



Trendreport 2017



manufakturLab©
Trendreport 2017

\ Inhalt

\ manufakturLab Vorwort	04
\ HandWerksForum: LOKAL / GLOBAL „Handwerk im Spannungsfeld von Digitalisierung und Tradition“	07
\ Programm	11
\ Keynote Marta Kwiatkowski Schenk	12
\ Impulsreferate	17
\ KeyTrends im Handwerk	22
\ Resümee und Vorschau	24
\ Gewinner von manufakturLab innovativ	26

Vorwort

Am 15. November 2016 fand zum zweiten Mal das manufakturLab HandwerksForum in den Wiener Sofiensälen statt. manufakturLab ist ein Ort, der verbinden, Ideen und Erfahrungen austauschen und Möglichkeiten aufzeigen will. So wird eine digitale Drehscheibe geschaffen, die inspiriert und vernetzt.

Unsere Gegenwart wird zunehmend durch Quantensprünge in der Technologie vorangetrieben. Die Technologie verändert unsere Gesellschaft, unseren Alltag, unsere Art zu kommunizieren wie auch unsere Arbeitswelt nachhaltig. Der Veränderungsprozess selbst ist schleichend und vieles ist bereits Selbstverständlichkeit - Smartphone, WLAN, online shopping ... Zur Veranschaulichung, die aktuelle Dichte an Smartphones in Österreich betrug 2016, 61%, in der Schweiz 78%, vor zwei Jahren (2014) betrug die Zahl an Smartphone Usern in Österreich noch 46%. Diese rasante Entwicklung der Digitalisierung bringt aber auch die Defizite des Technologietrends zum Vorschein. Das Traditionelle, das Erlernte scheint plötzlich keine Bedeutung mehr zu haben und wird verdrängt. Aus dieser Verunsicherung heraus entsteht die Sehnsucht nach dem Echten, nach dem Authentischen und diese kann bereits jetzt als Gegenbewegung zur Digitalisierung ausgemacht werden. Durch den bevorstehenden Generationenwechsel verstärkt sich im Handwerk dieses Gefühl noch. Die Generation der sogenannten Digital Natives ist ganz selbstverständlich mit diesen Informationstechnologien aufgewachsen, im Gegensatz zu ihren Eltern. Hier treffen zwei vollkommen unterschiedliche Denkweisen und Erfahrungen aufeinander.

Die Herausforderung besteht also darin, zu erkennen, wie traditionelle Betriebe durch die Digitalisierung gewinnen können und wie jungen Menschen Platz geboten werden kann, um Ihre Erfahrungen zu sammeln und ihre mitgebrachten Kompetenzen erfolgreich mit dem traditionellen Wissen und dessen Werten verbinden können, damit sie so das zukünftige Handwerk mit ihren neuen Fähigkeiten erfolgreich mitgestalten und leben zu können. Erfahrungen, Perspektiven und Meinungen sind der Schlüssel zu einer gemeinsamen Vision für das Handwerk im 21. Jahrtausend.

An dieser Stelle möchten wir uns ganz herzlich bei allen ExpertInnen und TeilnehmerInnen bedanken, Digitalisierung ein wenig greifbarer gemacht zu haben.

Wir wünschen Ihnen viel Informationswert!



Sieglinde Eugenie Kathrein
Founder von manufakturLab



Um es mit der deutschen Philosophin Anna Ahrendt zu formulieren, „die Frage des Warum, muss Teil der Arbeit sein“. Und durch den Kauf solcherart hergestellter Produkte identifizieren sich die Kundinnen und Kunden mit nachhaltig produzierter Ware, die nicht nur von längerer Lebensdauer ist, sondern auch ästhetischen Ansprüchen entspricht.“*

Herzlichen Dank an: www.manufakturlab.at



*Als Produkte der Arbeit bezeichnet Hannah Ahrendt Konsumgüter, die „verbraucht“ werden, während Produkte des Herstellens oder des Werkens „gebraucht“ werden und bezieht sich dabei auf die Produktion.



Am 25.11.2016 fand das zweite mL HandwerksForum 2016 im Rahmen der ersten WIENER Handwerksmesse in den Sofiensälen statt. Den Abschluss bildete die Preisverleihung zum im Vorfeld ausgerufenen manufakturLab innovativ Wettbewerb. Die Förderung und Anerkennung von Manufakturen und innovativen Handwerksbetrieben trägt zur Bewusstseinsbildung bei KonsumentInnen wie auch ProduzentInnen bei und hat für manufakturLab daher höchste Priorität. Aus diesen Überlegungen heraus veranstaltete manufakturLab in diesem Jahr erstmalig zusammen mit Partnern aus der Wirtschaft und Politik einen Wettbewerb. Als Preisstifter konnten wir das Magazin WIENER und Handmade in Austria / Germany gewinnen.

Der Wettbewerb kam in ganz Österreich gut an.. Unter den eingereichten Objekten wurden 20 Projekte, gemäss den Kriterien für die Jurysitzung, zugelassen. Die Jury setzte sich wie folgt zusammen: Renate Breuss / ehem. Geschäftsführerin des Werkraum Bregenzerwald, Barbara Irma Denk / KMU-Beratung, Hans Leo Höger / Univ. Bozen - Theorie Geschichte der Gestaltung sowie Kommunikation und Andreas Henkel / WKO. Von 11. bis 18. November wurden die eingereichten Objekte in der Ankerfabrik ausgestellt. Im Rahmen dieser Ausstellung wurde am 16. November zum Gallery Walk geladen, der großen Anklang fand.

