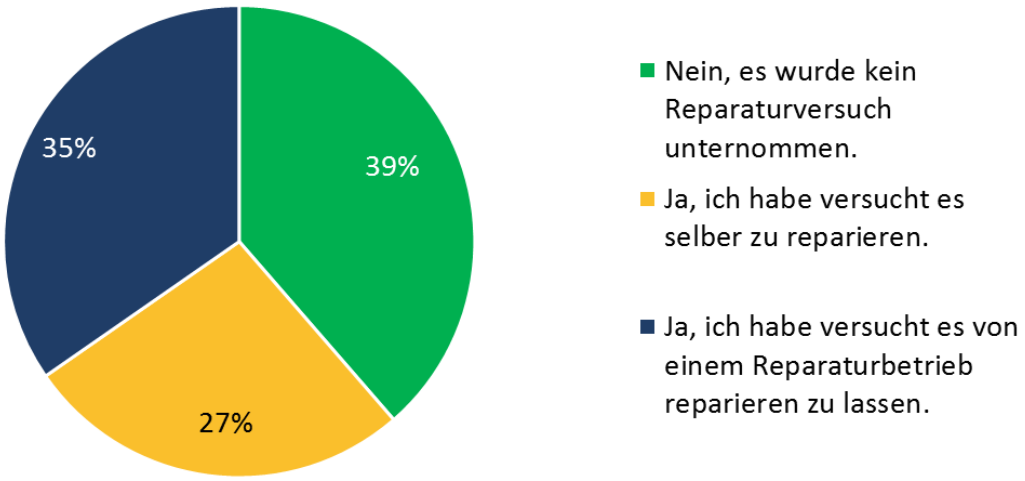
4.5 Umgang mit defekten Produkten

Von besonderem Interesse war ferner, wie die VerbraucherInnen mit defekten Produkten umgehen. Werden kaputte Produkten weggeworfen und ersetzt oder wird versucht, sie zu reparieren? Hierzu wurden die Befragten gebeten, Angaben zu dem Produkt zu machen, das jeweils zuletzt kaputt gegangen ist.

Von den Befragten haben 39% keinen Reparaturversuch unternommen, 27% haben versucht, es selbst zu reparieren und etwa ein Drittel (35%) hat versucht, es von einem Reparaturbetrieb reparieren zu lassen (siehe Abbildung 4-5). Bei der Reparatur durch einen Betrieb konnte in 74% der Fälle das Produkt wieder funktionstüchtig gemacht werden. Beim Versuch selbst zu reparieren waren dagegen nur 43% der Befragten erfolgreich. Werden die verschiedenen Altersgruppen betrachtet, so zeigt sich, dass beim Selbstreparieren jüngere Personen etwas aktiver sind. Die 46 bis 55-Jährigen geben etwas häufiger als andere Altersgruppen an, defekte Produkte nicht zu reparieren und auch nicht reparieren zu lassen. Darüber hinaus sind kaum altersbezogene Unterschiede erkennbar.

Besonders häufig wurden Fahrräder, Schuhe, Desktop Computer und Smartphones zur Reparatur gegeben. Ein Versuch, das Produkt selbst zu reparieren wurde v.a. bei Tablets, Fahrrädern, Möbeln und Desktop Computern unternommen[25].

Abbildung 4-5: Reparaturversuche



n = 997

„Haben Sie versucht, das defekte Produkt selbst zu reparieren oder es reparieren zu lassen?“

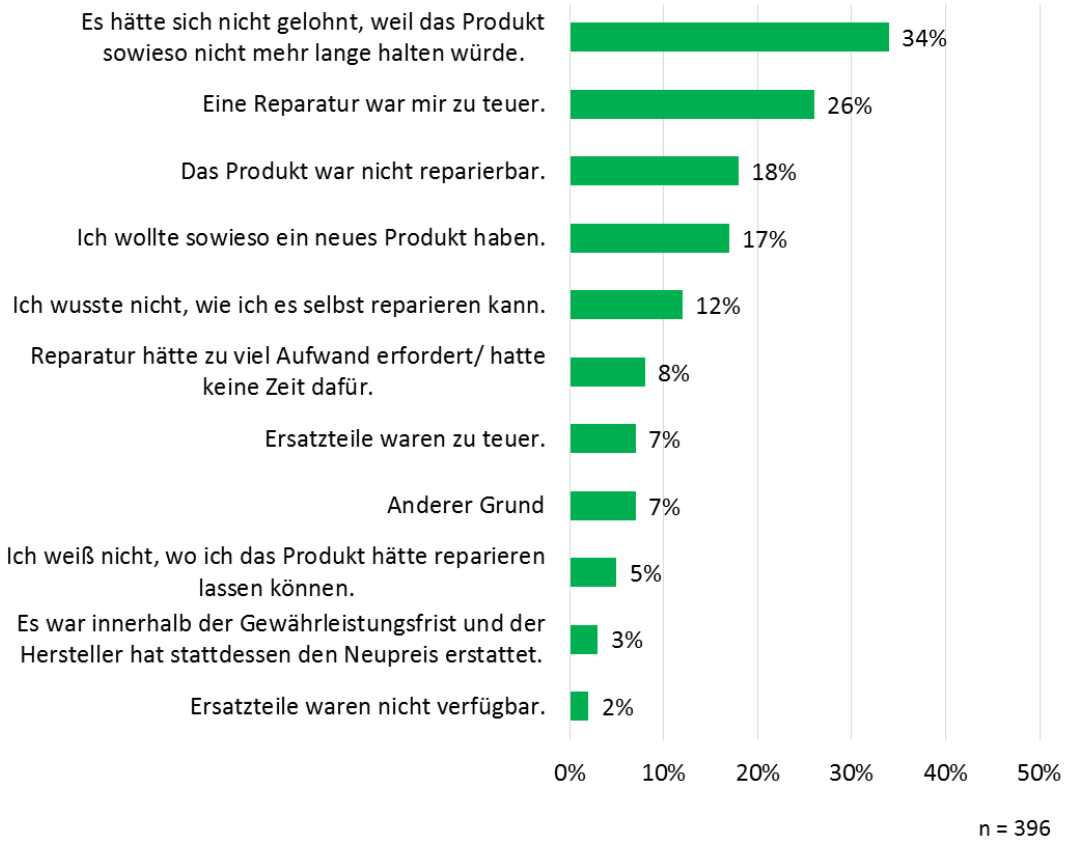
Jene Personen, die keinen Reparaturversuch unternommen haben, wurden gefragt, aus welchen Gründen sie sich gegen eine Reparatur entschieden haben (siehe Abbildung 4-6). Etwa ein Drittel gibt an, dass sich eine Reparatur nicht gelohnt hätte, weil das Produkt ihrer Einschätzung nach sowieso nicht mehr lange halten würde. Ein Viertel der VerbraucherInnen sagt, dass ihnen eine Reparatur zu

[25] Wenn man die Ebene der einzelnen Produkte betrachtet ist allerdings zu beachten, dass die zugrundeliegenden Produktzahlen relativ gering sind (z.B. 28 defekte Tablets, 73 defekte Fahrräder). Insofern kann die vorliegende Befragung nur erste Hinweise zum Umgang mit einzelnen Produktgruppen liefern, aber keine statistisch abgesicherten Aussagen machen.

teuer gewesen wäre. Dass das Produkt nicht mehr reparierbar gewesen sei, geben 18% an. Hierbei ist allerdings zu bedenken, dass diese Aussagen auf der Einschätzung der VerbraucherInnen selbst beruhen. Es wurde in der Regel keine Begutachtung durch einen Reparaturbetrieb durchgeführt.

Außerdem sagen 17% der Befragten, dass sie sowieso ein neues Produkt haben wollten.

