

# **Machbarkeitsstudie zum Aufbau einer Qualitätsgemeinschaft Reparatur in Berlin**

## **Kurzfassung**

für 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](mailto:info@izt.de)  
Tel.: 030-803088-0

## **1. Aufgabenstellung und methodische Herangehensweise**

Die vorliegende Studie 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, die Chancen und Risiken und gibt darauf aufbauend Empfehlungen zur Realisierung. Im geplanten Reparaturnetzwerk sind vor allem kommerzielle Handwerksbetriebe mit einem Reparaturschwerpunkt, die Mitglied der Handwerkskammer Berlin sind, zusammenzuführen. Darüber hinaus soll das Netzwerk aber auch für weitere Reparaturbetriebe offen sein.

Das Netzwerk fokussiert auf die Reparatur von Gebrauchsgütern. Der Bereich Kraftfahrzeuge und Reparaturen in Haus und Wohnung wurden bewusst ausgeklammert, da hier bereits ein funktionierender Markt vorliegt, der durch ein Netzwerk nur sehr begrenzt verbessert werden könnte.

Methodisch wurden zu Beginn mit Hilfe von Experteninterviews sowie Literatur- und Dokumentenanalysen Konzepte und Hinweise vergleichbarer Initiativen (Reparaturnetzwerke und -portale, Reparatur-Initiativen) untersucht. Anschließend fanden Vor-Ort-Interviews mit 58 Reparaturbetrieben in Berlin statt, um das Interesse an einem Reparaturnetzwerk einschätzen zu können und die Anforderungen an ein Netzwerk zu ermitteln. In den nächsten Arbeitsschritten fokussierte das Projekt die Perspektive der VerbraucherInnen. Hierfür wurde eine Repräsentativerhebung bei der Berliner Bevölkerung durchgeführt. Im Mittelpunkt standen dabei die generellen Einstellungen zum Thema Reparatur sowie die Einschätzung von Informationsbedarfen und Nutzungspotenzialen von Reparaturangeboten. Eine weitere Befragung wurde mit KundInnen von Reparaturbetrieben durchgeführt, um so spezielle Bedarfe der engeren Zielgruppe herauszuarbeiten.

## **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. Gegenwärtig gibt es in Berlin einzelne Reparaturführer mit eingetragenen Reparaturbetrieben sowie Projekte und Webangebote rund um das Thema Abfallvermeidung und nachhaltiger Konsum. Wichtige Akteure im deutschsprachigen Raum sind Vereine und Netzwerke wie der Runde Tisch Reparatur, ReUse Verein, Murks? Nein danke! und das Mein Macher-Netzwerk. In der Schweiz gibt es ein überregionales Reparaturnetzwerk mit Betrieben und in Österreich ein Netzwerk für die Stadt Wien, die für die Studie detaillierter untersucht wurden. Aus den Analysen und Fachgesprächen ließen sich zentrale Erfolgsfaktoren und Herausforderungen für Netzwerke von Reparaturbetrieben ableiten. Zentral für den Erfolg sind ein erkennbarer Mehrwert für Betriebe und VerbraucherInnen, ein ausreichend großes Angebot von Betrieben, kontinuierliche Finanzierung, stetige Öffentlichkeitsarbeit, ansprechendes Webdesign und Qualitätssicherung. Zu den größten Herausforderungen gehören Aktualität und Lebendigkeit der Netzwerke, die Bereitstellung personeller Ressourcen, Vertrauensbildungen zwischen Netzwerk-Betreibern und Betrieben und die Entwicklung übergeordneter Qualitätsstandards.

### 3. Befragung von Reparaturbetrieben

Ziel der Befragung 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.

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.

Mit den befragten Betrieben konnten alle relevanten Reparaturbereiche abgedeckt werden. Dies sind:

- Informations- und Kommunikationstechnik
- Unterhaltungselektronik
- Haushaltsgeräte
- Schuhe und Lederwaren
- Kleidung und Textilien
- Möbel, Einrichtungsgegenstände, Lampen
- Fahrräder
- Uhren und Schmuck
- Musikinstrumente
- Fotoapparate
- Freizeit und Hobby

Die Erhebung hat gezeigt, dass die Reparaturlandschaft in Berlin divers ist und teilweise große Unterschiede zwischen den Reparaturbereichen bestehen. Die Rahmenbedingungen und die Herausforderungen unterscheiden sich z.T. je nach Branche. Dennoch lassen sich auch übergreifende Schwierigkeiten für die Reparaturbetriebe feststellen. Für die Mehrheit der Betriebe stellt die Kundennachfrage aktuell kein Problem dar. Allerdings berichten viele Anbieter, dass die KundInnen ihre handwerklichen Reparaturleistungen oft nicht wertschätzen und die Preise als zu hoch empfinden. Zudem haben viele Betriebe – vor allem in Konkurrenz zu billigen Neuprodukten – Schwierigkeiten marktfähig zu bleiben. Des Weiteren gibt es in einigen Bereichen Probleme aufgrund von „Billig-Reparaturanbietern“. Solche Anbieter sind in der Regel nicht in der Handwerksrolle eingetragen und schlecht qualifiziert, wodurch sie Reparaturen häufig mangelhaft ausführen. Die schlechte Arbeitsqualität bis hin zum Betrug schädigt das Image der Reparaturbranche insgesamt und senkt das Vertrauen der VerbraucherInnen. Daher äußern die befragten Betriebe ein großes Interesse an der Entwicklung von Qualitätskriterien für Reparatur. Weiterhin wünschen sie sich vom Netzwerk eine gute Präsentation ihres Betriebs und ihrer Dienstleistungsangebote im Internet sowie die Förderung eines konstruktiven Austauschs untereinander. Insgesamt zeichnet sich ein großes Interesse an einem Reparaturnetzwerk ab. Von den 58 befragten Betrieben würden sich 46 (79%) beteiligen.