Handwerk\Manufaktur - Lokal\Global

Information, Erfahrungsaustausch sowie Interaktion standen im Mittelpunkt des diesjährigen Handwerkforums. Wir konnten Dr. Harald Mahrer, Staatssekretär im BMFW von unserer Arbeit begeistern. Dieser hat uns via Videobotschaft (die aufgrund einer kurzfristigen Terminkollision erforderlich war) seine Grußworte zukommen lassen. Prof. Dr. Reinhard Kainz, GF der Bundessparte Gewerbe und Handwerk, WKÖ konnten wir auch dieses Jahr wieder am Forum begrüßen. In seiner Rede unterstrich er einmal mehr die Wichtigkeit der Digitalisierung für das Handwerk.

Spannende Impulsvorträge der geladenen ExpertInnen trugen am Vormittag zur Einstimmung auf das Thema bei.

Im zweiten Teil des Forums wurde gemeinsam mit den sehr engagierten TeilnehmerInnen in thematisch besetzten Inspiration Corners diskutiert, sowie Ideen und Erfahrungen ausgetauscht. Mit viel Know-How und Mut diskutierten die „AkteurInnen“ über Hemmschwellen, individuelle Erwartungen sowie über zukunftsweisende Entwicklungen und Strategien im Handwerksbereich.

Am Ende dieses sehr intensiven Tages fand die mit Spannung erwartete Preisverleihung statt. Durch den Tag führte uns wie auch schon im Vorjahr, Michael Kerbler.

Herzlichen Dank
für die Brotspende!

Gragger & Cie
Holzofenbäckerei

\ Videobotschaft Staatssekretär Dr. Harald Mahrer



„Design, Kreativität und damit auch das traditionelle Handwerk, sind grundlegende Faktoren der österreichischen Wirtschaft. Wir haben im Rahmen der Energiewirtschaftsstrategie im letzten Jahr festgestellt, dass traditionelles Handwerk und innovative Herangehensweisen auch in Verbindung mit der Digitalisierung keine Gegensätze sind, sondern ganz im Gegenteil, sehr gut zusammengehen, sich wechselseitig befruchten und große Potentiale eröffnet. Das bilden von Plattformen kann einen wichtigen Beitrag leisten. Wir haben eine ganze Reihe von Barrieren und Treiber identifiziert und Maßnahmen entwickelt, die auch im Bereich der sozialen Innovation Wirkung erzielen. Ich weiß, sie werden über all diese Themen heute sprechen, dafür bin dankbar und sie können darauf vertrauen, dass wir die von Ihnen identifizierten Maßnahmen von Seiten der Bundesregierung, ganz besonders von unserem für Wirtschaft verantwortlichen Ressort, aktiv unterstützen und weiterentwickeln werden und so bessere Rahmenbedingungen für Ihre Arbeit schaffen. Wie gesagt, traditionelles Handwerk und innovatives Unternehmertum schließen sich überhaupt nicht aus, gar nicht vor dem Hintergrund der Digitalisierung, ganz im Gegenteil es gibt große Potentiale, die müssen wir gemeinsam heben. Alles Gute.“

\ Begrüßung Prof. Dr. Reinhard Kainz:

„Herzlichen Dank an Frau Kathrein und ihr Team für die Initiative, den Leistungen des Handwerks eine öffentliche Plattform zur Präsentation zu bieten. Es ist ja paradox, auf der einen Seite ist Gewerbe und Handwerk aus unserem alltäglichen Leben nicht wegzudenken, aber auf der anderen Seite werden die Leistungen in der Gesellschaft und in der Politik nicht entsprechend gewürdigt. Dabei sprechen die wirtschaftlichen Kennzahlen eine ganz andere Sprache. Gewerbe und Handwerk sind die Nummer 1 als Wirtschaftsmotor in den Regionen. Sie sind die Nummer 1 bei der Beschäftigung. Mehr als 27.000 ArbeitnehmerInnen werden in den Gewerbe und Handwerksbetrieben in Österreich beschäftigt. Mit rund 50.000 Lehrlingen sind Gewerbe und Handwerk mit Abstand die Nummer 1 bei der Ausbildung von Lehrlingen. Überdies wird jedes 2. Startup Unternehmen im Gewerbe und Handwerkssektor gemeldet und ist somit auch dort die Nummer 1 der Gründer. Trotz dieser Zahlen hat Gewerbe und Handwerk nicht diesen Stellenwert in Politik und Gesellschaft der ihm gebühren würde.“

Vielleicht ist Gewerbe und Handwerk all zu selbstverständlich in unserem persönlichen Alltag. Daher ist eine Veranstaltung wie diese so wichtig um Handwerk und die Werte die es ausmachen begreifbar und sichtbar zu machen. Handwerk ist mehr als ein bloßer Broterwerb. Handwerk ist untrennbar mit der Unternehmerpersönlichkeit verbunden. Handwerk zu zeigen heißt somit auch die Personen transparent zu machen. Nur so kann man verstehen, dass es ein Wesensmerkmal ist, sein Wissen weiter zu geben an andere Personen in Form der Lehre. Das diesjährige Handwerksforum ist dem brandaktuellen Thema der Digitalisierung gewidmet. Digitalisierung verändert das Handwerk bereits heute. In jeder Handwerksbranche zeigt sich die Digitalisierung in einer andern Form. Für alle denen das Handwerk am Herzen liegt ist es daher eine ganz wichtige strategische Aufgabe sich mit den Möglichkeiten und Chancen der Digitalisierung im Handwerk auseinanderzusetzen.