Abbildung 4-6: Gründe gegen eine Reparatur



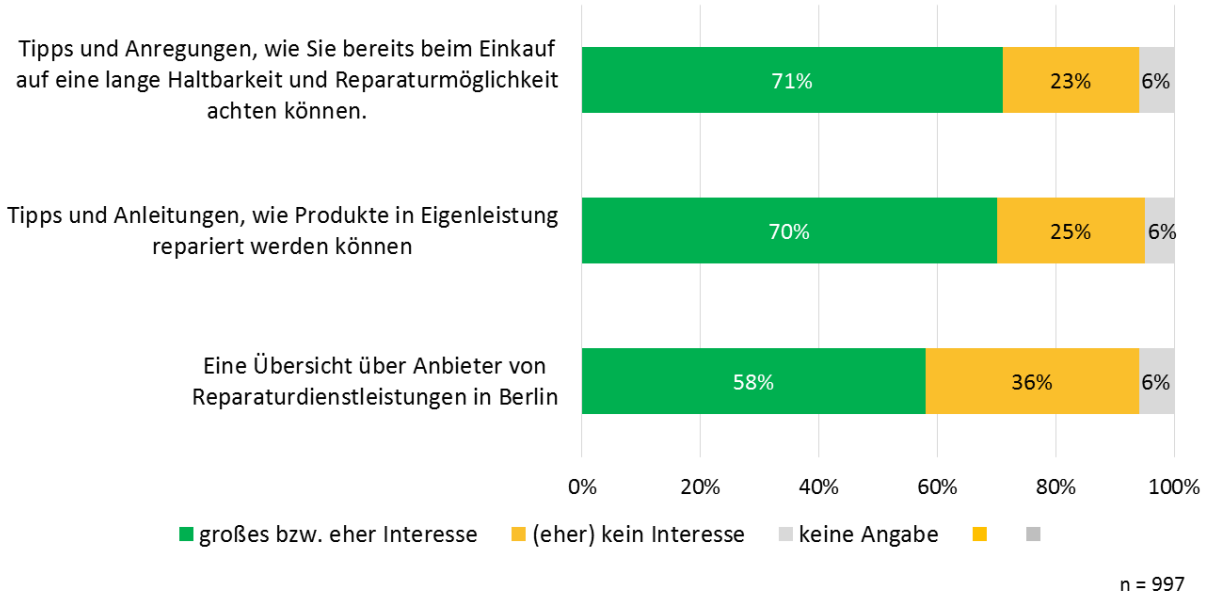
„Was waren die Gründe, weshalb Sie nicht versucht haben, es selber zu reparieren oder es von einem Reparaturbetrieb reparieren zu lassen?“ (Mehrfachnennungen möglich)

4.6 Interesse an Informationen zum Thema Reparatur

Die Befragung sollte neben Einblicken zu Einstellungen gegenüber Reparatur und zur Reparaturpraxis Hinweise darüber liefern, welche Informationen sich VerbraucherInnen zum Thema Reparatur wünschen (siehe Abbildung 4-7). Ein großer Teil der Befragten (71%) bekundet Interesse an Tipps und Anregungen, wie man bereits beim Einkauf auf eine lange Haltbarkeit und Reparaturmöglichkeit achten kann. An Anleitungen, wie Produkte in Eigenleistung repariert werden können, sind 70% der befragten Personen interessiert. Insgesamt 58% wünschen sich eine Übersicht über Anbieter von Reparaturdienstleistungen in Berlin.

Es zeigt sich, dass alle Altersgruppen Interesse an den genannten Themenbereichen haben, wobei das Interesse der jüngsten Gruppe (unter 25-Jährige) bei allen drei Themen leicht hinter dem der übrigen Gruppen liegt. An einer Übersicht über Reparaturbetriebe in Berlin ist bei den unter 25-Jährigen knapp die Hälfte (49%) interessiert.

Abbildung 4-7: Interesse an Informationen zum Thema Reparatur

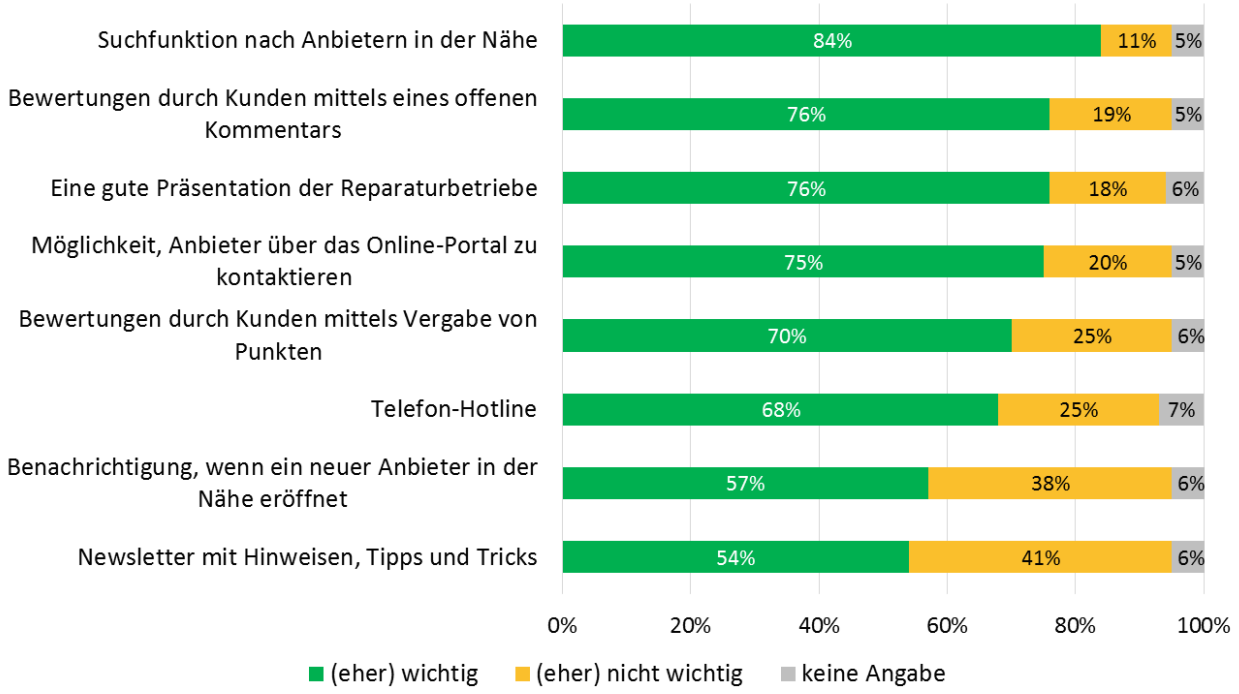


Interesse erfragt auf einer 4er Skala. Zusammenfassung der Skalenpunkte 1 und 2: „großes bzw. eher Interesse“ und 3 und 4: „(eher) kein Interesse“

Während Reparaturführer meist reine Adressverzeichnisse sind, stellen Reparaturportale im Internet darüber hinaus noch weitere Funktionen bereit, beispielsweise eine umfassende Präsentation der Betriebe, Navigationsfunktionen (z.B. die Suchoption nach Produktgruppe oder Postleitzahl) oder Möglichkeiten der Personalisierung. In der vorliegenden Befragung wurde untersucht, welche Funktionalitäten den VerbraucherInnen bei solchen Reparaturportalen im Internet wichtig sind.

Das größte Interesse besteht an einer Suchfunktion nach Anbietern in der Nähe (siehe Abbildung 4-8). 84% finden eine solche Funktion wichtig oder eher wichtig. Eine gute Präsentation der Reparaturbetriebe ist für 76% (eher) wichtig. Drei Viertel der Befragten wünschen sich eine Möglichkeit, Anbieter über das Portal direkt zu kontaktieren. Die Möglichkeit, dass KundInnen Betriebe mittels eines offenen Kommentars oder mittels der Vergabe von Punkten bewerten können, ist ebenfalls einem großen Teil der Befragten wichtig (75% offener Kommentar; 70% Bewertung durch Punkte). Eine Telefon-Hotline ist für insgesamt 68% von Bedeutung. Dabei ist das Interesse an einer telefonischen Kontaktmöglichkeit bei den älteren Gruppen etwas größer als bei den Jüngeren. Bei den 46-55-Jährigen finden 78% einen solchen Service wichtig oder eher wichtig.

Abbildung 4-8: Reparaturportal – gewünschte Funktionalitäten



n = 997

„Welche Funktionalitäten sind Ihnen bei Reparaturführern und Reparaturportalen im Internet wichtig?“ 4er-Skala von 1 = wichtig bis 4 = nicht wichtig. Zusammenfassung der Skalenpunkte 1 und 2: „(eher) wichtig“ und 3 und 4: „(eher) nicht wichtig“

4.7 Zusammenfassung

Bezüglich der Themen Reparatur und Langlebigkeit von Produkten zeigen sich ambivalente Einstellungen. Die große Mehrheit der Befragten findet es wichtig, Produkte möglichst lange zu nutzen. Gleichzeitig sind 71% der Ansicht, Reparieren lohne sich oft nicht.

Von den Befragten geben 60% an, in den letzten zwei Jahren etwas zur Reparatur gegeben zu haben. Besonders häufig repariert werden Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik, Produkte aus dem Bereich Schuhe und Lederwaren sowie Fahrräder.

Bei teuren Geräten ist die Zahlungsbereitschaft für eine Reparatur höher als bei weniger teuren Produkten. Bei Waschmaschinen gibt etwa die Hälfte der Befragten an, dass sie bis zu 20% des Neupreises für eine Reparatur aufbringen würden. Die andere Hälfte würde bis zu 30% des Neupreises und mehr für die Reparatur ausgeben. Bei Smartphones liegt die Zahlungsbereitschaft in einem ähnlichen Bereich.

Bei 39% der Produkte, die zuletzt kaputt gegangen sind, wurde kein Reparaturversuch unternommen. Etwas mehr als ein Drittel wurde zur Reparatur an einen Betrieb gegeben, bei 27% haben die Befragten versucht, es selbst zu reparieren.