## 4. Ergebnisse der Repräsentativbefragung von VerbraucherInnen in Berlin

Zielsetzung dieses 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:

- Wie sind VerbraucherInnen gegenüber Reparatur und Langlebigkeit von Produkten eingestellt?
- Für welche Reparaturleistungen besteht die größte potentielle Kundennachfrage?
- Welche Zahlungsbereitschaft existiert für Reparaturleistungen?
- Welche Funktionalitäten wären KundInnen bei einem Reparaturportal besonders wichtig?
- Wie und worüber möchten KundInnen informiert werden?

Um diese Fragen beantworten zu können, wurde eine Repräsentativerhebung der Berliner Bevölkerung ab 18 Jahren durchgeführt. Hierzu wurde ein standardisierter Online-Fragebogen an ein repräsentativ zusammengesetztes Access-Panel geschickt. Die Erhebung fand im Juli und August 2018 statt. Die Zahl der in die Auswertung einbezogenen Fragebögen beträgt 997.

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 finanziell nicht.

Sechs von zehn Befragten geben 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 erwartungsgemäß 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. Vier von zehn Befragten würden bis zu 30% des Neupreises und mehr für die Reparatur ausgeben. Bei Smartphones liegt die Zahlungsbereitschaft in einem ähnlichen Bereich. 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.

Nur bei sechs von zehn Produkten wird ein Reparaturversuch unternommen, wenn sie kaputt gehen. Etwas mehr als ein Drittel der defekten Produkte wird zur Reparatur an einen Betrieb gegeben, bei 27% versuchen die Befragten selbst, es zu reparieren.

Es besteht großes Interesse an Informationen zum Thema Reparatur, und zwar in allen Altersgruppen. Eine Übersicht über Reparaturanbieter in Berlin wünschen sich sechs von zehn Befragten.

Folgende Funktionalitäten sind den 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. Während Alter, Geschlecht und Ausbildungsniveau nur bei wenigen Fragen signifikante Unterschiede zeigen, sollte insbesondere in den verschiedenen Reparatursektoren 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 dieser 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<sup>1</sup>.

Wie zu erwarten war, lässt die Gruppe der Reparaturaaffinen häufiger Dinge reparieren als die Berliner VerbraucherInnen insgesamt. In den letzten zwei Jahren haben neun von zehn Personen 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 Reparaturaaffinen zusätzlich auch Kleidungsstücke dazu.

Bei der Suche nach einem Reparaturbetrieb nutzen die Reparaturaaffinen 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. Ihnen sind bei einem Reparaturportal die gleichen Funktionen wichtig, wie der Gesamtbevölkerung. Zusätzlich geben sie an, dass für sie die Schaffung von Qualitätskriterien für die teilnehmenden Betriebe einen wichtigen Aspekt darstellt, um VerbraucherInnen vor „schwarzen Schafen“ zu schützen. Eine Telefon-Hotline würde knapp die Hälfte 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.

---

<sup>1</sup> 1% der Befragten machte keine Angabe zum Alter

## 6. Schlussfolgerungen für das Netzwerk

Bei VerbraucherInnen besteht ein großes Interesse an Informationen zum Thema Reparatur.

Die Befragung bei Reparaturbetrieben in Berlin hat gezeigt, dass auch von Seiten der Betriebe erhebliches Interesse an einem Reparaturnetzwerk besteht. 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 von den Betrieben 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.

Zentrale Aufgaben des Netzwerkes:

Zentrale Funktion des Netzwerkes sollte die Schaffung eines Internetportals sein, das VerbraucherInnen die Suche nach qualifizierten Reparaturanbietern erleichtert. Da ältere Zielgruppen häufig auch nicht internet-basierte Informationen wünschen, könnten weitere Kommunikationsformate, wie z.B. eine Telefon-Hotline das Angebot ergänzen.

Die Analyse des Status Quo in Berlin hat gezeigt, dass es bereits verschiedene Initiativen und Akteure gibt, die im Themenfeld aktiv sind. Dazu gehören der Runde Tisch Reparatur, das Projekt Re-Use Berlin der Senatsverwaltung für Umwelt, Verkehr und Klimaschutz, 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!“. Der Aufbau des geplanten Reparaturnetzwerkes sollte möglichst in Kooperation mit diesen Akteuren erfolgen.

Eine zentrale Aufgabe des Reparaturnetzwerkes sollte die Entwicklung von Qualitätsstandards zur Aufnahme und zum Ausschluss von Reparaturbetrieben sein (z.B. in Form von definierten Standards, Gütesiegeln oder Zertifikaten). Dabei ist die Eintragung in die Handwerksrolle in jenen Bereichen, in denen das die Handwerksordnung vorsieht, ein wesentliches Kriterium. Mit dem konzipierten Netzwerk besteht 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 und damit nachhaltig zum Erreichen der Klima- und Ressourcenschutzziele des Landes beiträgt.