Die Veränderung hat bereits begonnen und ist unaufhaltsam, aber gestaltbar. Die Geschäftsmodelle werden sich oft drastisch verändern. Sowie die Planung und Durchführung aber auch der Vertrieb. Lokal wird Global. Nicht nur das Produkt selbst, sondern auch die Persönlichkeit die dahinter steht, wird noch stärker als bisher zum kaufentscheidenden Argument. Darin liegt eine Stärke und eine Schwäche des Handwerks, zugleich. Eine Stärke, weil die Persönlichkeiten hinter den Produkten im Handwerk nicht gesucht werden müssen. Sie sind präsent und prägen jeden Tag die handwerkliche Produktion. Auch der im Marketing so

wichtige Markenkern muss nicht neu erfunden werden. Es sind die Werte die Handwerk ausmachen. Die Liebe zum Produkt, die besonderen Fertigkeiten, das Wissen um Qualität, der Wille zur Weitergabe des Wissens an andere aber auch das soziale Verantwortungsbewusstsein und der Wille zur Selbständigkeit. Das sind die Stärken. Die Schwächen im Zusammenhang mit Handwerk sind, dass der typische Handwerker generell lieber produziert als verkauft. Da müssen sich die Handwerker stärker öffnen und Einblick hinter die Kulissen geben. Die Chancen des Handwerks in einer digitalen Welt sind aus meiner Sicht sehr groß, denn Handwerk ist nicht bloß Inszenierung, sondern authentisches Leben von Werten. Handwerk richtig verstanden ist daher kein kurzfristiger Marketing Gag, sondern ein Stück Leben, an dem mit Hilfe von Digitalisierung, alle Anteil nehmen können. Sehr geehrte Damen und Herren, es würde mich freuen, wenn Sie heute nach dieser Veranstaltung ein neues Bild von Gewerbe und Handwerk haben und all jene die Handwerk immer nur in die Traditionsecke stellen mit Überzeugung sagen können, „Handwerk, das ist modern, das ist flexibel und innovativ.“

\ **Das Kernthema des manufakturLab HandwerksForum 2016:**

Handwerk im Spannungsfeld von Tradition und Digitalisierung

Wir leben zunehmend in einer stärker vernetzten, globalen Gesellschaft. Welche Schlussfolgerung lassen diese Entwicklungen für regionales Handwerk, für die neue Maker-Szene zu? Welche Chancen bieten sich?

Dazu haben wir ExpertInnen aus der Schweiz, aus Südtirol und aus Österreich eingeladen mit uns zu diskutieren.

Marta Kwiatkowski Schenk

Senior Researcher und Deputy Head Think Tank am GDI/Zürich

Arnold Ackerer

Wirtschaftsdelegierter im Gespräch mit Natsuki Shigeta , via Skype

Kathrin Pichler

Open Innovation Südtirol \ Crowdfunding für Handwerk, Südtirol

Klaus Mühlbauer

Mühlbauer Hutmanufaktur \ Traditionsbetrieb und internationales Label, Wien

Karl-Hans Polzhofer

Kapo – Neue Wiener Werkstatt \ regionales Handwerk und internationale Kooperationen, Stmk

Barbara Klein

Plattform Kulinarisches Erbe \ Wissensbewahrung im Zeitalter der Digitalisierung

01_ Keynote Marta Kwiatkowski Schenk Senior Researcher und Deputy Head Think Tank am GDI/Zürich



Marta Kwiatkowski Schenk widmete sich in ihrer Keynote dem Thema Digital Lifestyle, und versuchte damit das Thema der Sehnsucht nach dem Echten, dem Authentischen zu beleuchten. Innerhalb von 10 Jahren hat sich unser Umfeld durch die steigende Technologisierung und der einhergehenden Digitalisierung stark verändert. Wir sind immer mehr online, eigentlich 24/7. Laut neuesten Studien greifen wir bis zu 200 Mal täglich zu unseren Smartphones, sehr unbewusst natürlich, permanent. Nicht selten ist es das Erste das wir morgens

berühren, wenn wir den Wecker abstellen und nicht selten auch noch das Letzte. Digitalisierung verändert unser Verhalten und unsere Bedürfnisse in sehr ausgeprägten Maßen, was nicht nur mit dem Smartphone zu tun hat, sondern im Allgemeinen mit der Verfügbarkeit von Dingen, von Möglichkeiten, von Dienstleistungen. Eine neue Generation von Digital Natives, also die, die nach 2000 geboren wurden, kennen keine Zeit vor dem Internet, sie sind ganz natürlich mit dem Thema aufgewachsen. Für sie ist es völlig normal, dass ein 24/7 Käuferlebnis zur Verfügung steht. Die Digitalisierung führt also auch zu einer Art von Endterminisierung unseres Konsumverhaltens. Ein Konzept aus Südkorea, ein Billboard, das benutzt wird um Produkte darzustellen.

Anywhere, anytime Gesellschaft. Es ist also völlig convenient, Leerzeiten, Wartezeiten, langweilige Zeiten damit zu nützen einzukaufen oder Dienstleistungen zu beziehen, die üblicherweise anders stattgefunden hätten. Dies bedeutet aber auch, dass das Interesse zu warten nicht mehr vorhanden ist und auch nicht mehr notwendig sein wird. Auf diese Tatsachen haben große Firmen bereits reagiert. So hat Starbucks beispielsweise eine App kreiert, auf der man seine Kreditkarte, seinen Lieblingskaffee hinterlegen kann und dadurch bereits am Weg zu Starbucks den Kaffee bestellen kann und nur mehr abholen muss. Die Wartezeit wird damit quasi komplett wegradiert.