Es besteht großes Interesse an Informationen zum Thema Reparatur, und zwar in allen Altersgruppen. Eine Übersicht über Reparaturanbieter in Berlin wünschen sich 58%.

Folgende Funktionalitäten sind den befragten VerbraucherInnen für ein Reparaturportal besonders wichtig:

- eine Suchfunktion nach Reparaturbetrieben in der Nähe,
- eine gute Präsentation der Reparaturbetriebe,
- die Möglichkeit, den Anbieter direkt über das Portal zu kontaktieren und
- die Möglichkeit für KundInnen, den Reparaturbetrieb zu bewerten (mittels eines offenen Kommentars oder durch die Vergabe von Punkten).

Bisher gibt es wenige empirische Studien zum Reparaturverhalten, zu Einstellungen gegenüber Reparatur und Langlebigkeit sowie zur Zahlungsbereitschaft für Reparaturdienstleistungen. Die hier vorgelegte Befragung liefert erste interessante Einblicke dazu. Diese Einblicke sollten in zukünftigen Forschungsarbeiten weiter untersucht werden. Insbesondere in den verschiedenen Reparatursektoren sollte genauer untersucht werden, welche Einstellungen und welches konkrete Verhalten hier vorzufinden sind – vor allem da sich gezeigt hat, dass sich die unterschiedlichen Produktbereiche teilweise erheblich voneinander unterscheiden. Beispielsweise sind bezüglich der Zahlungsbereitschaft erhebliche bereichsspezifische Unterschiede zu vermuten.

5 Ergebnisse der Befragung von (potenziellen) KundInnen

Ergänzend zur Repräsentativerhebung bei VerbraucherInnen in Berlin wurde eine Befragung bei (potenziellen) KundInnen von Reparaturbetrieben durchgeführt. Ziel war es, die Bedarfe dieser engeren Zielgruppe zu ermitteln, d.h. jener Personen, die Reparaturleistungen häufiger in Anspruch nehmen bzw. ein besonderes Interesse daran haben. Es sollte erhoben werden, welche Anforderungen aus Sicht der Zielgruppe an ein Reparaturnetzwerk bestehen und wie groß das Interesse für die Nutzung eines solchen Netzwerkes ist.

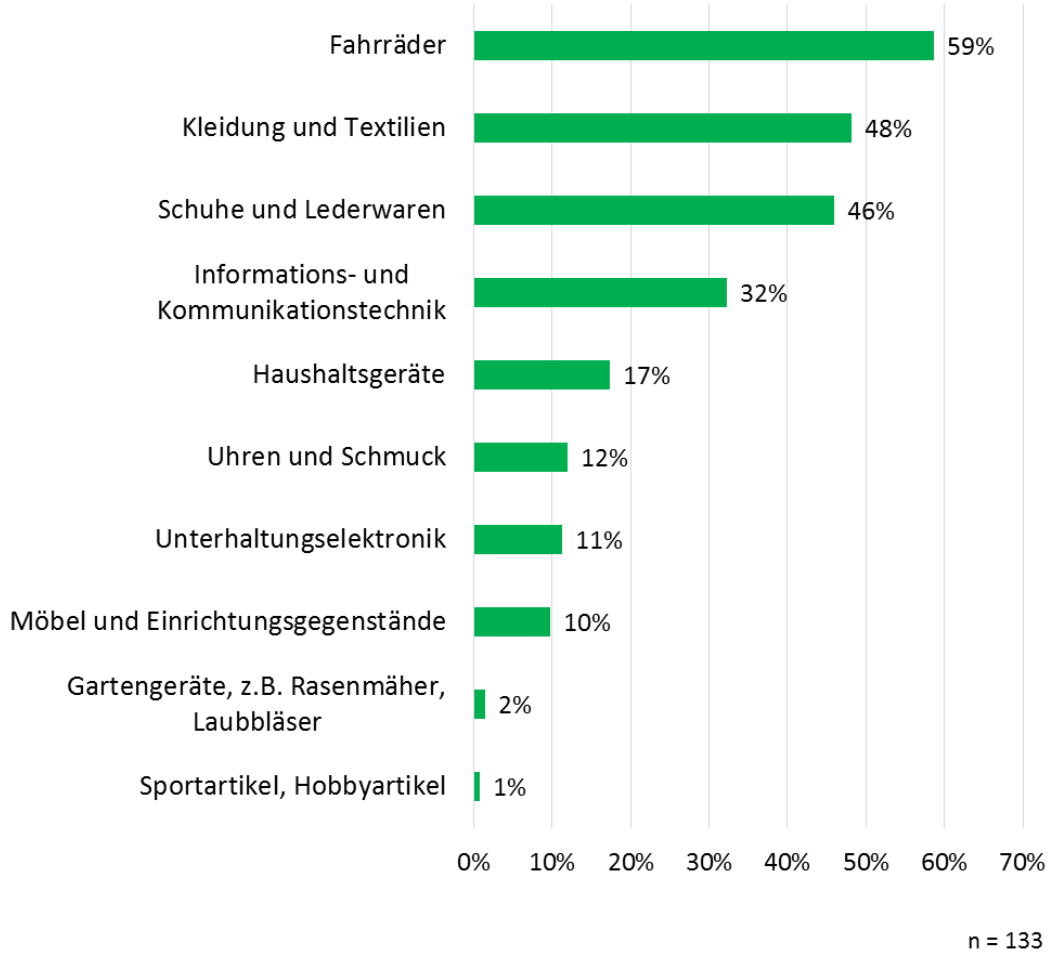
Die Erhebung wurde im September und Oktober 2018 mittels eines standardisierten Fragebogens als persönlich-mündliche Straßenbefragung durchgeführt. Die Befragten wurden zufällig ausgewählt und angesprochen, daher ist die Stichprobe nicht repräsentativ. Einzige Voraussetzung für die Teilnahme war ein besonderes Interesse an Reparatur und Langlebigkeit von Produkten. Insgesamt konnten 133 Fragebögen in die Auswertung einbezogen werden. Die Alterszusammensetzung der Probandengruppe zeigt, dass jüngere Personen hier stark vertreten waren: 57% der Befragten sind bis zu 35 Jahren alt, 42% sind älter[26].

5.1 Reparaturpraxis

Ähnlich wie in der Repräsentativerhebung wurden auch die reparaturaffinen Personen danach gefragt, ob sie in den letzten zwei Jahren ein Produkt zur Reparatur an einen Dienstleister gegeben haben. Bei den Reparaturaffinen geben 89% an, dass sie in dieser Zeitspanne etwas zur Reparatur gegeben haben. Ähnlich wie bei den Berliner VerbraucherInnen insgesamt zeigt sich bei den Reparaturaffinen, dass Fahrräder, Schuhe und Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik zu den häufig reparierten Produkten gehören. Hinzu kommt in dieser Personengruppe noch der Bereich Kleidung. Fast die Hälfte der Befragten gibt an, in den letzten zwei Jahren ein Kleidungsstück zur Reparatur gegeben zu haben (siehe Abbildung 5-1).

[26] 1% der Befragten machte keine Angabe zum Alter

Abbildung 5-1: Reparaturen in den letzten zwei Jahren

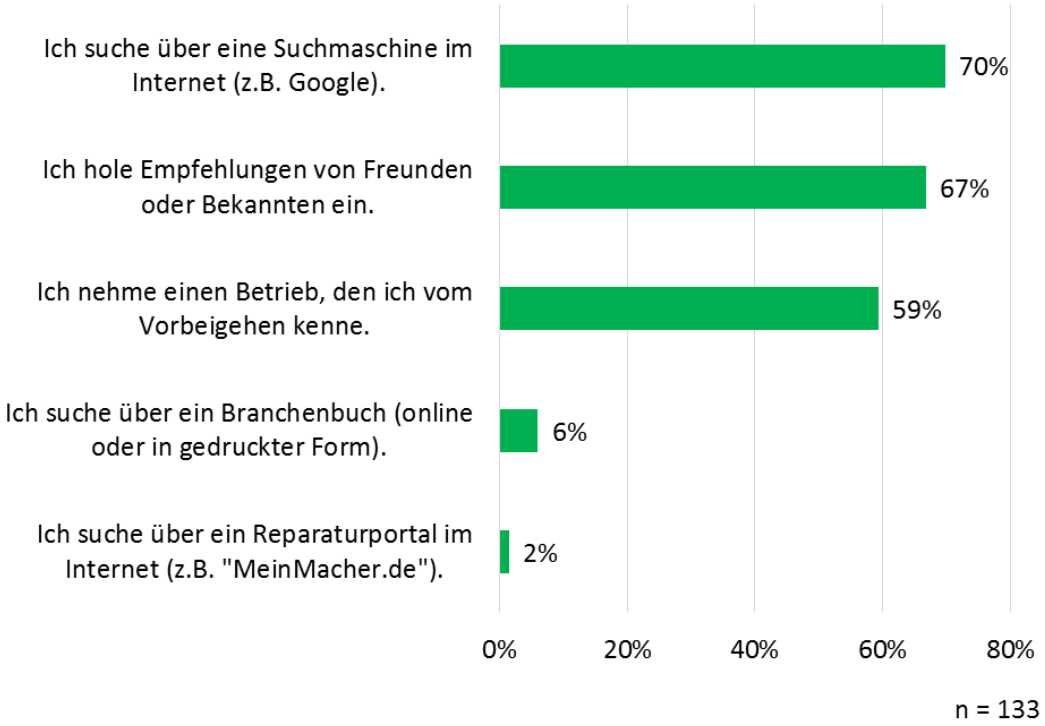


„Haben Sie in den letzten zwei Jahren ein Produkt aus den folgenden Bereichen von einem Reparaturbetrieb reparieren oder aufarbeiten lassen?“ (Mehrfachnennungen möglich)