Damit einher geht auch das Thema der Individualisierung. Wir leben dadurch in einer immer stärker individualisierten Gesellschaft. Wenn wir uns die Maslowsche Bedürfnispyramide vor Augen führen, sind wir ganz oben angelangt, wir sind in der sogenannten Selbstverwirklichungsgesellschaft angekommen.

Mangel kennen wir nicht mehr, Luxus ist leistbar, vielleicht sparen wir an anderen Orten, aber grundsätzlich ist sehr vieles verfügbar und der nächste logische Schritt ist die Individualisierung. Auch hier wird der Gap zwischen den Generationen sichtbar: die Digital Natives sind in einer Zeit groß geworden, in der es die



Möglichkeit gibt, mehr oder weniger jedes Produkt und jedes Bedürfnis für sich individuell anzupassen. Hier steht die Kommunikation an erster Stelle. Im Marketing ist es bereits State of the Art, kundenorientiert zu kommunizieren, der Wunsch nach Individualisierung breitet sich aber längst in alle Bereiche und Ebenen aus.

Mit der genannten Mass customization sind auch hier bereits globale Player auf den Individualisierungs-Zug aufgesprungen. Zum Beispiel gibt es die Möglichkeit sich online Turnschuhe globaler Brands zu bestellen und diese seinen Vorstellungen entsprechend zu gestalten. Man bekommt somit einen individualisierten Turnschuh einer bekannten Marke.

Ist diese Form von scheinbarer Individualisierung eines beliebigen Massenproduktes die neue Realität? Man kann einen individuellen Turnschuh haben, die Marke wird jedoch erkannt. Personalisierung kennen wir inzwischen aus allen möglichen Bereichen, von der Reiseplanung bis hin zum individualisierten Song (App Journey, Bill Baird Songplattform,...).

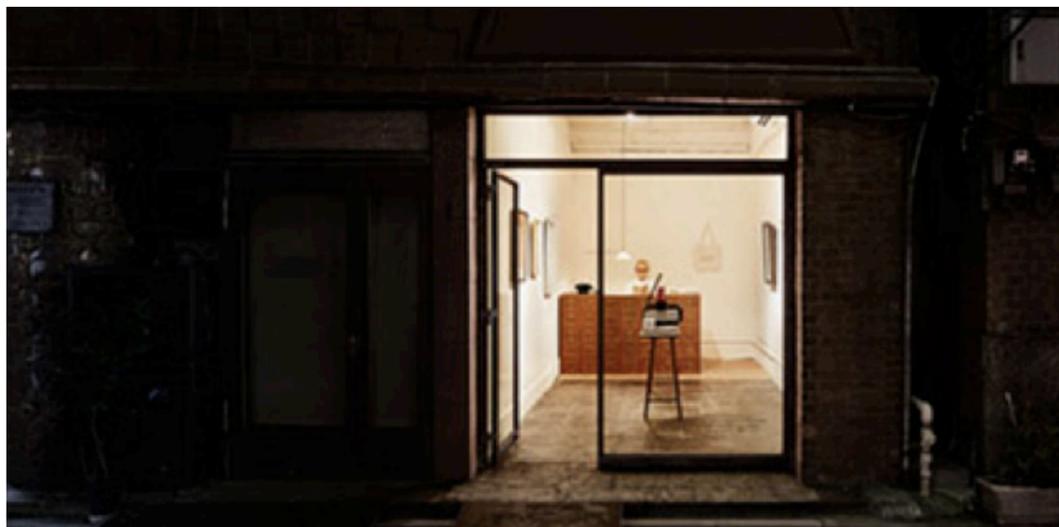
Hier stellt sich die Frage: Wie wirkt sich die Individualisierung auf den Handel, auf das Einkaufsverhalten und damit auch auf das Handwerk aus?

Die Individualisierung von Produkten wird weiterhin an Bedeutung gewinnen. Es gibt bereits Beispiele wie das Einkaufserlebnis in die digitale Welt übertragen werden kann. Ein von Ebay und Major (australische Handelskette) entwickeltes Einkaufskonzept ermöglicht ein sehr individuelles Einkaufserlebnis vom Wohnzimmer aus. Das orientieren an vorgegebenen Ladenkonzepten entfällt, der Online Store ist nach den eigenen Interessen, nach persönlicher Produktsuche und den möglichen passenden Produkten, die aufgrund der Eingaben interessieren könnten, aufgebaut und ermöglicht damit ein eintauchen in diese Welt.

Darüber hinaus, gehen immer mehr Anbieter dazu über, nicht das fertige Produkt,

sondern dessen Blueprint zu verkaufen. Kunden kaufen nun diese Blueprints und können sie nach ihren Vorstellungen anpassen und überall auf der Welt mittels 3D-Druck produzieren lassen. Hier ist ungemein vieles in Bewegung und das wird das Thema Handwerk natürlich auch verändern.

Je mehr Individualisierung wir erfahren, desto mehr Überforderung spüren wir gleichzeitig und sehnen uns nach der Einfachheit. Eine unendliche Auswahl an Produkten, an Dingen und Informationen stehen zur Verfügung. Durch diese Vielfalt und Komplexität steigt die Sehnsucht nach der Einfachheit. Die Fülle an Auswahl provoziert sozusagen gerade diesen Gegenteilstrend, der sich in der Sehnsucht nach Authentizität äußert. Reduziertheit als Luxus; ein Beispiel aus Japan macht dieses Bedürfnis deutlich. Genau ein Buch wird pro Woche angeboten, diese Reduktion steigert das Interesse immens. Es ist der ins extrem getriebene Wunsch, die Sehnsucht nach Einfachheit. Oder rezeptiv auch die Sehnsucht nach dem Natürlichen, nach dem Haptischen, nach dem Material, dem Wunsch etwas anzufassen. Je digitaler die Dinge werden desto mehr sehnt sich der Mensch danach, Dinge anzugreifen. Statussymbole verlieren durch Dematerialisierung und die neue Sharing Economy ihren Wert. In einer Gesellschaft in der alles möglich ist, in der die Selbstinszenierungsmöglichkeiten, diese Selbstverwirklichungsphase gelebt wird, hat sich unser Verständnis von Luxus komplett verändert. Wir durchleben in unserer westlichen Gesellschaft eine Senioritätsphase. Damit sinkt die Bedeutung von klassischen Luxusgütern und somit verlieren sie ihren Wert als Statussymbol. Das ist natürlich für das Handwerk eine sehr interessante Entwicklung. Auf diese Weise erkennt man auch, dass Besitz an Bedeutung abnimmt und eine neue Form von Status der Zugang ist. Die Digitalisierung macht es möglich, dass wir Dinge nicht mehr besitzen müssen, sondern überall den Zugang dazu haben, als Dienstleistung, als Verfügbarkeit. Musik, Bücher, Zeitungen, Wecker, was auch immer heute ist, ist super einfach auf dem Smartphone verfügbar. Der Wunsch nach dem quasi freien Zugang zu allem, den Service zu bekommen, wird immer größer, aber eben bitte nach den eigenen Werten, dies wird durch die



Digitalisierung möglich. Die Geschichte hinter dem Produkt wird viel wichtiger als das Produkt selbst. Was heißt das nun für Verkaufskonzepte?

Die Konzepte werden immer hybrider, vernetzter und mit immer mehr Wechselnutzung. Diese Konvergenzmodelle finden wir immer mehr, denn der Übergang ist fließend. Ein Café, ein Laden sieht heute genauso aus wie ein Wohnzimmer, wie eine Boutique, es ist keine architektonische Grenze mehr wahrzunehmen. Vom Sofa, Buch bis zu den eigentlich primären Kleidern ist alles zu kaufen. In dem Sinne, dass das Produkt nicht mehr der Fokus des eigentlichen Luxus ist, damit die Statussymbolik wegfällt, nimmt die Story rund um das Produkt eine zentrale Rolle ein. Die Story um das Produkt wird nun zum eigentlichen Branding. Die Geschichte die damit erzählt werden kann, das Können, das Wissen um die Machart, die Qualität von Produkten, nimmt massiv an Bedeutung zu. Auch hier punktet das Handwerk, das Handwerk liefert die Geschichte quasi zum Produkt mit und ermöglicht damit eine Abhebung von der Masse. Daraus entwickelt sich die sogenannte Supply Chain Transparency

Die Digitalisierung ermöglicht Transparenz. Es kann exakt nachverfolgt werden, woher die Produkte kommen, woher die Einzelteile stammen. Dies führt dazu, dass sich der Konsument der Information und damit verbunden Verantwortung immer weniger verschließen kann. Dies gilt auch für globale Player. Der Kunde kann online den Prozess von der Produktion bis zu einzelnen Personen die z.B. das T-Shirt mitgefertigt haben, nachvollziehen. Was beim Handwerk lange Zeit üblich, wird nun zu einem Wettbewerbsvorteil. Die Werkstatt rückt wieder in den Fokus und die damit verbundenen Produktionsprozesse werden sichtbar. Der Kunde bekommt damit mehr als nur einen Schuh, ein Schmuckstück oder einen Tisch. Das führt mittlerweile soweit, dass nicht nur mehr der Produktionsprozess transparent ist, sondern dass die Produktionsstätte selbst Teil des Prozesses wird. Eine Woche Strandurlaub ist nicht mehr en vogue, es braucht Geschichten, das einzigartige Erlebnis, neue Erfahrungen die aus dem Urlaub mitgebracht werden um sich so sozial abzuheben. Farmcation, ein Onlineanbieter der Urlaube bei Produzenten und damit die Nähe am Produkt anbietet, ist so ein Beispiel.

Handwerk kann sich hier die Digitalisierung zu Nutze machen, indem sich der Handwerker, der Produzent zusätzlich online darstellt um so direkt den Weg zu seinen Kunden zu finden. Das bedeutet auch das Ende des Zwischenhandels wie wir ihn heute kennen und damit eine neue Form von Vertriebsstrategien notwendig macht.

Der Kunde muss zukünftig noch viel stärker auf den verschiedenen Stufen seines Kaufprozesses begleitet und verstanden werden.

Der erste Schritt ist das Interesse zu wecken, sich über ein Produkt zu informieren und mit der Geschichte des Produktes vertraut zu machen. Es gilt darüber nachzudenken, wie der Kunde in Kontakt tritt und welche Informationen er wann, auf welchem Kanal (Social Media,...), erhält. Das definiert entscheidend die Form der physischen Präsenz.

In Zukunft werden sich im Rahmen der Digitalisierung und fortschreitenden Technologisierung im Bereich Digital Lifestyle und somit Handwerk und Manufaktur noch viele Möglichkeiten auftun.

Zusammenfassend kann man sagen, dass drei wesentliche Treiber, mit und durch die Digitalisierung, folgende Bereiche verändern:

_ Neuer Luxus: „Weniger ist Mehr“

- Hier steht im Vordergrund ein neues Luxuserlebnis durch Reduktion und Individualisierung zu schaffen.
- Das Wissen um Güte, Qualität und Machart wird wichtiger als das Logo und ist damit Wettbewerbsentscheidend.
- Technologie: Breitere Akzeptanz durch Selbstverständlichkeit
- Für die neue Generation ist durch das ständige online sein, Zeit kein gesellschaftlich relevantes Kriterium mehr und zeigt sich auch im Konsumverhalten - 24/7
- Wearable Tech: Smartphones, Smartwatches, Fitness-Apps,... unterstützen die Schaffung von sogenannten Augmented Self Realitäten.