Des Weiteren wurden die Befragten gebeten, Auskunft darüber zu geben, wie sie nach einem geeigneten Reparaturbetrieb suchen (siehe Abbildung 5-2). Ein Großteil (70%) nutzt eine Suchmaschine im Internet, z.B. Google. Eine besonders große Rolle spielt dieses Vorgehen bei den 26 bis 35-Jährigen. Fast ebenso viele (67%) holen Empfehlungen von FreundInnen oder Bekannten ein. Dies ist den mittleren und älteren Personengruppen besonders wichtig. Über die Hälfte der Befragten (59%) geben an, dass sie einfach einen Betrieb nehmen, den sie vom Vorbeigehen kennen. Vor allem Personen aus der mittleren Altersgruppe gehen so vor.

Nur sehr wenige Personen suchen über ein Branchenbuch oder über ein Reparaturportal im Internet wie beispielsweise MeinMacher.de.

Abbildung 5-2: Suche nach Reparaturbetrieben



„Wenn Sie etwas reparieren lassen wollen, wie suchen Sie nach einem geeigneten Reparaturbetrieb?“ (Mehrfachnennungen möglich)

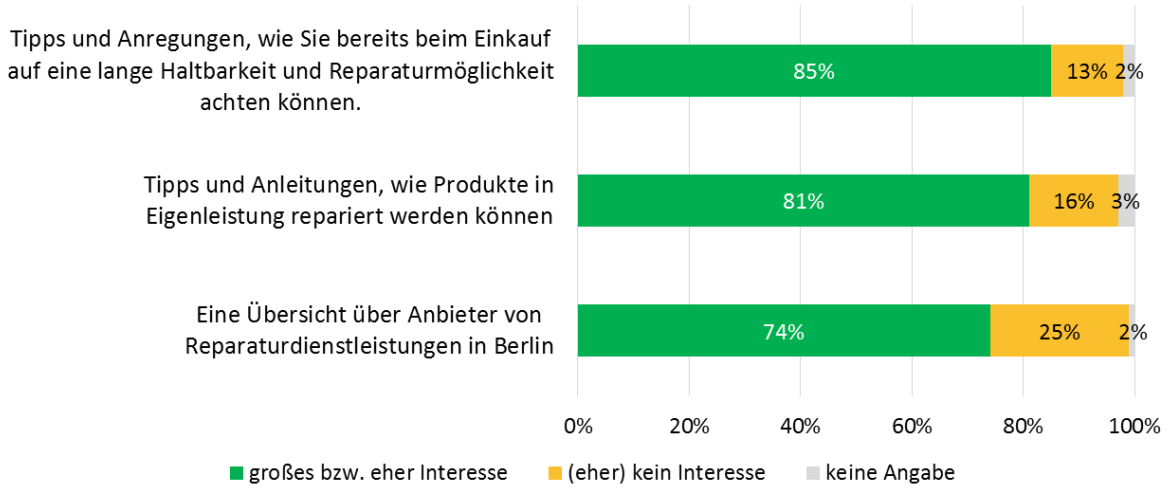
5.2 Interesse an Informationen zum Thema Reparatur

Auch die reparaturaffinen Personen wurden danach gefragt, ob sie Interesse an Informationen rund um das Thema Reparatur haben (siehe Abbildung 5-3). An Tipps und Anregungen, wie man bereits beim Einkauf auf Reparaturfreundlichkeit achten kann, sind 85% interessiert (zum Vergleich: 71% in der Repräsentativbefragung). Informationen darüber, wie sie Produkte selbst reparieren können, stößt bei 81% auf Interesse (in der Repräsentativbefragung: 70%). Eine Übersicht über Reparaturbetriebe wünschen sich in der Gruppe der Reparaturaffinen 74% gegenüber 58% in der Repräsentativbefragung.

In allen Altersgruppen gibt es einen hohen Anteil an Personen (jeweils mindestens zwei Drittel), die sich eine Übersicht über Reparaturanbieter in Berlin wünschen.

Mit Repair-Cafés (Einrichtungen, wo Verbraucher mit ihren defekten Geräten hingehen und sie unter Anleitung selbst reparieren können) ist nur eine Minderheit der Befragten vertraut. 11% der Reparaturaffinen geben an, schon einmal ein Repair-Café genutzt zu haben. Gleichzeitig besteht großes Interesse an solchen Initiativen. 68% hätten Lust, einmal ein Repair-Café auszuprobieren.

Abbildung 5-3: Interesse an Informationen zum Thema Reparatur



n = 133

Interesse erfragt auf einer 4er Skala. Zusammenfassung der Skalenpunkte 1 und 2: „großes bzw. eher Interesse“ und 3 und 4: „(eher) kein Interesse“

5.3 Interesse an einem Reparaturnetzwerk in Berlin

In einem weiteren Block wurde – nachdem die Beschreibung des angedachten Netzwerks Reparatur vorgelesen wurde (siehe Kasten) – danach gefragt, welche Funktionen ein solches Netzwerk umfassen sollte.

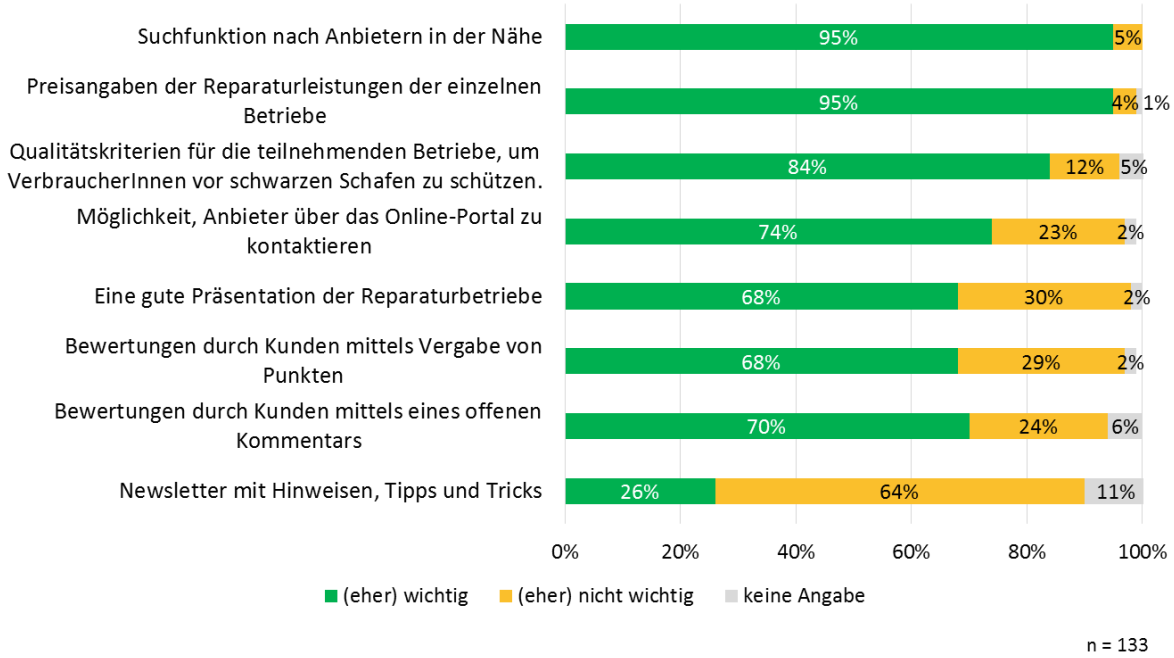
Die Handwerkskammer Berlin und die Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz planen, ein Reparaturnetzwerk einzurichten. Dieses Netzwerk soll Betriebe auflisten, die Suche nach einem geeigneten Reparatur-Anbieter erleichtern und Qualitätskriterien für Reparaturen aufstellen. Es soll Betriebe aus verschiedenen Bereichen umfassen: Elektronik, Computer & Handys, Schuhe, Kleidung, Möbel, Fahrräder, Schmuck und sonstige Gebrauchsgüter. Geplant sind ein Reparaturportal im Internet sowie weitere Angebote rund um das Thema Reparatur.