_ Retail: Das Ende des Zwischenhandels

- Mono Brand Stores werden durch Mischkonzepte ersetzt (Cafe und Bookshop in einem,...)
- Durch eine neue Maker Movement Bewegung und den damit einhergehenden neuen Möglichkeiten für Kunden wie Open Source, 3D Printing, Hackerspace, Crafting... und neue digitale Erlebniswelten, die zum Beispiel mit Augmented oder Virtual Reality möglich sind, wird der Zwischenhandel umgangen.
- Die daraus resultierende Robotisierung in Verkauf, Beratung und Service tragen das ihrige dazu bei.



02_ Arnold Ackerer, Wirtschaftsdelegierter, im Gespräch mit Natsuki Shigeta

vermittelte einen Einblick in das neue Handwerk Japans. Auch hier setzt sich eine neue Generation mit dem traditionellen Handwerk und dessen Neuinterpretierung auseinander. Damit verbunden sind die Neupositionierung und globale Vermarktungsmöglichkeiten – wie z.B. über den Tourismus (internationale Reisegruppen,...), für diese Produkte. Ebenfalls besprochen wurde, welche Chancen sich für österreichische Handwerksbetriebe in Japan auftun, und welche Hilfestellung dabei die WKO bietet.



03_ Kathrin Pichler von Open Innovation Südtirol

widmete sich in ihrem Impuls der Finanzierung neuer Produktideen / Prototypen, Wissensgenerierung im Bereich der Umsetzung und Marketingstrategien kleiner Betriebe. Dazu wurde im Sommer die erste Crowdfundingplattform für Handwerk in Südtirol gelauncht. Der Wirtschaftsverband Handwerk und

Dienstleister Südtirol vertritt ca. 8.000 von 14.000 Handwerksbetrieben und ist somit ein wichtiger Interessensvertreter für das Südtiroler Handwerk. Dabei werden zwei konkrete Instrumente angeboten, um Handwerksbetriebe, aber auch Betriebe die nicht im Handwerk tätig sind, beim Innovationsprozess zu unterstützen:

- Erstberatung, wenn es um das Thema Innovation geht. Dazu zählen Marken-, Patentberatung und Aufbereitung von relevanten Themen für das Handwerk. Dabei ist auch hier die Digitalisierung ein sehr zentrales Thema.
- Dienstleistung, Open Innovation Südtirol - eine Plattform
 - a) zur Unterstützung von Betrieben bei der Entwicklung von neuen Produkten und Dienstleistungen.
 - b) die Möglichkeit neue Geschäftsfelder zu identifizieren
 - c) CrowdfundingDen Betrieben wird eine Plattform geboten auf der sie sich, ihre Ideen, vorstellen können, neue Finanzierungsmodelle wie Crowdfunding ausprobieren, Lösungsvorschläge finden und mit Partnern gemeinsam Projekte / Ideen umzusetzen können.

Crowdfunding ist im Grunde auch ein sehr hilfreiches und unkompliziertes Instrument um einen Markttest durchzuführen bevor man mit der eigentlichen Produktion startet. Zudem ist es ein gutes Tool um neue Kunden zu finden. Gerade für Südtiroler Handwerksbetriebe, die meist in einem Tal angesiedelt sind, bietet dieses Finanzierungsmodell die Möglichkeit, auch außerhalb der Grenzen potentielle Kunden zu gewinnen. Es ist zudem ein sehr neues Instrument und die Betriebe reagieren sehr aufgeschlossen und neugierig auf dieses Angebot. Einige Betriebe konnten über diesen Weg bereits erfolgreich neue Mitarbeiter akquirieren, d.h. es ist indirekt auch eine Präsentationsplattform die einen Einblick in den Betrieb ermöglicht und so Menschen im besten Fall das Gefühl vermittelt, dass sie dort arbeiten möchten.



04_ Klaus Mühlbauer von der Hutmanufaktur Mühlbauer, Wien.

Ein Traditionsbetrieb und internationales Label im Wandel der Zeit. Klaus Mühlbauer gab einen spannenden Einblick, wie jede Generation den Betrieb Mühlbauer der jeweiligen Zeit und wirtschaftlichen Situation anpasste. Sein Vater legte den Schwerpunkt auf Kleidung und reduzierte die Hutmanufaktur. Klaus Mühlbauer baute den Bereich Kleidung seit seiner Übernahme kontinuierlich ab und betreibt nun nur noch die Hutmanufaktur. Mittlerweile ist Mühlbauer ein internationales Label

und steht aktuell vor der Herausforderung, den digitalen Verkauf und die damit verbundenen Marketingmaßnahmen zu forcieren. Derzeit liegt der Onlineverkauf noch unter 4%, das soll sich in den nächsten Jahren aber ändern.



**05_ Karl-Hans Polzhofer von
Kapo / Neue Wiener Werkstätte,
Steiermark.**

Das Familienunternehmen ist bereits seit einigen Jahren international sehr stark und agiert aktiv im digitalen Bereich. Im Gegensatz zu den Miteigentümern ist Herr Polzhofer kein Freund der Digitalisierung und versucht daher verstärkt auf lokaler Ebene neue Strategien zu entwickeln.



**06_ Barbara Klein,
Initiatorin der Plattform
Kulinarisches Erbe**

setzt sich für Wissensbewahrung im Zeitalter der Digitalisierung ein. Sie hinterfragt, was eine Gesellschaft braucht und sich demnach auch leisten muss. Ein kulinarisches Gewissen! Sie sieht die Erben als „Experiment“ und als etwas, das erst begonnen hat.

Roundtablegespräche



Im Anschluss an die Impulsreferate wurden in Roundtable - Gesprächen mit den TeilnehmerInnen das Thema Digitalisierung und die Auswirkung für das Handwerk intensiv diskutiert. Bei der Diskussion zeigte sich einmal mehr die Zerrissenheit, in der das Handwerk steckt. Auf einer Seite ist eine lokale Produktion, kleine Strukturen und auch Vermarktung/ Verkauf im Sinne der Gemeinschaft/ Allgemeinheit wünschenswert, aber gleichzeitig wird auch bewusst, dass der Markt dafür zu klein ist. Einmal mehr kam auch die Bildung zur Sprache und der damit verbundene Gap zwischen den Generationen.

Es lassen sich folgende Trends für die Zukunft im Handwerk ableiten:

Zentrale Fragen: Wie verändert das Digitale / Mobile unsere Bedürfnisse? Was bedeutet dies für unsere Gesellschaft, das Konsumverhalten und die Produktion?

_ Next Generation: Mobilität und Verfügbarkeit von Produkten und Dienstleistung im Wandel:

- Zwei zentrale Punkte, mit denen sich das Handwerk in Zukunft beschäftigen muss: einerseits die Tatsache, dass wir immer mobiler werden, und andererseits die Verfügbarkeit von Dingen, Produkten, Dienstleistungen sowie eine Generation, die sogenannten Digital Natives, für die es keine zeitliche Einschränkung gibt und die 24/7 Verfügbarkeiten in allen Lebensbereichen lebt.
- Von der allgegenwärtigen Informationstechnologie gefördert, hat diese Generation eine ganz andere Konsumentenerfahrung als ihre Eltern gelernt. Sie erwarten eine branchenübergreifende Flexibilität und schnelle Reaktionsfähigkeit, um ihre Transaktionen an ihre Bedürfnisse anzupassen.
- Dort liegt auch die Herausforderung der nächsten Jahre in der Lehrlingsausbildung. Hier treffen zwei vollkommen unterschiedliche Denkweisen und Skills aufeinander, die miteinander verknüpft werden müssen.

_ Komplexität und Überforderung durch die steigende Möglichkeit der Individualisierung

- Individualisierung, das große/aktuelle Thema unserer Gesellschaft und die gleichzeitig damit auftretende Überforderung, lösen eine Sehnsucht nach der Einfachheit aus. Das ist eine große Chance für das Handwerk.
- Wir leben in einer Senioritätsphase d.h. Statussymbole verlieren

durch Dematerialisierung ihren Wert und das Verständnis von Luxus verändert sich. Das ist für das Handwerk eine sehr interessante Entwicklung, die viel Potential beinhaltet..

_ Supply Chain Transparency im Fokus der Produzenten und Konsumenten

- Die Geschichte hinter dem Produkt wird viel wichtiger als das Produkt selbst und verlangt neue Verkaufskonzepte. Die Story um das Produkt wird nun zum eigentlichen Branding. Auch hier punktet das Handwerk, es liefert die Geschichte quasi zum Produkt (automatisch) mit.
- Daraus entwickelt sich die sogenannte Supply Chain Transparency - das Produktionsverfahren, die Herkunft des Produktes tritt in den Fokus.
- Transparenz wird die soziale, umweltbezogene- und wirtschaftliche Leistung von Firmen verändern und kann dazu beitragen, das Vertrauen beim Endverbraucher zu stärken.

Was lange Zeit beim Handwerk üblich war wird nun zu einem Wettbewerbsvorteil, in dem die Werkstatt in den Fokus rückt und die damit verbundene Produktionskette sichtbar wird. Der Kunde erhält einen emotionalen Mehrwert, bekommt zusätzlich eine Geschichte, die er erzählen kann und damit mehr als nur das fertige Produkt.

- Die Digitalisierung leistet auch hier dem Handwerk gute Dienste, in dem sich der Handwerker, der Produzent zusätzlich online darstellen kann.

_ Reduktion als neuer Luxus

- Das Handwerk bedient ganz zentral diese neue Form von Luxus, da Statussymbole durch diese Dematerialisierung und die neue Sharing Economy ihren Wert verlieren.

Resümee und Vorschau

Digital Natives bewegen sich mit einer viel größeren Selbstverständlichkeit in der bereits laufenden Digitalisierung, als die Generation ihrer Eltern. Einerseits wird ihnen das mangelnde traditionelle Wissen, die mangelnden „motorischen“ Fähigkeiten vorgeworfen, auf der anderen Seite haben sie aber viel weniger Scheu sich Digital zu bewegen. In diesem Zusammenhang wurden auch die Mehrgenerationenbetriebe genannt, die durchaus funktionieren können und sich diesen Herausforderungen nicht verschließen. Gerade in ländlichen Regionen könnte damit das Handwerk eine Grundlage bieten. Dafür müsste aber bereits bei Kindern mit der Bewusstseinsbildung begonnen werden. Vereinzelt gibt es bereits Initiativen (Plattform Handwerk in die Zukunft tragen; Werkraum Bregenzwald,...), die sich verstärkt mit Handwerk und Nachwuchs auseinandersetzen bzw. Vermittlungsarbeit leisten und so eine Grundlage für das Interesse an einer Ausbildung im Handwerk fördern.