Bei einem Reparaturportal im Internet wären den Befragten vor allem folgende Funktionen wichtig:

- Eine Suchfunktion nach Anbietern in der Nähe. Dies ist 95% wichtig oder eher wichtig.
- Preisangaben der Reparaturleistungen der einzelnen Betriebe. Hier antworten 96% mit wichtig oder eher wichtig.
- Qualitätskriterien für die teilnehmenden Betriebe, um VerbraucherInnen vor „schwarzen Schafen“ zu schützen. Dies geben 84% der Befragten an.

Einen Überblick über alle abgefragten Funktionalitäten gibt Abbildung 5-4.

Abbildung 5-4: Gewünschte Funktionalitäten des Reparaturportals



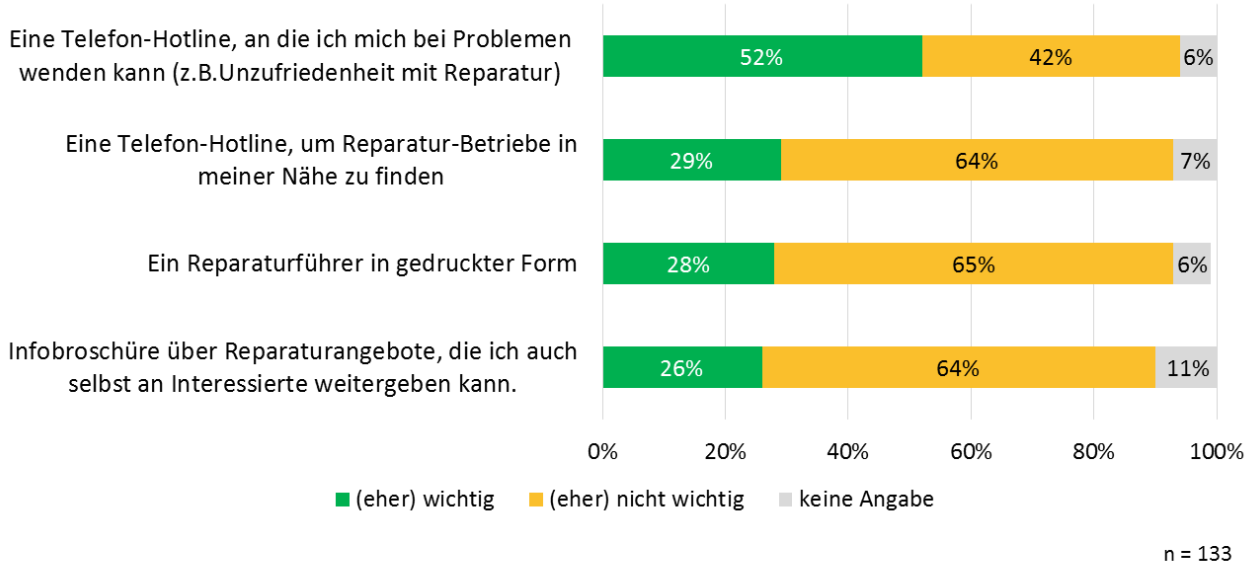
n = 133

„Welche Funktionalitäten wären Ihnen bei einem solchen Reparaturportal im Internet wichtig?“ 4er-Skala von 1 = wichtig bis 4 = nicht wichtig. Zusammenfassung der Skalenpunkte 1 und 2: „(eher) wichtig“ und 3 und 4: „(eher) nicht wichtig“

Fast alle Befragten (97%) können sich vorstellen, ein Reparaturportal im Internet mit den oben beschriebenen Eigenschaften zu nutzen. Dabei äußern alle Altersgruppen gleichermaßen Interesse.

Darüber hinaus wurde nach weiteren nicht internet-gebundenen Angeboten für ein Netzwerk Reparatur gefragt. Das Angebot einer Telefon-Hotline, an die man sich bei Problemen wenden kann (z.B. Unzufriedenheit mit der Reparatur), stößt bei der Hälfte der Befragten auf Interesse, wie die Abbildung 5-5 zeigt. Die übrigen nicht-internet gebundenen Angebote werden nur von einer Minderheit der Befragten als (eher) wichtig eingestuft.

Abbildung 5-5: Weitere nicht internet-gebundene Angebote



„Welche weiteren, nicht internet-gebundenen Angebote wären Ihnen bei einem Reparatur-Netzwerk in Berlin wichtig?“ 4er-Skala von 1 = wichtig bis 4 = nicht wichtig. Zusammenfassung der Skalenpunkte 1 und 2: „(eher) wichtig“ und 3 und 4: „(eher) nicht wichtig“

Knapp die Hälfte (45%) kann sich vorstellen, eine Telefon-Hotline zu nutzen, um Reparaturbetriebe in der Nähe zu finden oder um einen AnsprechpartnerInnen bei Problemen zu haben. Hier zeigt sich ein deutlicher Zusammenhang mit dem Alter: Während sich nur 36% der bis 25-Jährigen eine Nutzung vorstellen können, sind es bei den 56-65-Jährigen 63% und bei den über 65-Jährigen 100%.

Ein Blick auf die bisher in Berlin bestehenden Reparaturführer zeigt, dass nur die wenigsten Befragten diese kennen. So ist die Internet-Plattform remap-berlin.de des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) nur 5% der Befragten bekannt, den Berliner Reparaturatlas des Rundfunks Berlin Brandenburg (RBB) kennen nur 2% und den Reparaturführer Charlottenburg-Wilmersdorf kennt nur 1% der Befragten.

5.4 Zusammenfassung

Wie zu erwarten war, lässt die Gruppe der Reparaturaffinen häufiger Dinge reparieren als die Berliner VerbraucherInnen insgesamt. In den letzten zwei Jahren haben 89% ein Produkt zur Reparatur an einen Reparaturbetrieb gegeben. Wie bei den VerbraucherInnen insgesamt gehören Fahrräder, Schuhe und Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik zu jenen Produkten, die am häufigsten repariert werden. Im Unterschied zur Repräsentativerhebung zählen bei den Reparaturaffinen zusätzlich auch Kleidungsstücke dazu.

Bei der Suche nach einem Reparaturbetrieb nutzen die Reparaturaffinen vor allem Suchmaschinen im Internet (z.B. Google) oder sie holen Empfehlungen von FreundInnen oder Bekannten ein. Viele nehmen auch einfach einen Betrieb, den sie vom Vorbeigehen kennen.

Fast alle Befragten (97%) können sich vorstellen, ein Reparaturportal im Internet zu nutzen. Wichtige Funktionalitäten sind dabei:

- Eine Suchfunktion nach Anbietern in der Nähe,
- Preisangaben zu Reparaturleistungen der einzelnen Betriebe,
- Qualitätskriterien für die teilnehmenden Betriebe,

- Eine Möglichkeit, die Anbieter direkt über das Portal zu kontaktieren.

Eine Telefon-Hotline würde knapp die Hälfte (45%) nutzen, um Reparaturbetriebe in der Nähe zu finden oder um einen Ansprechpartner bei Fragen und Problemen zu haben. Das Interesse ist hier bei den älteren Personen deutlich größer als bei den jüngeren.

6 Schlussfolgerungen für das Reparaturnetzwerk

Ausgangslage

In Berlin gibt es zwar mit dem Reparaturatlas des RBB, dem Portal remap-berlin.de des BUND und dem Reparaturführer Charlottenburg-Wilmersdorf bereits einzelne Reparaturführer bzw. Internetseiten zum Thema, diese sind aber nur wenigen VerbraucherInnen bekannt. Auch von den Betrieben nutzen nur die Wenigsten die Möglichkeit, sich dort zu präsentieren.

Allgemeine Suchmaschinen im Internet, wie z.B. Google, werden dagegen von vielen VerbraucherInnen eingesetzt, wenn sie nach einem geeigneten Reparaturbetrieb suchen. Hier erhält der/ die Suchende zwar in der Regel eine Vielzahl an Treffern. Es ist aber oft schwer, die erzielten Treffer daraufhin zu bewerten, ob tatsächlich die gesuchte Dienstleistung in der gewünschten Qualität angeboten wird und ob man dem Serviceversprechen des Anbieters vertrauen kann. Teilweise existieren die auf Google angezeigten Betriebe gar nicht mehr.

Anforderungen aus Verbrauchersicht

Bei VerbraucherInnen besteht ein großes Interesse an Informationen zum Thema Reparatur. 58% der BerlinerInnen wünschen sich eine Übersicht über Reparaturbetriebe, in der Gruppe der reparaturaffinen Personen sind es sogar 74%. Diesem Bedarf könnte mit einem Reparaturnetzwerk, wie es von der Handwerkskammer Berlin und der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz angedacht ist, begegnet werden.

Bei einem Reparaturnetzwerk wären aus Verbrauchersicht folgende Funktionen wichtig:

- Eine Suchfunktion nach Anbietern in der Nähe
- Preisangaben zu Reparaturleistungen der einzelnen Betriebe
- Qualitätskriterien für die teilnehmenden Betriebe
- Eine Möglichkeit, die Anbieter direkt über das Portal zu kontaktieren.