Ein Ansatz in der Ausbildung von jungen Menschen, die sich für das Handwerk entscheiden wäre, unterschiedliche Begabungen zum Einsatz zu bringen. Ein mögliches Arbeitsmodell wäre z.B. ein Zeitkontingent für Vermittlung von Wissen und für die Produktion den Ausbilderbetrieben zu ermöglichen und bewusstes Unternehmertum vorzuleben.

Neben all diesen Punkten zeigt sich aber klar, dass auch eine gewisse Angst vor der Umstellung und der damit verbundenen Ungewissheit, z. B. wo diese hinführt, welche Konsequenzen die Digitalisierung haben wird, ein Thema ist. Man fragt sich: Ist Digitalisierung Social Media? Ist 3D-Druck das Highlight der Digitalisierung? Wer übernimmt die Kosten einer Umstellung? Wer zahlt die digitalen Produkte? Doch auch hier waren sich viele einig, dass die Digitalisierung auch Produktionskosten senken und ein effizienteres Arbeiten ermöglichen kann.

Diese Zerrissenheit und zum Teil negative Einstellung rührt aus der Unklarheit, was Digitalisierung nun wirklich ist, da natürlich auch alle sehen und erleben, dass unsere Umwelt wesentlich smarter agiert, als wir selbst (Smartliving, ...). Das hybride Verhalten der Konsumenten, der Prozesse und die wechselnden Örtlichkeiten, wo sich all das abspielt, stellt eine Herausforderung für das Handwerk dar. Hohe Qualität und USPs- Alleinstellungsmerkmale und übergreifende Kooperationen im Handwerk sind unerlässlich. Eine damit einhergehende zeitgemäße Generierung von Vertriebskanälen ist die Herausforderung und für die Zukunft wird gerade auch für Folgekäufe, der internationale Onlinehandel ausbaufähig sein.

Die Möglichkeiten der Digitalisierung im Handwerk sind also vielfältig und lassen uns in eine spannende Zukunft im Handwerks- und Manufakturbereich blicken.

Die Gewinner des ersten »manufakturLab innovativ« Wettbewerbes sind:

KATEGORIE MANUFAKTUR



Vest
Die modulare Rakufliese

Sebastian Rauch
Thomas Rösler
Marta Rauch-Debevec

Vorarlberg

Die Kategorie Manufaktur gewinnt Karak mit der „modularen Rakufliese Vesta“. Hinter den Fliesen, die in ihrer alltagskulturellen Bedeutung an die Gebrüder Schwadron erinnern, steckt eine ausgetüftelte Technik, die ihr Know How auf einer handwerklichen Tugend aufbaut: der Freude am Experiment gepaart mit Geduld und Wissensaustausch. In einem interdisziplinären und kooperativen Ansatz finden die Erfahrungswelten einer Töpferin, eines Lehmbauers und eines Grafikers zusammen. Ausdruck dieser Teamarbeit ist die Ästhetik einer Fliese, die in ihrer seriellen Herstellung den Zufall des Rissbildes mitkonzipiert. So gleicht keine Fliese der anderen, das zeitgemäße Revival einer Fliese zeigt Potential für weitere Anwendungen.

KATEGORIE INNOVATIV



Renaissance der Handschlagqualität

Christian Herzog

NDU Student

Niederösterreich

„Renaissance der Handschlagqualität“

Der Eisennagel von Christian Herzog hat auf mehreren Ebenen überzeugt. Zum einen ist es die skulpturale Qualität des Objekts, die dem archaischen Handwerk des Schmiedens neue Präsenz verschafft. Zum anderen ist es die Stringenz des konzeptuellen Ansatzes, welcher den entscheidenden Schlag in die Wand ohne Rücksicht auf Zerstörung vollzieht. Im Vordergrund steht weniger die befriedigende Antwort auf ein funktionales Bedürfnis als vielmehr die Hinterfragung konsumkritischer und sozialer Handlungsmuster. In Zeiten von allzu perfekten Oberflächen ohne Spuren von Gebrauch und Herstellung lobt die Jury den Mut, Brüche zu thematisieren und sichtbar zu machen und vergibt den Preis in der Kategorie innovativ an Christian Herzog.



Eine neue Bewegung

Vonmorgen

Nicole Üblacker
Thomas Licht

Wien

In den Schuhen VonMorgen sieht die Jury den innovativen Ansatz sowohl funktional wie ästhetisch als auch ökologisch durchdacht, sodass sie in dieser Kategorie einen zweiten Preisträger kürt.

„eine neue Bewegung“: Die Schuhe von VonMorgen überzeugen durch das perfekte Zusammenspiel von Form, Material und Herstellung. Nicole Üblacker, ausgebildete Architektin und Schuhmachermeisterin, kümmert sich, ausgehend von einer abrollenden Bewegung, um einen konsequenten und adäquaten Materialeinsatz und eine sorgfältige handwerkliche Ausführung. Innovativ ist der mehrschichtige Aufbau des Fußbetts bzw. der Fußsohle als ein reparier- und erneuerbares Teil. Im hochpreisigen Segment maßgefertigter Schuhe kann ein eingelaufener und liebgewonnener Schuh mit dieser Option zu einem langlebigen Begleiter werden. Traditionelles Handwerk und zeitgemäßes Design bilden eine glaubhafte Symbiose. Konzept und Umsetzung sind stimmig.

www.vonmorgen.at

**Vielen Dank an die Einreicher
und merci an die Jury!**

Diesseits aller Nostalgie



manufakturLab

Sieglinde Eugenie Kathrein

Evelyn Appinger

Karina Simbürger

Agnes Tatzber

2016