VerbraucherInnen haben vor allem ein Interesse daran, bei der Suche nach einem Reparaturbetrieb dahingehend unterstützt zu werden, dass Betriebe angezeigt werden, die eine hohe Servicequalität anbieten und diese auch einhalten. Aus Verbrauchersicht sind daher klare Qualitätsstandards für die teilnehmenden Betriebe wichtig.

Anforderungen der Betriebe

Die Befragung bei Reparaturbetrieben in Berlin hat gezeigt, dass auch von Seiten der Betriebe erhebliches Interesse an einem Reparaturnetzwerk besteht. Von 58 befragten Betrieben geben 46 an, dass sie sich an einem Reparaturnetzwerk beteiligen wollen. Allerdings wurde auch deutlich, dass eine Teilnahme für sie nur dann in Frage kommt, wenn dies für das Unternehmen einen klaren Mehrwert verspricht. Unterstützung sollte das Netzwerk zum einen dadurch bieten, dass es den beteiligten Betrieben in Form eines Reparaturportals die Möglichkeit gibt, ihr Angebot im Internet zu präsentieren. Zum anderen wird eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit gewünscht, um das Bewusstsein für Reparatur und Langlebigkeit bei den VerbraucherInnen zu stärken.

Zu beachten ist, dass die Betriebe keine „Bringschuld“ haben sollten, das heißt, ihr Aufwand für eine Beteiligung am Netzwerk muss überschaubar sein und bleiben. Bei einem Großteil der Reparaturbetriebe handelt es sich um Klein- oder Kleinstbetriebe – viele haben nur einen oder zwei Mitarbeiter. Daher würde die Erwartung, dass sie sich mit größeren zeitlichen Ressourcen einbringen, die meisten Betriebe überfordern. Dies bedeutet für die Organisation des Netzwerks, dass genügend Personalkapazitäten vorgesehen werden sollten, um Betriebe aktiv anzusprechen, einzubinden und zu betreuen und die Aufgaben des Netzwerkes zu organisieren und umzusetzen.

Aufgaben des Reparaturnetzwerks

Schaffung eines Berliner Reparaturportals: Es sollte ein Reparaturportal im Internet geschaffen werden, das die Suche nach qualifizierten Reparaturbetrieben erleichtert. Da ältere Zielgruppen häufig auch nicht internet-basierte Informationen wünschen, sollte über entsprechende Kommunikationsformate ebenfalls nachgedacht werden (z.B. Telefon-Hotline).

Kooperationen mit anderen Akteuren im Bereich Reparatur: Die Analyse des Status Quo in Berlin hat gezeigt, dass es bereits verschiedene Initiativen und Akteure gibt, die im Themenfeld aktiv sind, das Thema Reparatur im öffentlichen Bewusstsein stärken und Reparaturbetriebe unterstützen wollen. Zu nennen sind hier vor allem der Runde Tisch Reparatur, der Verein ReUse e.V., der BUND mit seinem Internetportal remap-berlin.de, die Vangerow GmbH mit dem Portal MeinMacher.de und das Projekt „Berlin Repair“ des Vereins Murks? Nein Danke! e.V.. Der Aufbau des geplanten Reparaturnetzwerkes sollte möglichst in Abstimmung sowie in Kooperation mit diesen Initiativen und Akteuren erfolgen.

Positionierung des Netzwerkes als Qualitätsgemeinschaft Reparatur: Als ein großes Hemmnis wird von vielen Betrieben die Konkurrenz durch „Billig-Reparatur-Anbieter“ genannt: Betriebe, die nicht in der Handwerksrolle eingetragen sind, die schlecht qualifiziert sind und Reparaturen mangelhaft ausführen. Diese schlechte Reparaturqualität schädigt das Image von Reparaturen insgesamt und senkt das Vertrauen der VerbraucherInnen. Zudem drücken solche Anbieter die Preise von Reparaturdienstleistungen. Gegenüber diesen „Billig-Reparatur-Anbietern“ sollte sich das Netzwerk abgrenzen. Eine zentrale Aufgabe eines Reparaturnetzwerkes sollte daher die Entwicklung von Qualitätsstandards für Reparaturbetriebe sein (z.B. in Form von definierten Qualitätsstandards, Gütesiegeln oder Zertifikaten). Dabei sollte der Eintrag in die Handwerksrolle in jenen Bereichen, in denen das die Handwerksordnung vorsieht, ein Mindestkriterium sein.

Das Netzwerk sollte sich daher in seiner Außenkommunikation als Qualitätsgemeinschaft Reparatur positionieren.

6.1 Schlussfolgerungen für die Öffentlichkeitsarbeit

Im Rahmen der Machbarkeitsstudie konnten verschiedene Ansätze und Botschaften zur Ansprache der Zielgruppen identifiziert werden. Dabei ist zwischen verschiedenen Zielgruppen zu unterscheiden:

1. Reparaturbetriebe: Hier steht die Gewinnung möglichst vieler Betriebe aus den unterschiedlichen Reparaturbereichen für eine Beteiligung am Reparaturnetzwerk im Vordergrund.
2. VerbraucherInnen: Primäre Ziele sind hier, das Reparaturnetzwerk bekannt zu machen, die Nutzungsvorteile zu kommunizieren und die Nachfrage nach Reparaturdienstleistungen zu steigern.

3. Erweiterter Akteurskreis: In Berlin gibt es bereits viele Akteure, die sich zu den Themen Reparatur und Langlebigkeit engagieren. Hier sollte eine Vernetzung angestrebt werden.

1. Schlussfolgerungen für die Ansprache der Reparaturbetriebe

Gewinnung der Betriebe: Bei der Ansprache der Betriebe sollte bereits möglichst konkret aufgezeigt werden, welche Maßnahmen im Netzwerk geplant sind (Reparaturführer im Internet, Öffentlichkeitsarbeit, Entwicklung gemeinsamer Qualitätsstandards etc.). Die Betriebe sollten ein möglichst konkretes Bild davon erhalten, was in welchem Zeitraum geplant ist, und welchen Mehrwert sie davon haben.

Die überwiegend kleinen Betriebe der Reparaturbranche sind mit ihrem Tagesgeschäft ausgelastet. Es sollte daher klar kommuniziert werden, dass der Zeitaufwand für die Betriebe für eine Beteiligung am Netzwerk niedrig gehalten wird. Um Betriebe zu gewinnen und ihr Interesse zu halten, muss beim Aufbau des Netzwerks mit persönlichen Besuchen eine Vertrauensbasis aufgebaut werden. Die Erfahrungen im Rahmen der Befragungen haben gezeigt, dass die Betriebe am besten durch persönliche Ansprache zu erreichen sind. Für den Aufbau des Netzwerkes sollten daher entsprechend hohe Personalkapazitäten vorgesehen werden. Dies gilt auch für die „Betreuung“ durch das Netzwerk. Erst wenn sich die Betriebe mit dem Netzwerk identifizieren können, bringen sie Erfahrungen und Ideen ein.

Beim Aufbau des Netzwerkes sollte mit jenen Reparaturbereichen begonnen werden, in denen am meisten repariert wird: Informations- und Kommunikationstechnik, Schuhe, Fahrräder, Haushaltsgeräte sowie Kleidung.

Kiezbezogene Aktivitäten entwickeln: Da Reparaturbetriebe vor allem im Kiez verankert sind und hauptsächlich von der Stammkundschaft leben, sollte ein Netzwerk Reparatur auch über kiezbezogene Aktivitäten nachdenken. Denkbar sind z.B. lokale Aktivitäten im Rahmen eines „Tages der Reparatur“ und bei Straßenfesten oder eine Vernetzung mit Repair-Cafés und Schulen vor Ort.

14 der befragten Betriebe haben prinzipiell Interesse signalisiert, an einem ca. 2-stündigen Workshop (Abends) bei der Handwerkskammer teilzunehmen, bei dem das Reparatur-Netzwerk diskutiert werden soll. Vor dem Start des Netzwerkes sollte ein solcher Workshop durchgeführt werden, um die Vorstellungen und Erwartungen der Betriebe sowie deren Mitwirkungsbereitschaft umfassender zu diskutieren, als dies mit der hier durchgeführten standardisierten Befragung möglich war.

2. Schlussfolgerungen für die Ansprache von VerbraucherInnen

Reparatur-Netzwerk bei VerbraucherInnen bekannt machen: Für den Erfolg des Netzwerkes ist es entscheidend, dass es möglichst große Bekanntheit erreicht und von vielen VerbraucherInnen genutzt wird. Eine Schwerpunkt-Aufgabe zu Beginn des Netzwerkes besteht darin, mit Hilfe von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Broschüren, Plakaten, Werbung, Eröffnungs-Event) Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit zu erzeugen.

Vorteile von Reparatur kommunizieren: Wie die Repräsentativerhebung gezeigt hat, findet es die große Mehrheit der Berliner VerbraucherInnen wichtig, Produkte möglichst lange zu nutzen. Gleichzeitig sind aber auch mehr als zwei Drittel der VerbraucherInnen der Meinung, Reparatur lohne sich oft nicht. Das Reparaturnetzwerk könnte hier mit Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit aktiv werden, z.B. indem Hinweise gegeben werden, unter welchen Umständen und bei welchen Fällen sich Reparatur wirtschaftlich lohnt[27]. Darüber hinaus sollten auch die weiteren Vorteile von

[27] Siehe hierzu Stiftung Warentest 2017

Reparatur in den Vordergrund gestellt werden: der Beitrag zur längeren Nutzung von vorhandenen Produkten, die Vermeidung von Abfall und der damit einhergehende Beitrag für einen nachhaltigen Konsum.

Bewusstsein stärken für die Handwerksleistung, die hinter der Reparatur steckt: Aus Sicht der Betriebe besteht ein Problem darin, dass von vielen KundInnen die Handwerksleistungen bei Reparaturen nicht wertgeschätzt werden. Bei vielen VerbraucherInnen fehlt das Bewusstsein dafür, welchen Aufwand und welche Qualifikation gute Reparatur erfordert – von der Aus- und Weiterbildung der Beschäftigten über die Qualität der eingesetzten Maschinen, Ersatzteile und Materialien bis hin zum Zeitaufwand für die Reparatur selbst. Viele KundInnen empfinden daher oftmals die Preise für Reparaturen als zu hoch. Dieses Problem könnte das Reparaturnetzwerk aufgreifen, z.B. indem es mit Image- und Marketingmaßnahmen das Bewusstsein für die Handwerksleistungen stärkt. Dies kann beispielsweise dadurch erfolgen, dass „Geschichten übers Reparieren“ erzählt werden, die die hohe Qualität von Reparaturleistungen zeigen.

3. Vernetzung mit weiteren Akteuren

Re-Use Berlin: Die Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz hat zur Umsetzung des Leitbildes Zero Waste unter dem Titel „Re-Use Berlin“ vielfältige Aktionen zur Wiederverwendung von Gebrauchtwaren initiiert, die auch in 2019 weitergeführt werden. Unter anderem sind kiezbezogene Aktivitäten geplant (Markt-Sammeltage, Kiezsammeltage, Recyclinghofsammlungen), die Errichtung eines Kaufhauses der Zukunft sowie die Schaffung einer gemeinsamen Dachmarke für die Anbieter von Gebrauchtwaren. Eine Vernetzung des Reparaturnetzwerks mit dem Re-Use Projekt ist sinnvoll, da beide Initiativen auf eine möglichst lange Nutzungsdauer von Produkten hinzielen. Beispielsweise wäre es denkbar, in einem Kaufhaus der Zukunft neben Anbietern von gebrauchten Produkten auch Upcycling-Läden, Reparatur-Betriebe und Repair-Cafés eine Plattform zu geben. Wichtig wäre es auch, sich in Bezug auf die Öffentlichkeitsarbeit abzustimmen und die jeweiligen Aufgaben zu definieren.

Schulen: Um das Wissen zu Handwerkstechniken rund ums Reparieren bei VerbraucherInnen wieder zu stärken, könnten konkrete Angebote geschaffen werden, die die Menschen (wieder) an das Reparieren und an das Handwerk heranführen. Denkbar sind beispielsweise Kooperationen des Reparatur-Netzwerkes mit Schulen. Durch Aktivitäten – wie z.B. Betriebsbesichtigungen für Schulklassen, Vermittlung von Praktikumsplätzen, Anbieten von Näh- oder Elektronikkursen für Schüler – können handwerkliche Fähigkeiten wieder stärker vermittelt und frühzeitig Interesse daran geweckt werden. Weiterhin bietet die Verbindung von Reparatur- und Kunstprojekten, wie in der Metallbearbeitung, oder bei alten Produkten wie Radios, Möglichkeiten, das Image von Reparatur zu stärken.

Repair-Cafés, Repair-Initiativen und Nachhaltigkeitsszene: Eine weitere neue Allianz, die durch das Netzwerk gefördert werden sollte, ist eine Verbindung zwischen Reparaturbetrieben und Nachhaltigkeitsszene, wie Upcycling-Projekten, Wiederverkauf, Repair-Cafés und Reparatur-Initiativen. Gemeinsame Aktionen und Angebote mit diesen Akteuren können ebenfalls dazu beitragen, die Wertschätzung von Produkten zu erhöhen und die vielfältigen Möglichkeiten des Reparierens und Instandhaltens zu vermitteln. Durch Kooperationen mit Repair-Cafés könnte auch das von den BerlinerInnen in der Befragung geäußerte Interesse an Tipps und Informationen zum selbst reparieren aufgegriffen werden.

Medien-Partnerschaften: Als sehr erfolgreich haben sich (nach Angabe der befragten Betriebe) die RBB-Abendschauserien „Gleich nebenan“ und „Die Reparierer“[28] erwiesen. Die dort präsentierten Betriebe berichten von einer deutlichen Erhöhung der Nachfrage. Medienpartnerschaften des Reparatur-Netzwerkes mit dem RBB (z.B. Abendschau, Reparaturatlas) oder mit Zeitungen wie dem Tagesspiegel sollten aufgrund der hohen lokalen Reichweite angestrebt werden.

7 Umsetzung

Nach den positiven Ergebnissen der Machbarkeitsstudie zum Bedarf sowohl bei Anbietern als auch bei potentiellen Kunden eines Reparaturnetzwerks sollte, möglichst in Abstimmung mit bestehenden Initiativen in Berlin, die praktische Umsetzung des Netzwerks Qualitäts-Reparatur in Berlin nunmehr erfolgen.

Dies erfordert folgende Arbeitsschritte:

a) Erstellung eines Umsetzungskonzeptes
b) Akquisition von Mitgliedsbetrieben
c) Gründung des Netzwerkes
d) Durchführung der Öffentlichkeitsarbeit

a) Erstellung eines Umsetzungskonzeptes

Als nächster Schritt sollte ein Umsetzungskonzept für das Netzwerk erstellt und eine Projektskizze erarbeitet werden, welche als Antrag beim Berliner Energie- und Klimaschutzprogramm (BEK) zur Finanzierung der Anlaufphase des Netzwerks von ca. zwei Jahren eingereicht werden soll. Teil des Umsetzungskonzeptes ist die konkrete Kostenkalkulation zum Aufbau eines solchen Netzwerkes. Dazu gehört die Abschätzung des personellen Aufwands zur Gewinnung von Mitgliedsbetrieben, der Aufwand zur Vorbereitung der geplanten Öffentlichkeitsarbeit und die Konzeption einer Strategie, mit der die öffentliche Wahrnehmung des Netzwerks, insbesondere in der Kundenzielgruppe erreicht werden kann. Die Konzeption von Kriterien zur Aufnahme von Betrieben in das Qualitätsnetzwerk, aber auch die mittelfristige Sicherung der Qualität der Mitgliedsbetriebe des Netzwerks sind wichtige Elemente eines solchen Konzeptes. Aber auch eine sinnvolle Organisationsstruktur, die das in Berlin bestehende Know-how zum Thema Reparatur für das Netzwerk sichert, sollten im Rahmen des Durchführungskonzeptes erarbeitet werden. Für die geplante Förderung aus dem BEK sollten die vermiedenen CO_2-Emissionen sowie die Ressourceneinsparungen abgeschätzt werden, die sich aus einem funktionierenden Reparaturnetzwerk durch eine Verlängerung der Produktlebensdauer ergeben.

Das Durchführungskonzept könnte im Rahmen einer Drittbeauftragung im Auftrag der Handwerkskammer erarbeitet werden. Der Aufwand hierfür wird mit etwa 60.000 Euro abgeschätzt.

b) Akquisition von Mitgliedsbetrieben

Nach Genehmigung einer Förderung stellt die Gewinnung von Reparaturbetrieben für eine Mitwirkung am Netzwerk einen großen Arbeitsbereich in den ersten beiden Jahren dar. Hierfür wird empfohlen, die Betriebe persönlich anzusprechen. Auch die anschließende Betreuung und Verwaltung der Mitglieder gehört zu diesem Arbeitsbereich des Netzwerkes. Zusätzlich ist ein Workshop mit zehn bis 20 interessierten Betrieben zur Ausgestaltung des Netzwerkes zu Beginn der Gründung vorteilhaft. Der Arbeitsaufwand zur Gewinnung in der Startphase ist erheblich, weil eine Mindestzahl von Mitgliedsbetrieben eine Voraussetzung für einen funktionierenden Start des

[28] Siehe Laubenthal 2011 und Laubenthal 2011/2012

Netzwerks darstellt. Anderseits sollte der Zeitraum zwischen der Gewinnung der ersten Betriebe und dem Start des Netzwerks nicht zu lang sein (maximal ein halbes Jahr). Das macht gerade in der Anlaufphase einen erheblichen personellen Aufwand erforderlich. Die im Rahmen dieser Machbarkeitsstudie angesprochenen Reparaturbetriebe bieten dafür aber eine gute Ausgangsbasis.

c) Gründung des Netzwerkes

Im ersten Jahr erfolgt die Organisationsgründung. Hierzu gehören die Auswahl einer Rechtsform (z.B. Verein) sowie die Planung von allen Arbeitsabläufen. Außerdem sind auch ganzjährige Managementaufgaben zur Organisationsführung wie Berichtswesen und Finanzbuchhaltung u.ä. in diesen Bereich einzurechnen. Einen großen Arbeitsumfang im ersten Jahr nimmt die Erstellung eines Arbeitsplans, die Planung eines Webauftritts des Reparaturnetzwerks sowie v.a. die Ansprache der Betriebe ein. Darunter fallen die Erstellung von Texten, Bildern und Logos. Einen größeren Aufwand- und Kostenpunkt in der Startphase des Netzwerkes stellt außerdem die Entwicklung und Umsetzung eines Webauftritts des Reparaturnetzwerks einschließlich einer dahinterliegenden Datenbank dar.

d) Durchführung der Öffentlichkeitsarbeit

Die Öffentlichkeitsarbeit sollte eine kontinuierliche Pressearbeit umfassen u.a. durch die Bereitstellung eines Newsletters, Zeitungsbeiträge, Beiträge in sozialen Medien und Pressemitteilungen. Eine Zusammenarbeit mit Zeitungen sowie Radio- und Fernsehsendern (insbesondere RBB) sollte angestrebt werden. Zweckmäßig im Gründungsjahr ist außerdem eine Eröffnungsveranstaltung für die Mitgliedsbetriebe und eine große Kampagne zur Bekanntmachung auf der Verbraucherseite. Für diese Aufgaben sollten Sachmittel und Unteraufträge für Druck, Veranstaltungsorganisation, Werbung und die Entwicklung einer Wort-Bild-Marke vorgesehen sein.

Nach der Aufbauphase können die Kosten für die Fortführung des Netzwerks voraussichtlich deutlich gesenkt werden. Der Aufwand zur Pflege des Netzwerks und der Webseite sollten unter denen des Aufbaus liegen. Auch ist nach der Aufbauphase und Nachweis der Funktionsfähigkeit mit Beiträgen der Mitgliedsbetriebe zu rechnen.

Mittelfristig könnte das Netzwerk als etablierte Maßnahme der Zero-Waste-Strategie des Landes Berlin eine attraktive Form für Unternehmen der Stadt darstellen, sich im Bereich Nachhaltigkeit und Kreislaufwirtschaft durch Sponsorenmittel in das Projekt einzubringen.

Der bereits jetzt abschätzbare Aufwand zum Aufbau des Netzwerks Qualitäts-Reparatur ist erheblich. Dafür besteht mit diesem Instrument die Chance, Berlin im Bereich der Nachhaltigkeit mit einem wirtschaftsnahen Instrument zu profilieren, das auch langfristig einen wesentlichen Beitrag zur Förderung der Langlebigkeit von Produkten und zur Stärkung der regionalen Wirtschaftsstruktur leistet, der weit über die Stadt und Region hinaus ausstrahlt.

8 Literatur- und Quellenverzeichnis

Abfallwirtschaftsbetrieb Tübingen (2018): Telefongespräch mit Matthias Schnepf am 25.06.2018

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hrsg.) (2017): Kleine Berlin-Statistik 2017. Potsdam.

Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf (2010): Reparaturführer Charlottenburg-Wilmersdorf, erstellt vom Bezirksamt charlottenburg-Wilmersdorf 2010, online verfügbar unter: https://www.berlin.de/ba-charlottenburg-wilmersdorf/verwaltung/aemter/umwelt-und-naturschutzamt/umweltschutz/reparaturfuehrer/, letzter Zugriff November 2018.

Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf (2018): Telefongespräch mit Michael Richert, Mitarbeiter Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf am 10.07.2018.

Bezirksamt Steglitz-Zehlendorf (2002): Kleine Anfrage II. Wahlperiode, 2002, Betreff: Sinn und Kosten für sog. Reparaturführer, Eingangsdatum 29.05.2002, KA 080/II, Online verfügbar unter: https://www.berlin.de/ba-steglitz-zehlendorf/politik-und-verwaltung/bezirksverordnetenversammlung/archiv/artikel.93464.php, letzter Zugriff Oktober 2018.

BSR (2018): Berliner Stadtreinigung, Telefongespräch Franziska Voß am 17.07.2018

BUND (2018): ReMap – ein Projekt des Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland, Landesverband Berlin e.V., online verfügbar unter: https://www.remap-berlin.de, Letzter Zugriff November 2018.

Laubenthal, Peter (Hrsg.) (2011): Gleich Nebenan 2. Das Buch zur Erfolgsserie der RBB-Abendschau. Berlin/ Kassel.

Laubenthal, Peter (Hrsg.) (2011/ 2012): Gleich Nebenan 3 & Die Reparierer. Die Erfolgsserien der RBB-Abendschau. Berlin/ Kassel.

MeinMacher (2018): MeinMacher – Das Reparaturportal, ein Portal der Vangerow GmbH, online verfügbar unter: https://www.meinmacher.de/, letzter Zugriff August 2018, Gespräch mit Detlef Vangerow am 19.06.2018.

Murks? Nein Danke! (2018): Gespräch mit Stefan Schridde am 05.10.2018.

Reparaturatlas Berlin (2014): 1. Berliner Reparaturatlas – Reparieren statt wegwerfen!, 2. Auflage, Radio Berlin (rbb). 2014, https://www.rbb-online.de/unternehmen/presse/presseinformationen/pressearchiv/2014/radioberlin/20140125_erster_berliner_reparaturatlas.html, liegt als pdf-Dokument vor.

Reparaturführer Schweiz (2018): Reparaturführer – Eine Kooperation von Städten, Gemeinden und Kantonen, online verfügbar unter: https://www.reparaturfuehrer.ch/, letzter Zugriff Dezember 2018.

Reparaturführer Schweiz (2018): Telefongespräch mit Martina Tschan am 13.06.2018, Mitarbeiterin der Stadt Bern.

ReUse-Verein (2018): ReUse-Verein, online verfügbar unter: http://www.reuse-computer.org/, letzter Zugriff September 2018.

Reparatur-Verleih (2018): Portal für Reparatur-, Verleih- und Gebrauchtwarenführer, online verfügbar unter: https://www.reparatur-verleih.de/, letzter Zugriff November 2018.

Reparaturnetzwerk Wien (2018): Reparaturnetzwerk Wien, online verfügbar unter: https://www.reparaturnetzwerk.at/, letzter Zugriff Dezember 2018.

Reparaturnetzwerk Wien (2018): Telefongespräch mit Elmar Schwarzmüller am 20.06.2018, Mitarbeiter bei Die Umweltberatung, online verfügbar unter: https://www.umweltberatung.at/ueber-uns-ziele, letzter Zugriff Dezember 2018.

Runder Tisch Reparatur (2018): Gespräch mit Stefan Ebelt und Detlef Vangerow am 19.06.2018

Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz (2017): Berliner Energie- und Klimaschutzprogramm 2030 (BEK 2030), online verfügbar unter: https://www.berlin.de/senuvk/klimaschutz/bek_berlin/download/BEK-2030-Beschlussfassung.pdf, letzter Zugriff November 2018.

Schridde, Stefan (2018): BERLINREPAIR, Konzeptpapier Version 1.0, veröffentlicht von Stefan Schridde Gründer des Vereins Murks? Nein Danke!, liegt als pdf-Dokument vor.

Stiftung Warentest (Hrsg.) (2017): Reparieren – oder wegwerfen?; In: test 4/2017; S. 58-69

Suchanek, Siegfried (2007): Strukturation von Handwerksnetzwerken, Deutscher Universitäts-Verlag, München 2007.

Zero Waste Projekt Berlin (2018): Zero Waster Berlin, Wuppertal Institut, Projekt Nr. 351555, online verfügbar unter: https://wupperinst.org/p/wi/p/s/pd/757/, und Gespräch mit Anne Müller am 12.06.2018.

9 Anhang 1: Übersicht über die durchgeführten Expertengespräche

Im Rahmen der Machbarkeitsstudie wurden mit folgenden ExpertInnen Interviews geführt:

Reparaturführer Schweiz	Martina Tschan
Reparaturnetzwerk Wien	Elmar Schwarzlmüller
Runder Tisch Reparatur	Stefan Ebelt und Detlef Vangerow
MeinMacher-Portal	Detlef Vangerow
Abfallwirtschaftsbetrieb Tübingen	Matthias Schnepf
Murks? Nein Danke! e.V.	Stefan Schridde
Projekt „Zero Waste Berlin – Abfallvermeidung durch Wiederverwendung“	Anne Müller
Bezirksamt Charlottenburg-Wilmersdorf	Michael Richert
Berliner Stadtreinigung – BSR	Franziska Voß